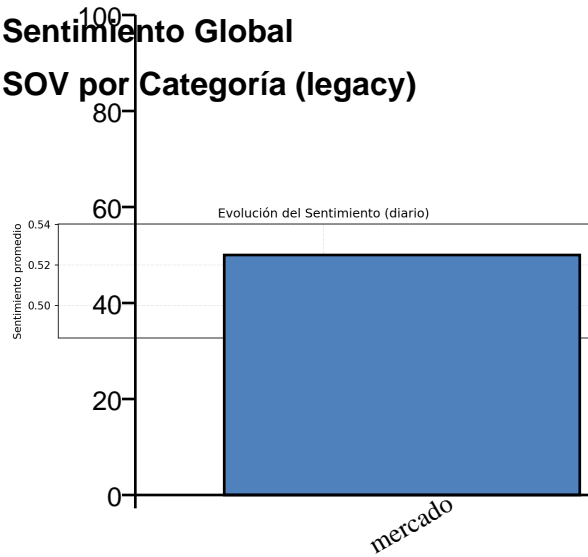


Informe de Inteligencia de Mercado

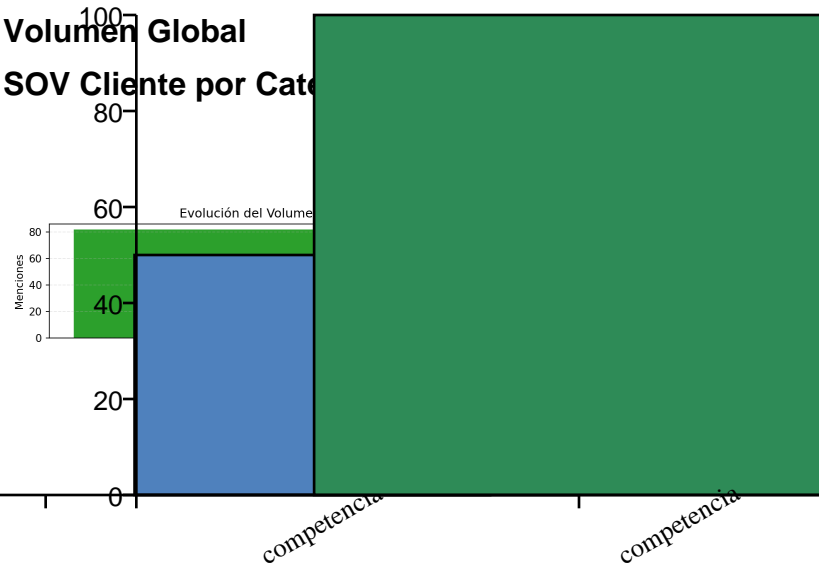
Periodo: 2025-09-17 a 2025-09-24

Dashboard Ejecutivo

Sentimiento Global
SOV por Categoría (legacy)



Volumen Global
SOV Cliente por Categoría

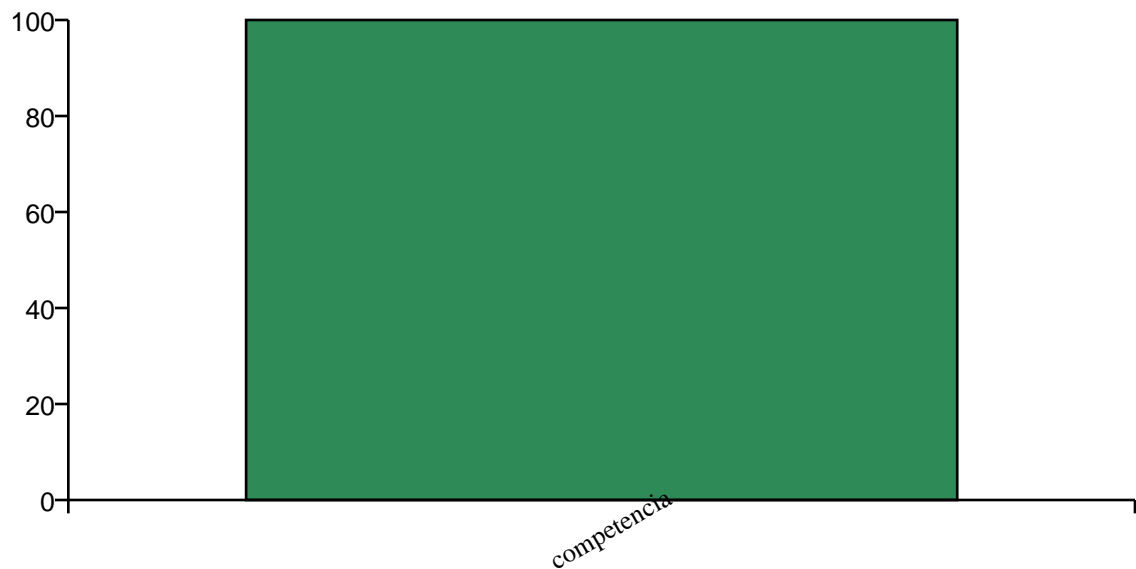
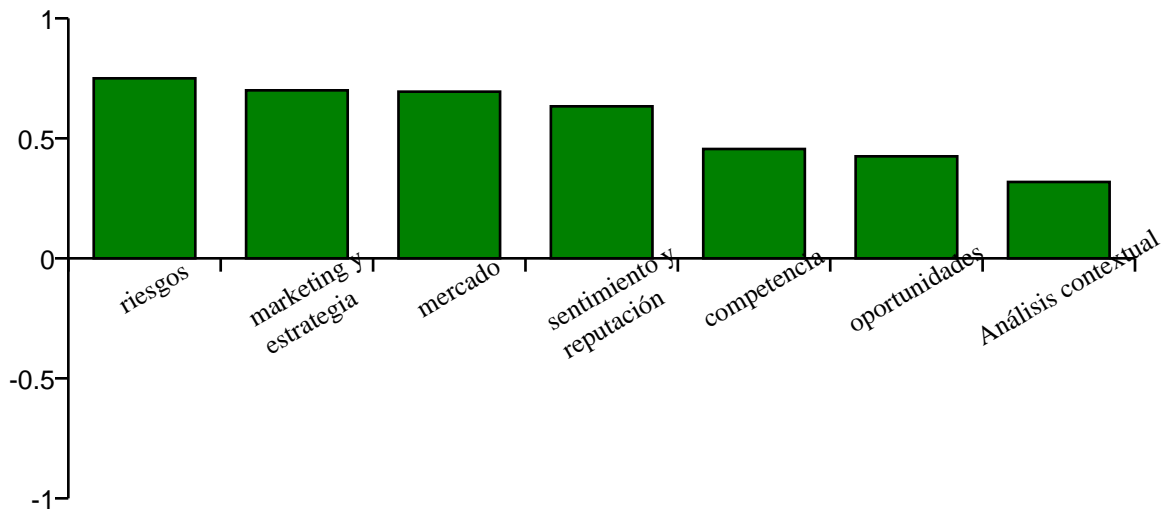


