

REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO

# FACES

JOURNAL

**TECNOLOGIA DE GESTÃO EM AÇÃO**

**MANAGEMENT TECHNOLOGY IN ACTION**

**[www.revistafaces.fumec.br](http://www.revistafaces.fumec.br)**

Publicação Trimestral da  
Faculdade de Ciências Empresariais  
Universidade FUMEC



UNIVERSIDADE  
**FUMEC/FACE**  
[www.face.fumec.br](http://www.face.fumec.br)

Belo Horizonte - MG

FACES R. Adm. · Belo Horizonte · v. 9 · n. 4 · p. 1-160 · set./dez. 2010

**FUNDAÇÃO MINEIRA DE EDUCAÇÃO E CULTURA - FUMEC**

Presidente: Prof. Air Rabelo

**UNIVERSIDADE FUMEC**

Reitor: Prof. Antonio Tomé Loures

Vice-reitora: Profa. Maria da Conceição Rocha

Pró-Reitor de Ensino, Pesquisa e Extensão: Prof. Eduardo Martins de Lima

Pró-Reitor de Planejamento e Administração: Prof. Roberto Uchôa Costa

**FACE-FUMEC**

Diretor Geral: Prof. Ricardo José Vaz Tolentino

Diretor de Ensino: Prof. Marco Túlio de Freitas

Diretor Administrativo-Financeiro: Prof. Emiliano Vital de Souza

**EDITOR**

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho (Universidade FUMEC)

Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita (Universidade FUMEC)

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira (Universidade FUMEC)

**CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO NACIONAL**

Prof. Dr. Sérgio Bulgacov - CEPPAD/UFPR

Prof. Dr. Tomás de Aquino Guimarães - UNB

Prof. Dr. Jorge Ferreira da Silva - IAG /PUC-RJ

Prof. Dr. Rodrigo Bandeira de Melo - Univale-SC

Prof. Dr. Sergio Henrique A. C. Forte - UNIFOR-CE

Prof. Dr. Sérgio Carvalho Benício de Melo - PPGA/UFPE

Prof. Dr. Eduardo André Teixeira Ayrosa - EBAP/FGV-RJ

Prof. Dr. André Torres Urdan - EASP/FGV-SP

Prof. Dr. Antônio Artur de Souza - CEPEAD/UFMG

Prof. Dr. Carlos Alberto Gonçalves - Univ. FUMEC

Prof. Dr. Mauro Calixta Tavares, Mestrado/FCHPL

Prof. Dr. Ricardo Teixeira Veiga - CEPEAD/UFMG

Profa. Dra. Marília Damiani Costa, UFSC

Prof. Dr. Oscar Dalfvo, Universidade Regional de Blumenau

Prof. Dr. Antonio Balloni, CENPRA/MICT

Prof. Edson Luiz Riccio, FEA/USP

Profa. Dra. Suzana Braga Rodrigues, FUMEC

**CONSELHO EDITORIAL TÉCNICO-CIENTÍFICO INTERNACIONAL**

Prof. Thomas Brashear, UMASS

Prof. Dr. Luc Quoniam, Université du Sud Toulon-Var

Prof. Dr. David Bruce, Institute of International Business

Prof. Jürgen Müller, Berlin School of Economics

Prof. Dr. César Archuby, Universidad de La Plata

Prof. Dr. Armando Malheiro, Universidade do Porto

Prof. Dr. Gustavo Guzman, Griffith University

**CONSULTORES EXTERNOS**

Sylvana Maria Brandao, UFPE

Tereza Souza, Universidade Potiguar

Milena Rodrigues, Toledo Araçatuba

Rolf Hermann Erdmann, Universidade Federal de Santa Catarina

Carlos Alberto Costa, Universidade de Caxias do Sul

Ralph Santos Silva, UNIP

Maria Emilia Camargo, Universidade de Caxias do Sul

Luiz Alberto Nascimento Campos Filho, Faculdades Ibmecc RJ, Brasil

Camila Juvencio Dias, UniToledo - Araçatuba-SP

Mauro Neves Garcia, Universidade Municipal de SCS

Antonio Carlos Giuliani, universidade Metodista de Piracicaba

Heloisa Guimarães Peixoto Nogueira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

André Gustavo Carvalho Machado, UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

