

**MODELOS DE NEGÓCIOS PARA COOPERATIVAS: um estudo bibliométrico de
1960 a 2017**

DOI: 10.31994/rvs.v9i1.321

João Paulo Nascimento da Silva¹

Cledison Carlos de Oliveira²

André Spuri Garcia³

Joel Yutaka Sugano⁴

Kerolainne Stéphanie Diniz Lucchesi⁵

RESUMO

Este artigo busca, através de uma pesquisa bibliométrica entre os anos de 1960 e 2017, apresentar a evolução das pesquisas relacionadas a modelos de negócios cooperativos, fator de grande impacto no desenvolvimento econômico de pequenos a grandes negócios. A pesquisa aponta para um grande desenvolvimento das pesquisas americanas em relação aos demais países, enquanto que a participação brasileira ainda é muito escassa sobre a temática, o que é uma grande oportunidade para aprofundamentos, tanto na economia, quanto nas pesquisas como um todo. Outro fator relevante, é a participação das fontes de fomento chinesas e europeias

¹ Mestrando em Administração pela Universidade Federal de Lavras - UFLA, Mestre em Marketing Relacional pelo Instituto Politécnico de Leiria – IPL/PT, E-mail: jpsilvas@gmail.com, ORCID ID 0000-0002-3956-823X.

² Mestrando em Administração pela Universidade Federal de Lavras - UFLA, E-mail: oliveira.cledison@gmail.com, ORCID ID 0000-0002-0428-910X.

³ Doutorando em Administração pela Universidade Federal de Lavras – UFLA, E-mail: andrespurigarcia@gmail.com, ORCID ID 0000-0001-5663-3585.

⁴ Professor Doutor da Universidade Federal de Lavras – UFLA, E-mail: joel.sugano@gmail.com, ORCID ID 0000-0001-8207-6698.

⁵ Graduada em Direito pela Universidade Paulista – UNIP, E-mail: ksdlucchesi@gmail.com, ORCID ID 0000-0001-5537-4630.

na construção dessas pesquisas, o que denota uma importância dada pelos governos destas regiões a este tipo de pesquisa.

PALAVRAS-CHAVE: MODELOS DE NEGÓCIOS. COOPERATIVAS. DESENVOLVIMENTO.

INTRODUÇÃO

O cooperativismo é um conceito bastante disseminado na economia brasileira, partindo do ponto de empresas cooperativas ou de associação com parceiros comerciais. Aprofundando em sua importância para a economia como um todo, os modelos de negócios voltados para cooperativas tomam um olhar diferenciado para o desenvolvimento destes negócios e realização dos objetivos partilhados pelos cooperados/associados.

Segundo Charthenina (2015), o modelo cooperativo se concentra nos indivíduos e na sociedade em que eles realizam suas atividades, de forma que o modelo de negócios da cooperativa atinja os objetivos dos cooperados. Para Stubbs e Coocklin (2008), é importante redesenhar o modelo de negócio para que as empresas convencionais e cooperativas possam integrar mais facilmente a sustentabilidade no seu negócio. Frente a estas afirmações, faz-se mais importante desenvolver a relação de modelos de negócios para cooperativas, onde visa-se o atingimento dos objetivos coletivos assim como a sustentabilidade dos negócios do grupo associado.

A partir desse pensamento, busca-se compreender o fenômeno dos modelos de negócios voltados para as cooperativas, ou cooperativismo, sendo um fator de forte impacto no sistema econômico e nas realidades de desenvolvimento local, regional, de empresas e até de nações, e que surgem como fator de relevância para a sustentabilidade dos negócios no longo prazo. Dessa forma, é importante buscar compreender este fenômeno como um causador de mudanças, pois o modelo de

negócios afeta seu desenvolvimento e, conseqüentemente, afeta os resultados das pesquisas e da economia como um todo.

Nesse sentido, através de uma pesquisa bibliométrica, visa-se apresentar uma avaliação das atividades de produção acadêmica e comunicação da comunidade científica (ARAÚJO, 2006), assim como corroborar com este campo de conhecimento, de forma que, com a pesquisa bibliométrica, seja possível mapear as comunidades acadêmicas e identificar grupos de pesquisadores e motivações para desenvolvimento das pesquisas, de forma a entender e aprofundar neste campo acadêmico (CHUEKE e AMATUCCI, 2015).

Para tanto, este estudo visa compreender o fenômeno do desenvolvimento de modelos de negócios para as cooperativas e para o cooperativismo, aplicando uma pesquisa da produção acadêmica via *Web of Science* dos anos de 1960 até o ano de 2017, com intuito de processar e compreender o comportamento da academia em relação a estas pesquisas e a participação da academia brasileira em relação a produção global, o que pode gerar *insights* sobre o fenômeno do desenvolvimento econômico de alguns países que mais se aprofundam nesta relação de pesquisas.

Para tanto, o capítulo seguinte aponta para a teoria utilizada para melhor explicar o fenômeno estudado, seguido pela metodologia de pesquisa, e o terceiro capítulo aponta para a discussão em torno dos dados coletados, seguido pelas conclusões e pelas sugestões de pesquisas futuras.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

Vários estudos mostram que a troca de informações é uma ferramenta fundamental na gestão de cooperativas, já que estas devem ser abordadas além dos aspectos de qualquer empresa (CABALLER; ILSE, 2004; JAFAR; ESHGHI, 2011). Em geral, as tecnologias da informação e comunicação (TIC) ajudam a coordenar recursos, atividades e pessoas que interagem nas relações que a cooperativa mantém com diferentes partes, tanto intraorganizacional (parceiros e trabalhadores)

como interorganizacional (clientes, fornecedores, organizações representativas, administração, concorrentes, sociedade e outros grupos de interesse).

Marcuello e Sanz (2008) afirmam que as características das sociedades cooperativas, com base em valores democráticos e baseadas em princípios e valores cooperativos, oferecem um tipo de gestão de acordo com os requisitos da Sociedade do Conhecimento. Nesse sentido, Bruque et al. (2002) indicam que as características específicas das empresas cooperativas, derivadas de princípios cooperativos, poderiam oferecer oportunidades adicionais para os efeitos positivos do uso de TICs, obtendo vantagens competitivas.

