

Estándares de Calidad de Servicios y Productos Editoriales

Estos estándares están directamente relacionados con los procesos de edición. Cada proceso tiene unos indicadores de calidad que lo avalan.

Proceso de Edición	Estándar	Indicadores de Calidad
0 - 1	Pertinencia	1.1. Proyección a largo plazo de una obra escrita. 1.2. Viabilidad de todos los procesos que darán como resultado un libro que cumpla con todos los requisitos de calidad.
1	Viabilidad	1.1. Cumplimiento de los requisitos legales 1.2. Tema de interés cultural 1.3. Proyección entre el público objetivo 1.4. Calidad de los contenidos
2	Coherencia	2.1. Estructura gramatical acorde con las leyes básicas 2.2. Uso correcto de las reglas ortográficas 2.3. Correspondencia entre el diseño gráfico y el contenido textual 2.4. Correspondencia entre el diseño gráfico y el horizonte institucional 2.5. Pertinencia y profundidad en los textos introductorios 2.6. Organización adecuada de los espacios del contenido textual, incluyendo la lógica de paginación. 2.6.1. Tamaño de la página correspondiente a la línea editorial y al proyecto de edición 2.6.2. Tamaño de las márgenes suficiente para permitir una cómoda lectura 2.6.3. Encabezado y pie de páginas acordes con las normas editoriales de Favila 2.6.4. Tipo y tamaño de fuente adecuado para una cómoda lectura 2.6.5. Utilización adecuada de páginas internas (en blanco, créditos, logos, índice)

		<p>2.6.6. Alineación y uso de guiones acordes con las normas gramaticales</p> <p>2.7. Identificación legal del producto editorial</p> <p>2.8. Tamaño del producto editorial acorde con la línea de edición</p> <p>2.9. Tipo de papel adecuado y que cumpla con los mínimos de calidad para impresión</p> <p>2.9.1. Gramaje superior a 75</p> <p>2.9.2. Capacidad de absorción adecuada</p> <p>2.9.3. Rigidez mínima</p> <p>2.10. Impresión nítida</p> <p>2.11. Transporte adecuado de los productos finales, seguro y puntual</p>
3	Eficiencia	<p>3.1. Estructuración adecuada del Plan de Marketing y Publicidad</p> <p>3.2. Ejecución adecuada del Plan de Marketing y Publicidad</p> <p>3.3. Distribución adecuada del producto editorial</p> <p>3.4. Visibilidad del producto editorial en los puntos de venta</p> <p>3.5. Organización adecuada de eventos de lanzamiento</p> <p>3.6. Organización adecuada de campaña de publicidad en medios</p> <p>3.7. Promoción adecuada de la obra y su autor</p>
4	Eficacia	<p>La eficacia se alcanza cuando el producto editorial obtenido es:</p> <p>4.1. Pertinente</p> <p>4.2. Viable</p> <p>4.3. Coherente</p> <p>4.4. Eficiente</p>