

tech.la

2026

TECH.LA EDICIÓN 2026

Criterios de
evaluación

PAISANOS | fardo®

Index

Negocio	Pág. 4
Estrategia de Producto	Pág. 5
UX	Pág. 6
Diseño	Pág. 7
Tecnología	Pág. 8
Innovación / Creatividad	Pág. 9
Impacto	Pág. 10
Escalabilidad	Pág. 11
Data & AI	Pág. 12
Experiencia Integral	Pág. 13
Comunidad	Pág. 14
Brand & Comunicación	Pág. 15

Pertenencia no es visibilidad

Anexo de Criterios de Evaluación por Categoría

Este documento es una guía para founders y para el jurado. Describe qué evalúa cada categoría, qué señales positivas busca el jurado y en qué se diferencia de categorías similares. Su objetivo es eliminar ambigüedad y que cada postulación sea evaluada con el mismo criterio.

01. Negocio

Evalúa la solidez del modelo de negocio: si el problema es real, si hay demanda probada y si la propuesta de valor es coherente con el mercado.

Criterio	Descripción
Claridad del problema y del cliente	¿Está bien definido a quién le duele el problema y por qué les importa resolverlo hoy?
Modelo de ingresos con lógica	¿Cómo generan dinero? ¿El modelo es coherente con el tipo de cliente y el problema que resuelven?
Tracción real	Usuarios pagos, revenue, contratos firmados, growth sostenido. No proyecciones: evidencia.
Tamaño de oportunidad	¿Es un problema lo suficientemente grande o frecuente como para justificar construir una empresa?
Coherencia propuesta-mercado	¿Lo que ofrecen es lo que el mercado necesita, al precio que puede pagar, con el canal adecuado?

Señales que hacen destacar una postulación

- Revenue real o LOIs firmados
 - Churn bajo o retención alta
 - Crecimiento consistente mes a mes
- ICP muy bien definido (no 'todos')
 - Modelo simple y difícil de replicar

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ Esta categoría no premia el producto más lindo ni la tecnología más sofisticada. Premia que el negocio funcione: que alguien pague, que vuelva, y que haya un camino claro hacia la sustentabilidad.

Inspirado en criterios de evaluación de Y Combinator, Endeavor y 500 Startups.

03. Estrategia de Producto

Evalúa si el equipo sabe qué construir, en qué orden y por qué. No el producto en sí, sino el criterio detrás de las decisiones de producto.

Criterio	Descripción
Claridad de visión	¿Hay una visión de largo plazo que guía las decisiones? ¿El equipo puede articularla con precisión?
Criterio de priorización	¿Por qué construyeron lo que construyeron primero? ¿Qué dejaron afuera y por qué?
Alineación problema-solución-roadmap	¿Cada feature resuelve algo concreto del problema central? ¿O hay 'feature soup'?
Feedback loop con usuarios	¿Cómo incorporan aprendizajes al roadmap? ¿Hay evidencia de iteración basada en uso real?
Manejo del scope	¿Saben decir que no? Un roadmap con foco dice más que uno lleno de features.

Señales que hacen destacar una postulación

- Roadmap con hipótesis claras, no lista de deseos
- Decisiones de producto documentadas con razonamiento
- Ejemplos concretos de cosas que descartaron y por qué
- Métricas de producto que guían prioridades
- Visión a 3+ años consistente con el foco actual

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ No es UX (cómo se siente usar el producto) ni Tecnología (cómo está construido). Es el pensamiento estratégico detrás de qué existe en el producto y qué no.

Basado en frameworks de Marty Cagan (SVPG), Lenny Rachitsky y el modelo de producto de empresas como Linear, Figma y Notion.

04. UX

Evalúa qué tan fácil y natural es usar el producto. No el diseño visual, sino la calidad de la experiencia: ¿el usuario logra lo que vino a hacer sin fricción innecesaria?

