



DATA FINDERS 2025

Concurso de Investigación de Mercado

1. Presentación general

Data Finders es el primer concurso de investigación de mercado orientado a estudiantes de pregrado que busca potenciar el pensamiento crítico, planteando 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 en la industria.

En esta versión 2025, el concurso cuenta con el respaldo de **AIM Chile** (Asociación de Investigadores de Mercado y opinión pública) y el patrocinio de marcas reales.

El concurso es 100% gratuito para las instituciones y se desarrolla entre los meses de **agosto a noviembre de 2025**.

2. Quiénes pueden participar

- Estudiantes regulares de carreras de Publicidad, Marketing o afines.
- La participación es a través de equipos de trabajo con un mínimo de 3 y un máximo de 4 integrantes.
- Los estudiantes solo pueden participar de una propuesta.
- Cada equipo debe tener un/a docente tutor/a institucional, el tutor si puede acompañar más de una propuesta.

No pueden participar:

- Estudiantes que se encuentren en práctica profesional o proceso de titulación.



- Estudiantes o docentes con vínculos directos con las marcas auspiciadoras o que se encuentren trabajando en empresas vinculadas a estudios de mercado.

3. Evaluación

La evaluación estará a cargo de un jurado compuesto por profesionales destacados del sector, incluyendo socios de la AIM, representantes de la AMDD, miembros del equipo de las marcas auspiciadoras y representantes del mundo académico.

3.1 Primera fase: Diseño del Proyecto de Investigación

La organización proporcionará a los equipos participantes un **brief** que contendrá toda la información necesaria para el desarrollo de una propuesta de investigación de mercados. Este documento incluirá:

- La problemática a investigar
- Antecedentes clave
- Propósito del estudio
- Objetivos generales y específicos

Con base en este brief, los estudiantes deberán elaborar un proyecto de investigación que considere los siguientes componentes:

- **Antecedentes**
- **Propósito del estudio**
- **Objetivo general entregado en el caso**
- **Objetivos específicos entregados y propuesta complementaria**



- **Metodología propuesta** (cualitativa y/o cuantitativa, definición del grupo objetivo, diseño muestral)
- **Entregables esperados** (instrumentos de recolección de información)
- **Carta Gantt de planificación**

Estos elementos deberán estar directamente relacionados con el desafío planteado por las marcas auspiciadoras. El concurso entregará objetivos centrales obligatorios, pero cada equipo podrá incluir objetivos adicionales si lo considera pertinente para enriquecer y diferenciar su propuesta.

Durante esta fase, se evaluarán las propuestas presentadas y se seleccionarán aquellas que pasen a la siguiente etapa.

3.1.a. Entrega de propuestas de primera fase

Las entregas de primera fase deberán ser cargadas en tiempo y forma en la plataforma oficial del concurso, estableciendo como fecha límite el 25 de septiembre a las 20 horas.

3.1.b. Selección de semifinalistas

Serán considerados **semifinalistas** aquellos equipos que, de acuerdo con los criterios establecidos en las presentes bases y mediante evaluación técnica, cumplan en su totalidad de los entregables de esta primera fase.

3.1.c Selección de finalistas

Los equipos semifinalistas pasarán a la fase de jura, donde se seleccionarán las 8 mejores propuestas, que avanzarán a la segunda fase de aplicación y análisis.

3.2 Segunda fase: Aplicación y Análisis

En esta etapa, los equipos finalistas, deberán **aplicar los instrumentos de investigación definidos en su propuesta y analizar los resultados obtenidos**, articulando los hallazgos con los objetivos previamente establecidos.

3.2.a. Mentorías



Cada equipo finalista tendrá acceso a un proceso de mentorías, impartidas por expertos de la industria vinculados a AIM, quienes los acompañarán en el perfeccionamiento metodológico y estratégico de su propuesta, con miras a la entrega final.

3.2.b. Entrega de propuestas de segunda fase

Los equipos finalistas deben cargar propuestas en la plataforma oficial del concurso, estableciendo como fecha límite el 27 de octubre a las 20 horas.

3.2.c. Jura final

Las propuestas finalistas pasarán a la fase de jura, donde se seleccionarán las 3 mejores propuestas, de acuerdo con los criterios de evaluación especificados en estas bases, indicando PRIMER LUGAR, SEGUNDO LUGAR y TERCER LUGAR de acuerdo con el puntaje obtenido.

4. Premiación

La ceremonia de premiación se realizará de manera presencial el día 4 de noviembre en Duoc UC Sede Plaza Vespucio en horario a definir y comunicar.

5. Cronograma 2025

Fechas Clave – Data Finders 2025

1. Entrega del caso 29 de agosto de 2025

Se envía a los equipos participantes el caso propuesto por la marca.

2. Presentación del caso por parte de la marca entre el 29 de agosto y el 2 de septiembre de 2025

La marca auspiciadora se presenta ante los equipos para contextualizar el desafío.

3. Cierre de propuestas – Fase 1 25 de septiembre 2025

Los equipos entregan su propuesta de investigación: enfoque, objetivos, metodología y cronograma.

4. Jura semifinal 29 de septiembre de 2025

Evaluación de todas las propuestas por parte del jurado para seleccionar a los finalistas.

5. Publicación de equipos finalistas 30 de septiembre de 2025

Anuncio oficial de los equipos que pasan a la etapa final.

6. Mentorías a equipos finalistas 3 y 4 de octubre de 2025

Instancias de asesoría y retroalimentación con mentores de la AIM.

7. Cierre de propuestas – Fase 2. 27 de octubre de 2025

Entrega final de informes con resultados de campo, análisis y conclusiones.

8. Jura final 29 y 30 de octubre de 2025

Evaluación de los informes finales y presentaciones de los equipos ante el jurado definitivo.

9. Premiación presencial 4 de noviembre de 2025

Ceremonia oficial de cierre y anuncio de los equipos ganadores de Data Finders 2025.

6. Entregables por fase

Fase 1	Entregables	Formato
1	Proyecto de investigación	PDF Peso máx: 5MB
1	Gantt adjunto	Excel o PDF

Fase 2	Entregables	Formato
Fase2	Informe de hallazgos + instrumento aplicado + insight	PDF
Fase2	Video Duración máxima: 3 minutos	MP4 Formatos permitidos: .mp4 / .mov / .wmv / .avi

		Peso máx: 300 MB
Fase2	Brochure de hallazgos	PDF Peso máx: 30 MB
Fase2	Base de datos de resultados	Excel y/o PDF 5MB

7. Premiación y beneficios

Para estudiantes:

- Certificado de finalistas y/o ganadores.
- Informe de retroalimentación.
- Publicación en redes de AIM, marca y organizadores.

Para docentes tutores:

- Certificado de participación.
- Reconocimiento oficial por su rol formativo.

Para instituciones:

- Mención en comunicaciones oficiales y redes del concurso.
- Vínculo con AIM y acceso a instancias futuras de colaboración.

8. Bases legales

- Los datos entregados son entregados para fines académicos.
- Las propuestas son de uso formativo; su explotación comercial está prohibida.
- La organización podrá usar fragmentos de los entregables para fines de difusión.