

COLABORAÇÃO NO GRUPO IMP: Os pesquisadores de business to business ao longo do tempo

JULIANO NUNES ALVES
UNIVERSIDADE DE CRUZ ALTA- UNICRUZ
admjuliano@yahoo.com.br

SUELEN GEÍSE TELOCKEN
UNIVERSIDADE DE CRUZ ALTA- UNICRUZ
sutelocken@hotmail.com

RONI STORTI DE BARROS
Universidade Federal de Santa Maria - UFSM
ronistt@gmail.com

Ao Professor Håkan Håkansson pela disponibilização dos artigos das edições.

AREA TEMÁTICA: Marketing de serviços, Varejo e B2B
COLABORAÇÃO NO GRUPO IMP: Os pesquisadores de *business to business* ao longo do tempo

Resumo

Ao construir uma avaliação dos pesquisadores do Grupo europeu de investigação sobre "Marketing Industrial e Compras (IMP), o presente artigo fornece uma importante demonstração de como eventos realizados ao longo dos anos, têm contribuído para o estabelecimento de novos contatos e novos postos de trabalho, e o desenvolvimento de grupos de pesquisa sobre *business to business* (B2B). O objetivo deste estudo foi analisar a ocorrência de estudos do grupo IMP com foco no relacionamento entre pesquisadores participantes ao longo das Conferências IMP. A análise bibliométrica e da análise de redes sociais foi a metodologia utilizada e apoiou a análise de dados de tomar medidas em conformidade. Os resultados foram descritos com base no padrão de co-autorship nas Conferências anuais IMP. Os resultados revelam como o desenvolvimento de relações e grupos entre pesquisas ao longo do tempo e apoiar algumas sugestões para futuros estudos, tais como: Onde estão concentrados os estudos sobre B2B? Qual a contribuição dos principais investigadores para a área? Há possibilidade de uma maior aproximação dos pesquisadores? Hoje em dia vale a pena participar nas conferências *business to business*?

Palavras-chaves: Grupo IMP, Redes Sociais, Business to Business

Abstract

By building an evaluate of researchers on European research group on "Industrial Marketing and Purchasing (IMP), the paper provides an important demonstration of how events held over the years, have contributed to the establishment of new contacts and new jobs, and the development of research groups on the subject business to business. The objective of this study was to analyze the occurrence of studies of the IMP group with a focus to how have the relationship between researchers participating along the IMP Conferences influenced the development of new publications. The bibliometric analysis and the social networks analysis was the methodology used and it supported the data analysis taking measures accordingly. The results was described based on the pattern of co-autorship at annual IMP Conferences. The results reveal how development of relationships and groups between researches over time and support some suggestions for future studies, such as: What has been studied differently in each group of researchers? What focus of study of each of the featured countries? What contribution of the principal researchers for the area? There is possibility of further approximation of the researchers? Nowadays worthwhile to participate at the conferences of business to business?.

Keywords: IMP Group, Social Networks, Business to Business, Collaboration

1 INTRODUÇÃO

O Grupo IMP, foi originalmente formada em meados dos anos 1970, como um projeto europeu de investigação sobre "Marketing Industrial e Compras". Uma experiência comum desde as primeiras investigações efetuadas pelo grupo foram de que a troca de negócios não pode ser entendida como uma série de transações desconectadas e independentes dos recursos disponíveis, mas sim como relações complexas entre compra e organizações de vendas, onde o que é trocado é criado a partir da interação (Håkansson, 1982).

Ao desenvolver o seu trabalho, o Grupo IMP foi movido de estudo sobre uma única díade para uma consideração da rede dentro da qual tais díades são incorporadas. As abordagens mercados-como-redes, que se desenvolveram a partir destes estudos, centram-se mais sobre a estrutura e dinâmica da rede de negócios como um todo, bem como as ligações entre as relações (Johanson & Mattsson, 1992). "Em princípio, a cadeia de conexão é sem limites, podendo se estender ao longo de várias relações que são (indiretamente) ligados e (esta) conectividade generalizada de relações comerciais resulta na existência de uma estrutura agregada ou como uma rede" (Håkansson & Snehota, 1995, p. 19).

Uma rede social é um conjunto de pessoas ou grupos cada um dos quais tem ligações de algum tipo com alguns ou com todos os outros (Wasserman & Faust, 1994; Scott & Carrington, 2011). Na linguagem da análise de redes sociais, as pessoas ou grupos são chamados de atores e as conexões de laços. Ambos os atores e nós podem ser definidos de diferentes maneiras, dependendo das questões de interesse. Um ator pode ser uma única pessoa, um grupo, ou uma empresa. Um nó pode ser uma amizade entre duas pessoas, uma colaboração ou membro comum entre duas equipes, ou uma relação de negócios entre as empresas.

