



ANÁLISE ORGANIZACIONAL DE UMA EMPRESA DE COSMÉTICOS À LUZ DA TEORIA DA HIERARQUIA DAS NECESSIDADES HUMANAS DE MASLOW

Maria Fernanda Vidal de Azevedo 1
Rodrigo Bertani 2
Renata Alcantara 3
Monique Mallon 4

INTRODUÇÃO

As teorias organizacionais evoluíram ao longo do século XX e entre as diversas teorias desenvolvidas, tem-se a Abordagem, Comportamental. Este campo de estudo focou na análise do comportamento humano, suas necessidades e no estudo da motivação humana. Entre as diversas teorias da motivação, tem-se a Teoria da hierarquia das necessidades de Abraham Maslow. O autor acreditava que toda ação humana é motivada por uma ou várias necessidades. Segundo ele, existem cinco principais grupos de necessidades: fisiológicas, de segurança, sociais, de estima e de auto realização. Entende-se que estudar e compreender acerca da motivação no ambiente de trabalho é extremamente importante e necessário, pois funcionários motivados tendem a apresentar um melhor desempenho.

OBJETIVO

Tendo em vista o contexto supracitado, surge o interesse por esta pesquisa que consiste em: Analisar de que forma a teoria da hierarquia das necessidades de Maslow relaciona-se com as práticas de gestão de pessoas de uma empresa de cosméticos.

METODOLOGIA

A pesquisa de cunho descritivo e exploratório, iniciou por meio de pesquisa bibliográfica para compreender as teorias comportamentais. A partir da escolha da Teoria da Hierarquia das Necessidades de Maslow, descrita por Motta (2009), buscou-se identificar a prática de gestão de pessoas em revistas da área de Administração. O caso escolhido foi da empresa Mary Kay Cosmetics, apresentando na Revista EXAME. A análise dos dados ocorreu correlacionando as práticas descritas na reportagem, com a pirâmide das necessidades de Maslow.

DESENVOLVIMENTO

A Mary Kay é uma empresa norte americana que atua há 20 anos no Brasil e que trabalha com venda direta e revenda de cosméticos, se caracterizando como das cinco melhores empresas de marketing de rede para se trabalhar no Brasil, de acordo com a Revista Exame. A empresa motiva seus funcionários através de investimentos em treinamento. A empresa Mary Kay busca auxiliar seus funcionários no alcance de seus sonhos, dando apoio as consultoras de beleza independentes e fornecendo oportunidades para os colaboradores alcançarem todo seu potencial. Todas as ações da empresa são baseadas em seus valores: Espírito de Equipe, Regra de Outro e Equilíbrio de Prioridades. Torna-se necessário enfatizar a política da empresa, que proporciona bonificações até a terceira geração, flexibilidade de horários, plano de carreira das revendedoras e premiações, como o carro rosa.

Analisando a empresa à luz da Teoria da Hierarquia das Necessidades de Maslow, entende-se que a empresa atende todos os níveis da pirâmide, sendo elas: fisiológicas, de segurança, sociais, autoestima e autor-realização, conforme figura abaixo.

Figura 1 - Pirâmide da Hierarquia das Necessidades Humanas



Fonte: MOTTA (2009).

As revendedoras da marca possuem horário de trabalho amigável e intervalo para o descanso, o que atende as necessidades básicas, classificadas como fisiológicas (base da pirâmide) e recebem remuneração e benefícios, atendendo a necessidade de segurança. Observa-se que a empresa faz as colaboradoras terem orgulho e reconhecimento próprio, atendendo as necessidades de autoestima, e proporciona trabalho desafiador, participação das revendedoras em reuniões importantes, e autonomia que atendem a necessidade do topo da pirâmide, definida como necessidade de autor-realização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho, analisando a gestão da empresa Mary Kay em vários aspectos, percebe-se a importância de motivar os funcionários ao longo do processo de gestão. As empresas que valorizam seus funcionários, além de trazer benefícios para a própria organização, também colaboram para o bem estar dos funcionários e para que suas necessidades sejam atendidas, criando um ambiente de trabalho saudável.

1 Graduando em Administração. Faculdade Cesusc / e-mail: azevedomaria79@gmail.com
2 Graduando em Administração. Faculdade Cesusc / e-mail: rodrigoertaniimoveis@gmail.com
3 Graduando em Administração. Faculdade Cesusc / e-mail: renataalcantara1912@gmail.com
4 Professora do curso de administração. Faculdade Cesusc / e-mail: monique.mallon@cesusc.edu.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Mary Kay: 6 lições de gestão apontada como melhor empresária feminina da América. Disponível em: <https://www.portaldalideranca.pt/lideres/as-lico-es-dos-lideres/4102-mary-kay-6-lico-es-de-gestao-da-apontada-como-melhor-empresaria-feminina-da-america> Acesso em 18 de maio de 2018.
MOTTA, Fernando C. Prestes. **Teoria geral da administração**. 3. ed. rev. São Paulo: Cengage Learning, 2009.
VIEIRA, Renata. Mary Kay e sua confraria do carro rosa avançam no Brasil. **REVISTA EXAME**. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/revista-exame/mary-kay-e-sua-confraria-do-carro-rosa-avancam-no-brasil/>. Acesso em 10 de maio de 2018.