Resumen Ejecutivo de KPIs

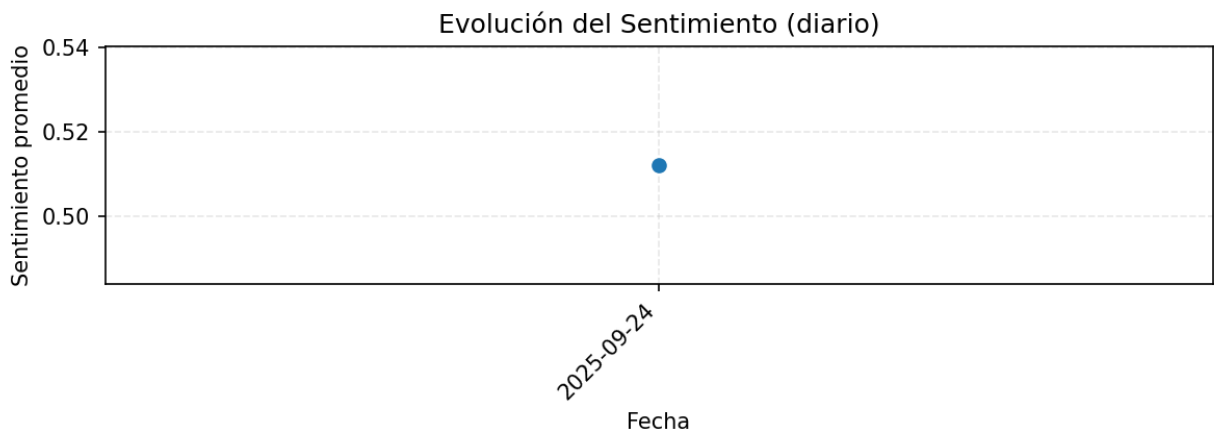
Menciones totales analizadas: 82
Sentimiento General Promedio: 0.51

Share of Voice vs. Competencia

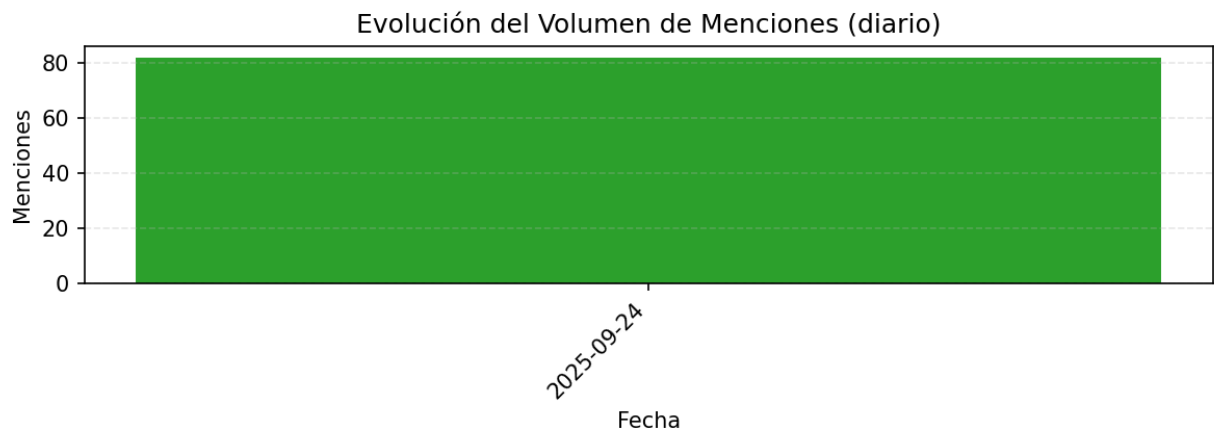
Marca	Menciones	% SOV
The Core School	3	100.0%



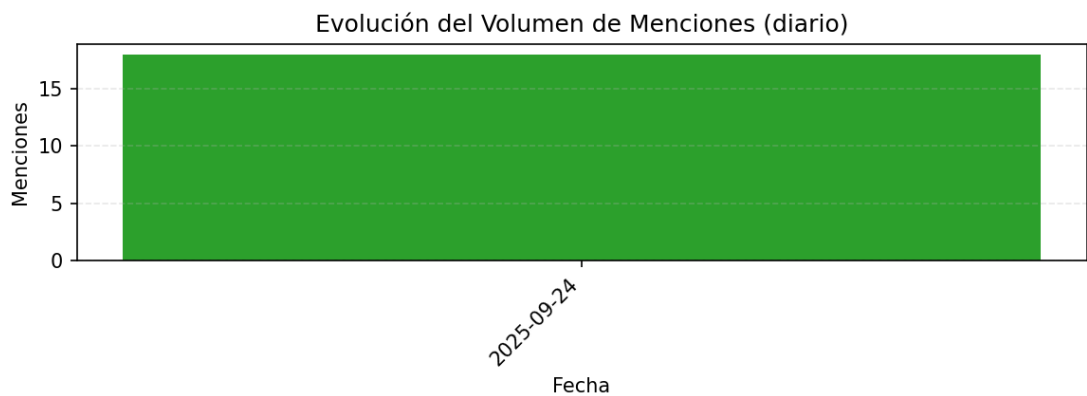
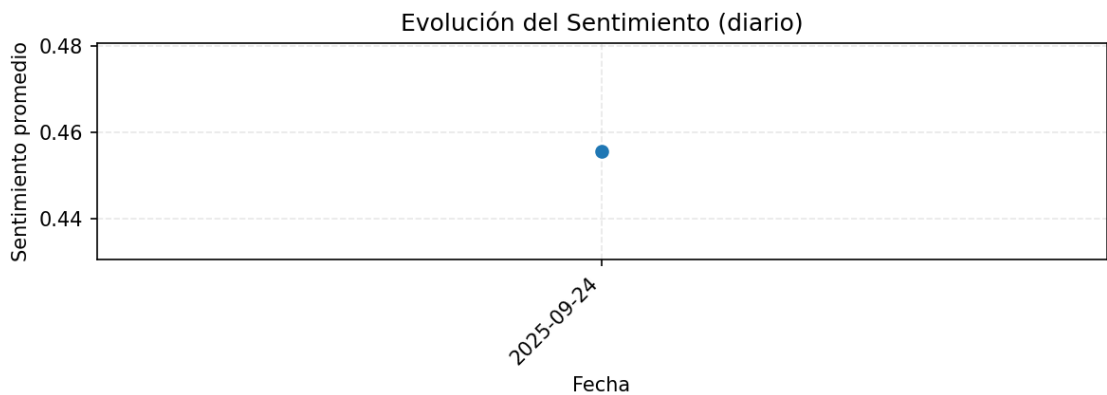
Evolución del Sentimiento (diario)



