

# Informe de Inteligencia de Mercado

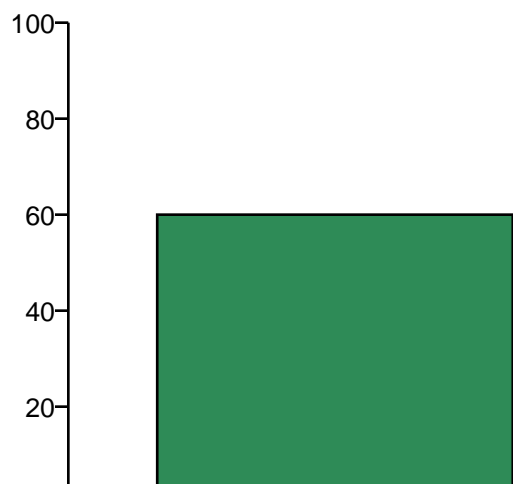
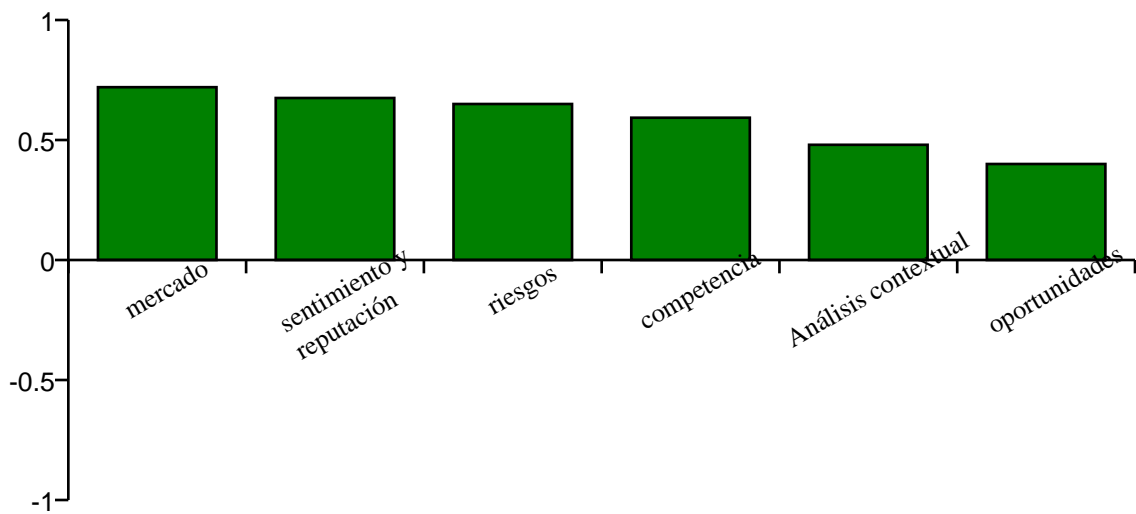
Periodo: 2025-09-17 a 2025-09-24

## Resumen Ejecutivo de KPIs

Menciones totales analizadas: 58  
Sentimiento General Promedio: 0.60

## Share of Voice vs. Competencia

Marca	Menciones	% SOV
The Core School	3	42.9%
ECAM	2	28.6%
ESCAC	2	28.6%



Durante el periodo analizado, The Core School logró un considerable Share of Voice (SOV) del 42.86% frente a sus principales competidores en el sector educativo, destacándose en el ámbito de la formación audiovisual y cinematográfica. Este resultado es indicativo de una presencia significativa en el mercado, aunque también señala áreas de mejora en comparación con competidores como ECAM y ESCAC, que han mantenido una visibilidad notable en categorías clave como el análisis de competencia y el análisis de sentimiento y reputación. Con un total de 58 menciones y un sentimiento promedio positivo de 0.60, The Core School está bien posicionada en términos de percepción pública, lo que sugiere una base sólida sobre la cual construir una estrategia de crecimiento.

