

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

CÂMPUS DE CHAPADÃO DO SUL

ANE CAROLINE RODRIGUES PIVANTI

**MOTIVAÇÃO E RECONHECIMENTO: UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA
TROFÉU SOBRE RODAS DA MARY KAY**

CHAPADÃO DO SUL - MS

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL

CÂMPUS DE CHAPADÃO DO SUL

**MOTIVAÇÃO E RECONHECIMENTO: UM ESTUDO SOBRE O PROGRAMA
TROFÉU SOBRE RODAS DA MARY KAY**

Trabalho de Conclusão de
Curso apresentado à
Universidade Federal de Mato
Grosso do Sul, como parte dos
requisitos para conclusão do
Curso de Administração.

Orientador: Prof. Dr. Wallace da Silva de Almeida

CHAPADÃO DO SUL - MS

2023

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que me permitiu encarar meus medos e ultrapassar desafios durante todo esse período de estudo, em todas as áreas da minha vida.

A minha família por torcer por mim e me dar a chance de portar o primeiro título de graduação na família.

Um agradecimento especial a todos os amigos que sempre acreditaram em mim, deram apoio e me incentivaram a não desistir, impossível listar todos aqui, mas saibam que nunca esquecerei das palavras de apoio e carinho de cada um.

Ao Professor Wallace por aceitar me orientar e a todos os professores do curso pelo período de aprendizado que tivemos.

A todos que de certa forma contribuíram para que fosse possível a finalização desse trabalho.

Gratidão a mim mesma por todo esforço dedicado nesses anos para concluir mais uma meta traçada.

“Qualquer coisa que você faça ou tudo aquilo que você sonhe, tenha a certeza: pode se tornar realidade.”

Mary Kay Ash

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO.....	6
2. MATERIAIS E MÉTODOS.....	15
3. RESULTADOS	16
3.1 Caracterização da Empresa	16
3.2 Programas de Incentivo.....	18
3.3 Programa Troféu sobre Rodas.....	19
4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	23
5. CONSIDERAÇÕES ACADEMICAS	24
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	26

1. APRESENTAÇÃO

Os produtos cosméticos fazem parte do nosso dia a dia, sendo comum sua associação com produtos para embelezamento, que possuem o objetivo de mudar/melhorar a aparência física (SILVA, 2023). Esses produtos desempenham um papel importante na indústria da beleza, oferecendo uma ampla opção para realçar o aspecto físico, além de elevar a autoestima das pessoas.

A palavra “cosméticos” pode ser interpretada como o ato de decorar e embelezar, conforme indicado pelo Dicionário Online de Português, e é derivada da palavra grega *kosmetikós*, que possui o significado de “prática de ornamentar”. (GALEMBECK, CSORDAS, 2015).

O uso de cosméticos remonta há, pelo menos, 30 mil anos. Os povos primitivos tinham o hábito de pintar o corpo para fins ornamentais e religiosos (SEBRAE, 2008). Essa origem histórica revela que a criação de produtos cosméticos se refere às antigas sociedades, que valorizavam a arte de decorar e embelezar o corpo humano.

Os cosméticos que antes eram utilizados apenas para embelezamento passaram a ter uma maior eficácia, passando a ser utilizados para tratar de maneira permanente na pele, melhorando a saúde e o aspecto com o uso contínuo dos produtos. Essa transformação na indústria de cosméticos também abriu caminho para a pesquisa e desenvolvimento de formulações mais avançadas e personalizadas.

Com o crescimento do uso dos cosméticos com finalidades estéticas, os produtos que antes eram desenvolvidos de forma caseira passaram a partir do século XX, a serem produzidos em larga escala, se tornando mais acessíveis e eficientes. Os produtos cosméticos passaram a possuir uma função de tratamento, sendo desenvolvidas tecnologias voltadas para o “rejuvenescimento” (AMORIM, 2022).

Segundo o provedor de pesquisa de mercado Euromonitor International, o Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo — considerando-os para cabelo e pele, perfumes e produtos para higiene bucal (FORBES, 2020). Essa posição de destaque no *ranking* mundial reflete a

importância que a beleza e os cuidados pessoais têm na cultura brasileira, onde a estética e a aparência possuem um papel importante no dia a dia das pessoas.