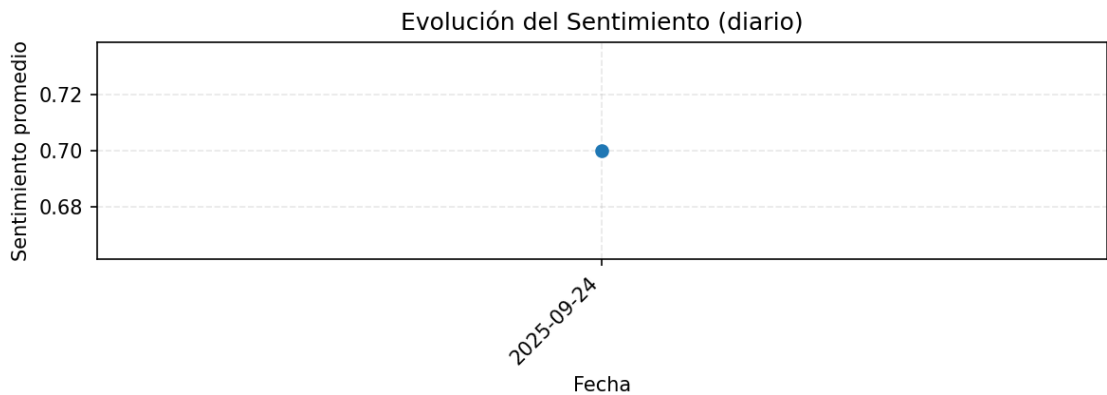
Evolución del Volumen de Menciones (diario)

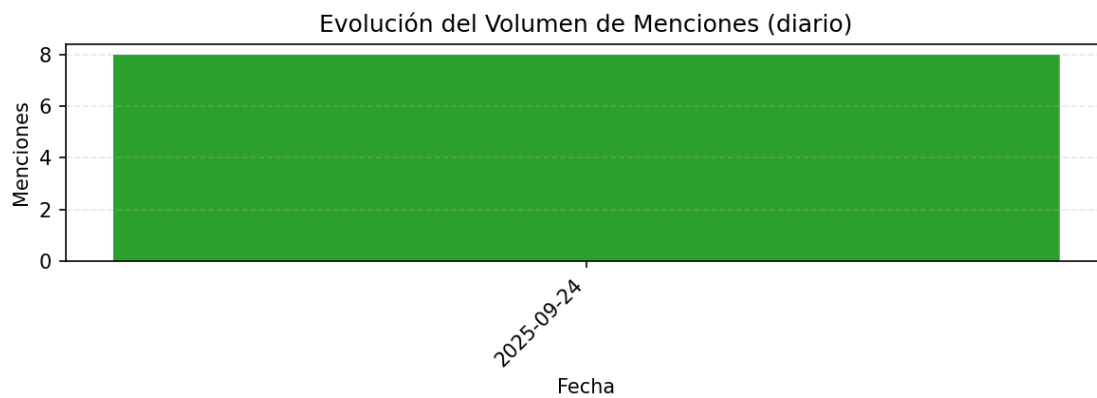


Serie temporal - Análisis de competencia

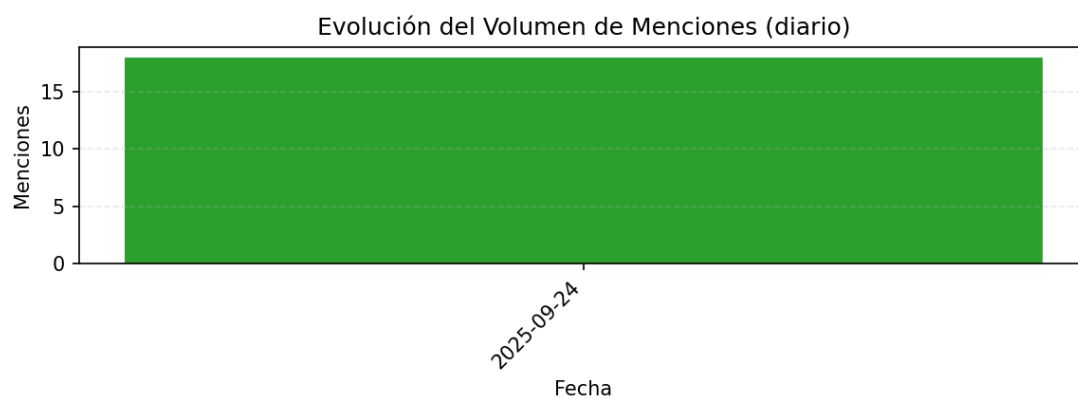
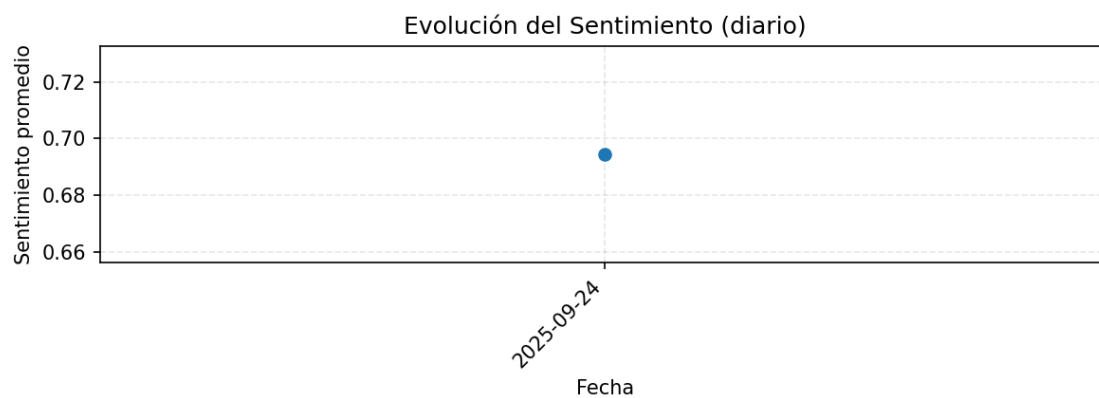