En términos de implicaciones estratégicas, The Core School debería considerar fortalecer su presencia en las áreas donde los competidores han mostrado actividad, especialmente en el análisis de sentimiento y reputación donde actualmente no tiene menciones. Incrementar la participación en conversaciones y análisis en estas áreas podría mejorar aún más su percepción positiva y aumentar el SOV. Además, dado que ECAM y ESCAC son competidores directos con menciones destacadas, The Core School podría beneficiarse de un análisis más profundo de las estrategias de comunicación y marketing que estos utilizan, para identificar oportunidades de diferenciación y posicionamiento único en el mercado. En última instancia, una estrategia enfocada en ampliar la visibilidad en categorías menos exploradas y en reforzar la percepción positiva existente podría consolidar el liderazgo de The Core School en el sector.

## **Resumen Ejecutivo y Hallazgos Principales**

El mercado educativo audiovisual en España está experimentando un notable crecimiento, impulsado por una creciente demanda de programas especializados en cine, televisión y videojuegos. Este auge se debe en parte al dinamismo del sector audiovisual español y a la necesidad de profesionales altamente capacitados que puedan satisfacer las exigencias de la industria. Dentro de este contexto, The Core School se destaca particularmente en el ámbito de la producción televisiva en Madrid, consolidándose como un referente en esta área específica. Sin embargo, enfrenta una competencia significativa de otras instituciones prestigiosas como la ECAM y la ESCAC, que también gozan de una sólida reputación y mantienen fuertes vínculos con la industria.

El panorama competitivo es robusto, con varias escuelas ofreciendo programas que no solo cumplen con altos estándares educativos, sino que también proporcionan conexiones valiosas con el sector profesional. Esta competencia ha generado un entorno donde la calidad de la formación y las oportunidades laborales emergen como factores clave que los estudiantes consideran al elegir una institución. En general, el sentimiento hacia las instituciones educativas en el sector audiovisual es positivo, con estudiantes y profesionales valorando la calidad de la enseñanza y las perspectivas de carrera que estas instituciones ofrecen. Esto refleja una percepción favorable del mercado, que continúa atrayendo a nuevos talentos y fomentando el desarrollo de habilidades especializadas en el campo audiovisual.

## **Tendencias y Señales Emergentes**

## **\*\*Tendencias y Señales Emergentes\*\***

Durante el periodo del 9 al 16 de septiembre de 2025, se han observado cambios significativos en el sentimiento general y en la cuota de voz (SOV) en varias categorías de análisis. A continuación, se detallan estas variaciones y sus posibles implicaciones.

### **### Variaciones de Sentimiento**

#### **\*\*Sentimiento Total:\*\***

El sentimiento general ha experimentado un incremento notable de 0.598 en el índice de sentimiento. Este aumento sugiere una percepción más positiva en el mercado durante este periodo.

#### **\*\*Sentimiento por Categoría:\*\***

- **\*\*Análisis de Mercado:\*\*** Aumento de 0.72. Esto indica un optimismo creciente sobre las condiciones del mercado, lo cual podría estar impulsado por nuevas oportunidades o mejoras en la economía.
- **\*\*Análisis de Competencia:\*\*** Incremento de 0.593. La percepción sobre la competencia se ha vuelto más positiva, lo que podría deberse a estrategias exitosas de los competidores o a un entorno competitivo más saludable.
- **\*\*Análisis de Sentimiento y Reputación:\*\*** Subida de 0.675. Esto refleja una mejora en la percepción pública y reputacional, posiblemente por acciones efectivas de relaciones públicas.
- **\*\*Análisis de Oportunidades:\*\*** Aumento de 0.4. Indica que se perciben más oportunidades en el entorno, quizás por innovaciones o cambios en la demanda.
- **\*\*Análisis de Riesgos:\*\*** Incremento de 0.65. Aunque esta categoría también muestra un aumento, podría sugerir una mejor gestión de riesgos o una percepción de menor riesgo.
- **\*\*Análisis Contextual:\*\*** Crecimiento de 0.48. Esto podría reflejar una mejor comprensión del entorno y sus implicaciones.