O Projeto Cooperativa para uma Década da Aliança Cooperativa Internacional, aprovado após celebrar o Ano Internacional das Cooperativas das Nações Unidas, dá ênfase especial ao modelo de negócios cooperativos. Isto está sendo particularmente adequado para a crise atual em relação à participação na propriedade e tomada de decisões de empresas (gestão democrática), a busca pela sustentabilidade econômica, social e ambiental, e a existência de uma identidade que consiste em valores e princípios cooperativos. O modelo cooperativo se concentra nos indivíduos e na sociedade em que eles realizam suas atividades (CHARTERINA, 2015).

Desta forma, os modelos de negócios sustentáveis incorporam uma abordagem de linha tripla e consideram uma ampla gama de interesses das partes interessadas, incluindo o meio ambiente e a sociedade. Eles são importantes em conduzir e implementar a inovação corporativa para a sustentabilidade, podem ajudar a incorporar a sustentabilidade na finalidade e nos processos comerciais, e servem de agente principal da vantagem competitiva (BOCKEN et al., 2014).

Esses fatores promovem uma mudança fundamental na finalidade dos negócios e em cada aspecto de como é conduzido. A inovação do modelo de negócios oferece uma abordagem potencial para entregar a mudança necessária através da re-concepção do propósito da empresa e do valor, criando uma lógica e repensando percepções de valor. É importante redesenhar o modelo de negócio para que as empresas convencionais possam integrar mais facilmente a

sustentabilidade no seu negócio, e para novas empresas criativas poderem projetar e buscar negócios sustentáveis (STUBBS; COCKLIN, 2008) e (PORTER; KRAMER, 2011). Desta forma, as inovações do novo modelo de negócios podem apoiar uma criação sistemática e contínua de casos de negócios para sustentabilidade (SCHALTEGGER; LÜDEKE-FREUND; HANSEN, 2012).

Os arquétipos de modelos de negócios sustentáveis são introduzidos para descrever agrupamentos de mecanismos e soluções que podem contribuir para a construção de um modelo de negócios voltado para a sustentabilidade. A mira desses arquétipos é desenvolver uma linguagem padrão que possa ser usada para acelerar o desenvolvimento de modelos empresariais sustentáveis tanto na pesquisa quanto na prática. Desta forma pode se considerar que os arquétipos podem: maximizar a eficiência de materiais e energia; criar valor a partir de “resíduos”; substituir por fontes renováveis e processos naturais; entregar funcionalidades em vez de propriedade; adotar um papel de administração; incentivar a suficiência; dar um repropósito para a sociedade / meio ambiente; e desenvolver uma escala de soluções (BOCKEN et al., 2014, apud SILVA, OLIVEIRA, TONELLI, E SUGANO, 2017).

Segundo Hanelt, Busse e Kolbe, (2017, apud Silva et al., 2017), os sistemas de informação podem promover a transformação do empreendimento para sustentabilidade em grande escala, apoiando tecnologias verdes, criando assim soluções físico-digitais híbridas capazes de cumprir o desempenho organizacional, requisitos que contribuem para práticas comerciais sustentáveis. Essa pode ser uma opção alternativa de caminho para a sustentabilidade corporativa, em vez de apenas contribuir para a “ecologização” das práticas comerciais, visando melhorar o impacto da organização no desempenho de inovações ambientais mais vantajosas, que por sua vez promove sua adoção (SILVA et al., 2017).

O desenvolvimento tecnológico influenciou todos os setores produtivos, incluindo o azeite, melhorando os processos internos das sociedades cooperativas como empresas que atuam em mercados (MOZAS et al., 2007). Se essas entidades quiserem manter um lugar no mercado e competir com sucesso com os demais

setores econômicos, devem estar na vanguarda dessa revolução tecnológica (MONTEGUT et al., 2013a; MEROÑO et al., 2007; GARCÍA-MARTÍNEZ, 2007).

Torres et al. (2000) analisaram o problema da comercialização de cooperativas olivícolas, bem como as implicações da integração cooperativa em assuntos comerciais. Montegut et al. (2011) elaboraram uma classificação de cooperativas de oliveiras, de acordo com a gestão realizada. Estes mesmos autores, em um estudo anterior, focaram na orientação de mercado das fábricas na Catalunha (MONTEGUT et al., 2007).

A Assembleia Geral das Nações Unidas proclamou o ano de 2012 como ano Internacional das Cooperativas, observando sua contribuição para o desenvolvimento econômico e social, especialmente na redução da pobreza, criação de emprego e integração social (CHARTERINA, 2015).

Por outro lado, Granollers et al. (2013) realizam um estudo focado nos processos realizados nos sites cooperativos de frutas doces para mostrar as características que esses sites têm para otimizar sua atividade de comércio eletrônico. Para López-Becerra et al., (2014) analisar o uso e a qualidade dos sites das empresas agroalimentares da região de Múrcia e destacar uma série de ações para melhorar a competitividade e garantir a viabilidade dessas entidades, dentre as quais a utilização dos sites web e ICT. Campos e Chaves (2012) identificam os fatores determinantes da crise na agricultura mediterrânica na Espanha e as possíveis medidas que podem tomar as cooperativas agrícolas, destacando que as TIC podem ser uma boa oportunidade para melhorar a comercialização de produtos agrícolas.

Dos valores e princípios de sua identidade, especialmente os valores de responsabilidade social e vocação social a que os parceiros são chamados, e o princípio sétimo de interesse para a comunidade que direciona a atividade cooperativa para o desenvolvimento sustentável, as cooperativas assumem responsabilidade social corporativa por mesma natureza (MARTÍNEZ CHARTERINA, 2014a).