Denise Del Prá Netto Machado, Universidade Regional de Blumenau

Maria Augusta Soares Machado, IBMEC-RJ, Brasil

Frederico Poley Marins Ferreira, Fundação João Pinheiro

Arsênio Firmino Novaes Netto, Universidade Metodista de Piracicaba

Pelayo Munhoz Olea, Universidade de Caxias do Sul

José Arimatés Oliveira, UFRN - Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Mauro Sudano Ribeiro, Faculdades Pedro Leopoldo

Sandra Maria Santos, universidade Federal do Ceará

Valeria Rueda Elias Spers, Universidade Metodista de Piracicaba

Priscilla Ferreira da Fonseca, Newton Paiva

Eduardo Damião da Silva, PUCPR

Roberto Marcos da Silva Montezano, Faculdades Ibmecc RJ

**EDITORES ASSOCIADOS**

Prof. Marco Túlio Freitas, MSc

Prof. Fernando Francisco Soares Rocha, MSc

Assinatura anual (3 números): R\$ 90,00

Pedidos: [faces@fumec.br](mailto:faces@fumec.br)

Periodicidade: trimestral

Data de início da circulação: 1º semestre 2000

Versão virtual integral: [www.revistafaces.com.br](http://www.revistafaces.com.br)

Indexação:

Em base de dados:

Dare database / UNESCO (em trâmite)

<http://databases.unesco.org/dare>

Em portal vertical:

Canal Ciência (em trâmite)

<http://www.canalciencia.ibict.br>

Distribuição: permuta (associações, centros de pesquisas, universidades, organizações públicas ou privadas), assinaturas e venda avulsa

Revisor: Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Projeto gráfico e editoração: Authentica Comunicação

Tiragem: 2000 exemplares

FACES. Revista de Administração - v. 9, n. 4, 2010 Belo Horizonte / MG: FUMEC, 2010

Trimestral

ISSN 1517-8900

1. Administração - Periódicos. I. Fundação Mineira de Educação e Cultura. Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte

CDD: 658(05)

Endereço para Correspondência: FACE - FUMEC / Revista Faces  
Rua Cobre, 200 - Cruzeiro - 30310-190 - Belo Horizonte / MG  
[www.revistafaces.fumec.br](http://www.revistafaces.fumec.br) - [faces@fumec.br](mailto:faces@fumec.br)

## **INTRODUÇÃO**

A Revista FACES é uma publicação da Faculdade de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte, da Fundação Mineira de Educação e Cultura que, com 40 anos de existência, consolida-se como uma instituição de ensino, atingindo sua maturidade e o reconhecimento de seu trabalho. Com um quadro docente de alto nível, a Universidade FUMEC dedica-se a atividades de graduação, pós-graduação, pesquisa e extensão. Hoje, são cerca de 12 mil alunos e 412 professores.

A instituição, sem fins lucrativos, foi fundada por um grupo de professores que buscavam criar novas alternativas de formação acadêmica; é dotada de completa infraestrutura: salas amplas, espaços multimeios, apoio de informática, laboratórios nas diversas áreas, auditórios, anfiteatro, ginásio poliesportivo e três bibliotecas com acervo de mais de 90 mil volumes. Um novo câmpus está sendo edificado na região da Seis-pistas, Nova Lima.

## **MISSÃO DA UNIVERSIDADE FUMEC**

Formar cidadãos portadores de valores de responsabilidade social, justiça e ética, nas diferentes áreas do conhecimento, aptos a serem inseridos nos diversos setores profissionais, capazes de contribuir para a transformação da sociedade, de modo a torná-la verdadeiramente democrática.

## **MISSÃO DA REVISTA FACES**

Fomentar a produção e a disseminação do conhecimento em Administração de Empresas, contribuindo para o desenvolvimento e o progresso do país e da sociedade.

## **FOCO DA REVISTA FACES**

A FACES busca atender a um amplo espectro de domínios de conhecimentos, perspectivas e questões em Administração. O público-alvo da FACES é composto por um estrato relevante da comunidade empresarial – administradores, executivos, consultores e executivos de alta e média gerência –, e por acadêmicos – professores, pesquisadores e estudantes de Administração e áreas afins.

## **TIPOS DE ARTIGOS VEICULADOS NA FACES**

Desenvolvimento teórico: artigos sustentados por ampla pesquisa bibliográfica com propostas de novos modelos e interpretações para fenômenos relevantes no campo da Administração de Empresas.