Serie temporal - Análisis de marketing y estrategia

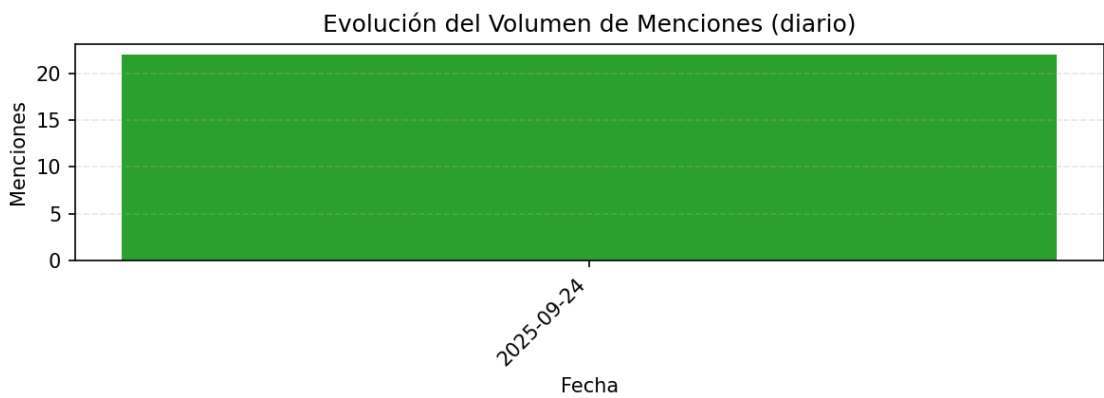
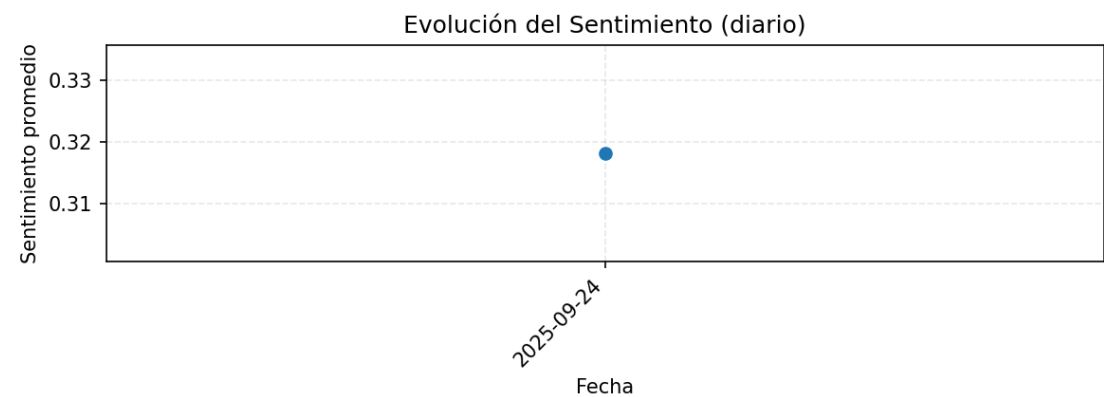