Na perspectiva de que as práticas de mercado moldam o comportamento das empresas como atores interdependentes em redes complexas e essas redes estão constantemente sendo construídas pelas interações entre as organizações (Håkansson & Snehota, 1995). Assim, as empresas estão em condições de tanto criar a mudança quanto criar a estabilidade em resposta à mudança gerada interna e externamente. A partir disso, busca-se na mesma forma entender o impacto do sistema de relações entre pesquisadores evoluiu ao longo do tempo e contribuir para o desenvolvimento de novos estudos e avanços nos estudos sobre "Marketing Industrial e Compras" (IMP).

Assim, o objetivo do presente estudo é analisar a ocorrência de estudos do grupo de Marketing Industrial e Compras (IMP), e a estrutura das relações estabelecidas nos últimos anos, com um foco de entender como o relacionamento entre pesquisadores participantes ao longo das Conferências IMP influenciaram no desenvolvimento de novos estudos. Dessa forma, este trabalho inclui o exame dos autores que publicaram nos 30 anos de evento e como ele evoluiu nos últimos cinco anos, especificamente autores e da origem da Instituição; assuntos mais pesquisados (em décadas) e últimos 5 anos; redes de pesquisadores com a análise de publicações centralidade, densidade, clicks ou grupos fechados, os hubs e distância geodésica na rede. Além disso atenção acadêmica nestas áreas pode contribuir para a apreciação de como construir e avançar nos estudos futuros em Marketing *business to business* B2B e estimular pesquisadores brasileiros a publicar em eventos internacionais aproximando práticas nacionais das desenvolvidas internacionalmente.

2. BUSINESS-TO-BUSINESS

Dentro dos antecedentes do trabalho IMP há evidência de foco explícito no serviço ao cliente. Por trás de cada compra do consumidor em uma economia moderna, há uma rede para *business to business*. Mesmo uma operação aparentemente simples no supermercado só é

possível graças a uma rede de suporte às operações B2B (Brennan, Canning, & McDowell, 2011).

Pesquisadores do IMP têm sido rápidos em reconhecer que o marketing tem lugar no contexto das redes não simplesmente a díade (por exemplo Axelsson e Easton 1992; Håkansson & Snehota, 1995). Além disso, alguns pesquisadores têm considerado tanto serviço ao cliente quanto a satisfação por uma perspectiva de rede (por exemplo Holmund & Koch, 1995; Tikkanen & Halinen,). Holmund e Koch (1995) postulam a importância de três dimensões de qualidade de serviços: a econômica, funcionais e técnicas.

Além disso, acordos de *business to business* são relações mútuas que atingem moral, social, bem como força legal (Fried, 1981). Em primeiro lugar, os acordos entre as partes se estabelecem em uma relação baseada no reconhecimento e respeito entre aqueles que decidiram se envolver (Markovits, 2004). O fundamento ontológico de cada relação de negócios situa-se no princípio básico da "troca baseado no consentimento" (Buckley, 2004). O princípio da troca de mimos "baseado no consentimento" partes contratantes como atores que trazem às cotações certos direitos e eles manifestam o seu consentimento à transferência desses direitos (Barnett, 1986; Biggart & Delbridge, 2004).

O que pode ser aplicado também nas relações entre pesquisadores no campo da pesquisa em administração e em especial aos pesquisadores desse fenômeno. O que a seguir pode-se verificar a metodologia utilizada e os resultados do quanto evoluiu em relação aos principais pesquisadores do tema no evento do grupo IMP.

3 MÉTODO

A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho foi pesquisa bibliográfica com objetivo descritivo, a fim de proporcionar maior familiaridade com o problema, aprimorando as concepções já existentes (Gil, 1996). Além disso, com o propósito de alcançar o objetivo da pesquisa, realizou-se uma investigação empírico-analítica com análise documental. Para tanto, utilizou-se técnicas de redes sociais e bibliométrica, com as quais se buscou analisar a produção científica sobre os pesquisadores que publicaram no evento da IMP ao longo dos últimos 14 anos.

Para este trabalho, foram selecionados todos os artigos publicados no evento da IMP ao longo dos anos – sobre os autores que publicaram e as principais temáticas seguidas pelos mesmos. A Conferência anual do grupo IMP acontece a mais de 30 anos e é a maior conferência do mundo que trata especificamente com questões de marketing dentro de um contexto *business to business* (B2B). O período escolhido de 2000-2014 permitiu aos pesquisadores a consulta dos artigos em banco de dados do grupo IMP e uma análise evolutiva sobre as redes estabelecidas entre pesquisadores.