Assim, a sustentabilidade tem várias formas e, embora seja uma questão de dar preferência a sustentabilidade econômica, a manutenção e desenvolvimento da própria empresa ao longo do tempo, sem sustentabilidade social, a sustentabilidade econômica carece de significado e propósito do ponto de vista cooperativo, e ambos, a sustentabilidade econômica e social, dependem da sustentabilidade ambiental, que permite a existência e sobrevivência dos outros dois tipos de sustentabilidade (CRACOGNA, 2014).

2 METODOLOGIA

Em um contexto de crescente produção acadêmica/científica em todos os campos, face também a sua importância econômica, as pesquisas como um todo, assim como as revisões de literatura adquirem cada vez mais relevância, pois permitem um levantamento para encontrar lacunas/gaps dos campos científicos, de forma a contribuir na academia.

Nesse sentido, este artigo apresenta uma revisão bibliométrica para este trabalho. A pesquisa bibliométrica visa compreender a ocorrência da construção e do direcionamento das pesquisas acadêmicas sobre determinado fenômeno, neste caso, os estudos sobre Modelos de Negócios para Cooperativas na *base Web of Science* entre os anos de 1960 e 2017. Segundo Araújo (2006, p. 11), a bibliometria surge pela “necessidade do estudo e da avaliação das atividades de produção e comunicação científica”. Nesse mesmo sentido, Chueke e Amatucci (2015, p. 2) colocam:

Particularmente, no campo das ciências sociais aplicadas os estudos bibliométricos se concentram em examinar a produção de artigos em um determinado campo de saber, mapear as comunidades acadêmicas e identificar as redes de pesquisadores e suas motivações. Tais objetivos são tangibilizados por meio da criação de indicadores que buscam sumarizar as instituições e os autores mais prolíferos, os acadêmicos mais citados e as redes de coautorias (CHUEKE; AMATUCCI, 2015, p. 2)

Com uma predominância quantitativa, as pesquisas bibliométricas aplicam técnicas estatísticas e matemáticas para avaliação da produção acadêmica, mas também permite inferências qualitativas, de forma que analisa os autores e obras mais referenciadas do campo em estudo e permite uma análise qualitativa das palavras-chave. Estes dados fornecidos pelas bases de estudo podem ser considerados valiosos, de maneira que oferecem informações objetivas e compreensíveis sobre os fenômenos na academia e de maneira vasta para o campo analisado (DIEM; WOLTER, 2013).

Dessa forma, a análise bibliométrica consiste em duas etapas: uma frente de pesquisa, que são os artigos encontrados em uma determinada busca, os principais temas trabalhados dentro de um campo, os autores que mais publicam sobre um determinado tema, os países que lideram a pesquisa de um determinado assunto e permitem apontar, também, se existe alguma instituição central para uma temática, e a base intelectual, que mostra quais são as principais obras que sustentam uma determinada área de conhecimento e também quais os autores são referências centrais dentro de um campo.

Para Chueke e Amatucci (2015), a análise bibliométrica colabora com a sistematização das pesquisas realizadas em determinado campo e ao endereçamento de problemas investigados em pesquisa futuras. Nesse sentido, a bibliometria identifica o que está posto em um determinado campo de conhecimento.

Dessa forma, nesta pesquisa, foi utilizado o *framework* proposto por Prado et al. (2016) de modo a realizar a organização dos procedimentos utilizados nesta revisão, tendo sido realizadas pequenas adaptações referentes a este estudo. O Quadro 1 mostra as etapas para a busca, seleção, organização e análise dos dados que constituirão este estudo, o que possibilita a replicação do estudo e fornece transparência para a pesquisa.

Quadro 1 – Framework de Pesquisa

	Etapa	Procedimento	Descrição
1	Operacionalização da pesquisa	1.1	Escolha da(s) base(s) científica(s) ou periódicos
		1.2	Delimitação dos termos que representam o campo
		1.3	Delimitação de outros termos para apurar os resultados
2	Procedimentos de busca (filtros)	2.1	<i>Title</i> (termo do campo) <i>AND</i> topic (direcionamento)
		2.2	Utilização de <i>underline</i> : expressão exata
		2.3	Filtro 1: Delimitação em somente artigos
		2.4	Filtro 2: Todos os anos
		2.5	Filtro 3: Todas as áreas
		2.6	Filtro 4: Todos os idiomas
3	Procedimentos de seleção (Banco de dados)	3.1	Download das referências - <i>software EndNote</i>
		3.2	Download das referências em formato planilha eletrônica
		3.3	Download das referências para utilização no <i>CiteSpace</i>
		3.4	Organização das referências no <i>EndNote</i>
		3.5	Organização de matriz de análise em planilha eletrônica
		3.6	Importação dos dados para <i>softwares</i> de análise
4	Adequação e organização dos dados	4.1	Eliminação dos artigos duplicados no banco de dados
		4.2	Eliminação de artigos por meio de leitura flutuante
		4.3	Eliminação por meio da análise da polissemia dos termos
		4.4	Busca dos artigos completos em .pdf
5	Análise da produção científica	5.1	Análise do volume das publicações e tendências temporais
		5.2	Análise das referências e artigos mais citados
		5.3	Análise do país de origem
		5.4	Análise dos periódicos
		5.5	Análise da autoria e coautoria
		5.6	Análise das categorias (áreas) das publicações
		5.7	Análise das palavras-chave
		5.8	Descrição, estudo das relações e tendências

Fonte: Prado et al (2016)

Conforme apresentado no Quadro 1, para o início da bibliometria faz-se necessário definir as etapas da busca que será realizada. Foi selecionada a *Web of Science* (coleção principal) da *Thomson Reuters Scientific* como base de dados por ser considerada uma das mais completas (PRADO et al., 2016). Além disso, a escolha da *Web of Science* justifica-se por sua relevância, abrangência e confiabilidade (PINTO; SERRA; FERREIRA, 2014). A base *Web of Science* permite exportações das buscas e referências para a utilização via *software CiteSpace*.