O cenário mercadológico dos cosméticos evoluiu muito ao longo dos anos, indicando um alto nível de investimento nos setores de pesquisa e desenvolvimento, aumentando drasticamente o número de produtos lançados por ano, abrindo o mercado para uma diversidade cada vez maior, aumentando a competitividade e fazendo as marcas buscarem cada vez mais se diferenciar para ganhar o consumidor (SILVA, 2023).

Empresas como a Natura, Jequiti, Mary Kay, P&G, O Boticário, Avon, dentre muitas outras, surgiram com a mesma finalidade, trazendo inovação e avanço tecnológico na criação de novos produtos para cuidados pessoais. Estas empresas dominam parte expressiva do mercado de cosméticos brasileiro, oferecendo ampla gama de produtos destinados ao autocuidado.

No Brasil, a Mary Kay é a terceira maior companhia em vendas diretas de cosméticos, atrás apenas de Natura e Avon (SILVA; SILVA; NEVES, 2019). A empresa ganhou notoriedade no mercado não só pela qualidade dos produtos oferecidos, mas também pela diferenciação, percebida tanto no modelo de negócios quanto na forma de apresentar os produtos aos consumidores.

A empresa *Mary Kay Cosmetics* não apenas vende seus produtos de beleza, mas faz com que muitas mulheres melhorem sua autoestima. A autoestima é um dos fatores mais importantes para tomada de decisão em relação ao que consumir quando se trata de beleza, e a Mary Kay sabe como trabalhar com isso. (SILVEIRA, 2014)

“Nós nunca comprometemos a qualidade e segurança dos nossos produtos. Nós tomamos decisões sobre produtos baseadas em fatos científicos, e não em opiniões. Nós superamos os limites da inovação para te surpreender e encantar. Nós colocamos você em primeiro lugar. Sempre.”
(MARY KAY, 2023).

A marca possui centenas de produtos disponíveis em seu portfólio, incluído perfumaria, cuidados com a pele e maquiagem para o público feminino e masculino. Todos desenvolvidos através de muita pesquisa com diversos cientistas e especialistas pensando na qualidade e na diferenciação dos produtos oferecidos.

Com uma Política de 100% de satisfação, caso alguma cliente adquira um produto e não fique satisfeita com o desempenho desse produto como estava no momento da compra, é possível efetuar a troca ou solicitar reembolso com a Consultora de quem o produto foi adquirido, sem custo adicional.

“A Mary Kay se esforça para fornecer informações concisas, verdadeiras e claras, sobre a segurança e efeitos dos produtos para que os consumidores possam sentir confiança nas escolhas que fazem. É por isso que a Companhia assegura para os produtos vendidos pelas Consultoras de Beleza Independentes, a garantia de 100% de satisfação.” (MARY KAY, 2023).

Esta organização não pode ser considerada apenas uma empresa de cosméticos, pois, diferente de muitas outras, ela se preocupa com suas consultoras de beleza, tanto no modo pessoal quanto no profissional (SILVEIRA, 2014). A empresa oferece oportunidade de crescimento em ambas áreas através de treinamentos e qualificações exclusivos.

A empresa Mary Kay, que carrega o nome de sua pioneira, foi criada através da visão empreendedora de Mary Kay Ash, que após se aposentar de longos anos de trabalho com vendas diretas para sustento próprio e de sua família, decidiu escrever um livro, que em seu entendimento poderia servir de inspiração para outras mulheres.

Mary Kay teve uma longa carreira no ramo de vendas, e durante sua aposentadoria decidiu listar os maiores desafios que ela encontrou ao longo de sua trajetória no mercado de trabalho e escreveu como uma organização deveria ser gerida em sua percepção.

Após finalizar a lista, a fundadora percebeu que passou por diversas situações que se decorreram pelo fato unicamente de ser uma mulher, a partir disso ela teve a brilhante ideia de abrir o seu próprio negócio, aos 53 anos de

idade vislumbrando o que havia escrito. Pôde contar com apoio dos seus filhos para abrir a sua “Companhia dos Sonhos”, em 1963.

