

## RESUMO DO CASE

# UNIUM: INICIATIVA INÉDITA DE INTERCOOPERAÇÃO TEM FATURAMENTO ANUAL DE R\$ 7 BILHÕES

### COOPERATIVA

#### UNIUM

**PALAVRAS-CHAVE:** inovação organizacional/modelo de negócio, ecossistema de inovação, marketing, intercooperação

**RAMO:** agropecuário **REGIÃO:** Sul

### CONTATO

#### CRACIOS CLINTON CONSUL

gerente executivo de Marketing da Unium  
cracios@unium.coop.br



#### contexto

##### COOPERATIVA

Nome: Unium

Ramo: Agro

Fundada em 2017 a partir da união das cooperativas Castrolanda, Frisia e Capal para atuar nos segmentos de laticínios, suínos e trigo

Números: 5.116 cooperados; R\$ 7 bilhões em faturamento, somando as 3 cooperativas; 3,4 milhões de litros de leite processados por dia; 113,5 mil toneladas de carne suína processadas por ano.

##### DESAFIOS

Estabelecer um nível de confiança entre as três cooperativas e também com os associados minoritários que não colocasse em dúvida a intenção da iniciativa

Criar e seguir regras e acordos para determinar os responsáveis por cada uma das frentes de atuação sem criar atritos entre as partes que pudessem comprometer a iniciativa.



#### desenvolvimento

##### IDEAÇÃO

A ideia de criação da Unium surgiu quase por acaso quando as três cooperativas se reuniram para tomar decisões de mercado relacionadas ao início da atuação da Frisia em um mercado já explorado pelas outras duas cooperativas.

##### INTERCOOPERAÇÃO

Em vez de competir pelo mesmo mercado, as três cooperativas optaram por criar uma marca de assinatura que representasse seus produtos no mercado e, assim, viabilizasse a união de esforços num mesmo sentido para desenvolvimento do mercado. Com a união das três marcas, criou-se, também, um dos maiores cases de intercooperação do Brasil.

##### EXPERTISE TÉCNICA

Com três frentes principais de atuação - leite, suínos e trigo -, a equipe executiva da Unium é formada por representantes de cada cooperativa de acordo com seu domínio de mercado. Além disso, profissionais especializados em cada segmento determinam o direcionamento da marca em reuniões mensais.



#### aprendizados e resultados

##### FATURAMENTO

Possivelmente, o resultado mais evidente da iniciativa é o crescimento anual de mais 20% no faturamento. Atualmente, somando as 3 cooperativas da marca, o faturamento anual é de R\$ 7 bilhões.

##### INVESTIMENTOS

A união também permitiu aumentar o volume de investimentos nas linhas de produção e de pesquisa, com cerca de R\$ 150 milhões investidos em melhorias de processos.

##### CUSTOS

Com uma estrutura enxuta, a Unium compartilha custos administrativos com as cooperativas, o que reduz substancialmente seus custos de operação.



#### próximos passos

A Unium é reconhecida pela qualidade de seus produtos, o que demanda o contínuo investimento em novos processos e práticas para manutenção e ampliação do market share em cada uma das frentes de atuação da marca.



Para acessar o **CASE COMPLETO**: [inova.coop.br/radar](http://inova.coop.br/radar)

RADAR DA  
INOVAÇÃO

inova **COOP**

 Sistema **OCB**