

CRITERIOS DE EVALUACIÓN /TOP50

ESCALA DE PUNTUACIÓN POR CRITERIO (1-5):

1 Muy bajo (Ausente o muy débil)

2 Bajo (Presente de forma limitada)

3 Medio (Presente, con margen de mejora)

4-5 Alto/Excelente (Bien desarrollado, destaca por su calidad y diferenciación)

CRITERIO · PESO	¿QUÉ SE EVALUA?	¿QUÉ SE TIENE EN CUENTA?
10% CLARIDAD Y DIFERENCIACIÓN DEL MENSAJE	Que la empresa tenga una forma propia y reconocible de comunicar, valorando su propuesta de valor, posicionamiento y coherencia del mensaje.	Web corporativa. Hasta 2 materiales que reflejen cómo se presenta y diferencia la empresa: catálogo, presentación corporativa, ficha comercial, stand, etc.
15% CREDIBILIDAD Y PRUEBA CON DATOS	La capacidad de demostrar aquello que comunica a través de casos reales, resultados, datos y experiencias de clientes.	Hasta 2 casos de éxito o proyectos. Se podrá incluir un enlace o documento con información sobre el proyecto, sus resultados y, cuando sea posible, datos que los respalden.
14% CLARIDAD Y ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN	Que la información corporativa, comercial y técnica sea fácil de encontrar, entender y consultar, y esté adaptada a diferentes perfiles, como técnicos, compradores o dirección.	Web corporativa y/o documentación técnica. Hasta 3 ejemplos de contenidos dirigidos a diferentes perfiles.
18% PRESENCIA Y VOZ EN LA CONVERSACIÓN SECTORIAL	El papel que ocupa la empresa dentro de la conversación de su sector, teniendo en cuenta su presencia en medios, ferias, congresos, asociaciones, ponencias, entrevistas, colaboraciones y otros espacios sectoriales.	Al menos 2 ejemplos de presencia de la empresa en su sector, mediante enlaces a medios, ferias, congresos, asociaciones, ponencias, entrevistas, artículos, colaboraciones, publicidad especializada, etc
10% CONSISTENCIA EN EL TIEMPO Y LOS CANALES	La capacidad de mantener una comunicación coherente y sostenida en el tiempo, valorando su regularidad, evolución y coherencia entre los diferentes canales.	Enlaces a los principales canales de comunicación de la empresa: web, blog, LinkedIn, newsletter, YouTube, etc.
9% VOCES HUMANAS Y LIDERAZGO VISIBLE	La presencia de personas que representen y den voz a la empresa, como directivos, expertos, técnicos u otros perfiles que comuniquen en nombre propio.	1-2 ejemplos de contenidos en los que participen personas de la empresa con nombre y cargo.
15% CREATIVIDAD DE MARCA	La capacidad de generar ideas de comunicación que destaquen y permanezcan en la memoria, valorando su concepto, originalidad, relevancia y ejecución.	Hasta 2 campañas o piezas de comunicación especialmente representativas con una breve explicación del concepto creativo.
9% REDES SOCIALES ESTRATÉGICAS	Cómo utiliza la empresa las redes para comunicarse y relacionarse con su comunidad, valorando el contenido, la estrategia, la adaptación a cada red y la interacción.	Enlaces a las redes sociales activas de la empresa. Hasta 3 publicaciones representativas que permitan conocer cómo utiliza estos canales.

FA
KOY

./TOP50

EMPRESAS
REFERENTES EN
COMUNICACIÓN
SECTORIAL

La excelencia en comunicación no depende del tamaño de una empresa, de su presupuesto ni de la cantidad de acciones que realiza.

Para el ./TOP50, una buena comunicación es aquella capaz de hacer reconocible una marca, generar confianza, aportar valor y construir una voz propia dentro de su sector. Por eso, la evaluación combina diferentes dimensiones: estrategia, claridad, credibilidad, presencia sectorial, creatividad, continuidad y capacidad de generar conversación.

Cada criterio tiene un peso diferente en la valoración final, en función de su relevancia dentro de una estrategia de comunicación sólida.

Presentación de la candidatura. Toda la información y los materiales se aportarán a través del formulario de candidatura (fakoy.com/top50), estructurado en torno a los **8 criterios de evaluación**. Cada empresa podrá incluir enlaces, documentos y otros materiales que permitan valorar su comunicación a nivel nacional.

Documentación a aportar. Cada empresa podrá presentar aquellos materiales que mejor representen su comunicación. *Cuando un criterio no aplique como consecuencia de una decisión estratégica, podrá indicarse y justificarse sin que ello suponga una penalización automática.*

Valoración final. Cada candidatura será evaluada de forma independiente por el jurado. *La puntuación final será el resultado de la valoración ponderada de los 8 criterios, hasta un máximo de 100 puntos, y determinará la posición final en el TOP 50.*

En caso de empate. Tendrá prioridad la empresa que haya obtenido una mayor puntuación en el criterio 3, Claridad y accesibilidad de la información.