Para a construção da rede social utilizou-se o software de análise de redes sociais UCINET 6 for Windows: *Software for Social Network Analysis*, desenvolvido pela Harvard: *Analytic Technologies*, em versão devidamente registrada. Inicialmente, foi construída uma matriz dicotômica com os nomes dos autores dos artigos e as suas referências citadas. Com esta matriz é possível, por meio do software UCINET, analisar a existência ou não do relacionamento entre os autores e assim formar subsídios para atender os objetivos desta pesquisa. Esta rede analisada é assimétrica, significa que um determinado autor X pode citar o autor Y, mas Y pode não citar X. Também foram gerados os indicadores de compreensão das redes sociais, densidade, grau de centralidade, grau de intermediação inerente aos relacionamentos existentes entre os autores.

4 RESULTADOS

Inicialmente na análise apresentam-se a evolução do evento de 2000 a 2014, seguindo de uma análise específica por períodos (2000-2004 / 2005-2009 / 2010-2014) as edições do evento, bem como está configurado a rede de pesquisadores sobre o tema internacionalmente que participam do evento.

4.1 Publicações ao longo dos anos no evento

Em relação à evolução da produção ao longo dos últimos 15 anos de evento pode-se verificar no Gráfico 1 que os avanços ocorreram de forma mais representativa a partir do evento de 2006 e em 2010 o maior número de trabalhos publicados nos anais do evento (216).

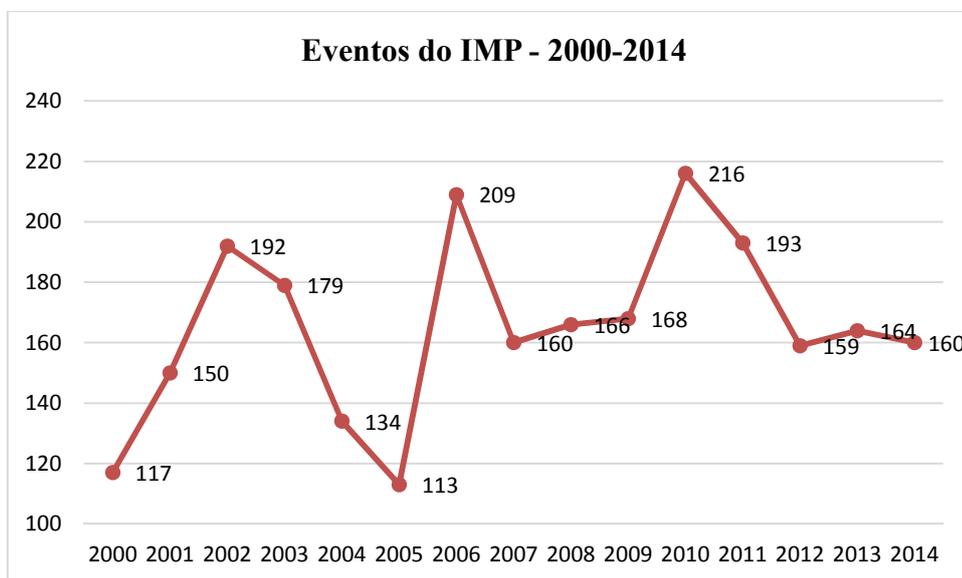


Figura 1. Publicações ao longo dos últimos 14 anos
Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Além disso, a partir do Gráfico 1, percebe-se que ao longo dos anos o crescimento do evento passando de 117 artigos em 2000 para 160 em 2014 uma variação de 27%, além disso, analisando a Tabela 1 percebe-se que foram publicados 2480 artigos sendo desses 92,7% com até três autores. Sendo assim, para uma análise mais aprofundada desses artigos realizou-se a separação desses 15 anos em períodos (2000-2004 / 2005-2009 / 2010-2014) as edições do evento, demonstram na Tabela 1 que o interesse pelo evento da IMP ao longo dos anos teve um aumento em 13% no número de publicações do evento passando de um total de 772 artigos (2000-2004) para 892 artigos publicados (2010-2014) nos anais do evento.