Criterio	Descripción
Onboarding efectivo	¿Hay una visión de largo plazo que guía las decisiones? ¿El equipo puede articularla con precisión?
Flujos principales sin fricción	¿Las tareas core se completan con el mínimo de pasos posible? ¿Hay puntos de abandono evidentes?
Comprensión del modelo mental del usuario	¿El producto habla el lenguaje del usuario? ¿Las etiquetas, mensajes y estructuras son intuitivos para quien lo usa?
Manejo de errores y estados edge	¿Qué pasa cuando algo sale mal? ¿Hay mensajes de error útiles, estados vacíos bien pensados, feedback claro?
Evidencia de testing con usuarios	¿Hay datos de uso, sesiones de testing o métricas de experiencia que demuestren que el flujo fue validado?

Señales que hacen destacar una postulación

- Demo que muestra un usuario real completando una tarea sin ayuda
- Métricas de onboarding o activación
- Comparación antes/después de una iteración de UX
- Evidencia de research: entrevistas, tests de usabilidad, heatmaps
- Flujos que sorprenden por su simplicidad

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ UX no es diseño visual (paleta, tipografía, ilustraciones) — eso corresponde a la categoría Diseño. UX tampoco es estrategia de producto: se evalúa la ejecución de la experiencia, no el criterio de qué construir.

Criterios alineados con Apple Design Awards, Nielsen Norman Group y Webby Awards — categoría UX.

05. Diseño

Evalúa la calidad del sistema visual: consistencia, jerarquía, identidad y ejecución. No solo que sea 'lindo', sino que el diseño comunique y funcione.

Criterio	Descripción
Sistema visual coherente	¿Hay un design system o al menos un lenguaje visual consistente? ¿Los componentes son reutilizables y predecibles?
Jerarquía y legibilidad	¿Queda claro qué es lo más importante en cada pantalla? ¿El usuario sabe dónde mirar primero?
Identidad visual propia	¿El producto tiene personalidad visual reconocible? ¿O podría ser cualquier otra startup?
Consistencia entre plataformas y contextos	¿El diseño se mantiene coherente en mobile, desktop, marketing y producto?
Decisiones de diseño justificables	¿Cada decisión tiene un por qué funcional o comunicacional? ¿No solo 'quedaba bien'?

Señales que hacen destacar una postulación

- Style guide o design tokens documentados
- Coherencia entre producto, landing y redes sociales
- Decisiones de diseño que resuelven un problema concreto
- Evolución visible del diseño con criterio
- Identidad que refleja el posicionamiento del producto

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ Diseño no es UX (qué tan fácil es de usar) ni Brand (el mensaje y la narrativa). Aquí se evalúa la ejecución visual: lo que se ve, su coherencia y su calidad de sistema.

Basado en criterios de Red Dot Award, iF Design Award, Fast Company Innovation by Design y Apple Design Awards.

06. Tecnología

Evalúa la calidad técnica de lo que construyeron: arquitectura, decisiones de stack, robustez y escalabilidad. No la tecnología más compleja, sino la más adecuada.

Criterio	Descripción
Decisiones de arquitectura con criterio	¿Por qué eligieron ese stack? ¿Las decisiones técnicas están alineadas con el problema que resuelven y la escala que necesitan?
Robustez e ingeniería de calidad	¿El producto es estable? ¿Hay tests, monitoreo, manejo de errores? ¿Pueden dormir tranquilos en producción?
Escalabilidad técnica	¿La arquitectura puede manejar 10x más carga sin reescritura total? ¿Hay cuellos de botella evidentes?
Seguridad y privacidad de datos	¿Cómo manejan datos sensibles? ¿Hay decisiones de seguridad conscientes?
Velocidad de iteración	¿El stack permite moverse rápido? ¿Hay deuda técnica que frenó o frena el desarrollo?