(...) após me aposentar, a única coisa que tinha a fazer era pensar naqueles anos ativos e produtivos. Durante minha carreira eu havia enfrentado e resolvido muitos problemas específicos de mulheres no mundo dos negócios. Na maior parte do tempo fui desafiada ou detida por ideias quando ao que uma mulher deveria ou não fazer ao trabalhar com homens. “Talvez, pensei, “eu pudesse utilizar minha experiência para ajudar outras mulheres que passam pelos mesmos obstáculos” (ASH, 2015 pág. 11).

Ash (2015, pág. 20) percebeu então que poderia fundar sua empresa utilizando os poucos recursos que tinha com base em tudo o que havia escrito, com enfoque especialmente na carreira das mulheres, oferecendo uma oportunidade única de crescimento profissional em um ambiente diferente do qual todas já estavam habituadas.

A Mary Kay conta com um modelo único de negócio, que oferece muitas oportunidades para sua força de vendas, possibilitando um sólido plano de carreira independente. Possui foco total na motivação das colaboradoras para alcançar a satisfação de todos os clientes. Na visão de Mary Kay, uma empresa é feita de pessoas e uma empresa vale tanto quanto as pessoas que estão dentro dela (SILVA; SILVA; NEVES, 2019).

Mary Kay Ash desenvolveu sua Companhia dos Sonhos baseada em uma Regra de Ouro, elaborada por ela mesma, que basicamente consiste em tratar os outros como gostaria de ser tratado, essa regra perdura na política da empresa desde 1963, ano de sua criação, até os dias atuais. Ash (2013 pág. 31) sempre acreditou que essa regra era uma ótima maneira para liderar.

“As pessoas vêm em primeiro lugar na Mary Kay - Consultoras de Beleza Independentes, consumidoras, fornecedores. Temos orgulho de ser “uma empresa famosa pelas pessoas que tem”. Contudo, a nossa crença de tratar bem as pessoas não entra em conflito com a nossa necessidade como empresa de gerar lucros.” (ASH, 2013 pág. 21).

Além da Regra de Ouro, a Companhia utiliza princípios como o Espírito de Ajuda, o Equilíbrio de Prioridades e o lema “Faça-me sentir importante”, segundo Mary Kay é importante imaginar que todos carregam uma plaquinha com esses dizeres para que a consultora se dedique ao máximo para melhor atender e ajudar as pessoas.

De acordo com Amorim (2020) a Regra de Ouro é um dos valores da cultura da empresa que guia a força de vendas, destacando um serviço personalizado e de excelência, mesmo atuando em um mercado muito competitivo como o dos cosméticos.

Assim como em todas as organizações, existe um Plano de Carreira dentro da empresa, onde é possível visualizar o crescimento profissional de cada colaboradora, iniciando na carreira como Consultora de Beleza, progredindo para Futura Diretora, seguindo para Diretora em Qualificação, depois para Diretora de Vendas e depois para o nível mais alto que é o de Diretora Nacional.

A empresa oferece duas formas de ganho financeiro para aumentar os resultados das consultoras, uma delas é vendendo os produtos como forma de gerar lucro, a outra é construindo uma equipe. Conforme o time e a carreira vão crescendo a Diretora detém a liderança de uma Unidade.

O degrau inaugural da carreira de vendas na Mary Kay é o de Consultora de Beleza Independente, que se inicia a partir do momento que é feito o cadastro, em um site reservado para as consultoras. De imediato a Companhia oferece benefícios em forma de kits que possuem descontos exclusivos para entusiasmar e motivar a nova colaboradora logo nos primeiros meses.

De acordo com informações disponibilizadas no site institucional da Mary Kay, é necessário que a consultora tenha no mínimo 18 anos para efetuar o cadastro na empresa para iniciar na carreira de Consultora Mary Kay. Conforme a Consultora vai alcançando os níveis mais altos dentro da organização, ela vai tendo acesso à mais premiações e à descontos personalizados, que servem como incentivo para continuar em ascensão na carreira.

Segundo Luz (2019) a Mary Kay faz com que suas consultoras tenham uma relação de “paixão” e “encantamento” pela empresa, pois a organização investe meticulosamente em glamour, como festas memoráveis, o icônico carro

rosa e generosos presentes oferecidos como um profundo reconhecimento de suas conquistas excepcionais.

