



METODOLOGÍA DE SCOUTING DE STARTUPS Y SOLUCIONES INNOVADORAS: cómo encontrar aliados y proveedores innovadores



Índice

3 INTRODUCCIÓN

4 SCOUTING VS. RADAR TECNOLÓGICO

5 PASOS PARA REALIZAR UN SCOUTING

PASO 1. DEFINIR LA NECESIDAD

PASO 2. PREPARAR LA BÚSQUEDA

PASO 3. CRITERIOS Y BASE DE DATOS DE EVALUACIÓN

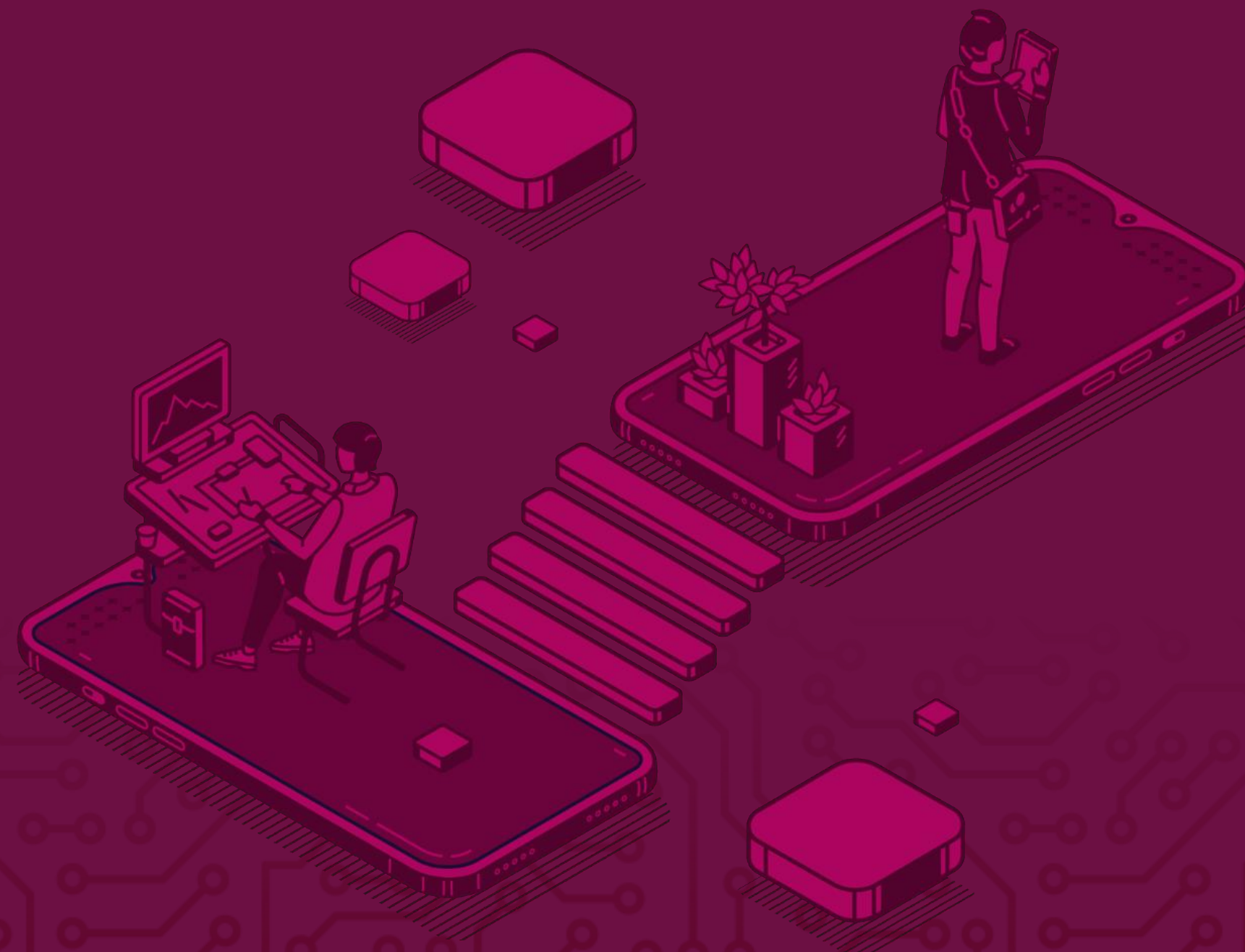
PASO 4. CONSTRUIR UNA LISTA LARGA

PASO 5. PRIORIZAR PARA LLEGAR A UNA LISTA CORTA

PASO 6. CONTACTO Y VALIDACIÓN DE PROVEEDORES

12 BUENAS PRÁCTICAS Y ERRORES COMUNES

13 FUENTES



Introducción

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, identificar soluciones y colaboradores externos de forma temprana es clave. Las organizaciones necesitan explorar el mercado de manera sistemática para incorporar capacidades, eficiencia e innovación.

