



BASES DEL CONCURSO

DuocUC  Sede
Plaza Vespucio



QUÉ ES DATA FINDERS

El primer concurso de investigación de mercado en educación superior tiene como objetivo plantear un desafío en torno a una problemática específica de una empresa, aportando así un valor significativo a la investigación de mercado en el contexto nacional. Este concurso establece un vínculo entre las empresas y las instituciones de educación superior, potenciando el rol de la investigación de mercado como una herramienta estratégica.

Además, los equipos finalistas tendrán la oportunidad de recibir mentorías de expertos de la industria, lo que enriquecerá su experiencia, conocimientos y fomentará una vinculación temprana con el mundo profesional.



ETAPAS

El concurso se divide en las siguientes fases:

Primera fase:

La organización proporcionará a los participantes un brief que contendrá la información necesaria para que desarrollen una propuesta de Investigación de Mercados. Este brief incluirá la problemática, los antecedentes, el propósito, y los objetivos generales y específicos.

Los estudiantes deberán elaborar un proyecto de investigación que contemple los siguientes elementos:

- Antecedentes
- Propósito
- Objetivo general y específicos
- Metodología (cualitativa y/o cuantitativa, grupo objetivo, diseño muestral)
- Entregables (instrumentos de investigación)
- Carta Gantt

Estos componentes estarán directamente relacionados con el desafío propuesto. Durante esta fase, se evaluarán las propuestas presentadas y se seleccionarán las mejores para avanzar a la final. El concurso proporcionará los objetivos centrales, permitiendo que cada equipo agregue otros objetivos si lo consideran necesario, con el fin de diferenciar su propuesta.

1.a. Selección de semifinalistas: Serán considerados semifinalistas aquellos equipos que, de acuerdo con criterios automatizados basados en las bases, superen la primera etapa de evaluación.

1.b. De estos equipos semifinalistas, un jurado calificado seleccionará un máximo de 8 equipos que avanzarán a la siguiente fase en condición de finalistas.

Segunda fase:

En esta etapa, los 8 equipos seleccionados por el jurado, deberán aplicar los instrumentos de investigación y analizar los resultados obtenidos.

2.a. Mentorías: Cada equipo finalista tendrá acceso a mentorías impartidas por expertos de la industria, quienes les ayudarán a mejorar sus proyectos.

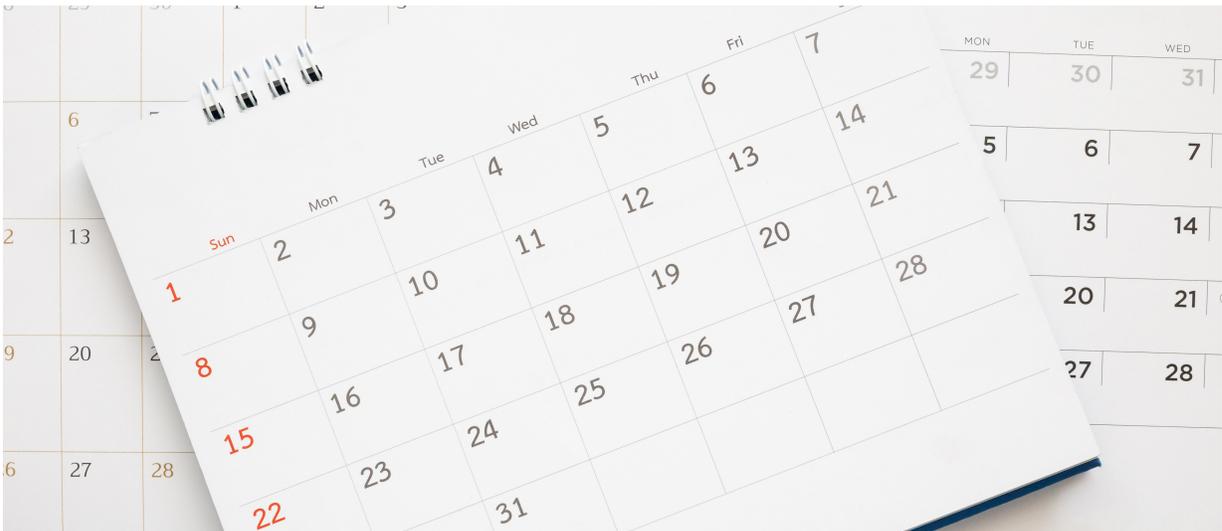
Fase final:

Se premiará con el primer lugar al equipo que implemente metodologías de investigación innovadoras y utilicen instrumentos que logren aportar hallazgos significativos, además se reconocerá un segundo y tercer lugar.