Tabela 1

IMP autores ao longo do tempo

| IMP AUTORES | 2000-2004 | | 2005-2009 | | 2010-2014 | | TOTAL | |
|--------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-------|--------|
| | P | % | P | % | P | % | P | % |
| 1 AUTOR | 257 | 33,3% | 201 | 24,6% | 209 | 23,4% | 667 | 26,9% |
| 2 AUTORES | 330 | 42,7% | 375 | 46,0% | 341 | 38,2% | 1046 | 42,2% |
| 3 AUTORES | 154 | 19,9% | 185 | 22,7% | 246 | 27,6% | 585 | 23,6% |
| 4 AUTORES | 25 | 3,2% | 41 | 5,0% | 79 | 8,9% | 145 | 5,8% |
| 5 AUTORES | 2 | 0,3% | 9 | 1,1% | 12 | 1,3% | 23 | 0,9% |
| 6 AUTORES | 3 | 0,4% | 5 | 0,6% | 3 | 0,3% | 11 | 0,4% |
| 7 AUTORES | 1 | 0,1% | | | 1 | 0,1% | 2 | 0,1% |
| 8 AUTORES | | | | | | 0,00% | 0 | 0,0% |
| 9 AUTORES | | | | | | 0,00% | 0 | 0,0% |
| 10 AUTORES | | | | | | 0,00% | 0 | 0,0% |
| 11 AUTORES | | | | | 1 | 0,11% | 1 | 0,0% |
| TOTAL | 772 | 100% | 816 | 100% | 892 | 100% | 2480 | 100,0% |
| N AUTORES | 732 | | 826 | | 936 | | 1920 | |

Elaborado pelos autores (2015)

Sobre, as coautorias ao longo dos anos em relação a cada período percebe-se que a maioria dos artigos foram realizados em duplas ou díades porém com uma redução no último período devido ao aumento dos artigos com 3 ou mais autores. Um dado importante na Tabela 1 é a diminuição ao longo dos 15 anos em 10% o número de trabalhos individuais sem coautoria representando assim o aumento de importância para os trabalhos com maior discussão entre pesquisadores antes da submissão ao evento e posteriormente maior troca de experiências por meio das interações entre os pesquisadores.

Em relação ao número de participantes do evento ao longo dos anos percebe-se na Tabela 1 que do período de 2000-2004 para 2010-2014 houve um aumento de 22% no número de autores no evento e um aumento entre cada período em torno de 11% demonstra uma tendência de novos pesquisadores no evento.

A seguir, realiza-se uma análise sobre os pesquisadores e grupos de pesquisadores nos respectivos períodos, buscando identificar as mudanças e variações nas interações entre os pesquisadores e da mesma forma responder ao questionamento inicial se o evento que possui o tema central relacionamentos e interações entre os negócios possui o mesmo perfil em relação aos seus pesquisadores.

4.2 Os autores e grupos no período 2000 – 2004

Inicialmente na Tabela 2 realiza-se uma análise sobre os principais autores em número de publicações e suas instituições de origem. Além disso, we used UCINET (Borgatti, Everett, & Freeman, 2002) a realização de Análise de Redes Sociais. Os dados de rede são utilizados para medir a densidade e reciprocidade de uma rede em cada período, a centralidade das pessoas dentro de uma rede detectar as pessoas-chave e investigar a estrutura da rede (Borgatti, Everett, e Freeman, 2002).

Tabela 2

Principais Autores e Instituições de Origem (2000-2014)

| AUTORES | UNIVERSIDADE | ARTIGOS |
|----------------------|--|---------|
| Pete Naude | University of Manchester | 60 |
| Stephan Cheneberg | Queen Mary University | 47 |
| Stefanos Mouzas | Lancaster Univeristy | 41 |
| Ian Wilkinson | The University of Sydney | 41 |
| Kristian Moller | Aalto University | 35 |
| David Ford | University of Bath | 30 |
| Judy Zolkiewski | Manchester Business School | 29 |
| Tibor Mandjak | Corvinus University of Budapest | 28 |
| Olavi Uusitalo | Tampere University of Technology | 28 |
| Jaana Tahtinen | University of Oulu | 28 |
| Louise Young | Universtiy of Western Sydney | 26 |
| Hakan Håkansson | BI Norwegian Business School | 26 |
| Catherine Pardo | Emlyon Business School | 26 |
| Lars-Erikgadde | Chalmers University of Technology | 25 |
| Risto T. Salminen | Lappeenranta University of Technology | 24 |
| Thomas Ritter | Copenhagen Business School | 23 |
| Enrico Baraldi | Uppsala University | 23 |
| Debbie Harrison | BI Norwegian Business School | 23 |
| Ann-Charlottpedersen | Norwegian University of Science and Technology | 23 |
| Wesley Johnston | Georgia State University | 22 |
| Elsebeth Holmen | Norwegian University of Science and Technology | 22 |
| Anna Dubois | Chalmers University of Technology | 22 |
| Bjoern Sven Ivens | University of Lausanne | 22 |
| Asta Salmi | Helsinki School of Economics | 22 |
| Rossbrennan | University of Hertfordshire | 21 |
| Lars-Gunnarmattsson | Stockholm School of Economics | 21 |
| Tuija Mainela | Oulu Business School | 20 |
| Simone Guercini | University of Florence | 20 |
| Luis Araujo | Lancaster Univeristy | 20 |
| Anne Jalkala | Lappeenranta University of Technology | 20 |