### **### Cuota de Voz (SOV) por Categoría**

- **\*\*Análisis de Competencia:\*\*** Aumento del 60%. Este incremento significativo sugiere que las discusiones sobre la competencia han sido prominentes, posiblemente debido a movimientos estratégicos de los competidores o cambios en el mercado.
- **\*\*Análisis de Sentimiento y Reputación:\*\*** Sin cambios. La estabilidad en esta categoría puede indicar una percepción constante de la reputación en el mercado.

### **### Competidores Destacados**

Las menciones de los competidores ECAM y ESCAC han aumentado en 2 puntos cada uno. Este incremento podría deberse a campañas de marketing efectivas, lanzamientos de nuevos programas o colaboraciones estratégicas que han captado la atención del mercado.

### **### Tópicos Emergentes**

1. **\*\*Formación:\*\*** Con un aumento de 11 menciones, este tema destaca por su relevancia creciente. Podría ser una tendencia, dado el interés sostenido en el desarrollo de habilidades y educación continua.
2. **\*\*ECAM y ESCAC:\*\*** Ambos con un incremento de 9 y 7 menciones respectivamente, reflejan un interés renovado en estas instituciones, posiblemente por innovaciones o logros recientes.
3. **\*\*Cine:\*\*** Con 7 menciones adicionales, el cine sigue siendo un área de interés, lo que podría estar impulsado por nuevos lanzamientos o eventos en la industria.
4. **\*\*Educación y Formación Audiovisual:\*\*** Con aumentos de 6 y 5 menciones, respectivamente, estos temas sugieren un enfoque creciente en la educación especializada, lo cual podría ser una tendencia a largo plazo.

## **\*\*Análisis Competitivo\*\***

En el contexto actual del mercado educativo, The Core School se posiciona con un Share of Voice (SOV) total del 42.86%, lo que indica una presencia significativa en la conversación general. Sin embargo, un análisis más detallado por categorías revela áreas específicas donde la competencia tiene una ventaja, así como oportunidades para que The Core School mejore su posicionamiento.

## **\*\*Liderazgo en la Conversación Total y por Tema\*\***

- **\*\*Conversación Total:\*\*** The Core School lidera con un SOV del 42.86%. No obstante, cuando se desglosa por categorías, se observa que ECAM y ESCAC tienen una presencia notable en temas específicos.
- **\*\*Análisis de Competencia:\*\*** En esta categoría, The Core School tiene un SOV del 60% (3 de 5 menciones), liderando claramente frente a ECAM y ESCAC, que tienen un 20% cada uno. Aquí, The Core School mantiene una ventaja competitiva significativa.
- **\*\*Análisis de Sentimiento y Reputación:\*\*** The Core School no tiene menciones en esta categoría, mientras que ECAM y ESCAC comparten el liderazgo con un 50% cada uno. Esta brecha de 50 puntos porcentuales representa una oportunidad crítica para The Core School.

## **\*\*Brechas y Oportunidades\*\***

- **\*\*Brechas Significativas:\*\*** La falta de presencia en el "Análisis de Sentimiento y Reputación" es una brecha importante. Con 0 menciones frente a 2 de los competidores, The Core School está subrepresentado en esta área.
- **\*\*Oportunidades para Ganar Share:\*\*** Fortalecer la presencia en el "Análisis de Sentimiento y Reputación" es crucial. Mejorar la percepción y aumentar las menciones en esta categoría puede equilibrar el SOV y mejorar la percepción general de la marca.

## **\*\*Movimientos Competitivos Recomendados\*\***

- **\*\*Estrategia de Comunicación Proactiva:\*\*** Desarrollar una campaña específica para mejorar la percepción y aumentar las menciones en el "Análisis de Sentimiento y Reputación". Esto podría incluir testimonios de estudiantes y casos de éxito.
- **\*\*Colaboraciones Estratégicas:\*\*** Establecer alianzas con influenciadores en el ámbito educativo para aumentar la visibilidad y la presencia en conversaciones relevantes.
- **\*\*Monitoreo y Respuesta Activa:\*\*** Implementar un sistema de monitoreo constante para identificar menciones y responder activamente, especialmente en áreas donde actualmente hay una brecha significativa. Esto ayudará a mejorar el SOV en tiempo real y a abordar cualquier problema de reputación de manera efectiva.