Trabalhos empíricos: direcionados mais para a prática do administrador, os artigos baseiam-se em pesquisas metodologicamente bem fundamentadas, apresentam hipóteses que compreendem as teorias e suas variáveis, os resultados que comprovam (ou não) a teoria.

Ensaio: compõem formas mais livres de contribuição científica, com abordagens mais críticas e criativas, levando os leitores a reflexões sobre temas relevantes nas áreas do conhecimento.

### **TEMAS E LINHAS EDITORIAIS**

- Mercadologia
- Organizações
- Políticas Públicas
- Recursos Humanos
- Relações de Trabalho
- Sistemas de Saúde
- Teoria das Organizações

- Ensino e Pesquisa em Administração
- Estratégia
- Finanças
- Gestão da Informação
- Gestão de Operações e Logística
- Gestão Internacional
- Gestão Pública e Governança

- Administração da Ciência e Tecnologia
- Administração Hospitalar
- Casos em Administração Brasileira
- Comportamento Organizacional
- Contabilidade
- Controle Gerencial
- Economia

## **Prezados Pesquisadores, Acadêmicos, Dirigentes e Comunidade Empresarial**

Prezados Leitores, temos a grata satisfação de apresentar a última edição de 2010 da Revista Faces Fumec. Nela você encontrará artigos que versam sobre vários temas atuais da administração, mantendo assim nossa política de diversidade.

Com o artigo “Perfil empresarial, estratégia e performance em mercados internacionais”, Flávia Luciane Scherer e Clandia Maffini Gomes objetivam descrever e analisar como se dão as relações entre perfil empresarial, estratégia adotada e performance em mercados internacionais, em empresas gaúchas do setor de couros e calçados.

Com o artigo “O Marketing no ensino superior: comparativo Brasil-Portugal”, Helena Alves, Emerson Wagner Mainardes e Mario Raposo caracterizam os contextos atuais do ensino superior no Brasil e em Portugal, e fazem uma comparação da aplicação do marketing educacional nas realidades brasileira e portuguesa, focando as análises no marketing-mix educacional.

No estudo “Empreendedoras e a atuação em redes”, realizado em um município que conta com a participação expressiva de empreendedoras na economia local, sendo a confecção a principal atividade econômica, Ligia Greatti, Hilka Vier Machado e Márcia Freire de Oliveira objetivam compreender a ação de uma Associação de mulheres de negócios para o fortalecimento da atuação de empreendedoras.

Em “Lealdade de estudantes: um modelo de regressão logística”, Silvana Anita Walter, Liliane Gomes, José Roberto Frega, Gérson Tontini e Wesley Vieira da Silva objetivam analisar dimensões de impacto na lealdade dos alunos de cursos de graduação em administração, bem como mostrar a aplicação da regressão logística binária para essa avaliação.

No artigo “Processo de internacionalização de uma empresa multinacional brasileira de base tecnológica”, Sieglinde Kindl Cunha analisa o processo de internacionalização de uma empresa multinacional brasileira de base tecnológica.

No artigo “Educação tutorial: revitalizando ensino-aprendizagem e pesquisa em Administração”, discutem se a educação tutorial pode ser eficaz no campo de estudos sobre ensino-aprendizagem e pesquisa em Administração.

Boa leitura,

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita

Editores Universidade FUMEC

## Dear Researchers, Academics, Managers and Business Community

Dear Readers, we have the pleasure to present the latest 2010 edition of Faces Magazine Fumec. Here you'll find articles on various topics on management's current, thereby maintaining our diversity policy.

In "Business Profile, Strategy and Performance in International Markets", Flávia Luciane Scherer and Clandia Maffini Gomes describe and analyze the relations between enterprise profile, adopted strategy and performance in international markets, companies gauchas of the sector of leathers and footwear.

In "Marketing in Higher Education: Comparative Brazil-Portugal", Helena Alves, Emerson Wagner Mainardes and Mario Raposo characterize the current contexts of higher education in Brazil and Portugal, and make a comparison of the application of marketing education in the realities of Brazil and Portugal, focusing the analysis on educational marketing mix.

In the study "Women Entrepreneurs and Perform in Networks", carried out in a municipal district that counts on an expressive participation of female entrepreneurs in the local economy, and which explores the segment of clothes manufacture as its main economical activity, Ligia Greatti, Hilka Vier Machado and Márcia Freire de Oliveira aim at understanding the action of an association of businesswomen towards strengthening or invigorating its members entrepreneurial action.