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Analisando a Tabela 2 pode-se verificar que os principais pesquisadores do evento IMP são de diversas Universidades localizadas na região Escandinávia e do Reino Unido e com focos de pesquisa diretamente relacionados ao tema do evento que é business networks. Além disso, pode-se verificar ao longo dos 15 anos publicaram mais de um artigo por edição, e sobre como eles se inter-relacionam a seguir será realizada uma análise individual das relações e da rede formada em cada período e como evoluiu ao longo dos anos de evento e se os principais autores em número se mantém quando analisado a rede social de cada período.

4.3 Métricas que avaliam a rede como um todo

Em relação a densidade de uma rede e em específico tanto a de todos os anos quanto as dos períodos específicos demonstrou uma baixa conectividade da mesma não representando 1% conforme Tabela 3.

Tabela 3

Densidade nos Eventos do IMP

| DENSIDADE | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
|-----------|-----------|-----------|-----------|
| VALOR | 0,14% | 0,13% | 0,13% |

Elaborado pelos autores (2015)

Neste caso, é importante para coletar dados sobre a reciprocidade das relações. Na Tabela 4, podemos ver a reciprocidade por uma abordagem dupla, onde todos os pares de atores que tenham qualquer ator com relações recíprocas em matéria de evento IMP. Por outro lado, embora a reciprocidade muito baixa (6%) pudesse ser identificada apenas no último período de 2010-2014.

Tabela 4

Reciprocidade nos Eventos do IMP

| RECIPROCIDADE | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
|---------------|-----------|-----------|-----------|
| VALOR | 0% | 0% | 6% |

Elaborado pelos autores (2015)

Outra análise é a da transitividade de pesquisadores sobre relacionamentos ao longo do tempo. Da mesma forma que a reciprocidade e a densidade, na Tabela 5, pode-se constatar um crescimento de transitividade ao longo do tempo no evento, 46 no primeiro período (2000-2004) a 169 (2010-2014), um crescimento de 27,22% em que, se AB e BC estão presentes, então AC também está presente.

Tabela 5

Transitividade nos Eventos do IMP

| TRANSITIVIDADE | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|
| TRIPLOS LAÇOS | 46 | 57 | 169 |
| Normalização | 11,44% | 12,84% | 15,71% |

Elaborado pelos autores (2015)

Em outras palavras, mesmo que os resultados mostram um pequeno número de trincas nas relações entre pesquisadores do evento, pode-se considerar que as relações estão se tornando mais forte e há menos buracos estruturais nas redes ao longo dos anos.

Após uma análise de métricas sobre as redes nos períodos parte-se analisar métricas para cada nó ou pesquisador buscando identificar os mais centrais na rede, os mais próximos entre si e os que possuem papéis de intermediários na rede.

4.4 Os autores e grupos

A seguir analisa-se de uma forma geral para verificar se os resultados individuais podem ser comprovados analisando como um todo os pesquisadores e os grupos formados.

4.4.1 Autores Chaves: Grau de Entrada e Grau de Saída

O grau de entrada representa as citações recebidas pelo autor originadas de outros membros da rede, já o grau de saída representa o número de citações feitas pelo autor em trabalhos de outros autores da rede em questão (Wasserman & Faust, 1994). Na Tabela 6 e Tabela 7 podemos ver o grau de relacionamento dos principais pesquisadores em cada período.

Tabela 6
Grau de entrada dos autores em crescimento

| AUTOR | GRAU DE ENTRADA | | |
|----------------------|-----------------|-----------|-----------|
| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
| Pete Naude | 5 | 12 | 29 |
| Stephan C. Henneberg | 3 | 15 | 26 |
| Olavi Uusitalo | NP | 5 | 14 |
| Frida Lind | NP | 1 | 10 |
| Tibor Mandjak | 9 | 7 | 8 |
| Wesley Johnston | 8 | 6 | 8 |
| Stefanos Mouzas | 5 | 18 | 8 |
| Malena Ingemansson | NP | 1 | 8 |
| Catherine Pardo | 2 | 9 | 7 |
| Judy Zolkiewski | 3 | 9 | 6 |
| Tuija Mainela | 2 | 8 | 6 |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Tabela 7
Grau de entrada dos autores em declínio

| AUTOR | GRAU DE ENTRADA | | |
|---------------------|-----------------|-----------|-----------|
| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
| Louise Young | 11 | 4 | 5 |
| Lars-Erik Gadde | 10 | 4 | 5 |
| Elsebeth Holmen | 11 | 7 | 3 |
| Ian F. Wilkinson | 8 | 4 | 3 |
| Sicco Santema | 1 | 8 | 3 |
| Kristian Moller | 11 | 7 | 2 |
| Luis de Castro | 10 | 4 | 2 |
| Thomas Ritter | 14 | 5 | 1 |
| Laurids Hedaa | 8 | 3 | NP |
| Hans-Georg Gemunden | 8 | NP | NP |
| Risto T. Salminen | 4 | 19 | NP |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos Autores