Todas as consultoras são devidamente capacitadas desde a iniciação na empresa para transmitir a essência da marca e da pessoa que foi Mary Kay Ash, compartilhando o legado através do atendimento e dos produtos oferecidos. A Mary Kay conta com um modelo único de negócio, que oferece muitas oportunidades para sua força de vendas, possibilitando um sólido plano de carreira independente (VIEIRA, 2018)

Em um site exclusivo para as Consultoras são realizadas *lives* de treinamento para preparar as colaboradoras, independente de qual nível na carreira Mary Kay essa Consultora esteja. São disponibilizados também inúmeros materiais de apoio a respeito de todos os produtos, como a sua composição, qual o modo de usar e quando recomendar esses produtos para as clientes em potencial, deixando claro seus benefícios.

Esses cursos, treinamentos e orientações disponíveis no site são ministrados por especialistas a respeito de temas variados que vão agregar ainda mais conhecimento para as Consultoras de Beleza. São discutidos assuntos sobre vendas, finanças, moda, planejamento, dermatologia, cosmetologia e diversos outros assuntos que a empresa define como essencial para a carreira profissional de todas as pessoas que compõem a organização.

Como forma de reconhecimento a empresa possui diversos programas de incentivo e premiações para manter as consultoras motivadas durante a jornada de trabalho e evolução na carreira. O propósito das premiações não só é reconhecer o trabalho, mas também esclarecer às profissionais que elas não competem com as outras e sim com si próprias (FORBES, 2019).

Nenhum programa existente dentro da empresa é obrigatório a participação, a consultora é livre para escolher se deseja ou não alcançar os prêmios ofertados. Eles estão disponíveis para todas que desejam conquistar, e a conquista depende do esforço e dedicação de cada uma, por isso são chamados de incentivos.

A premiação mais desejada entre as consultoras é intitulada de Troféu sobre Rodas, onde centenas de Diretoras de Vendas ao redor do mundo são

premiadas com um Carro cor de rosa ao conseguirem alcançar todos os requisitos para a qualificação no programa.

A conquista do Carro Rosa é a premiação mais cobiçada entre as Consultoras de Beleza da Mary Kay. Surgiu oficialmente a primeira edição do programa batizado como “Troféu sobre Rodas”, nos Estados Unidos, onde as cinco diretoras independentes destaque ganhavam um carro cor de rosa a fim de reconhecer sua força de vendas (FORBES, 2019).

Para Riella (2018) o carro cor de rosa inicialmente não foi criado com a intenção de premiação e sim por um desejo da própria Mary Kay Ash que queria ter um Cadillac Rosa, da mesma cor do seu estojo compacto de maquiagem. O item despertou interesse nas Consultoras e após alguns anos optaram pela criação do programa que premiava as cinco melhores Diretoras de Vendas.

Em 1969, as cinco melhores Diretoras de Venda Independentes receberam num palco as chaves para seus lindos Cadillacs cor-de-rosa. Agora, o programa é famoso e reconhecido em todo o mundo. É tão reconhecido que um carro rosa significa “Mary Kay” até mesmo para as pessoas que nada sabem sobre a empresa. (Ash, 2013 pág. 161).

O carro em tons de rosa passou a ser um símbolo da marca, e até os dias atuais uma Consultora de Beleza é reconhecida por onde passa por conta da cor do seu veículo. O automóvel simboliza o sucesso da carreira e promove a imagem positiva para a sociedade e para quem conduz o carro (RIELLA, 2018).

Estar entre as ganhadoras do programa Troféu sobre rodas é uma motivação para as Consultoras da Mary Kay do mundo inteiro. Ela não apenas reconhece o desempenho, que serve como um símbolo visível de sucesso e conquista, mas também cria um ambiente onde as Consultoras se sentem valorizadas e motivadas para alcançar suas metas.

Para Mary Kay (2013, pág. 65) nunca é demais ressaltar o poder da motivação positiva e do comprometimento na estrutura de uma empresa baseada em metas, pois é isso que inspira e capacita as Consultoras de Beleza Independentes a atingir seu verdadeiro potencial e alcançar o sucesso duradouro.

De acordo com Chiavenato (2021) a motivação é um processo psicológico fundamental no comportamento individual de cada colaborador. Além de desempenhar um papel crítico em qualquer ambiente empresarial, a motivação impulsiona o comprometimento, a produtividade e a inovação melhorando o ambiente de trabalho.

