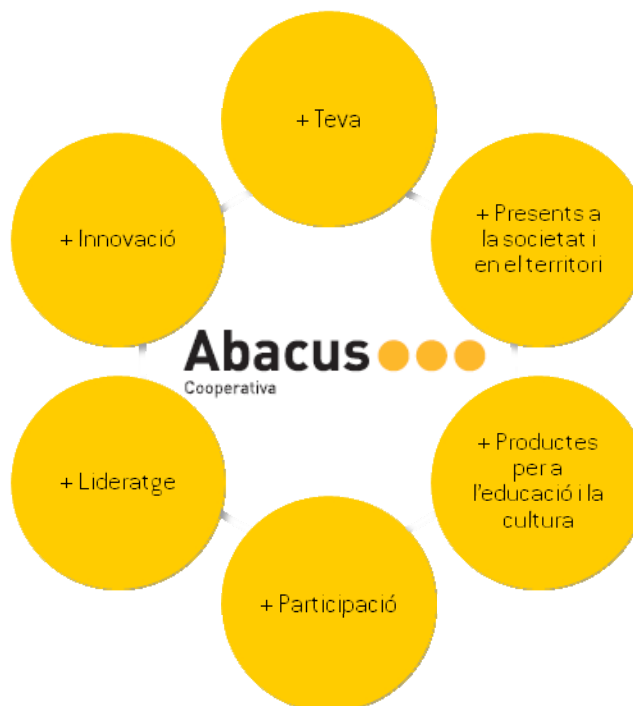


Missió, visió, valors i planificació estratègica

Missió

La vocació principal de la cooperativa és satisfer els socis-clients oferint-los una selecció de productes i serveis per a la cultura i l'educació. Per a la cooperativa, però, la dinamització cultural, la responsabilitat social, la innovació i el lideratge són també trets propis de la nostra identitat.

Visió



Valors compartits

Cooperativisme

La permanència empresarial d'Abacus cooperativa es garanteix amb la participació de les persones. PERSONES QUE PARTICIPEN

Orientació als consumidors

L'oferta que promou Abacus es basa en les necessitats dels socis consumidors i clients; per això, la integració de productes i serveis de la cooperativa garanteix els valors, el bon preu, la informació, la qualitat i l'atenció als consumidors. ESCOLTAR, SATISFER, EVOLUCIONAR

Responsabilitat social

El marc d'arrelament social i territorial de la cooperativa integra valors com la sostenibilitat, la solidaritat, l'ètica, l'atenció per la llengua i la cultura catalanes i la integració dels nouvinguts. ABACUS, EMPRESA SOCIAL

Lideratge

El lideratge, així com la bona gestió de la cooperativa, s'entén des de tres eixos:

- El dels socis i sòcies de treball en tots els àmbits de la seva actuació i, de manera central, a la botiga.
- El del desenvolupament d'un model d'empresa capdavanter en l'àmbit cooperatiu i en l'organitzacional.
- El de la formulació de propostes culturals i educatives ideades per apropar la cooperativa als ciutadans.

LÍDERS FENT UNA EMPRESA CAPDAVANTERA

Innovació

Abacus treballa per ser present en nous mercats, oferir nous productes i serveis i fer les coses d'una manera creativa, sempre amb la fita de millorar els serveis i en consonància amb els processos de transformació globals. NOU, MILLOR, FUTUR

Planificació estratègica

Enguany tanquem el Pla estratègic 2008-2010, el qual ha viscut replantejaments per tal d'ajustar-nos a la conjuntura econòmica i per aconseguir els objectius marcats en aquest document. Durant la seva execució, s'ha treballat en els quatre grans eixos estratègics de la cooperativa, que són, segons aquest pla, les persones, el creixement, el màrqueting i la innovació.

El Pla de Gestió 2010 s'enfocava cap a aquests eixos i, malgrat que ha estat un exercici difícil per al consum i l'economia, la cooperativa ha aconseguit, per segon any consecutiu, una xifra de vendes que supera els 100 milions d'euros en productes distribuïts.

Acabem el Pla Estratègic 2010 fent un balanç positiu tot i la situació econòmica, però també assentant les bases i mirant cap el nou Pla estratègic 2012. Una estratègia que ha estat fruit, una vegada més, de la participació i reflexió col·lectives, i on s'han establert els pilars a treballar per aconseguir que la cooperativa combini un creixement sostenible i el fet d'estar preparada per assolir nous reptes futurs.