Este manual describe un proceso de scouting estructurado, desde la definición de la necesidad hasta la selección de proveedores, con un método claro para mejorar la búsqueda de soluciones externas.



Scouting vs. Radar tecnológico

DOS ENFOQUES COMPLEMENTARIOS, CON OBJETIVOS DISTINTOS

El scouting y el radar tecnológico son dos formas de trabajar la innovación externa, pero responden a momentos y necesidades diferentes dentro de la organización.

DIFERENCIAS CLAVES

ASPECTO	SCOUTING	RADAR TECNOLÓGICO
PROPÓSITO	Resolver una necesidad concreta	Monitorizar el mercado de forma continua
ACTIVACIÓN	Reactivo (cuando surge una necesidad)	Proactivo y permanente
HORIZONTE TEMPORAL	Puntual y acotado	Continuo en el tiempo
RESULTADO	Selección de proveedores y soluciones	Visión general de tendencias y actores
NIVEL DE DETALLE	Análisis profundo de candidatos	Análisis amplio y exploratorio

Pasos para realizar un scouting



Paso 1

DEFINIR LA NECESIDAD

Una definición clara de la necesidad agiliza el scouting y mejora la calidad de los resultados. No es necesario una RFP completa, pero sí un contexto y alcance mínimos con las áreas responsables.

ELEMENTOS CLAVE

CONTEXTO Empresa o línea de negocio implicada.	OBJETIVO Problema a resolver y propósito.	REQUISITOS PRIORITARIOS Criterios técnicos o de negocio y compatibilidades clave.	TIPO DE COLABORACIÓN Compra de solución vs. desarrollo conjunto.
NIVEL DE INNOVACIÓN (TRL) Requerido.	ALCANCE GEOGRÁFICO Del proveedor.	KPIs Métricas a mejorar con la solución.	

Paso 2

PREPARAR LA BÚSQUEDA

Antes de iniciar el scouting, conviene definir algunos elementos para estructurar y estandarizar la búsqueda y evaluación.

ELEMENTOS CLAVE

OBJETIVO DE BÚSQUEDA

Definir tamaño de lista larga y corta según los proveedores finales deseados.

FUENTES DE BÚSQUEDA

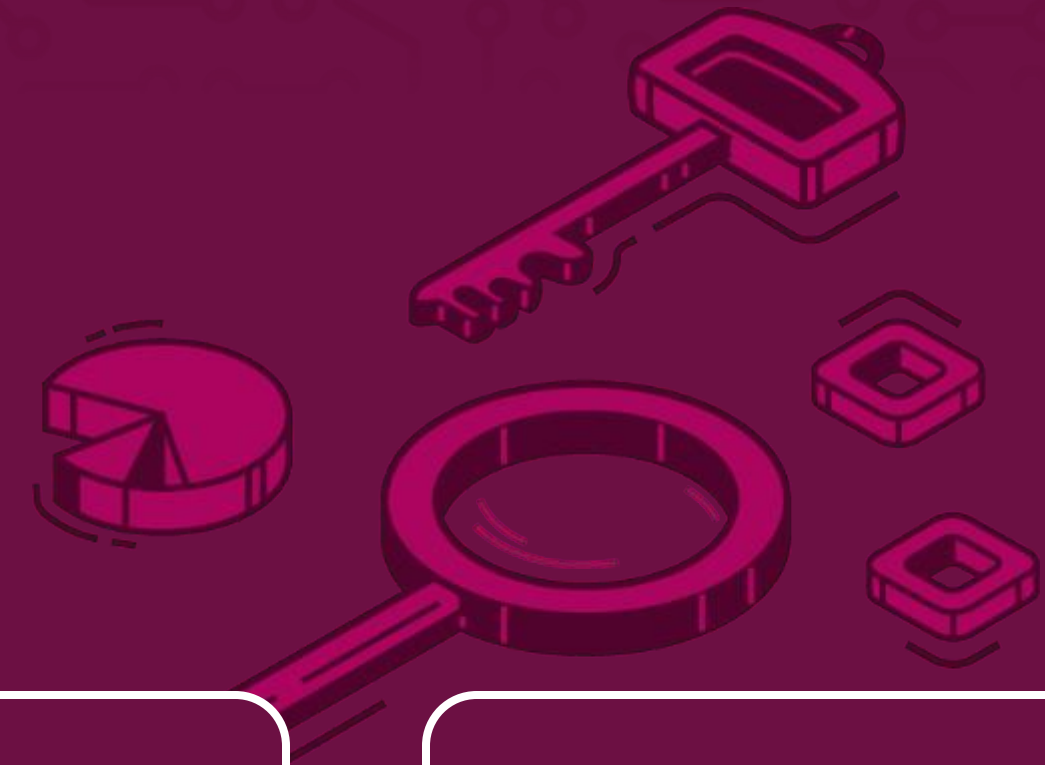
Asociaciones, eventos, bases de datos, buscadores e IA generativa.

CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN

Máximo 4-5 criterios con ponderación y scoring.

BASE DE DATOS

Plantilla o herramienta para recopilar información y hacer seguimiento.



Paso 3

CRITERIOS Y BASE DE DATOS DE EVALUACIÓN

Para asegurar una evaluación homogénea y trazable, se definen criterios de priorización y una estructura estándar de recogida de información.

EJEMPLOS DE CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN



- ✦ Cumplimiento de la necesidad.
- ✦ Madurez tecnológica.
- ✦ Equipo.
- ✦ Cercanía geográfica.
- ✦ Solvencia de la empresa.

EJEMPLOS DE CAMPOS DE LA BASE DE DATOS



- ✦ Nombre y web del proveedor.
- ✦ Descripción y solución ofrecida.
- ✦ Información y estado del contacto.
- ✦ Puntuación por criterio y total.

Paso 4

CONSTRUIR UNA LISTA LARGA

En esta fase ponemos en marcha todo lo definido previamente.

BÚSQUEDA

Identificar proveedores o agentes innovadores mediante palabras clave y fuentes predefinidas.

REGISTRO

Recopilar los proveedores en una base de datos con la información clave para su evaluación.

IMPORTANTE

Al tratarse de una lista larga, conviene incluir opciones aunque no cumplan todos los requisitos. Más adelante habrá tiempo para priorizar y descartar alternativas.



Paso 5

PRIORIZAR PARA LLEGAR A UNA LISTA CORTA

Una vez definida la lista larga, se aplican los criterios de evaluación para identificar los proveedores con mejor encaje.

EVALUACIÓN:

Aplicar el *scoring* definido para comparar soluciones de forma homogénea.

PRIORIZACIÓN:

Ordenar proveedores según puntuación e identificar fortalezas y debilidades.

SELECCIÓN:

Definir la lista corta con los candidatos más relevantes a contactar.

Paso 6

CONTACTO Y VALIDACIÓN DE PROVEEDORES

El proceso puede variar según la empresa: RFP o concurso con requisitos detallados, o bien un pre-contacto con la lista corta para validar el encaje mediante llamadas o reuniones breves.

Este primer contacto permite ajustar la lista corta, descartando proveedores por falta de respuesta, encaje o capacidad.

REGISTRO CLAVE: quién contacta, cuándo, por qué canal y qué respuesta se obtiene.



Buenas prácticas y errores comunes

Resumen de aprendizajes para mejorar el proceso de scouting
y evitar fallos habituales.

BUENAS PRÁCTICAS

- ✓ Definir bien la necesidad antes de buscar
- ✓ Mantener criterios de evaluación simples
- ✓ No descartar proveedores demasiado pronto
- ✓ Documentar todas las interacciones
- ✓ Involucrar a negocio y áreas técnicas desde el inicio

ERRORES COMUNES

- ✗ Buscar sin criterios claros
- ✗ Lista larga demasiado limitada
- ✗ Recoger información irrelevante para la decisión
- ✗ Evaluación subjetiva o sin metodología común
- ✗ Contacto con proveedores demasiado tarde

Fuentes



TECHNOLOGY SCOUTING AS A STRATEGIC EARLY WARNING SYSTEM
Lead Innovation



*TECHNOLOGY INDUSTRY OUTLOOK 2025
(AI & INNOVATION TRENDS)*
Deloitte Insights



*FROM SCOUTING TO SCALE: HOW INNOVATION TEAMS EVALUATE
EMERGING TECHNOLOGIES*
Traction Technology



THE NEW INNOVATION SCOUTING STACK
FounderNest



HOW AI IS TRANSFORMING TECHNOLOGY SCOUTING
Traction Technology



INNOVATION & SCOUTING REPORT FOUNDERNEST



TECH TRENDS 2026
Deloitte Insights