Ao longo dos anos foram realizados diversos estudos que comprovaram que as pessoas, de um modo geral, são motivadas por meio de reconhecimento, seja através de premiações, promoções ou melhorias no local de trabalho visando o bom desempenho no espaço corporativo, pois impacta diretamente no comportamento dos colaboradores na realização de suas funções.

A motivação também pode ser entendida como forças psicológicas, desejos, impulsos, instintos, necessidades, vontade, intenção. O estudo da motivação permite, portanto, a compreensão do comportamento humano por meio das suas necessidades ou motivos que impulsionam a busca de seus objetivos, sejam estes internos ou externos e sejam estes pessoais ou profissionais (SANTOS; HENRIQUES, 2020).

De acordo com Cazelato e Brito (2017) pode se entender que o indivíduo se motiva através de situações onde o estímulo ou a busca estão relacionadas diretamente com algum desejo ou alguma necessidade, podendo o resultado desse processo ser a conquista da satisfação ou não.

(...) As metas são resultados procurados pela pessoa e atuam como forças vitais que a atraem. O alcance das metas desejadas conduz a uma redução das necessidades humanas. As metas podem ser positivas – como é o caso de elogios, reconhecimento, interesse pessoal, aumento salarial ou promoção (CHIAVENATO, 2014).

Para Rocha (2009) a motivação é um processo intrínseco, ou seja, algo que vem de dentro de cada pessoa, e pode ser provocado por meio de estímulos, sendo um desafio do indivíduo para alcançar seu padrão de excelência. Isso sugere que a motivação é uma força interna que impulsiona as pessoas a se esforçarem em direção a seus objetivos e metas.

Com base nisso, o presente estudo tem como objetivo efetuar um relatório técnico acerca da premiação Troféu sobre Rodas. Além disso, busca-se compreender a importância da motivação no contexto empresarial. Desse modo, o estudo visa contribuir no sentido de entender como o reconhecimento por meio dessa premiação pode influenciar no desempenho, engajamento e satisfação no trabalho.

2. MATERIAIS E MÉTODOS

Um caso que ilustra de forma vívida como o reconhecimento eficaz pode ser um impulsionador poderoso da motivação é o da renomada empresa de cosméticos Mary Kay. Com uma abordagem profundamente enraizada na valorização e no apoio às suas consultoras de vendas, a Mary Kay conseguiu demonstrar como o reconhecimento pode ser integrado na cultura corporativa ao longo do tempo.

O presente estudo foi desenvolvido por meio da realização de um relatório técnico sobre a empresa Mary Kay. Assim, possibilita-se a apresentação das características principais da empresa, do funcionamento do programa de incentivos e compreensão da importância e influência que a motivação exerce sobre os colaboradores de uma organização.

O objeto de análise é a premiação “Troféu sobre rodas”. Esse foi um programa criado a fim de reconhecer a equipe e fortalecer a força de vendas da Mary Kay para que as consultoras possam atingir não só as metas profissionais, como também seus objetivos pessoais.

Foi realizada uma análise documental, baseado em dados secundários sendo utilizado como material principal o livro “*The Mary Kay Way*” escrito pela própria Mary Kay Ash juntamente com diversos artigos publicados acerca da motivação e do modelo de negócios da empresa.

Dessa forma, busca-se analisar os dados coletados em consonância com a pesquisa bibliográfica. Esta análise fornecerá uma visão mais aprofundada da carreira profissional na empresa Mary Kay e do regulamento da premiação Troféu sobre Rodas e sua relação com a motivação empresarial, contribuindo para uma compreensão mais abrangente e informada do nosso objeto de pesquisa.

3. RESULTADOS

3.1 Caracterização da Empresa

A principal característica da Mary Kay está concentrada no negócio de venda direta, em que todas as consultoras compram os produtos diretamente da empresa, sem nenhum intermediário e sem loja física (CALDEIRA, 2018). Devido a isso, as consultoras são proibidas de comercializar os produtos em sites de venda online.