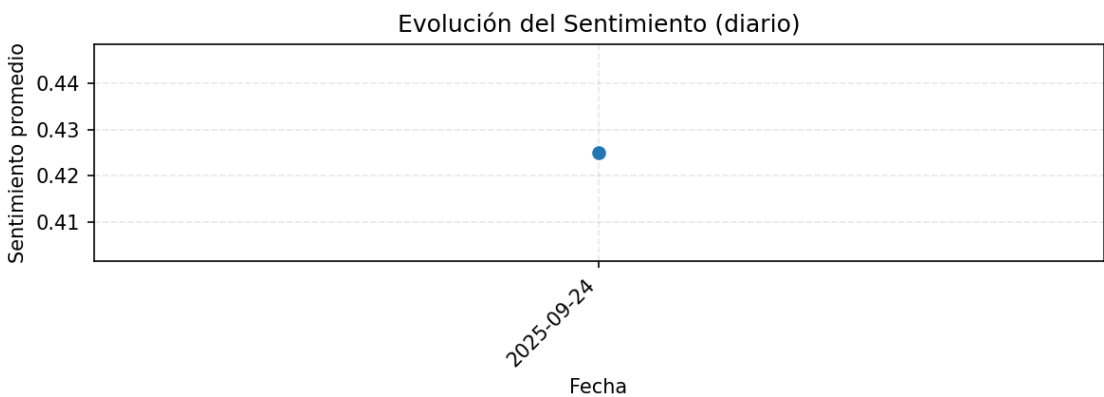
Serie temporal - Análisis de mercado

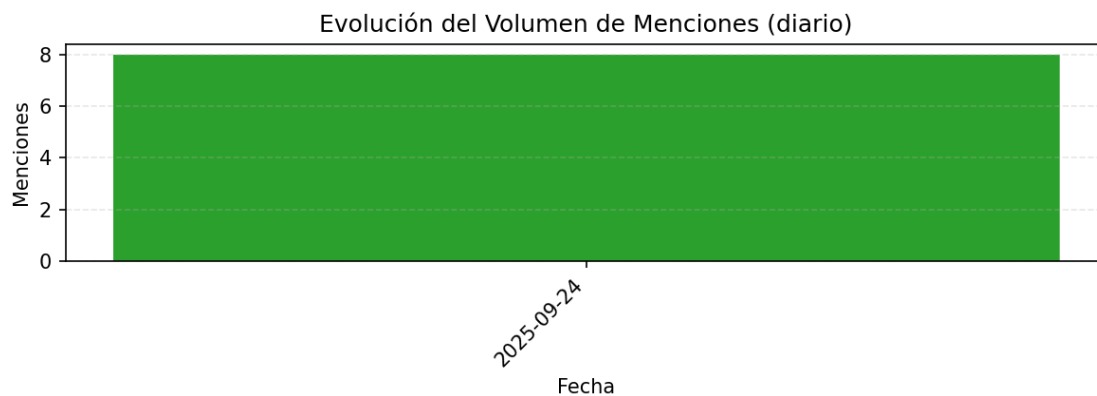


Serie temporal - Análisis contextual

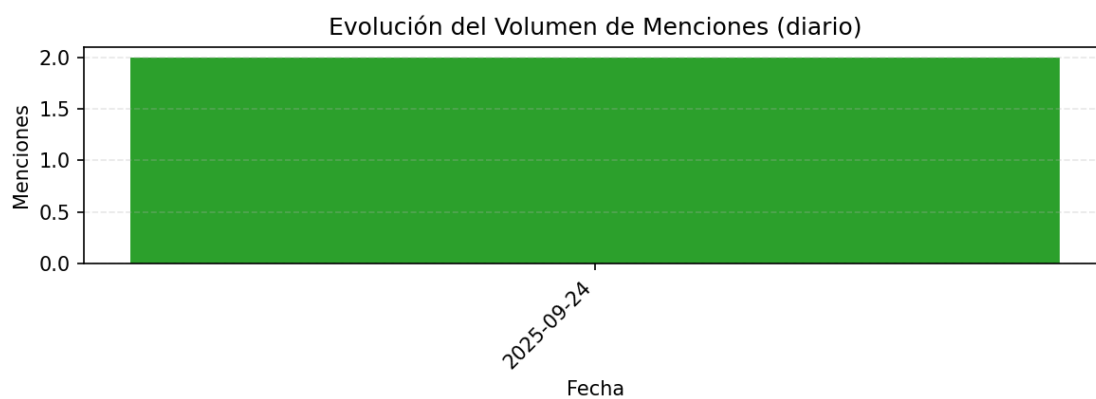
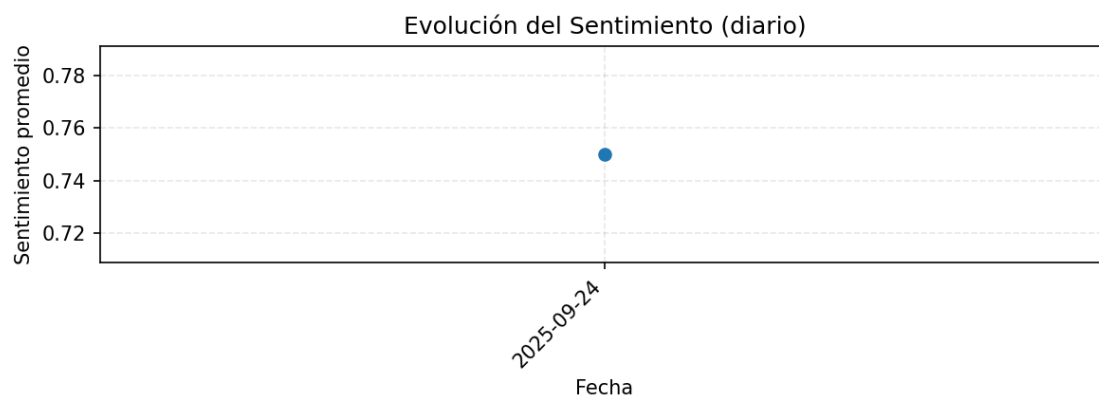


Serie temporal - Análisis de oportunidades

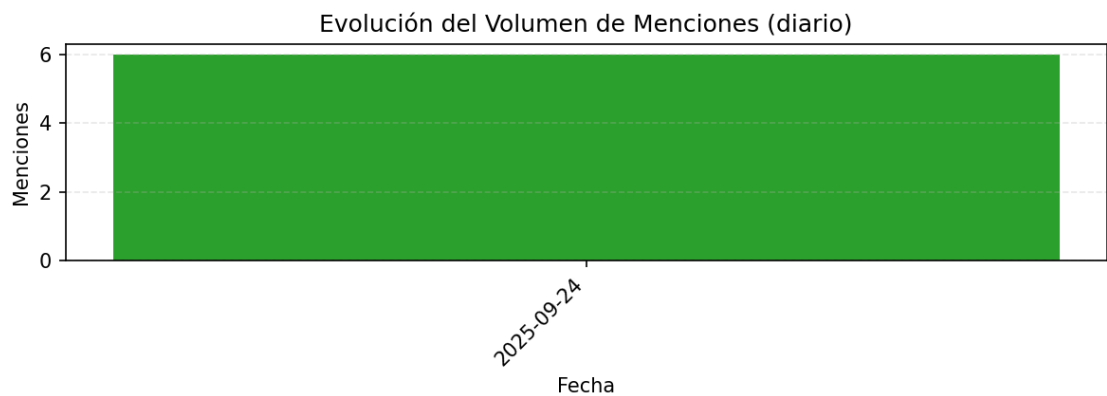
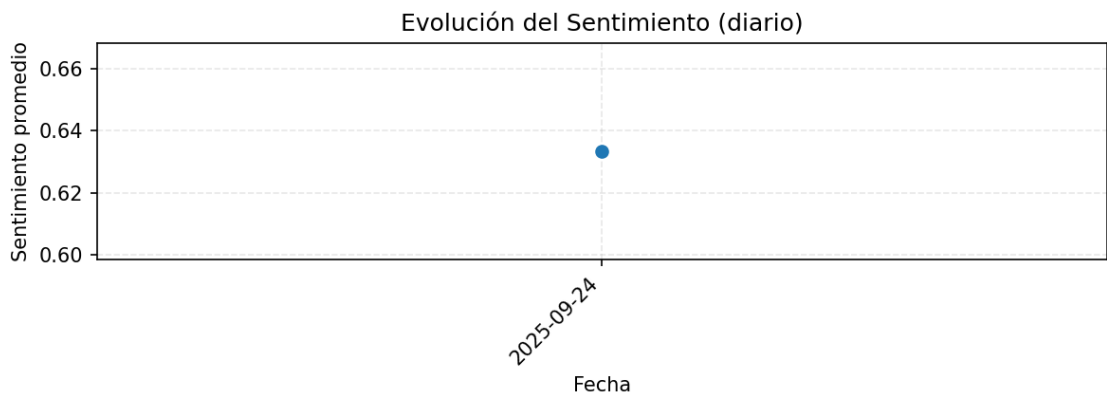




Serie temporal - Análisis de riesgos



Serie temporal - Análisis de sentimiento y reputación



Informe Estratégico

Resumen Ejecutivo

Durante el periodo analizado, The Core School logró una presencia mediática significativa, acumulando un total de 82 menciones y alcanzando un sentimiento promedio positivo de 0.51 en una escala de -1 a 1. Este resultado refleja una percepción generalmente favorable hacia la marca. Notablemente, The Core School dominó completamente el Share of Voice (SOV) con un 100%, indicando una ausencia de menciones de sus competidores directos, como ECAM, U-TAD, TAI, ESCAC, CEV y Septima Ars. Este monopolio en la conversación sugiere que The Core School ha logrado captar la atención del público de manera efectiva, aunque también podría indicar una falta de visibilidad o actividad de la competencia en el mismo periodo.

El análisis de competencia mostró que The Core School fue la única marca mencionada en esta categoría, consolidando su posición como líder en el mercado en términos de presencia mediática. Sin embargo, la falta de menciones de los competidores podría ser una oportunidad para que estos últimos refuerzen sus estrategias de comunicación y marketing. Para The Core School, mantener este liderazgo presenta la oportunidad de fortalecer su posicionamiento de marca, capitalizando la atención actual para impulsar su reputación y ampliar su base de clientes. Estratégicamente, la empresa debería considerar cómo mantener y expandir este dominio, explorando nuevas vías para interactuar con su audiencia y asegurar que esta ventaja no sea temporal, sino una base sólida para el crecimiento futuro.

Resumen Ejecutivo y Hallazgos Principales

El mercado audiovisual en España mantiene un sentimiento positivo, reflejado en un volumen de menciones estable que indica un interés sostenido en el sector. Este entorno favorable se ve impulsado por la creciente demanda de formación especializada, que ofrece oportunidades significativas para conectar la educación práctica con las necesidades de la industria. Sin embargo, persisten preocupaciones en torno a la estabilidad laboral, lo que sugiere un área crítica para abordar en futuras estrategias de desarrollo del sector.