Señales que hacen destacar una postulación

- Diagrama de arquitectura claro con justificación
- Métricas de performance: uptime, latencia, tiempo de deploy
- Stack opinado con razones concretas
- Evidencia de que escala: volumen real de datos o usuarios
- Problemas técnicos no triviales resueltos con elegancia

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ No se premia usar la tecnología más trendy (LLMs, Rust, Kubernetes). Se premia usar la tecnología correcta para el problema concreto, bien implementada.

Alineado con criterios de evaluación de GitHub Awards, Devies Awards y Stack Overflow Developer Survey para calidad de ingeniería.

06. Innovación / Creatividad

Evalúa si el equipo encontró una solución no obvia a un problema real. No la originalidad por sí misma, sino el impacto potencial de un enfoque diferente.

Criterio	Descripción
Mecanismo diferencial claro	¿Qué hacen de una manera que nadie más hace? ¿Hay un insight o enfoque que otros no vieron?
Originalidad con fundamento	¿La innovación responde a un problema real o es innovación por el gusto de innovar? La creatividad que no resuelve nada no cuenta.
Aporta algo nuevo a la industria	¿Esto cambia cómo se hace algo en su categoría? ¿Inspira a otros a pensar diferente?
Riesgo tomado con criterio	¿Apostaron por algo que podría no funcionar y lo hicieron igualmente porque tenían razones sólidas?
Ejecución de la idea	La idea más brillante sin ejecución no vale. ¿Pudieron llevar el concepto a algo que funciona?

Señales que hacen destacar una postulación

- Un mecanismo técnico, de negocio o de UX que no existe en otro producto
- Resolución de un problema que otros daban por imposible
- Enfoque interdisciplinario o combinación inesperada de ideas
- Evidencia de que el mercado no había visto esto antes
- Historia de cómo llegaron a la idea: iteraciones, fracasos previos

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ No se premia tener IA en el producto per se. Se premia usar IA (o cualquier herramienta) de una manera que otros no pensaron y que genera valor real. La innovación puede ser de negocio, de proceso, de UX o técnica.

Inspirado en Fast Company Innovation by Design, WIRED Audi Innovation Award y MIT Technology Review Innovators Under 35.

07. Impacto

Evalúa el cambio real que el producto genera en la vida de las personas o en el sistema donde opera. No la narrativa de impacto, sino la evidencia.

Criterio	Descripción
Problema de alta relevancia	¿Cuántas personas tienen este problema? ¿Qué les cuesta no tenerlo resuelto hoy (en tiempo, dinero, salud, oportunidades)?
Cambio concreto y medible	¿Pueden mostrar que las cosas mejoraron para sus usuarios gracias al producto? ¿Hay datos, testimonios, antes/después?
Causalidad, no correlación	¿El impacto es atribuible al producto o es una tendencia de mercado? ¿Pueden sostener que fue su intervención?
Escala del impacto	¿Cuántas personas se benefician hoy? ¿Cuántas podrían beneficiarse con escala?
Sostenibilidad del impacto	¿El impacto depende de subsidios o voluntarismo, o está apalancado en un modelo que puede sostenerse?

Señales que hacen destacar una postulación

- Métricas de impacto con metodología clara
- Testimonios de usuarios con contexto real
- Antes/después documentado
- Comparación con la alternativa (qué hacían antes sin el producto)
- Hipótesis de escala con números concretos

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ Impacto no es tracción de negocio (eso es Negocio) ni innovación técnica (eso es Tecnología). Aquí se evalúa el cambio positivo en el mundo, medible y atribuible al producto.

Basado en marcos de evaluación de Fast Company World Changing Ideas, Social Innovation Monitor y criterios del GIIN (Global Impact Investing Network).

08. Escalabilidad

Evalúa si el modelo tiene las características para crecer sin que los costos crezcan proporcionalmente. No el tamaño actual, sino el potencial y los mecanismos de escala.