O primeiro nível é o de Consultora de Beleza independente que é alcançado no momento em que é feito o cadastro, uma posição de destaque para a empresa. Todo o acesso desde o cadastro até aulas e consultorias para as novas consultoras é feito através do site “*Em Sintonia da Mary Kay*”, exclusivo para as Consultoras.

O lucro é obtido através da venda dos produtos que podem ser adquiridos com descontos progressivos que variam de 25% a 40% do preço de venda sugerido. O desconto aumenta de acordo com o valor do pedido efetuado pela Consultora diretamente no site da Mary Kay. Logo, cria-se um incentivo adicional para que as Consultoras expandam suas vendas e aproveitem ao máximo as oportunidades de lucro.

A Mary Kay trabalha com um sistema de pontuação. Isto é, cada produto possui uma quantidade de pontos. Esses pontos são cumulativos pelo período de três meses em cada pedido que a consultora fizer durante o trimestre, podendo ser de janeiro a março, abril a junho e assim por diante até o término do ano. Os pontos são utilizados para alcançar as metas pré-estabelecidas e, por consequência, fornecer acesso aos programas de recompensa.

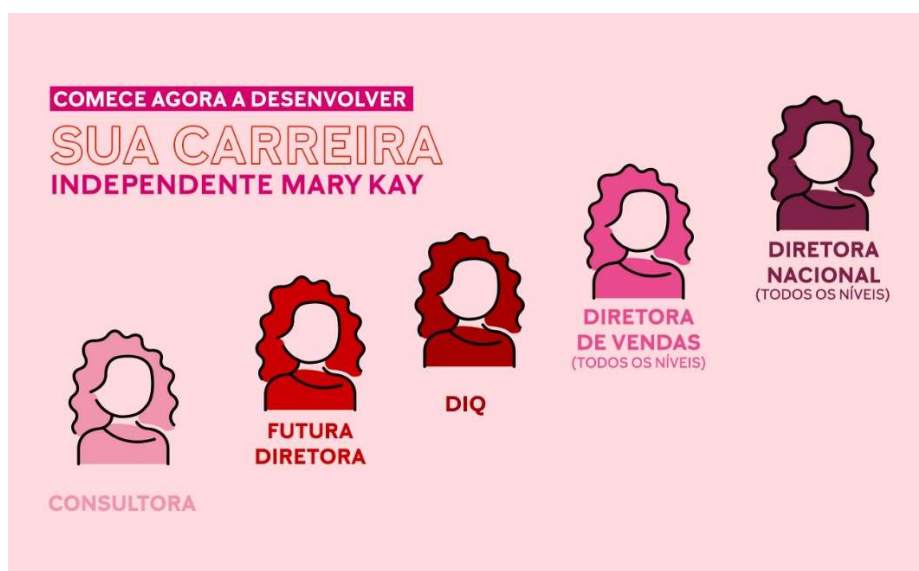
A quantidade de pontos varia de um produto para outro, esses pontos são estabelecidos pela empresa e visível para as consultoras no momento em que estão efetuando um pedido no site. Eles são diversificados de 10 a 299 pontos de acordo com cada produto.

A carreira na Companhia é dividida em níveis de acordo com a Figura 1, a medida que cada nível é alcançado existem metas e recompensas adicionais. De acordo com a política da empresa, todas as Consultoras têm acesso aos

níveis mais altos se trabalhar com bastante empenho e dedicação para alavancar seu negócio independente.

A Carreira na Mary Kay é chamada de independente porque todas as consultoras e diretoras possuem alto grau de autonomia sobre o seu negócio. Todas conduzem de maneira autônoma suas atividades, horários de trabalho, estratégias para obtenção de lucros e, nos casos das diretoras que detêm a liderança de uma unidade, a gestão da própria equipe. Embora sejam independentes a Mary Kay proporciona treinamento, mentorias e orientação para todas as consultoras de forma indiscriminada.

Figura 1 – Níveis da Carreira Independente



Fonte: Mary Kay Em Sintonia, 2023.

Ser líder de uma unidade na Mary Kay está ligado ao processo de recrutamento para formação de uma equipe, que é chamado de Iniciação. Esse estágio consiste em realizar o cadastro de consultoras em potencial oferecendo oportunidade de crescimento profissional tanto para a iniciada quanto para a iniciadora.