En cuanto a la competencia, instituciones como ECAM y ESCAC continúan destacando por su constante presencia e interés en el mercado. Estas entidades son percibidas como líderes en el ámbito de la formación audiovisual, lo que refuerza su posicionamiento en el sector. Por otro lado, The Core School ha experimentado un crecimiento notable en su presencia online, lo que indica una percepción favorable entre los consumidores y una capacidad de adaptación efectiva a las tendencias digitales actuales. Este crecimiento sugiere una oportunidad para fortalecer aún más su marca y ampliar su influencia en el mercado.

Tendencias y Señales Emergentes

****Tendencias y Señales Emergentes****

Durante el periodo comprendido entre el 9 y el 16 de septiembre de 2025, se han observado cambios significativos en el análisis de tendencias y señales emergentes. A continuación, se detallan las principales variaciones en el sentimiento, el share of voice (SOV) y los tópicos emergentes.

Variaciones en el Sentimiento

****Sentimiento Total:****

El sentimiento general ha experimentado un incremento notable de 0.5122 puntos. Este cambio positivo sugiere una mejora en la percepción general del mercado y sus componentes durante el periodo analizado.

****Sentimiento por Categoría:****

- ****Análisis de mercado:**** Aumentó en 0.6944 puntos, lo que indica una percepción más positiva sobre las condiciones del mercado.
- ****Análisis de competencia:**** Creció en 0.4556 puntos, reflejando un entorno competitivo más favorable.
- ****Análisis contextual:**** Se incrementó en 0.3182 puntos, sugiriendo una mejora en la comprensión del entorno externo.
- ****Análisis de sentimiento y reputación:**** Subió en 0.6333 puntos, lo que podría implicar un mejoramiento en la percepción pública y reputación.
- ****Análisis de oportunidades:**** Registró un aumento de 0.425 puntos, lo que señala un incremento en la identificación de oportunidades potenciales.
- ****Análisis de riesgos:**** Aumentó en 0.75 puntos, lo que podría indicar una mayor conciencia y gestión de los riesgos potenciales.
- ****Análisis de marketing y estrategia:**** Creció en 0.7 puntos, reflejando una percepción más positiva de las estrategias de marketing actuales.

Share of Voice (SOV) por Categoría

Un cambio destacado se observa en el "Análisis de competencia", donde el SOV aumentó un 100%. Este incremento significativo sugiere un cambio en la dinámica competitiva, posiblemente debido a estrategias más agresivas de comunicación o marketing por parte de ciertos actores del mercado.

Competidores y Share

No se registraron variaciones específicas en las menciones de competidores, lo que podría indicar una estabilidad en la visibilidad de los mismos o una falta de nuevos movimientos significativos en el mercado.

Tópicos Emergentes

1. ****Cine:**** Con un aumento de 11 menciones, este tópico refleja un interés creciente en la industria cinematográfica, posiblemente impulsado por eventos o lanzamientos recientes. Se considera una tendencia debido a su potencial de crecimiento sostenido.

2. ****España:**** Con 10 menciones nuevas, sugiere un enfoque geográfico específico que podría estar relacionado con cambios políticos, económicos o culturales. Este tópico puede ser una tendencia si se mantiene el interés en el contexto español.

3. ****Jóvenes:**** También con 10 menciones, indica un interés renovado en las generaciones más jóvenes, posiblemente relacionado con cambios en comportamientos de consumo o participación en el mercado.

****Análisis Competitivo****

En el presente análisis de competencia, examinamos la posición de The Core School en el mercado educativo en relación con sus principales competidores: ECAM, U-TAD, TAI, ESCAC, CEV, y Septima Ars. A continuación, se presentan los hallazgos clave del análisis:

Liderazgo en la Conversación

Actualmente, The Core School posee un Share of Voice (SOV) total del 100%, lo que indica que domina completamente la conversación en el mercado, al menos en los canales y categorías analizados. No se han registrado menciones de los competidores en el periodo de análisis, lo que sugiere una ausencia de actividad visible de las otras instituciones en el mismo ámbito.

Brechas Identificadas

Dado que The Core School tiene el 100% del SOV, no existen brechas en términos de participación en la conversación total. Sin embargo, esta situación podría cambiar rápidamente si los competidores intensifican sus esfuerzos de comunicación y marketing.

Subrepresentación y Oportunidades

Aunque The Core School lidera actualmente la conversación, es crucial identificar áreas donde podría estar subrepresentada en el futuro:

1. ****Diversificación de Temas:**** Asegurarse de que la comunicación no solo se centre en áreas donde ya tiene presencia, sino expandirse a nuevas categorías relacionadas con innovación educativa y tecnología.
2. ****Presencia en Nuevas Plataformas:**** Explorar y establecer presencia en plataformas emergentes que los competidores podrían estar utilizando para captar la atención de nuevos públicos.
3. ****Colaboraciones Estratégicas:**** Considerar asociaciones con industrias creativas o tecnológicas que puedan enriquecer la oferta educativa y generar mayor visibilidad.

Recomendaciones Competitivas

1. ****Monitoreo Continuo:**** Implementar un sistema de monitoreo para detectar cualquier aumento en la actividad de los competidores y responder de manera proactiva.
2. ****Estrategias de Contenido:**** Desarrollar y diversificar el contenido en línea para mantener el liderazgo en la conversación y atraer a una audiencia más amplia.
3. ****Innovación en Programas:**** Introducir nuevos programas educativos que respondan a las tendencias del mercado y diferencien a The Core School de sus competidores.

Estas acciones no solo ayudarán a mantener el liderazgo actual, sino que también prepararán a The Core School para adaptarse a un entorno competitivo en evolución.

****Plan de Acción Estratégico****

Para capitalizar la oportunidad de promover programas de formación práctica en colaboración con la industria, es crucial fortalecer alianzas estratégicas con empresas líderes en el sector audiovisual. En el corto plazo, se recomienda establecer convenios con estas empresas para desarrollar programas de formación dual que combinen teoría y práctica, asegurando que los estudiantes adquieran habilidades relevantes y actualizadas. Este enfoque no solo mejora la calidad educativa, sino que también incrementa la empleabilidad de los graduados, abordando directamente las preocupaciones sobre la estabilidad laboral en el sector.

Simultáneamente, es esencial implementar campañas de marketing que resalten las oportunidades laborales emergentes en el sector audiovisual. Estas campañas deben estar dirigidas tanto a estudiantes potenciales como a empleadores, con el objetivo de mejorar la percepción del sector como un campo dinámico y lleno de oportunidades. En el mediano plazo, se debe desarrollar un sistema de seguimiento de egresados que permita medir la efectividad de los programas de formación en términos de inserción laboral y satisfacción profesional, ajustando el enfoque según sea necesario.