O *CiteSpace* permite a construção das duas etapas da pesquisa bibliométrica, sendo a primeira o *Research front* (os trabalhos mais citados de um campo científico), e a segunda a *Intellectual base* (as citações e cocitações na literatura

científica). Estes conceitos são importantes para demonstrar tendências e padrões na literatura científica de uma determinada área de conhecimento (CHEN, 2006).

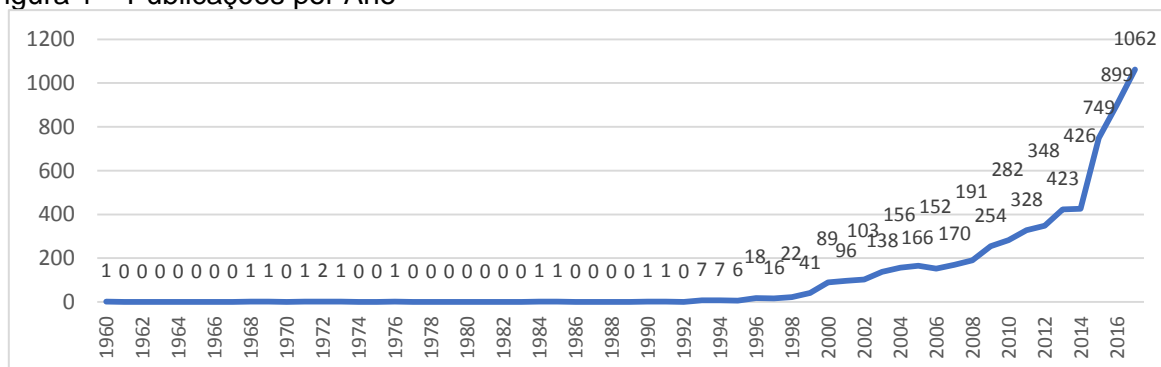
Adiante, para a realização da busca foram utilizados os termos “*Business Model*” e “*Business Plan*”, associados aos termos “*Cooperative*” e “*Cooperativism*”, entre aspas, de forma a aparecer o termo inteiro nas buscas pelo título ou no corpo dos artigos. Foram considerados todos os anos da base, de 1960 até 2017, contemplando todos os idiomas e categorias, restringindo a busca aos artigos científicos e excluindo trabalhos como livros, anais de conferências, entre outros, resultando em um total de 6161 artigos. Adiante, para utilização do *CiteSpace* foi realizado o *download* das referências dos artigos, que foram exportadas em formato de planilha eletrônica para utilização do *software CiteSpace* (CHEN, 2006).

A análise da frente de pesquisa consistiu em analisar quantitativamente e qualitativamente os 6161 trabalhos encontrados na busca. Nesse sentido, realizou-se uma análise da frequência de publicações por ano, com o intuito de verificar o seu início e se existem tendências no volume, de forma a identificar os períodos de maior publicação ao longo dos anos. Foram analisados, através das informações levantadas na *Web of Science* com a utilização do *Software CiteSpace*, as palavras-chaves, pois elas podem indicar as principais temáticas dentro de um campo de conhecimento. Por sua vez, a análise da *Intellectual base* (base intelectual) de uma frente de pesquisa mostra quais são os trabalhos e autores referenciados pelos artigos da frente de pesquisa (CHEN, 2006).

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A seguir será apresentada a análise dos dados bibliométricos coletados via *Web of Science*, com intuito de apresentar as bases dessa pesquisa e o fenômeno encontrado na academia. Inicialmente apresentamos a frequência de publicações por ano (Figura 1). Esta análise permite verificar quando um determinado tema surgiu e sua evolução acadêmica ao longo dos anos.

Figura 1 – Publicações por Ano

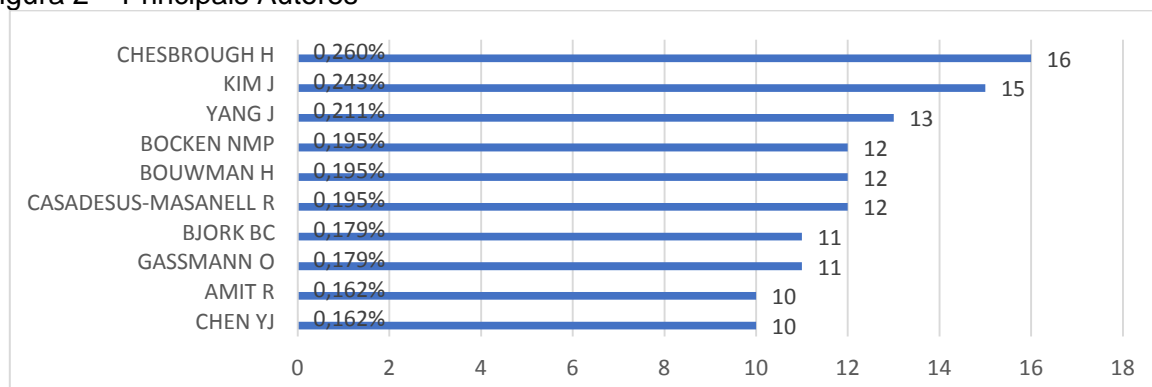


Fonte: Elaborado pelos autores

A Figura 1 aponta para a evolução das publicações por ano referentes as pesquisas acadêmicas em relação a modelos de negócios para cooperativas, de forma que é possível verificar o início das publicações no ano de 1960, porém com muitas lacunas temporais sem publicação. Entretanto, ocorre um crescimento constante das publicações a partir do ano de 1996, sinalizando para a importância do tema na academia. Nesse sentido, apesar de não ser recente, o tema continua relevante.

Das publicações sobre o tema, foram encontradas ao todo 6.161 artigos científicos, destes, apenas 116 são publicações brasileiras, tendo suas pesquisas neste campo sido iniciadas de forma tardia, apenas em 2005. Mesmo com o início tardio, as publicações brasileiras têm tido um crescimento constante, alcançando 33 artigos científicos publicados no ano de 2017.