Analisando as Tabelas 6 e 7 pode-se verificar em relação ao grau de entrada que os autores Pete Naude e Stephan C. Henneberg ao longo dos anos foram os autores que mais cresceram em número de citações por outros pesquisadores na área passando de 5 e 3 relacionamentos no período 2000-2004 para 29 e 26 no período 2010-2014. Esses resultados demonstram que seus trabalhos se tornam consulta básica para aqueles que pretendem escrever sobre *business to business*. Por outro lado, pode-se verificar que os autores Thomas Ritter (14 para 1) e Kristian Moller (11 para 2) foram os autores que mais perderam espaço em citações nos artigos publicados no IMP, isso deve-se a mudança do foco de novas publicações e pesquisas nos eventos do IMP.

Tabela 8. Grau de Saída dos Autores em crescimento

| AUTHOR | OUTDEGREE | | |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
| Enrico Baraldi | 1 | 3 | 13 |
| Benedikte Borgstrom | 1 | 2 | 12 |
| Debbie Harrison | 5 | 7 | 11 |
| Carla Ramos | 1 | 3 | 11 |
| Maria Holmlund | 1 | 0 | 11 |
| Jan Markendahl | NP | NP | 11 |
| AUTHOR | OUTDEGREE | | |

Tabela 9. Grau de Saída dos Autores em declínio

| AUTHOR | OUTDEGREE | | |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|
| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
| Anne Jalkala | NP | 19 | 7 |
| Judy Zolkiewski | 1 | 8 | 7 |
| Bahar Ashnai | NP | 10 | 6 |
| Geoffrey Easton | 8 | 4 | 6 |
| Anna Dubois | 16 | 8 | 4 |
| Bernard Cova | 6 | 8 | 4 |
| AUTHOR | OUTDEGREE | | |

| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| Zsofia Toth | NP | NP | 11 |
| Andrea Perna | NP | 3 | 9 |
| Simone Guercini | 0 | 0 | 9 |
| Harri Ryyananen | NP | 4 | 8 |
| Poul Houman Andersen | NP | 2 | 8 |
| Fabiana Ferreira | NP | 1 | 8 |
| Tibor Mandjak | 0 | 0 | 8 |
| Grzegorz Leszczynski | NP | NP | 8 |
| Raymond Loohuis | NP | NP | 8 |
| Samuli Patala | NP | NP | 8 |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| David Ford | 13 | 6 | 4 |
| Aino Halinen | 11 | 5 | 4 |
| Alexandra Waluszewski | 8 | 7 | 3 |
| Bjoern Sven Ivens | 3 | 11 | 3 |
| Amjad Hadjikhani | 1 | 9 | 2 |
| Ian Wilkinson | 27 | 1 | 2 |
| Christina Oberg | 2 | 12 | 1 |
| Katri Nykanen | NP | 8 | 1 |
| Ann-Charlott Pedersen | 23 | 15 | 0 |
| Pete Naude | 19 | 8 | 0 |
| Kristian Moller | 12 | 5 | 0 |
| Arto Rajala | 9 | 5 | 0 |
| Diego Rinallo | 4 | 9 | NP |
| Hans Jansson | NP | 8 | NP |
| Achim Walter | 8 | NP | NP |
| George Tesar | 8 | NP | NP |
| Hans-Georg Gemunden | 8 | NP | NP |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Com relação ao grau de saída (outdegree) foram Enrico Baraldi (1 grau para 13 graus) e Benedikte Borgstrom (1 grau para 12 graus) os no último período analisado e com aumento ao longo dos anos de evento os autores que mais realizaram citações, demonstrando que são os que mais buscam informações científicas para gerar suas pesquisas, realizando assim um papel importante na rede, de gerar citações e assim construir elos entre autores em seus trabalhos. Nesse quesito de construir elos e gerar citações Ian Wilkinson (27 graus para 2 graus) e Ann-Charlott Pedersen (23 graus para 0 grau) foram os autores que decresceram sua participação no Evento quanto a geração de citações e construção de elos entre os autores comparando o primeiro (2000-2004) e o último período analisado (2010-2014).