In "Student Loyalty: a Logistic Regression Model", Silvana Anita Walter, Liliane Gomes, José Roberto Frega, Gérson Tontini and Wesley Vieira da Silva aim on analyzing dimensions of impact on the students of undergraduate management courses, as well as show the use of logistic regression for this purpose.

In "Internationalization Process of a Technology Based Brazilian Multinational Company", Sieglinde Kindl Cunha analyze the process of internationalization of a technological base multinational Brazilian company.

In "Tutorial Education: Revitalizing Teaching-Learning and Research In Management", Nildes Pitombo Leite, Fábio Pitombo Leite, Augusto Takerissa Nishimura and Rodrigo Leandro Cherez discuss whether education tutorial can be effective in the fields of study in administration involving teaching and learning, and research.

Good reading

Prof. Dr. Cid Gonçalves Filho

Prof. Dr. Luiz Claudio Vieira de Oliveira

Prof. Dr. José Marcos Carvalho de Mesquita

Editores Universidade FUMEC

### GESTÃO INTERNACIONAL

#### **13** PERFIL EMPRESARIAL, ESTRATÉGIA E PERFORMANCE EM MERCADOS INTERNACIONAIS. Flávia Luciane, Clandia Maffini Gomes

*Uma das questões centrais do campo da estratégia transita em torno das suas relações com a performance empresarial. Considerando a importância desta temática, o artigo objetiva descrever e analisar como se dão as relações entre perfil empresarial, estratégia adotada e performance em mercados internacionais, em empresas do setor de couros e calçados. A análise do perfil empresarial identificou empresas de médio e grande porte, maduras no setor, que realizam planejamento para orientar suas ações e que se preocupam em monitorar alterações no ambiente com o qual se relacionam. O uso de um modelo multivariado de análise estatística evidenciou que as principais variáveis que discriminam o grupo pesquisado são o perfil estratégico, a realização de planejamento e o monitoramento ambiental. As empresas com Receita Operacional Bruta superior apresentam menor porte, realizam atividades de planejamento apenas eventualmente, não efetuam monitoramento ambiental e adotam uma postura estratégica defensiva.*

### MERCADOLOGIA

#### **37** O MARKETING NO ENSINO SUPERIOR: COMPARATIVO BRASIL-PORTUGAL. Helena Alves, Emerson Wagner Mainardes, Mario Raposo

*Ao abordar o marketing aplicado ao ensino superior, este estudo tem como objetivos discutir os conceitos teóricos do marketing educacional e aplicá-los aos contextos brasileiro e português. Tendo em consideração que o marketing educacional tem a sua maior expressão nos E.U.A., a sua aplicação a diferentes realidades e culturas requer adaptações. Inicialmente, fez-se uma revisão dos conceitos tradicionais de marketing educacional, com ênfase nas vantagens, desvantagens e no marketing-mix aplicado à educação. Posteriormente realizou-se uma caracterização dos contextos atuais do ensino superior no Brasil e em Portugal, e fez-se uma comparação da aplicação do marketing educacional nas realidades brasileira e portuguesa, focando as análises no marketing-mix educacional. Percebeu-se que o ensino superior no Brasil tem características muito diversas*

*do ensino superior em Portugal e ambos divergem na aplicação dos conceitos mais tradicionais do marketing à educação. Desta forma, faz-se necessária a construção de abordagens teóricas específicas para a aplicação do marketing educacional a diferentes nações.*

### GESTÃO INTERNACIONAL

#### **69** PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE UMA EMPRESA MULTINACIONAL BRASILEIRA DE BASE TECNOLÓGICA. Sieglinde Kindl Cunha

*A partir da abertura da economia brasileira na década de 90, é possível verificar um crescente movimento de internacionalização de empresas brasileiras. A competição migrou do nível local ou doméstico para o âmbito mundial. Como resposta das empresas nacionais, é possível verificar um crescente movimento de internacionalização das empresas brasileiras e a necessidade de se estudar esse fenômeno, visto que esse processo, no Brasil, é relativamente recente. Esse artigo tem como objetivo analisar o processo de internacionalização de uma empresa multinacional brasileira de base tecnológica. O resultado da pesquisa evidencia que, embora o processo de internacionalização confirme os pressupostos da abordagem comportamental, outro fator que influencia no processo de internacionalização dessa empresa é o contexto tecnológico dos países estrangeiros, induzindo a empresa a adotar estratégias de inovação diferenciadas para a sua inserção no mercado internacional.*