Figura 2 – Principais Autores



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os principais autores, destacam-se as pesquisas de Chesbrough, com 16 artigos na área, sendo o autor com maiores publicações a respeito de modelos de negócios para cooperativas. É importante considerar que os principais autores correspondem a um total de 122 artigos do total de 6.161, não constituindo uma elite dos pesquisadores da área. É importante destacar também que não foram encontrados autores brasileiros que se destacassem entre os 10 principais autores, sendo Antonio Ghezzi o principal autor brasileiro nesta área, com 5 artigos científicos, todos publicados em periódicos internacionais.

Figura 3 – Autores mais citados via CiteSpace



Fonte: Elaborado pelos autores

A análise da Figura 3 aponta para os autores mais citados nas obras, apontando para Chesbrough H., Teece D. J., Porter M. E., Zott C., e Osterwalder A. como principais, o que corrobora com o apontado na Figura 2, dos principais autores da temática, pois os autores Chesbrough H. (16 artigos) e Kim J. (15 artigos) também aparecem na análise via CiteSpace.

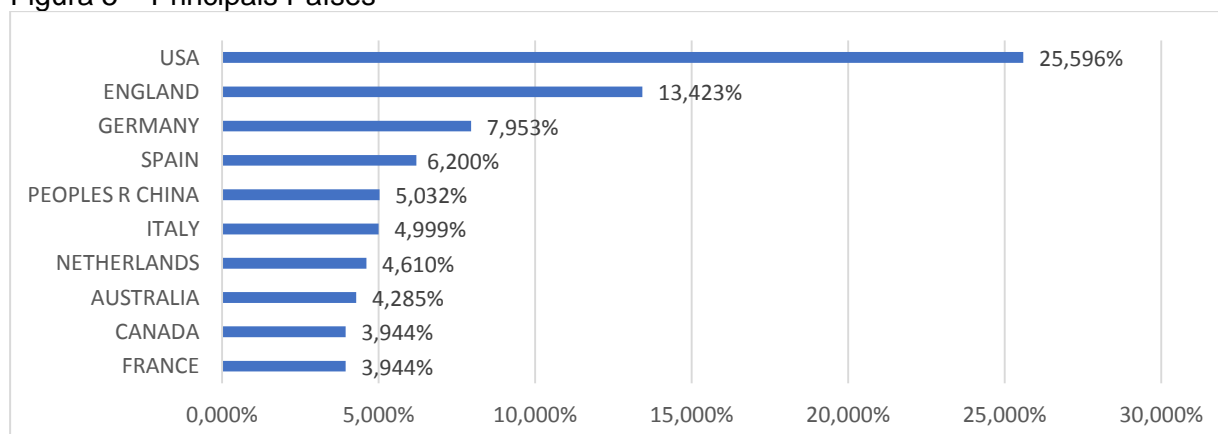
Figura 4 – Referências mais citadas via CiteSpace



Fonte: Elaborado pelos autores

A Figura 4 aponta para análise via CiteSpace das referências mais citadas, o que aponta para alguns dos autores presentes na Figura 3, como Chesgrough H., Zott C., Osterwalder A., e Teece D. J., sendo que novamente o autor Chesgrough H. também se encontra na Figura 2, para autores mais citados. Dessa forma, é possível aferir uma certa linha de pesquisa sendo seguida pela academia quanto aos modelos de negócios para cooperativas.

Figura 5 – Principais Países



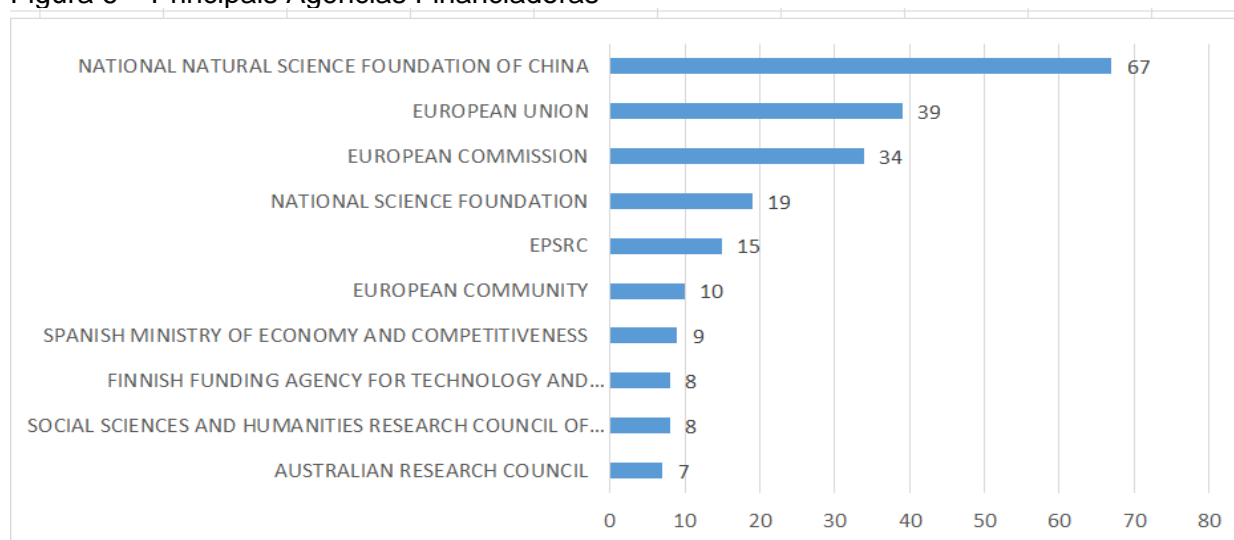
Fonte: Elaborado pelos autores

A figura 5 aponta para os principais países em publicações, destacando o Estados Unidos concentrando a maior parte das publicações, um total de 1577

artigos científicos, cerca de 25,6% das publicações da área, apontando para um grande interesse das publicações acadêmicas americanas.

