

Valores de Alandio

Leer y publicar: editorial mensual (enero de 2022)
en www.alandio.net/leer-y-publicar



En octubre de 2006, el proyecto Alandio emprendió una línea de especialización en el mundo de la comunicación corporativa y la publicidad, publicidad basada en gran parte en publicar la realidad de diferentes entidades. Publicar, tal como se lleva a cabo cotidianamente en el mundo editorial.

Fue entonces cuando surgió la ocasión de expresar misión, visión y valores, la tríada con la que suele presentarse una entidad (empresa, colegio, tienda, universidad, departamento, proyecto temporal, etc.).

¿Qué significan genéricamente la misión, la visión y los valores de una entidad? Dicho brevemente: la primera expresa el presente de la entidad, a qué se dedica; la segunda es el futuro que desea una entidad para sí misma; y, en tercer lugar, los valores son aquellos principios y cualidades que ayudan a desarrollar la misión y la visión.

Si deseas leer una descripción más amplia de misión, visión y valores, sirven las páginas 50 a 56 de la [tesis de Ramón Martos](#), amenas y claras, o bien esta [infografía didáctica](#) de la Universidad Virtual de Guadalajara.

¿Cómo son en Alandio la misión, la visión y los valores?

- Nuestra misión (nuestro presente) consiste en desarrollar servicios editoriales y publicistas de calidad y adecuados a la recepción y la difusión proyectadas para cada publicación.
- Nuestra visión (el futuro deseado) es el de ser partícipe eficaz, dinámico, eficiente e ilusionado de una actividad editorial y publicista generadora de valor social, económico, artístico, intelectual y/o de entretenimiento.

La razón de ser de ambas, misión y visión, son las ediciones y las publicaciones que nos confían, y reflejan una parte de lo que es valioso en el día a día de nuestro proyecto. Además, explican la definición breve de Alandio, que dice: «Servicios editoriales y publicistas profesionales»; el adjetivo «profesionales» se utiliza para distinguir nuestra dedicación específica al proceso de edición y publicación, y diferenciarla de otros tipos de servicios en el sector editorial: logísticos, comerciales, de consultoría, de preimpresión, impresión, etc.

Y también forman parte de lo valioso y útil para Alandio diversos valores:

- la calidad,
- la creatividad,

- el espíritu de colaboración,
- la iniciativa,
- la confianza en el buen trabajo,
- el optimismo,
- la ilusión,
- la actualización constante.

El orden en el que los expresamos no establece una jerarquía entre ellos, todos están al mismo nivel.

Los cinco primeros valores (calidad, creatividad, espíritu de colaboración, iniciativa y confianza en el buen trabajo) construyen su significado en doble dirección, por parte de Alandio y por parte de la entidad que hace un encargo. Por ejemplo: la noción de calidad responde a unos requisitos que establece el cliente a la vez que Alandio ofrece su experiencia; lo mismo sucede con el valor de la iniciativa, que siempre se ajusta a los márgenes establecidos por quien realiza el encargo. El entendimiento y la confianza en el mutuo «saber hacer» permiten que se avance en unión hacia los objetivos comprometidos.

Los tres valores restantes (optimismo, ilusión y actualización constante) son asunto de Alandio, aunque en la tarea de realizarlos hay que contar con la influencia del cliente. En el momento actual, el optimismo y la ilusión se dificultan, y todos nos vemos ante continuas ocasiones destructivas tanto de la ilusión como del optimismo. La realidad es que, sin ambos, los seres humanos no «funcionamos». Estos tres valores podemos establecerlos tanto con disciplina interior como con el esfuerzo proactivo y el defensivo de avanzar sin pausa.

Referencias

Misión, visión y valores. Biblioteca Virtual del Sistema de Universidad Virtual de Guadalajara, diciembre de 2021.
Contenido elaborado por Deborah Leticia Obregón Zúñiga.

Ramón Martos Calpena, **Cultura corporativa: misión, visión y valores en la gestión estratégica de las empresas del sector de la automoción en España**, tesis doctoral dirigida por Olga Pons Peregort, Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña (UPC): Departamento de Organización de Empresas, junio de 2009, págs. 50-56.

www.alandio.net