### ENSINO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO

#### **89** EDUCAÇÃO TUTORIAL: REVITALIZANDO ENSINO-APRENDIZAGEM E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. Nildes Pitombo Leite, Fábio Pitombo Leite, Augusto Takerissa Nishimura, Rodrigo Leandro Cherez

*Este artigo teve como objeto de investigação a educação tutorial no contexto de ensino-aprendizagem e pesquisa. Utilizou-se da abordagem metodológica do estudo observacional, com duas bases empíricas: um grupo de estudantes de Administração da FEA-USP, voltado para a utilização de um filme como recurso didático; o filme "Sociedade dos Poetas Mortos", dirigido por Peter Weir e lançado em 1989, escolhido por abordar o objeto de investigação proposto. Discutiu-se se a educação*

tutorial pode ser eficaz no campo de estudos sobre ensino-aprendizagem e pesquisa em Administração. Os resultados apontaram para a relevância da confluência das modalidades desse estudo, distinguindo-se a observação direta e participante com relação ao grupo e a indireta e não-participante com relação ao filme. O filme foi submetido à análise completa pelo grupo e contribuiu para criar um contexto de revitalização da educação tutorial no campo de estudos em Administração.

(IES) pesquisada. Empregou-se a regressão logística binária para a análise de 16 dimensões de impacto na lealdade e a elaboração de um modelo de lealdade. Os resultados demonstraram que percepção da aprendizagem, confiança na IES e qualidade de ensino influenciam positivamente o modelo de lealdade. O estudo concluiu que o curso deveria ampliar a percepção que os alunos têm da qualidade e da aprendizagem (atuação dos professores, conteúdos e métodos de ensino), e aumentar a confiança dos mesmos nas IES (atendimento do pessoal acadêmico).

## ORGANIZAÇÕES

### 109 EMPREENDEDORAS E A ATUAÇÃO EM REDES. Ligia Greatti, Hilka Vier Machado, Márcia Freire de Oliveira

*Este estudo tem como objetivo compreender a ação de uma Associação de mulheres de negócios para o fortalecimento da atuação de empreendedoras. Ele foi realizado em um município que conta com a participação expressiva de empreendedoras na economia local, sendo a confecção a principal atividade econômica. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e exploratória, realizada por meio de um estudo de caso, que utilizou fontes primárias e secundárias para coleta dos dados. A análise interpretativa dos dados apontou que as atividades de maior abrangência foram as sociais, principalmente voltadas para arrecadação de fundos. No entanto, dificuldades de institucionalização e apenas nós fracos entre as associadas foram constatados. Assim, os resultados apontam que essa rede, a BPW Cianorte, contribuiu muito pouco para melhoria do desempenho do papel empreendedor das mulheres de negócios associadas e de suas empresas.*

## MERCADOLOGIA

### 131 LEALDADE DE ESTUDANTES: UM MODELO DE REGRESSÃO LOGÍSTICA. Silvana Anita Walter, Liliane Gomes, José Roberto Frega, Gérson Tontini, Wesley Vieira da Silva

*Este estudo objetiva analisar dimensões de impacto na lealdade dos alunos de cursos de graduação em administração, bem como mostrar a aplicação da regressão logística binária para essa avaliação. Para coleta dos dados, aplicou-se a 880 alunos o questionário estruturado de Walter (2006), que consiste em uma adaptação dos instrumentos de quatro diferentes estudos à realidade da instituição de ensino superior*

### **13 BUSINESS PROFILE, STRATEGY AND PERFORMANCE IN INTERNATIONAL MARKETS.**

Flávia Luciane, Clandia Maffini Gomes

*One of the central issues in the strategy field moves around its relationship with business performance. Considering the importance of this theme, the paper aims to describe and to analyze how relationships occur between business profile, strategy and performance in international markets, in companies of the leather and footwear sector. The analysis of the business profile identified medium and large companies, with experience in the sector, that adopt planning to guide their actions and that are concerned to monitor changes in the environment to which they relate. The multivariate statistical analysis showed that the main variables that discriminate the studied group are the strategic profile, conducting planning and environmental monitoring. Companies with higher gross operating revenues are smaller, conduct planning activities only occasionally, do not perform environmental monitoring and adopt a strategic defensive posture.*