Se espera que los equipos participantes adopten una mentalidad y comportamientos propios de profesionales en el ámbito de la investigación de mercados. Los participantes deben desarrollar una metodología estratégica, creativa y robusta que responda a los objetivos establecidos por el concurso.

FECHAS CLAVES

- 1º Inscripción: Del lunes 09 al lunes 30 de septiembre
- 2º Entrega de caso a estudiantes: 01 de octubre
- 3º Plazo de recepción de propuestas Primera Fase en plataforma: Hasta el 21 de octubre
- 4º Selección de finalistas: jueves 24 de octubre. Los comentarios y observaciones llegan a equipos de forma automatizada
- 5º Publicación de equipos finalistas: 25 de octubre
- 6º Periodo de mentorías a proyectos finalistas: Del 28 y 30 de octubre.
- 7º Plazo de recepción de propuestas Segunda Fase en plataforma hasta el 15 de noviembre
- 8º Jura final: 19 de noviembre
- 9º Premiación: 21 de noviembre



PROCEDIMIENTO

1. Inscripción de equipos:

Los equipos deben registrarse en la plataforma online del concurso www.datafinders.cl en la sección de REGISTRO. Uno de los participantes será responsable de inscribir a su equipo, incluyendo tanto a los estudiantes como a su tutor académico.

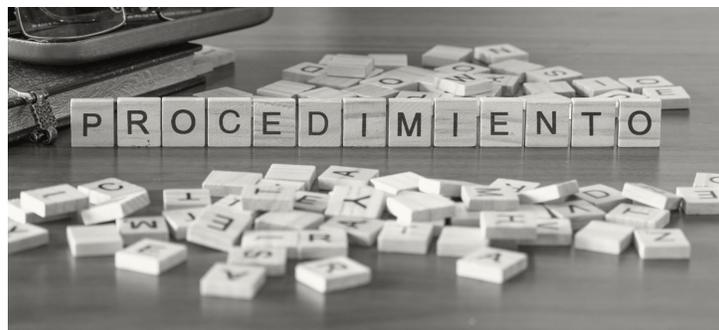
2. Entrega del caso a estudiantes:

- a) Se enviará un documento con el brief de investigación por correo electrónico al responsable de cada equipo.
- b) Presentación en video: la marca presentará el enfoque de la investigación de manera clara y específica, indicando lo que espera conocer.
- c) Los participantes utilizarán la plataforma designada para cargar y enviar sus propuestas, que pueden incluir documentos, presentaciones u otros materiales requeridos.

3. Plazo de recepción de propuestas Primera Fase: Al finalizar el plazo, la plataforma dejará de aceptar propuestas. Es esencial que los participantes envíen sus propuestas antes de la fecha límite.

4. Selección de semifinalistas y jura de evaluación: Una vez cerrada la recepción de propuestas de Promera Fase, éstas serán evaluadas por un jurado experto, basado en criterios predefinidos. Los equipos recibirán notificaciones sobre el estado de sus propuestas, junto con las observaciones del jurado.

5. Publicación de equipos finalistas: El jurado seleccionará a 8 finalistas tras una evaluación exhaustiva de las propuestas, considerando factores como la innovación, viabilidad, impacto y alineación con los objetivos del concurso. Los finalistas serán notificados vía correo electrónico al responsable de cada equipo.



PROCEDIMIENTO

6. Periodo de mentorías para finalistas:

Los equipos finalistas participarán en sesiones de mentoría con expertos de la industria, quienes les proporcionarán orientación para perfeccionar sus proyectos.

7. Plazo de recepción de propuestas Segunda Fase:

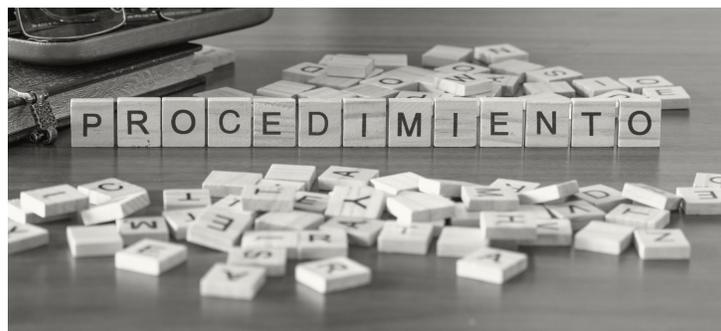
Al finalizar la Segunda Fase, la plataforma dejará de aceptar proyectos. Es importante que los finalistas entreguen sus propuestas antes de la fecha y hora límite.