Criterio	Descripción
Unit economics favorables	¿Los márgenes mejoran con escala? ¿Hay un punto de inflexión claro donde el modelo se vuelve altamente rentable?
Procesos core replicables	¿Lo que hacen hoy puede hacerse para 10x los clientes sin 10x el equipo?
Efectos de red o flywheel	¿El producto se vuelve más valioso a medida que crece? ¿Hay efectos de red, data moats u otras ventajas acumulables?
Infraestructura técnica para escalar	¿La tecnología puede manejar el crecimiento previsto sin reescrituras mayores?
Visión de largo plazo articulada	¿Hay una hipótesis clara de cómo se ve el negocio en 3-5 años y qué lo hace posible?

Señales que hacen destacar una postulación

- Unit economics calculados con datos reales
- Ejemplo de proceso que ya se escaló internamente
- Identificación honesta de cuellos de botella y cómo se resuelven
- Efectos de red o switching costs en el modelo
- Comparación con benchmarks de la industria en métricas clave

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ Escalabilidad no es crecimiento en usuarios (eso puede ser tracción de Negocio). Aquí se evalúa si la estructura del modelo permite crecer eficientemente: que los costos marginales bajen y los márgenes mejoren con escala.

Criterios inspirados en frameworks de Sequoia Capital, a16z y el modelo de evaluación de BBVA Open Innovation.

09. Data & AI

Evalúa si los datos y la inteligencia artificial generan valor real en el producto o el negocio. No el uso de IA como buzzword, sino como mecanismo concreto de mejora.

Criterio	Descripción
IA con valor real aplicado	¿La IA hace algo que sin ella sería imposible o significativamente peor? ¿O es IA decorativa?
Calidad de datos y pipelines	¿Cómo recolectan, procesan y mantienen la calidad de sus datos? ¿Hay una estrategia de datos o es ad hoc?
Decisiones guiadas por datos	¿Hay ejemplos concretos de decisiones de producto o negocio tomadas a partir de datos internos?
Privacidad y ética en el uso de datos	¿Cómo manejan el consentimiento y la privacidad? ¿Hay consideraciones éticas sobre el uso de modelos de IA?
Mejora continua del modelo/sistema	¿Los modelos o pipelines mejoran con más datos o uso? ¿Hay un ciclo de feedback que los hace más precisos?

Señales que hacen destacar una postulación

- Demo de IA en acción con un caso de uso real
- Métricas de performance del modelo (accuracy, precision, latencia)
- Descripción del pipeline de datos: desde recolección hasta uso
- Ejemplo de decisión de negocio tomada a partir de un insight de datos
- Comparación cuantificada: con IA vs. sin IA

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ No se premia usar GPT-4 o Claude como wrapper. Se premia la aplicación de IA o datos de manera que genere una ventaja diferencial, sea técnica, de negocio o de experiencia.

Alineado con criterios de evaluación de MIT AI Awards, World Economic Forum AI for Good y Google for Startups AI Track.

10. Experiencia Integral

Evalúa la coherencia y calidad de toda la experiencia del usuario, más allá del producto: soporte, comunicación, onboarding, offboarding. El todo tiene que ser mejor que la suma de las partes.

Criterio	Descripción
Coherencia end-to-end	¿La experiencia desde que el usuario escucha del producto hasta que lo usa diariamente (y eventualmente lo deja) es consistente y bien pensada?
Soporte y servicio real	¿Cómo responden cuando algo sale mal? ¿El soporte es parte de la experiencia o un afterthought?
Comunicación integrada	¿Los emails, notificaciones, mensajes in-app y conversaciones de soporte tienen el mismo tono y calidad que el producto?
Retención y NPS	¿Los usuarios vuelven y recomiendan? ¿Hay métricas de satisfacción que sustenten la calidad de la experiencia integral?
Momentos de deleite	¿Hay momentos en el journey donde la experiencia supera expectativas y genera genuina sorpresa positiva?