### **37 MARKETING IN HIGHER EDUCATION: COMPARATIVE BRAZIL-PORTUGAL.**

Helena Alves, Emerson Wagner Mainardes, Mario Raposo

*By addressing the marketing concept applied to higher education, this study aims to discuss the theoretical concepts of education marketing and apply them to the Brazilian and Portuguese contexts. Considering that educational marketing has its major expression in the U.S.A., its application to different realities and cultures requires adjustments. Initially, a review of the traditional concepts of education marketing was made, with emphasis on the advantages, disadvantages and marketing-mix applied to education. Later a characterization of the higher education current context in Brazil and Portugal was performed, and a comparison of the application of educational marketing to the Brazilian and Portuguese realities was made. It was noticed that higher education in Brazil has very different characteristics when compared with Portuguese higher education and that both differ in the application of more traditional marketing concepts. Thus, it is necessary the construction of theoretical approaches to the implementation of specific educational marketing to different nations.*

### **69 INTERNATIONALIZATION PROCESS OF A TECHNOLOGY BASED BRAZILIAN MULTINATIONAL COMPANY.**

Sieglinde Kindl Cunha

*Since the opening of the Brazilian economy in the 90s, a growing trend towards internationalization of Brazilian companies is being observed. The competition migrated from local or regional to global levels, pressing the companies to start the internationalization processes. Due to its high importance and recent character, there is an urgent need to better understand the internationalization processes. The main goal of this article is to analyze the process of internationalization of a technological base multinational Brazilian company. The results show that although the process of internationalization confirms the assumptions of the behavioral approach, another important issue is the technological context of foreign countries. In order to achieve a success incorporation in the international market, the company has to adopt differentiated strategies for innovation.*

### **89 TUTORIAL EDUCATION: REVITALIZING TEACHING-LEARNING AND RESEARCH IN MANAGEMENT.**

Nildes Pitombo Leite, Fábio Pitombo Leite, Augusto Takerissa Nishimura, Rodrigo Leandro Cherez

*This study focused on tutorial education in the context of teaching and learning, and research. We report an observational study with two empirical bases: a group of administration students from FEA-USP, in-training for the use of film as a teaching resource; and the film "Dead Poets Society", directed by Peter Weir and released in 1989, chosen for its focus on tutorial education in the context of teaching and learning. It was discussed whether education tutorial can be effective in the fields of study in administration involving teaching and learning, and research. The results pointed to the importance of the confluence of the modalities of this study, distinguishing direct and participant observation, with respect to the group, from indirect and non-participant observation, with respect to the film. The film was subjected to thorough analysis by the group and helped create a context for revitalizing tutorial education in studies of Business Administration.*

### **109** WOMEN ENTREPRENEURS AND PERFORM IN NETWORKS. Ligia Greatti, Hilka Vier Machado, Márcia Freire de Oliveira

*The present study aims at understanding the action of an association of businesswomen towards strengthening or invigorating its members entrepreneurial action. The investigation was carried out in a municipal district that counts on an expressive participation of female entrepreneurs in the local economy, and which explores the segment of clothes manufacture as its main economical activity. Qualitative exploratory research approach was used in a case study, which used primary and secondary sources for collecting data. Interpretative analysis of data collected showed that activities focusing social affairs, mainly the ones concerning obtaining financial sponsorship, were the most outstanding work performed by the association. However, throughout that period of time, it was observed institutionalization difficulties and just weak knots of relationship among its members. Thus, results suggest that BPW Cianorte is a net that has contributed very little towards the improvement of the entrepreneurial role of business women, members of the association, and their companies.*

### **131** STUDENT LOYALTY: A LOGISTIC REGRESSION MODEL. Silvana Anita Walter, Liliane Gomes, José Roberto Frega, Gérson Tontini, Wesley Vieira da Silva

*This study aims on analyzing dimensions of impact on the students of undergraduate management courses, as well as show the use of logistic regression for this purpose. For data collection Walter's (2006) survey form was applied to 880 students, which is an adaptation of four different instruments to the studied Higher Education Institution. Binary logistic regression was used to analyze 16 impact dimensions on loyalty and to the elaboration of a model. Results show that the learning perception, the confidence on the University and the perceived instruction quality positively influence the loyalty in the model. In conclusion, the course should widen the student's perception on quality and learning (teacher's work, content and teaching methods) and raise the confidence of alumni with the University (academic staff care).*