Para mitigar los riesgos relacionados con las preocupaciones sobre la empleabilidad y estabilidad laboral, se deben diseñar programas específicos que aborden estas inquietudes. Esto incluye la creación de módulos de formación que enseñen habilidades transferibles y fomenten el emprendimiento dentro del sector audiovisual. Además, se sugiere establecer un comité de asesoría compuesto por profesionales de la industria que pueda guiar el desarrollo curricular y asegurar que los programas educativos se mantengan alineados con las demandas del mercado. Este plan de acción estratégico, al priorizar la colaboración y la adaptabilidad, busca no solo mitigar riesgos, sino también fortalecer la posición de la institución en el sector educativo y laboral.

Correlaciones Transversales entre Categorías

A partir del análisis de correlaciones transversales entre categorías y KPIs para The Core School, se pueden extraer varios insights accionables:

1. ****Formación y Sentimiento Contextual****: El tópico "formación" muestra una diferencia de sentimiento notable entre el "Análisis de mercado" (0.767) y el "Análisis contextual" (-0.5), con una diferencia de 1.267, clasificada como de alta fortaleza. Esto sugiere que, aunque la percepción del mercado sobre la formación es positiva, el contexto en que se discute tiende a ser negativo. Para validar esta hipótesis, se podría realizar un análisis cualitativo de los comentarios en redes sociales y foros para identificar las preocupaciones contextuales específicas. La implicación es que The Core School podría mejorar su comunicación y marketing para abordar estas preocupaciones contextuales, reforzando los aspectos positivos de su oferta formativa.
2. ****Empleabilidad y Análisis Contextual****: La "empleabilidad" presenta una diferencia de sentimiento alta entre "Análisis de competencia" (0.8) y "Análisis contextual" (-0.2), con una diferencia de 1.0. Esto indica que, aunque la competencia percibe positivamente la empleabilidad de los graduados, el contexto en el que se discute es menos favorable. Un experimento para validar esta hipótesis podría incluir encuestas a estudiantes y empleadores para comprender mejor las expectativas y experiencias relacionadas con la empleabilidad. La recomendación sería desarrollar programas de vinculación laboral más visibles y efectivos que aborden las preocupaciones contextuales y mejoren la percepción general.
3. ****Tendencia Emergente de Cine****: El tópico "cine" está emergiendo en múltiples categorías, con un incremento de 11 menciones, lo que indica un creciente interés en esta área. Esta tendencia podría ser capitalizada por The Core School para desarrollar nuevos programas o cursos especializados en cine, alineándose con el interés del mercado. Para validar esta tendencia, se podría analizar el crecimiento de menciones en redes sociales y publicaciones relacionadas con cine. La implicación es que la escuela podría posicionarse como líder en educación cinematográfica, atrayendo a estudiantes interesados en esta área emergente.
4. ****Diferencia de Sentimiento en "España"*****: El tópico "España" muestra una diferencia de sentimiento alta entre "Análisis de competencia" (0.1) y "Análisis de sentimiento y reputación" (0.7), con una diferencia de 0.6. Esto sugiere que, aunque la competencia tiene una percepción menos favorable, la reputación general es positiva. Validar esta hipótesis podría implicar un análisis de la cobertura mediática y comentarios en línea sobre la educación en España. La recomendación es que The Core School refuerce su reputación positiva mediante campañas de relaciones públicas que destaquen sus logros y contribuciones al sector educativo en España.
5. ****Preocupación por la Flexibilidad****: El tópico "flexibilidad" presenta una alta diferencia de sentimiento entre "Análisis de competencia" (-0.6) y "Análisis contextual" (0.35), con una diferencia de -0.95. Esto indica que, aunque el contexto general es positivo, la competencia percibe una falta de flexibilidad. Un estudio de caso sobre la oferta de programas flexibles podría validar esta hipótesis. La implicación es que The Core School podría mejorar su oferta de programas flexibles, como cursos en línea o módulos modulares, para satisfacer las demandas del mercado y mejorar su competitividad.

Anexo: Análisis Detallado por Categoría

Análisis de competencia

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.46
Distribución (P/N/N)	Pos: 13, Neu: 3, Neg: 2
Tema Principal	España

El análisis del sentimiento en la sección de competencia revela un promedio de 0.46, ligeramente inferior al promedio general de 0.51, indicando una percepción algo menos favorable en comparación con el resto del informe. La distribución del sentimiento, con 13 menciones positivas frente a solo 2 negativas y 3 neutrales, sugiere que, aunque la mayoría de las opiniones son positivas, existe una minoría significativa que expresa insatisfacción. Los temas clave como "España", "formación audiovisual", "producción de televisión" y "escuelas" están estrechamente ligados a la percepción positiva, posiblemente debido a la reputación y calidad percibida de The Core School en estos campos. Sin embargo, la presencia de un sentimiento negativo, aunque limitado, podría estar relacionado con aspectos específicos de la "formación" que no cumplen con las expectativas de ciertos segmentos. Para The Core School, un insight accionable sería investigar más a fondo las causas del sentimiento negativo, posiblemente realizando encuestas o grupos focales, para identificar áreas de mejora en su oferta formativa, especialmente en la alineación de sus programas con las expectativas del mercado español en el ámbito audiovisual y de producción televisiva. Esto no solo podría elevar el sentimiento general sino también fortalecer su posición competitiva en el sector.

Análisis de marketing y estrategia

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.70
Distribución (P/N/N)	Pos: 8, Neu: 0, Neg: 0
Tema Principal	YouTube

El análisis del sentimiento en la sección de marketing y estrategia de The Core School revela un notable optimismo, con un sentimiento promedio de 0.70, significativamente superior al promedio general de 0.51. La distribución del sentimiento, completamente positiva, sin neutralidad ni negatividad, indica una percepción homogéneamente favorable hacia los temas discutidos. Este sentimiento positivo está estrechamente vinculado a temas recurrentes como "YouTube", "empleos del futuro", "carreras audiovisuales", "profesiones creativas" y "formación". La frecuencia de estos temas sugiere que la audiencia asocia a The Core School con oportunidades emergentes y relevantes en el ámbito profesional, especialmente en sectores creativos y digitales. Esta conexión indica que la escuela está bien posicionada para responder a las expectativas del mercado en cuanto a la preparación de estudiantes para carreras innovadoras y tecnológicamente avanzadas. Un insight accionable es que The Core School debería capitalizar este sentimiento positivo y su reputación en áreas creativas y tecnológicas, reforzando su presencia en plataformas como YouTube para atraer a potenciales estudiantes interesados en estas profesiones del futuro. Además, pueden desarrollar programas de formación específicos que resalten su enfoque en las habilidades necesarias para estos campos en crecimiento, fortaleciendo así su propuesta de valor y diferenciación en el mercado educativo.