Para capitalizar la oportunidad de expandir la oferta de programas en áreas emergentes como efectos visuales y animación, y captar el interés de jóvenes apasionados por el sector audiovisual, se recomienda implementar un plan de acción estratégico a corto y medio plazo. En el corto plazo, The Core School debería desarrollar campañas de marketing dirigidas específicamente a jóvenes interesados en carreras creativas. Estas campañas deben resaltar no solo la calidad educativa de los nuevos programas, sino también las oportunidades de networking y las conexiones con la industria que la escuela puede ofrecer. Esto ayudará a diferenciar a The Core School de la competencia y atraer a estudiantes potenciales, mitigando el riesgo de perder cuota de mercado frente a otras instituciones reconocidas.

A medio plazo, es crucial fortalecer las alianzas con la industria audiovisual para mejorar la visibilidad internacional de los programas ofrecidos. Esto puede lograrse mediante la colaboración con empresas líderes en efectos visuales y animación para ofrecer experiencias prácticas, talleres y proyectos conjuntos que enriquezcan el currículo académico. Además, ampliar la oferta de becas y ayudas financieras permitirá atraer a estudiantes talentosos de diversas procedencias, diversificando así el alumnado y aumentando la competitividad de la escuela. Este enfoque no solo aumentará la matrícula, sino que también consolidará la reputación de The Core School como una institución accesible y de alto prestigio en el ámbito de la educación creativa.

## **Correlaciones Transversales entre Categorías**

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

1. **\*\*Importancia Creciente de la Formación:\*\***

El tópico "formación" muestra una notable diferencia de sentimiento positivo en "Análisis de mercado" (0.729) frente a un sentimiento negativo en "Análisis contextual" (-0.6), con una diferencia de 1.329. Este tema está emergiendo con fuerza, ganando tracción en varias categorías, con un aumento de 11 menciones. Esto sugiere que la percepción y discusión sobre formación son factores críticos para el mercado y la competencia. Para validar esta hipótesis, se podría realizar un seguimiento de las menciones y el sentimiento en redes sociales y foros especializados, además de encuestas a los stakeholders clave. La implicación es que The Core School debe enfocarse en mejorar la percepción del contexto formativo, posiblemente ajustando su comunicación y adaptando sus programas a las necesidades del mercado.

2. **\*\*Jóvenes como Público Objetivo:\*\***

El análisis de "jóvenes" revela una diferencia significativa de sentimiento entre "Análisis de mercado" (0.7) y "Análisis de oportunidades" (-0.6), con una diferencia de 1.3. Esto indica una percepción mixta sobre las oportunidades para los jóvenes. Dado que el mercado tiene una visión positiva, pero las oportunidades parecen limitadas, The Core School podría explorar la creación de programas específicos que aborden directamente las necesidades de los jóvenes, mejorando las oportunidades percibidas. Para validar esta hipótesis, se pueden realizar focus groups con jóvenes para entender sus expectativas y barreras actuales. La recomendación es desarrollar estrategias de marketing y programas educativos que resalten las oportunidades reales para los jóvenes en el sector.

3. **\*\*Impacto de la Reputación y Sentimiento en la Competencia:\*\***

Se observa un cambio simultáneo significativo en la cuota de voz (SOV) y el sentimiento en la categoría "Análisis de competencia", con un delta de SOV de 60 puntos porcentuales y un cambio de sentimiento de 0.593. Esto sugiere que las percepciones del mercado están influenciando directamente la reputación competitiva. La hipótesis es que mejorar la percepción pública podría aumentar la cuota de mercado de The Core School. Para validar, se podría implementar un análisis de sentiment tracking en tiempo real y correlacionarlo con las métricas de participación de mercado. La implicación es que The Core School debe invertir en estrategias de reputación y posicionamiento de marca para mejorar su cuota de mercado, posiblemente a través de campañas de relaciones públicas y mejoras en la experiencia del cliente.

Estos insights destacan áreas clave donde The Core School puede actuar para fortalecer su posición en el mercado y mejorar su oferta educativa.