4.4.2 Autores Chaves: Proximidade e Intermediação

A seguir procura-se dentro dos períodos analisar a proximidade entre os pesquisadores para verificar como evoluiu ao longo dos anos analisados. Pela Tabela 10 percebe-se que estatisticamente o valor calculado de proximidade vêm diminuindo em todos os grupos. Sendo assim, ao analisar individualmente cada período percebe-se em 2000-2004 os com melhores indicadores de proximidade foram os pesquisadores Ross Brennan; Thomas Ritter e Sheena Leek. Em 2004-2009 permanece a pesquisadora Sheena Leek em destaque, porém agora, juntamente com os pesquisadores Peter Turnbull; Stephan Henneberg e Stefanos Mouzas. E em 2010-2014 uma renovação nos pesquisadores em destaque tendo o aparecimento de Roberta Sebastiani seguida de Anna Dubois; Tommy Shih e Lise Aaboen.

Tabela 10. Proximidade no Evento IMP

| AUTHORS | inCloseness | | |
|--------------------|-------------|-----------|-----------|
| | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 |
| Roberta Sebastiani | NP | 0,120 | 0,116 |
| Anna Dubois | 0,136 | 0,120 | 0,114 |
| Tommy Shih | NP | 0,120 | 0,114 |
| Lise Aaboen | NP | NP | 0,114 |
| Stephan Henneberg | 0,140 | 0,124 | 0,109 |
| Thomas Ritter | 0,143 | 0,122 | 0,107 |
| Sheena Leek | 0,142 | 0,125 | 0,106 |
| Ross Brennan | 0,142 | 0,121 | 0,106 |
| Sheena Leek | 0,142 | 0,125 | 0,106 |
| Stefanos Mouzas | 0,140 | 0,124 | 0,106 |
| Peter Turnbull | 0,141 | 0,125 | NP |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Após analisar a proximidade entre os pesquisadores passa-se a verificar sobre o grau de intermediação entre os pesquisadores Tabela 11. A importância do pesquisador para o evento ao longo dos anos considerando suas redes de relacionamentos e qual pesquisador tem mais possibilidade de intermediar as comunicações entre pares de pesquisadores. Primeiro resultado percebido é o baixo poder de intermediação de um pesquisador sobre todos os demais do evento tendo uma maior representação desses resultados no último período onde os pesquisadores com maior grau foram: Virpi Havila, Tommy Shih, Per Andersson, Asta Salmi, Lise Aaboen, Jaana Tahtinen e Anna Dubois e desses pesquisadores percebe-se evolução na participação ao longo dos anos no evento somente da pesquisadora Jaana Tahtinen que passou seu grau de 6% para 12%.

Tabela 11. Intermediação 2000-2004

| AUTORES | Intermediação | |
|-----------------|---------------|----|
| | 2000-2004 | |
| Jaana Tahtinen | 319 | 6% |
| Kristian Moller | 203 | 4% |
| Ivan Snehota | 186 | 3% |
| Aino Halinen | 148 | 3% |
| Pete Naude | 145 | 3% |
| Ian Wilkinson | 119 | 2% |
| Geoffrey Easton | 87 | 2% |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Tabela 12. Intermediação 2005-2009

| AUTORES | Intermediação | |
|-----------------|---------------|----|
| | 2005-2009 | |
| Judy Zolkiewski | 80 | 1% |
| Pete Naude | 57 | 1% |
| Catherine Pardo | 57 | 1% |
| Kristian Moller | 37 | 1% |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Tabela 13. Intermediação 2010-2014

| AUTORES | Intermediação | |
|----------------|---------------|-----|
| | 2010-2014 | |
| Virpi Havila | 1834 | 20% |
| Tommy Shih | 1701 | 19% |
| Per Andersson | 1570 | 18% |
| Asta Salmi | 1484 | 17% |
| Lise Aaboen | 1306 | 15% |
| Jaana Tahtinen | 1090 | 12% |
| Anna Dubois | 884 | 10% |

NP = Sem relacionamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2015)

Ainda pela Tabela 11 analisando em períodos individualmente percebe-se de 2000-2004 destacaram-se os autores Jaana Tahtinen (6%) e Kristian Moller (4%). No período 2005-2009 conforme Tabela 12 pode-se afirmar que não foi possível identificar grau significativo de intermediação por parte dos pesquisadores nesse período analisado. Intermediação a qual foi retomada e percebe-se uma maior relação entre os autores com destaque para Virpi Havila com 20% no período 2010-2014.