Outro destaque importante dos principais países em número de publicações, é de se destacar que 6 países pertencem ao continente europeu, o que também denota uma importância da academia europeia quanto as publicações sobre modelo de negócios para cooperativas. Na academia brasileira, os 116 artigos científicos publicados correspondem a 17ª posição entre os países com maior número de publicações.

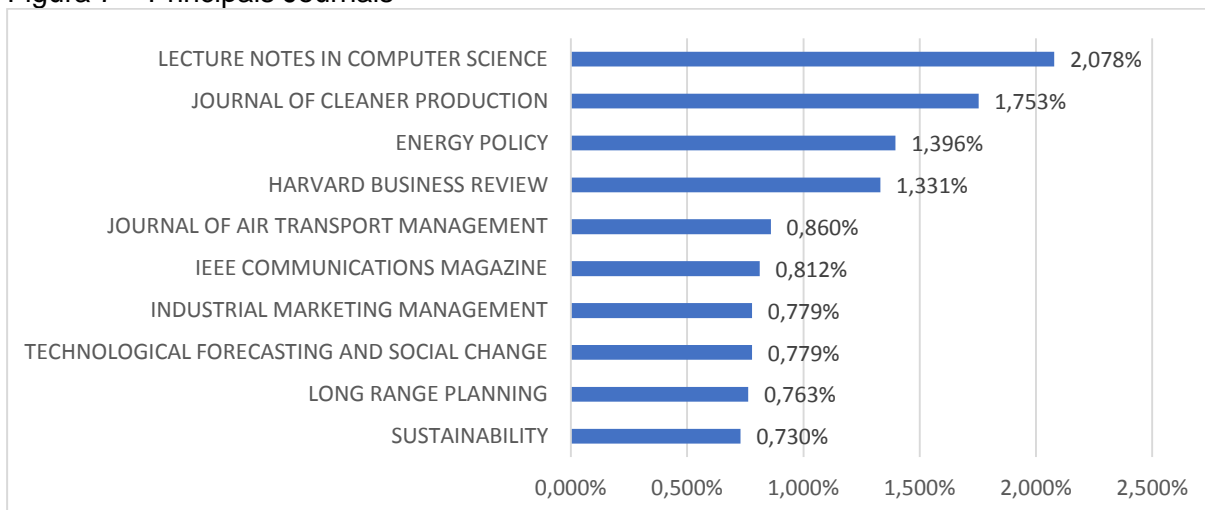
Figura 6 – Principais Agências Financiadoras



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre as principais agências financiadoras (Figura 6) é possível verificar que a *National Natural Science Foundation of China* figura na primeira posição, o que reforça a posição da China em 5º lugar entre os principais países na produção acadêmica. Dentre as 10 principais fontes de fomento, é possível verificar 4 agências provenientes da União Europeia (*European Union*, *European Commission*, *European Community*, e *Spanish Ministry of Economy and Competitiveness*), reforçando a importância desta temática para a União Europeia.

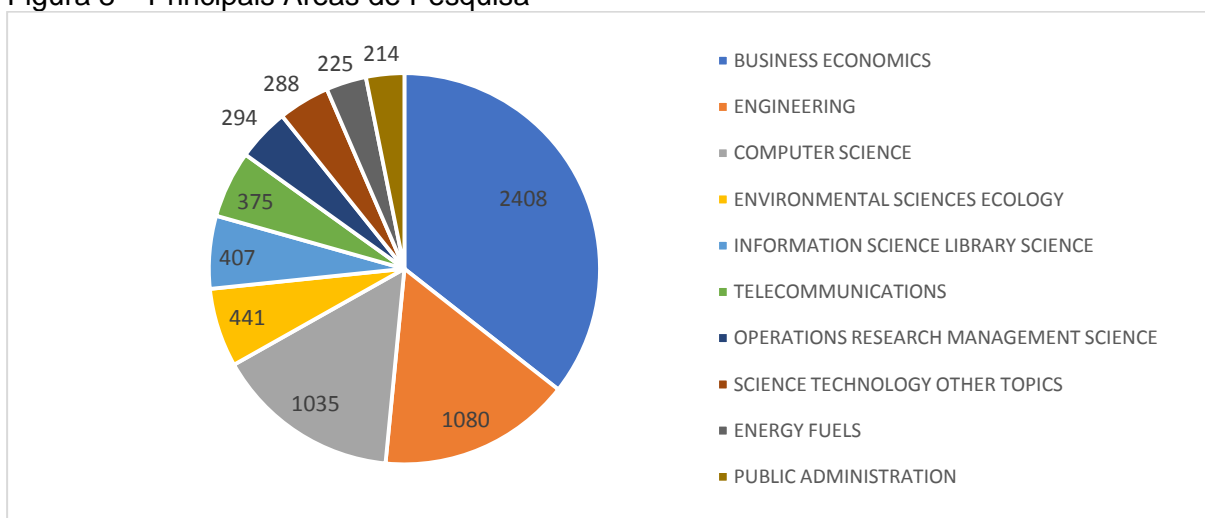
Figura 7 – Principais Journals



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os principais *journals*, destaca-se o *Lecture notes in Computer Science* na primeira posição, com um total de 128 artigos científicos, cerca de 2,08% dos artigos publicados na área, não tendo nenhum periódico brasileiro entre os 10 principais.

Figura 8 – Principais Áreas de Pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre as principais áreas de pesquisa, a primeira posição dentre as principais áreas de pesquisa é relacionada a *Business Economics*. As duas áreas seguintes são respectivamente *Engineering* e *Computer Science*, o que demonstra uma preocupação destas áreas de pesquisa com o pensamento de desenvolvimento de negócios cooperativos. A quarta posição, *Environmental Sciences Ecology*, também figura uma aproximação da área de negócios cooperativos com as áreas de ambiente e ecologia. Dessa forma, estas três áreas demonstram uma importante fonte de pesquisas futuras, de modo a entender o desenvolvimento do ambiente cooperativo de negócios nos mesmos.