# Anexo: Análisis Detallado por Categoría

## Análisis de mercado

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.72
Distribución (P/N/N)	Pos: 20, Neu: 0, Neg: 0
Tema Principal	formación

El análisis del sentimiento en la sección específica de The Core School revela un sentimiento promedio de 0.72, significativamente superior al promedio general de 0.60, lo que indica una percepción positiva y optimista entre los participantes. La distribución del sentimiento, compuesta únicamente por comentarios positivos, refuerza esta interpretación, destacando una ausencia total de neutralidad o negatividad. Esta percepción positiva parece estar estrechamente vinculada a los temas más frecuentes, como "formación", "cine", "guiones", "educación" y "ECAM". La alta frecuencia del término "formación" sugiere que los participantes valoran positivamente las oportunidades educativas y de desarrollo profesional que ofrece The Core School, especialmente en áreas creativas como el cine y la escritura de guiones, lo cual es también reforzado por la mención de la ECAM, una institución reconocida en el ámbito cinematográfico. Este entorno favorable sugiere que The Core School debería continuar fortaleciendo y promoviendo sus programas educativos en estas áreas específicas, capitalizando el entusiasmo y la satisfacción actuales para atraer a más estudiantes potenciales y consolidar su reputación en el sector educativo cinematográfico.

## Análisis de competencia

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.59
Distribución (P/N/N)	Pos: 11, Neu: 3, Neg: 0
Tema Principal	producción de televisión

El análisis de competencia para The Core School revela un sentimiento promedio de 0.59, apenas por debajo del general de 0.60, lo que indica una percepción ligeramente menos positiva pero aún favorable en el contexto competitivo. La distribución del sentimiento, con 11 menciones positivas, 3 neutrales y ninguna negativa, sugiere una evaluación predominantemente positiva con poca polarización, lo que es inusual en análisis competitivos donde suelen surgir críticas. Los temas clave, como la "producción de televisión", "ESCAC", "escuelas" y "The Core School", están estrechamente vinculados con el sentimiento positivo, sugiriendo que las conversaciones giran en torno a la calidad y relevancia de la oferta educativa en comparación con competidores como ESCAC. La presencia de "creación de contenido" también refuerza esta percepción positiva, destacando un enfoque en habilidades prácticas y actuales que son valoradas en el mercado educativo. Un insight accionable para The Core School sería capitalizar esta percepción positiva fortaleciendo su posicionamiento en la producción de contenido y televisión, áreas donde parece destacar frente a la competencia. Esto podría lograrse mediante la ampliación de colaboraciones con la industria y la promoción de casos de éxito de sus estudiantes, consolidando así su reputación como líder en educación creativa y técnica.

## Análisis de sentimiento y reputación

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.67
Distribución (P/N/N)	Pos: 4, Neu: 0, Neg: 0
Tema Principal	ESCAC

El análisis de sentimiento y reputación para The Core School revela un sentimiento promedio de 0.67, superior al promedio general de 0.60, indicando una percepción positiva más pronunciada en esta categoría específica. La distribución del sentimiento es claramente positiva, sin presencia de opiniones neutras o negativas, lo que sugiere una percepción homogéneamente favorable. Los temas clave identificados, como ESCAC, ECAM y formación audiovisual, aparecen con mayor frecuencia y están intrínsecamente ligados al sentimiento positivo predominante. La mención repetida de instituciones educativas de renombre y el enfoque en la formación audiovisual sugieren que estos aspectos son bien valorados por los stakeholders. Este contexto positivo puede estar impulsado por la percepción de calidad y prestigio asociada a estas instituciones y la oferta educativa en el ámbito audiovisual. Un insight accionable para The Core School sería capitalizar esta percepción positiva fortaleciendo alianzas estratégicas con instituciones como ESCAC y ECAM, y destacando su compromiso con la excelencia en la formación audiovisual, lo cual podría consolidar aún más su reputación y atraer a un público interesado en estas áreas específicas.