Señales que hacen destacar una postulación

- Customer journey map completo con evidencia en cada etapa
- NPS o CSAT con datos reales
- Ejemplos de interacciones de soporte que reflejan los valores del producto
- Métricas de retención o expansión de usuarios
- Testimonios que hablan de la experiencia completa, no solo del producto

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ No es solo UX (flujos del producto) ni Brand (identidad visual). Experiencia Integral evalúa la totalidad de la relación entre la startup y sus usuarios, en todos los touchpoints.

Basado en el framework de Customer Experience del Medallia Institute, Forrester CX Index y los criterios de Webby Awards — categoría Customer Experience.

11. Comunidad

Evalúa si el producto o la startup construyó una comunidad genuina: no solo seguidores, sino personas activas, comprometidas y conectadas entre sí.

Criterio	Descripción
Engagement genuino	¿Las personas interactúan por convicción o por incentivos artificiales? ¿Hay conversaciones reales, no solo reacciones?
Rituales y cultura propia	¿La comunidad tiene sus propias dinámicas, lenguaje o rituales que la hacen reconocible como tal?
Gestión activa y estratégica	¿Hay una estrategia de comunidad? ¿O creció de manera orgánica y se gestiona reactivamente?
Conexión entre miembros	¿Los miembros se conectan entre sí o solo con la marca? Una comunidad real tiene relaciones horizontales.
Métricas de comunidad con contexto	Seguidores sin contexto no dicen nada. ¿Cuál es la tasa de participación activa, la retención en el tiempo, el crecimiento orgánico?

Señales que hacen destacar una postulación

- Métricas: MAU de comunidad, tasa de participación, retención
- Ejemplos de contenido generado por la comunidad (UGC)
- Casos donde la comunidad ayudó a decidir o construir el producto
- Rituales documentados: eventos, challenges, tradiciones
- Testimonios de miembros activos hablando de lo que significa ser parte

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ Tener muchos seguidores no es tener comunidad. Aquí se evalúa la calidad y profundidad de las relaciones, no el volumen. Una comunidad de 500 personas muy activas supera a 50.000 seguidores pasivos.

Inspirado en los marcos de CMX Hub, Creator Economy Awards y los criterios de Mighty Networks para community-led growth.

12. Brand & Comunicación

Evalúa la claridad del mensaje, la coherencia de la narrativa y la calidad de la identidad de marca. No solo que sea atractiva, sino que comunique bien quiénes son y por qué importa lo que hacen.

Criterio	Descripción
Claridad del mensaje central	¿En una oración, queda claro qué hacen, para quién y por qué importa? Sin jerga, sin ambigüedad.
Narrativa coherente y propia	¿Hay una historia de marca que conecta el problema, la solución y el equipo? ¿Es creíble y auténtica?
Identidad visual integrada al mensaje	¿El diseño, el tono y los canales refuerzan el posicionamiento o son decorativos?
Consistencia entre canales	¿La marca suena y se ve igual en el producto, el sitio web, las redes y las conversaciones de ventas?
Posicionamiento diferenciado	¿Hay algo en la comunicación que los hace reconocibles e inconfundibles en su categoría?

Señales que hacen destacar una postulación

- Brand brief o messaging guide que demuestre que fue pensado
- Ejemplos de comunicación de diferentes canales con consistencia evidente
- Un tagline o mensaje que resuena y se recuerda
- Evidencia de que el posicionamiento les abrió puertas (prensa, partnership, ventas)
- Evolución de la marca con criterio a lo largo del tiempo

¿Cómo se diferencia de otras categorías?

→ No es solo diseño (sistema visual) ni Comunidad (relaciones y engagement). Brand & Comunicación evalúa el mensaje: qué dicen, cómo lo dicen y si lo que dicen los diferencia de verdad.

Basado en criterios del Effie Awards, Cannes Lions (categoría Brand Building) y los principios de April Dunford en Obviously Awesome para posicionamiento.

Male (Fardo)
male@heyfardo.com

Bel (Paisanos.io)
bel@paisanos.io