A seguir analisa-se as considerações a partir dos resultados apresentados e as sugestões para estudos futuros que potencializem a participação de pesquisadores brasileiros em eventos e publicações internacionais e proporcione uma reflexão sobre o andamento dos estudos realizados em marketing com foco em *business to business*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As métricas foram descritas seguindo os dados obtidos pelo UCINET. Foi possível perceber diversos aspectos relacionados com a rede de citação composta pelos pesquisadores e que ao longo dos anos o evento da IMP vem ganhando maior representatividade no meio dos estudos sobre *business to business* e que ao longo dos 14 anos analisados os pesquisadores consolidaram suas linhas de pesquisa possibilitando aos interessados no tema reconhecer quais os artigos e os pesquisadores que passaram a ser bases de qualquer estudo na área. Como por exemplo, os pesquisadores Pete Naude da Universidade de Manchester e Stephan C. Henneberg da Universidade de Queen Mary, da mesma forma que os estudos apresentados no evento ao longo dos anos estão concentrados IMP são de diversas Universidades localizadas na região Escandinávia e do Reino Unido demonstrando ainda um espaço para pesquisadores e publicações da América Latina e Brasil.

A respeito da contribuição dos principais investigadores para a área está no fato de que a maioria dos estudos publicados não representam um foco único ao longo dos anos o que contribui para o avanço com novos estudos como forma de suporte para uma maior consolidação do tema internacionalmente e não tão centralizado em regiões da Europa como ficou claro pelo presente estudo.

Outra contribuição da presente análise está nas possibilidades que o evento IMP propicia uma aproximação dos pesquisadores do tema com o aumento de interesse ao longo dos anos. Também pode verificar que este estudo poderá servir de estímulo para novos pesquisadores, como por exemplo os pesquisadores brasileiros sobre o tema em participar e posicionar-se em uma perspectiva de estudos com a aproximação desses pesquisadores e seus respectivos grupos.

A respeito do evento do grupo IMP pode-se verificar com os resultados da presente pesquisa que o referido evento está se consolidando e atraindo novos pesquisadores ao longo dos anos e da mesma forma gerando contribuições teóricas e empíricas para o campo do marketing e em especial ao *business to business*.

As limitações do presente estudo podem ser consideradas como sugestões para futuros estudos do tema onde sugere-se uma análise específica sobre o que cada um dos principais pesquisadores atua e sugestões de linhas a serem seguidas para a construção de parcerias de pesquisa e cruzamento de estudos e casos realizados nos mais diferentes contextos.

Sugere-se uma comparação dos temas e áreas de pesquisa do evento do grupo IMP aos estudos realizados em eventos nacionais como por exemplo, Semead, EMA e Enanpad e dessa forma entender quais as barreiras para a aproximação e os pontos correlatos entre os dois contextos de eventos.

6 REFERÊNCIAS

Axelsson, B., & Easton, G. (Eds.). (1992). *Industrial networks: a new view of reality* (Vol. 11). London: Routledge.

Barnett, R. E. (1986). *A consent theory of contract*. Columbia Law Review, 269-321.

- Biggart, N. W., & Delbridge, R. (2004). Systems of exchange. *Academy of Management Review*, 29(1), 28-49.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). *Ucinet for Windows: Software for social network analysis*.
- Brennan, R. C. L. & McDowell, R. 2011. *Business-to-Business Marketing*.
- Buckley, F. H. (2004). *Just exchange: a theory of contract*. Routledge.
- Fried, C. (1981). *Contract as Promise: A Theory of Contractual Obligations*.
- Gil, A. C. (1996). *Projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 331-360.
- IMP Group. (1982). *International marketing and purchasing of industrial goods: An interaction approach*. Chichester: Wiley.
- Håkansson, H and Snehota, I (1995), editors, *Developing Relationships in Business Networks*, Routledge, London, UK.
- Holmund, M and Kock, S (1995) Buyer Perceived Quality in Industrial Networks, *Industrial Marketing Management*, Vol. 24, pp. 109 – 121.
- Mattsson, L. G., & Johanson, J. (1992). *Network positions and strategic action: an analytical framework*. Univ..
- Markovits, D. (2004). *Contract and Collaboration*. Yale Law Journal, 1417-1518.
- Scott, J., & Carrington, P. J. (2011). *The SAGE handbook of social network analysis*. SAGE publications.
- Tikkanen, J., & Halinen, A. (2003, September). Network approach to strategic management-Exploration to the emerging perspective. In *Proceedings of the 19th IMP International Conference*, Lugano, Switzerland.
- Wasserman, S., & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications* (Vol. 8). Cambridge university press.