## Análisis de oportunidades

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.40
Distribución (P/N/N)	Pos: 5, Neu: 2, Neg: 1
Tema Principal	formación

El análisis del sentimiento en la sección de oportunidades para The Core School revela un promedio de 0.40, notablemente inferior al sentimiento general de 0.60, lo que indica una percepción más reservada o crítica en esta área. La distribución del sentimiento, con cinco menciones positivas, dos neutrales y una negativa, sugiere una polarización hacia lo positivo, aunque con una presencia significativa de neutralidad y una menor proporción de negatividad. Los temas clave que emergen, como "formación" y "flexibilidad laboral" con mayor frecuencia, junto a "salarios", "trabajos audiovisuales" y "experiencia", están intrínsecamente ligados al sentimiento observado. La formación y la flexibilidad laboral parecen ser aspectos que generan una percepción positiva, posiblemente debido a su alineación con las expectativas de desarrollo profesional y equilibrio vida-trabajo. Sin embargo, la mención de salarios, aunque menos frecuente, podría estar contribuyendo al sentimiento negativo, sugiriendo una posible preocupación sobre la competitividad salarial en el sector. La recomendación para The Core School es capitalizar en la promoción de sus fortalezas en formación y flexibilidad laboral mientras aborda de manera proactiva las inquietudes salariales para mejorar el sentimiento general y aprovechar plenamente las oportunidades de mercado.



## Análisis de riesgos

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.65
Distribución (P/N/N)	Pos: 2, Neu: 0, Neg: 0
Tema Principal	becas

El análisis del sentimiento en la sección específica de The Core School revela un sentimiento promedio de 0.65, ligeramente superior al promedio general de 0.60, lo que indica una percepción más positiva en esta área. La distribución del sentimiento es completamente positiva, sin presencia de comentarios neutrales o negativos, lo que sugiere una falta de polarización y una aceptación general favorable. Los temas clave identificados, como 'becas', 'escuelas de cine', 'ECAM', 'ESCAC' y 'Berklee College of Music', están estrechamente vinculados a este sentimiento positivo. La mención recurrente de 'becas' sugiere que las oportunidades financieras accesibles son un factor significativo para la percepción favorable, mientras que la referencia a instituciones reconocidas como ECAM, ESCAC y Berklee College of Music puede estar asociada con la reputación y calidad educativa percibida. Para The Core School, un insight accionable es capitalizar esta percepción positiva fortaleciendo y promoviendo aún más sus programas de becas y colaboraciones con instituciones prestigiosas, lo cual puede consolidar su posición en el mercado y atraer a más estudiantes potenciales.

## Análisis contextual

Métrica	Valor
Sentimiento Promedio	0.48
Distribución (P/N/N)	Pos: 8, Neu: 0, Neg: 2
Tema Principal	sector audiovisual

El análisis contextual revela que el sentimiento promedio de la sección, con un valor de 0.48, es notablemente inferior al promedio general de 0.60, sugiriendo una percepción más crítica o menos positiva en esta área específica. La distribución del sentimiento, con ocho menciones positivas y dos negativas, sin neutralidad, indica una polarización leve pero significativa, donde los temas tratados generan opiniones divididas. Los temas clave identificados, como el "sector audiovisual", "jóvenes", "nuevas tecnologías", "cine" y "carreras creativas", son cruciales para entender este sentimiento. La presencia predominante de temas relacionados con el sector audiovisual y las carreras creativas, junto con las menciones de nuevas tecnologías, sugiere que las discusiones se centran en las oportunidades y desafíos que enfrentan los jóvenes en estos campos emergentes. Las menciones negativas podrían estar vinculadas a preocupaciones sobre la viabilidad o el acceso a estas carreras, mientras que las positivas reflejan el entusiasmo por las posibilidades innovadoras que ofrecen. Para The Core School, un insight accionable sería fortalecer su propuesta de valor en torno a las carreras creativas y tecnologías emergentes, posiblemente mediante el desarrollo de programas que aborden estas preocupaciones y promuevan la accesibilidad y relevancia en el sector audiovisual, asegurando que los estudiantes perciban claras oportunidades de crecimiento y éxito en sus campos de interés.