Tabela 1 – Artigos mais citados

Artigo	Autor	Ano	Journal	Citações
Value creation in e-business	Amit, R; Zott, C	2001	Strategic Management Journal	1202
Business Models, Business Strategy and Innovation	Teece, DJ	2010	Long Range Planning	1023
The role of the business model in capturing value from innovation: evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies	Chesbrough, H; Rosenbloom, RS	2002	Industrial and Corporate Change	926
Vehicle-to-grid power implementation: From stabilizing the grid to supporting large-scale renewable energy	Kempton, W; Tomic, J	2005	Journal of Power Sources	796
Plataform Competition in Two-Sided Markets	Rochet, J-C; Tirole, J	2003	Journal of the European Economic Association	727
The Business Model: Recent Developments and Future Research	Zott, C; Amit, R; Massa, L	2011	Journal of Management	620
Business Model Innovation: Opportunities and Barriers	Chesbrough, H	2010	Long Range Planning	550
Why business models matter	Magretta, J	2002	Harvard Business Review	520
The entrepreneur's business model: toward a unified perspective	Morris, M; Schindehutte, M; Allen, J	2005	Journal of Business Research	590
Go downstream - The new profit imperative in manufacturing	Wise, R; Baumgartner, P	1999	Harvard Business Review	487

Fonte: Elaborado pelos autores

A tabela 1 apresenta os artigos mais citados sobre a temática pesquisada, dando maior destaque ao artigo *Value creation in e-business*, de Amit e Zott (2001), publicado pelo *Strategic Management Journal*, com 1202 citações. Dessa forma, faz-se importante pontuar o artigo mais citado, de forma a melhor descrever suas pesquisas e, conseqüentemente, serão pontuados o segundo e terceiro artigo, com intuito de verificar se há uma linha de direcionamento dos mesmos.

O artigo de Amit e Zott (2001) explora os fundamentos teóricos da criação de valor no comércio eletrônico ao examinar como as empresas de comércio eletrônico americanas e europeias que se tornaram empresas de capital aberto criaram valor, desenvolvendo um modelo de fontes de criação de valor. O artigo aponta que a combinação de acordos cooperativos e alianças entre firmas do setor podem criar valor, de que forma que os autores observam que, para esse tipo de organização, os meios de acordos cooperativos entre empresas está se tornando cada vez mais importante nos mercados virtuais.

O artigo de Teece (2010) afirma que sempre que uma empresa comercial é estabelecida, ela emprega, explicitamente ou implicitamente, um modelo comercial particular que descreve o design ou a arquitetura dos mecanismos de criação, entrega e captura de valor que emprega. Para o autor, a essência de um modelo de negócios está em definir a maneira pela qual a empresa entrega valor aos clientes, os novos clientes a pagar pelo valor e converte esses pagamentos em lucro, de forma que o artigo visa entender o significado dos modelos de negócios e explorar suas conexões como estratégia de negócios.

Por último, o artigo de Chesbrough e Rosenbloom (2002) explora o papel do modelo de negócios na captura de valor, conectando o potencial técnico com a realização do valor econômico. O artigo explora o modelo de negócios da Xerox Corporation desde seu surgimento, empregando um modelo de negócios eficaz para comercializar uma tecnologia rejeitada por outras empresas líderes, além de um modelo para gerenciamento posterior da Xerox de empresas selecionadas para parceria via Xerox PARC.

Dessa forma, apesar dos três artigos mais citados para o tema de modelos de negócios para cooperativas não se apresentarem diretamente relacionados ao tema de cooperativismo, aponta para relação de parcerias estudadas pelos autores, fortalecendo modelos de negócios e empresas de um mesmo setor com modo cooperativo, o que se entende como os mesmos se tornaram os artigos mais importantes da área.

CONCLUSÃO

Estudos sobre cooperativismo ganharam força ao longo dos anos, principalmente devido as crises econômicas e dos modelos de produção e a consequente busca por modelos alternativos de organização. Nesse sentido, vários estudos buscaram estudar formas de gestão destes empreendimentos cooperativos, pois, apesar das diferenças de uma empresa privada convencional, as empresas cooperativas também precisam de eficiência operacional – o que não impede uma gestão democrática e cooperativa. Nesse contexto de crescente produção acadêmica, torna-se importante e necessário uma revisão do estado da arte sobre a produção de estudos sobre modelos de negócios para empresas cooperativas.

Diante disso, este trabalho buscou realizar uma revisão bibliométrica sobre modelo de negócios para cooperativas. Os resultados mostraram que o tema surgiu na década de 1960 e encontra-se em alta, pois o número de publicações encontra-se alto e com tendência de continuar. Assim, é possível concluir que a busca de modelos de negócios para cooperativas é um assunto recente e que recebe atenção da comunidade científica.

Em relação aos autores, destacou-se Chesbrough, pois é o autor com maior número de publicações e também o autor mais referenciado em outros trabalhos. Importante ressaltar também que não há autores brasileiros entre os dez autores que mais publicaram, o que mostra que o Brasil não possui um autor de referência no assunto. O Brasil também não aparece entre os países que mais publicaram.

Nesse quesito destaca-se o Estados Unidos como país com maior número de publicações.

Em relação aos artigos mais citados, destaca-se que estes não tratam diretamente de modelos de negócios para cooperativas. Isto pode estar relacionado com a escolha das palavras-chave, que tornou o resultado extenso. Nesse sentido, esta é uma limitação da nossa pesquisa e sugerimos pesquisas de revisão com outras combinações de palavras-chave. Sugerimos também a busca em outras bases e revisões de literatura focadas em estudos nacionais. Ainda, sugerimos pesquisas empíricas sobre modelos de negócios para cooperativas.

BUSINESS MODELS FOR COOPERATIVES: A Bibliometric Study From 1960 To 2017

ABSTRACT

This article seeks to present, through bibliometric research between the years of 1960 and 2017, the evolution of research related to cooperative business models, a factor that has a great impact on economic development from small to large businesses. The research points to a great development of the American research in relation to the other countries, while the Brazilian participation is still very scarce on the subject, which is a great opportunity for deepening, both in the economy and in the researches as a whole. Another relevant factor is the participation of Chinese and European sources of development in the construction of these researches, which indicates an importance given by the governments of these regions to this type of research.