8. Jura final:

Las propuestas serán evaluadas por un jurado diferente al de la fase anterior, basándose en criterios preestablecidos. Los finalistas recibirán las observaciones del jurado después de la ceremonia de premiación, a través de un correo electrónico enviado al responsable de cada equipo.

9. Ceremonia de premiación:

La ceremonia reunirá a los finalistas, jurados y autoridades de las instituciones organizadoras. Durante este evento se anunciará al equipo ganador del concurso.



QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR

- Podrán participar estudiantes que hayan cursado uno o más cursos de investigación de mercado de su malla académica, que provengan de las instituciones de educación superior invitadas por la organización y que pertenezcan a las carreras de Ingeniería en Marketing, Ingeniería en Administración mención Marketing, Ingeniería Comercial y Publicidad.
- La invitación excluye a los alumnos que se encuentren haciendo práctica laboral o en la asignatura final de su carrera en curso, excluye egresados y titulados.
- La participación es a través de equipos de trabajo con un mínimo de 3 y un máximo de 4 integrantes. Los estudiantes solo pueden integrar un equipo.
- Se solicitará que los estudiantes se inscriban con un tutor académico de la institución que representan, puede ser docente o administrativo.
- Una vez que la marca sea dada a conocer y para asegurar un ambiente justo y equitativo, no se aceptará la participación de tutores académicos ni alumnos que estén relacionados con la Marca, sus competidores directos o las agencias asociadas.

JURADOS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Jurado de Elección de Finalistas

Este Jurado tendrá la misión de elegir a los finalistas.

Estará compuesto por un grupo experimentado y multidisciplinario de profesionales del área de la investigación y marketing, representantes de la marca, y académicos de las distintas instituciones participantes.

El Jurado podrá descalificar una propuesta si considera que no cumple con las Bases.

Jurado de Elección de Ganador

Estará compuesto por un grupo experimentado y multidisciplinario de profesionales del área de la investigación y marketing, representantes de las Marcas, y académicos.

La organización tiene la facultad de rechazar, descalificar o anular una propuesta.

JURADOS Y CRITERIOS

Criterios de Evaluación SemiFinal

Cada propuesta se evaluará según los criterios mencionados a continuación:

- Antecedentes del estudio (comprensión adecuada del contexto de la investigación)
- Metodología apropiada a los objetivos.
- Innovación en la propuesta
- Viabilidad de la propuesta.

El Concurso solicita como entregable para la primera fase:

PRIMERA FASE: Información de la metodología y diseño de instrumentos, (ver detalle en sección ETAPAS de estas bases).

Criterios de Evaluación Final

Cada propuesta se evaluará considerando los criterios que se mencionan a continuación:

- Correcta metodología: 25%
- Innovación en la propuesta: 25%
- Presentación de resultados: 10%
- Hallazgos e insight significativos: 40%

Etapa final

Para que los jurados puedan realizar una evaluación adecuada, es fundamental que los equipos participantes incluyan información detallada sobre la metodología e instrumentos utilizados, así como los resultados obtenidos. Esta información debe estar entregada en el Formulario de Participación, que se encuentra en la plataforma del concurso, además cada equipo debe entregar un Video de Presentación de la propuesta, acompañado de una infografía y de la declaración de hallazgos e insight encontrados en la investigación. Asegurarse de que estos elementos estén completos y bien presentados, ya que de eso dependerá el éxito de su propuesta.

No se aceptará información complementaria.

TÉRMINOS Y CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

- Al inscribirse los equipos aceptan los aspectos entregados en las Bases del Concurso.
- Que toda la información recibida por parte de las Marcas, serán utilizados sólo con fines académicos, garantizando absoluta reserva sobre ella.
- Que el tutor y los estudiantes declaren no tener vínculo con la Marca, su competencia directa y/o alguna de sus agencias.
- Todo lo desarrollado durante el concurso será considerado propiedad intelectual del mismo. Al inscribirse en el concurso, los participantes aceptan que los derechos sobre estas creaciones serán transferidos a la organización del concurso, quien se reserva el derecho de uso.