Análisis de mercado

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.69
Distribución (P/N/N)	Pos: 18, Neu: 0, Neg: 0
Tema Principal	cine

El análisis de mercado revela un sentimiento promedio de 0.69 en la sección específica, notablemente superior al promedio general de 0.51, lo que indica una percepción predominantemente positiva. La distribución del sentimiento es completamente positiva, sin registros de neutralidad o negatividad, lo que sugiere una opinión unánimemente favorable entre los participantes. Los temas clave identificados, como "cine", "escuelas", "escuelas de cine", "televisión" y "formación profesional", están intrínsecamente ligados a esta percepción positiva. La prominencia de términos relacionados con la industria del cine y la televisión, junto con la formación profesional, sugiere que The Core School está siendo altamente valorada por su enfoque en proporcionar educación relevante y especializada en estos campos. Este sentimiento positivo podría estar impulsado por la reputación de la escuela en ofrecer programas formativos que alinean con las expectativas del mercado laboral en la industria audiovisual. El principal insight accionable para The Core School es capitalizar este sentimiento positivo ampliando su oferta educativa en áreas emergentes del cine y la televisión, y destacando casos de éxito de sus egresados, para seguir atrayendo a estudiantes interesados en una formación profesional de calidad en estos sectores.

Análisis contextual

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.32
Distribución (P/N/N)	Pos: 15, Neu: 2, Neg: 5
Tema Principal	jóvenes

El análisis del sentimiento en esta categoría revela que el sentimiento promedio de 0.32 es significativamente más bajo que el promedio general de 0.51, indicando una percepción más negativa o crítica en comparación con el contexto global. La distribución del sentimiento, con 15 menciones positivas, 2 neutrales y 5 negativas, sugiere una polarización donde las opiniones positivas son predominantes, pero no lo suficientemente fuertes para elevar el promedio general. Los temas clave, como "jóvenes", "sector audiovisual", "carreras audiovisuales", "flexibilidad" y "empleabilidad", están profundamente entrelazados con el sentimiento observado. La preocupación o críticas podrían estar relacionadas con las expectativas de empleabilidad y flexibilidad en el sector audiovisual, que son temas recurrentes. La percepción negativa podría estar influenciada por la percepción de que las carreras audiovisuales no siempre garantizan una empleabilidad inmediata o satisfactoria, un aspecto crucial para los jóvenes interesados en este sector. Para The Core School, un insight accionable sería fortalecer la comunicación y las estrategias educativas que mejoren la percepción de empleabilidad y flexibilidad en sus programas, posiblemente mediante alianzas estratégicas con empresas del sector audiovisual para ofrecer prácticas o proyectos reales que refuercen la confianza de los estudiantes en su futuro profesional.

Análisis de oportunidades

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.42
Distribución (P/N/N)	Pos: 7, Neu: 0, Neg: 1
Tema Principal	marketing digital

El análisis del sentimiento en la sección revela un promedio de 0.42, notablemente inferior al general de 0.51, lo que sugiere una percepción menos positiva en comparación con otras áreas. La distribución del sentimiento es mayormente positiva, con siete menciones positivas frente a una negativa, y ninguna neutral, indicando una polarización hacia opiniones positivas. Sin embargo, la presencia de una opinión negativa en un conjunto pequeño puede tener un impacto desproporcionado en el promedio. Los temas clave identificados, como "marketing digital", "Director de Fotografía", "Productor", "Editor de Video" y "Sonido", están en su mayoría asociados a roles creativos y técnicos, lo que sugiere que el sentimiento negativo podría estar vinculado a estos aspectos específicos, quizás debido a preocupaciones sobre la calidad o relevancia de la oferta educativa en estas áreas. Para The Core School, una oportunidad clara es mejorar la percepción en estas disciplinas, posiblemente ajustando el currículo o incrementando la comunicación sobre las fortalezas y actualizaciones en estos programas. Al abordar directamente las preocupaciones implícitas en el sentimiento negativo, la escuela puede no solo elevar el promedio de sentimiento en esta sección, sino también reforzar su posicionamiento competitivo en el mercado educativo creativo.

Análisis de riesgos

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.75
Distribución (P/N/N)	Pos: 2, Neu: 0, Neg: 0
Tema Principal	becas

El análisis de riesgos revela un sentimiento promedio de 0.75, notablemente superior al promedio general de 0.51, lo que indica una percepción predominantemente positiva en esta sección. La distribución del sentimiento, compuesta exclusivamente por opiniones positivas, sugiere una ausencia de polarización y neutralidad, lo cual es inusual y destacable. Los temas clave identificados, como 'becas', 'escuelas de cine', 'ayudas económicas', 'financiación' y 'estudiantes', están intrínsecamente vinculados al sentimiento positivo observado. Esto sugiere que las conversaciones en torno a las oportunidades de becas y ayudas económicas generan una percepción favorable entre los interesados, posiblemente debido a la percepción de accesibilidad y apoyo financiero que ofrece The Core School. Un insight accionable para la institución sería capitalizar esta percepción positiva mediante la ampliación de programas de becas y ayudas económicas, reforzando las comunicaciones sobre estas oportunidades para atraer y retener a estudiantes potenciales, especialmente en el competitivo sector de las escuelas de cine.

Análisis de sentimiento y reputación

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.63
Distribución (P/N/N)	Pos: 5, Neu: 1, Neg: 0
Tema Principal	ESCAC

El análisis de sentimiento para la sección dedicada a The Core School revela un sentimiento promedio de 0.63, que es notablemente superior al promedio general de 0.51, indicando una percepción predominantemente positiva. La distribución del sentimiento refuerza esta observación, con cinco menciones positivas, una neutral y ninguna negativa, lo que sugiere una ausencia de polarización y un consenso favorable. Los temas clave identificados, como "ESCAC" y "ECAM", cada uno mencionado tres veces, junto con "formación audiovisual" y "estabilidad", reflejan aspectos positivos que probablemente contribuyan al sentimiento positivo general. La frecuencia de menciones de instituciones como ESCAC y ECAM sugiere que estas están asociadas con una percepción de calidad y prestigio en la formación audiovisual, lo cual es un factor crítico para la reputación de The Core School. La estabilidad, mencionada dos veces, también juega un papel importante, indicando confianza en la continuidad y solidez de la oferta educativa. En conclusión, para capitalizar este sentimiento positivo, The Core School debería continuar fortaleciendo sus vínculos y colaboraciones con instituciones reconocidas como ESCAC y ECAM, y comunicar claramente su compromiso con la estabilidad y excelencia en la formación audiovisual, lo que podría consolidar aún más su reputación y atraer a potenciales estudiantes.