KEY WORDS: BUSINESS MODELS. COOPERATIVES. DEVELOPMENT.



REFERÊNCIAS

BOCKEN, N. M. P.; SHORT, S.; RANA, P.; EVANS, S. A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. **Journal of cleaner production** 65: 42-56, 2014.

BRUQUE, S.; VARGAS, A.; MOYANO, J., HERNÁNDEZ, M.J. Estructura de la propiedad, tecnologías de la información y ventaja competitiva. Una aproximación empírica. **Revista de Economía y Empresa**, Nº 44, pp. 105-125, 2002.

CABALLER, V.; ILSE, G. Las nuevas tecnologías de la información en las cooperativas. Una aplicación a las cooperativas de crédito y citrícolas de la Comunidad Valenciana. CIRIEC-España, **Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, Nº 49, pp. 239-261, 2004.

CAMPOS, V.; CHAVES, R. El papel de las cooperativas en la crisis agraria. Estudio empírico aplicado a la agricultura mediterránea española. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, Vol. 9, Nº 69, pp. 175-194, 2012.

CHARTERINA, A. M. Cooperatives and its effect on society. **Revesco-Revista De Estudios Cooperativos** (117): 34-49, 2015.

CHEN, C. CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. **JASIST**, v, 57, n. 3, p. 359-377. 2006.

DIEM, A.; WOLTER, S. C. The use of bibliometrics to measure research performance in education sciences. **Research in Higher Education**, 54(1), 86–114, 2013.

CRACOGNA, D.; FICI, A.; HASMANN, H. B. **International handbook of Cooperative Law**. London, Springer, 2014.

GARCÍA MARTÍNEZ, G. Internet y las organizaciones cooperativas. **Revista de Economía Social**, Nº 41, pp. 30-34, 2007.



GRANOLLERS, T.; CRISTOBAL-FRANSI, E. y MONTEGUT Y. Análisis de usabilidad de cooperativas del sector de la fruta y aceite en el área de Lleida. **RISTI, Iberian Journal of Information Systems and Technologies**, N° 11 (June), pp. 45-60, 2013.

HANELT, A.; BUSSE, S.; Kolbe, L. M. Driving business transformation toward sustainability: exploring the impact of supporting IS on the performance contribution of eco-innovations. **Information Systems Journal** 27(4): 463-502, 2017.

JAFAR A.; ESHGHI T. The Role of Information and Communication Technology (ICT) in Iranian Olive Industrial Cluster. **Journal of Agricultural Science**, Vol. 3, N° 1 (March), pp. 228-232, 2011.

LÓPEZ BECERRA, E.; ARCAS, N.; ALCÓN, F. Uso y calidad de los sitios web: evaluación en las empresas agroalimentarias murcianas. **Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros**, N° 237, pp. 155-179, 2014.

MARCUELLO, C.; SANZ, M.I. Los principios cooperativos facilitadores de la innovación: un modelo teórico. REVESCO. **Revista de Estudios Cooperativos**, N° 94, pp. 59-79, 2008.

MARTÍNEZ CHARTERINA, A. Cooperativas y responsabilidad social empresarial. **Deusto Estudios Cooperativos**, nº 4, pp. 49-62, 2014.

MEROÑO, A.; ARCAS, N.; SOTO, P. Análisis de la presencia en Internet de las empresas hortofrutícolas españolas y su relación con el rendimiento. **Revista Española de estudios Agrosociales y Pesqueros**. N° 215-216, pp. 233-257, 2007.

MOZAS, A; BERNAL, E.; MURGADO, E. M. Caracterización de las empresas oleícolas jienenses con la actividad comercial on-line. **I Congreso de la Cultura del Olivo. Instituto de Estudios Gienenses**, pp. 457-468, 2007.

MONTEGUT Y.; CRISTOBAL-FRANSI, E.; GÓMEZ-ADILLÓN, M. J. Understanding the situation and factors of ICT adoption in agricultural cooperatives. **Journal of Electronic**, 2013.



MONTEGUT Y.; CRISTOBAL-FRANSI, E.; MARIMON F. The singularity of agrarian cooperatives management: cooperatives' typologies in the olive oil sector in Spain. **International Journal of Business and Management**, Vol. 6, Nº 6 (June), pp. 16-30, 2011.

MONTEGUT, Y.; CRISTOBAL-FRANSI, E.; MARIMON, F. Orientación al mercado en las Almazaras Cooperativas. El caso de Cataluña. **Revista de Economía Social**. Nº 34 (Enero), pp. 29-35, 2007.

PINTO, C. F.; SERRA, F. R.; FERREIRA, M. P. A bibliometric study on culture research in International Business. **Brazilian Administration Review**, v. 11, n. 3, p. 340-363, 2014.

PORTER, M.; KRAMER, M. Creating Shared Value. **Harvard Business Review**, February, 2011.

PRADO, J. W. et al. Multivariate analysis of credit risk and bankruptcy research data: a bibliometric study involving different knowledge fields (1968-2014). **Scientometrics**, v. 106, n. 3, p. 1007-1029, 2016.

SCHALTEGGER, S.; LÜDEKE-FREUND, F.; HANSEN, E. Business cases for sustainability: the role of business model innovation for corporate sustainability. **International Journal of Innovation and Sustainable Development**, 6(2), 2012.

STUBBS, W., E COCKLIN, C. Conceptualizing a "Sustainability Business Model". **Organization & Environment**, 21(2), 103-127, 2008.

TORRES, F.J.; SENISE, O.; PARRAS, M.; MOZAS, A.; MURGADO, E.M. La comercialización de los aceites de oliva en Andalucía: la situación de las cooperativas. **Unicaja Fundación**, 2000.

Recebido em 26/04/2018
Publicado em 13/08/2018