Outro diferencial da empresa é que a nova consultora não repassa parte dos seus lucros ou pontuação para a recém iniciada. Todas as conquistas que a consultora Iniciada alcançar são diretas e exclusivamente vinculadas a ela. A própria empresa bonifica a consultora iniciadora por enriquecer mais uma vida com o que é denominado de *Oportunidade Mary Kay*.

A Carreira Mary Kay é dividida em níveis, são eles:

1. **Consultora de Beleza Independente:** É o início da Carreira Independente. Pode ter de 0 a 4 iniciadas diretas ativas. Tem acesso a descontos de até 40% e alguns programas existentes na empresa.
2. **Futura Diretora de Vendas Independente:** É a etapa em que a Consultora começa a desenvolver sua liderança. É necessário que tenha 5 ou mais iniciadas diretas ativas. Recebe um crédito da empresa de 8% ou 12%. Tem acesso alguns programas exclusivos para este nível da carreira.
3. **DIQ - Diretora em Qualificação de Vendas Independente:** Para entrar em qualificação é necessário ter uma produção de 1.200 pontos e 10 Consultoras Diretas Ativas no mês anterior ao envio da Carta de Intenção à Mary Kay.
4. **Diretora de vendas independente:** Para alcançar esse nível é necessário ter pelo menos 18 Consultoras ativas e manter uma produção mensal de 10.000 pontos mínimos no mês. Recebe bônus de 8% ou 12% sobre as iniciadas + bônus de unidade de 14% + bônus de volume de até R\$7.000,00. A partir desse nível é possível ter acesso ao programa Troféu sobre rodas.
5. **Diretora Nacional de Vendas Independente:** É o nível mais alto da Carreira, os ganhos são de Bônus de 9% ou 13% sobre as iniciadas + todos os benefícios dos níveis anteriores.

3.2 Programas de Incentivo

A empresa possui diversos Programas de Incentivo estabelecem vínculo constante com as consultoras através de incentivo com matérias educacionais, bonificações, prêmios em joias e viagens internacionais, além do carro cor-de-rosa

Em um site exclusivo são realizadas *lives* de treinamento para preparar as consultoras, independente de qual nível da carreira Mary Kay estejam. São disponibilizados também materiais de apoio sobre todos os produtos, informando a composição, e qual o modo de usar, deixando claro seus benefícios.

Os cursos, treinamentos e orientações disponíveis são ministrados por especialistas a respeito de temas variados que vão agregar ainda mais conhecimento. São discutidos assuntos sobre vendas, finanças, moda, planejamento, dermatologia, cosmetologia e diversos outros assuntos definidos como essencial para a carreira profissional de todas as consultoras.

Tabela 1 – Programas de incentivo

Circulo Rosa	Proporciona descontos exclusivos para as Consultoras. Para fazer parte e ter acesso a esses descontos e promoções a empreendedora precisa realizar pedidos todos os meses.
Conquista Trimestral	A cada trimestre são disponibilizados prêmios de acordo com pontuações. A consultora acumula esses pontos através de pedidos efetuados e no fim do trimestre é possível escolher os prêmios de acordo com a pontuação atingida.
Corte Anual	Premiação em joias e viagens internacionais para reconhecer todas as consultoras que cumprirem o regulamento ao longo do ano.
Troféu sobre Rodas	Oportunidade de conquistar o carro rosa, que é um símbolo da marca.

Fonte: Mary Kay Em Sintonia, 2023.

Os programas de incentivo foram criados para manter as consultoras motivadas durante a jornada de trabalho e evolução na carreira. Todos eles são de fácil acesso à todas que possuem interesse em conquista-los. No presente relatório será dado ênfase ao Programa Troféu sobre Rodas e suas qualificações.

3.3 Programa Troféu sobre Rodas

O programa Troféu sobre Rodas foi criado, inicialmente, com intuito de reconhecer as cinco melhores diretoras. Devido ao grande sucesso foi expandido e atualmente reconhece todas as consultoras que cumprirem os requisitos previamente estabelecidos no regulamento.

Ao ser criado, no ano de 1969, o programa objetivava reconhecer e valorizar as TOP 10 Diretoras do ano por seus serviços prestados a empresa Mary Kay. Contudo, a partir de 1974, houve mudança de requisitos do programa onde passou a oferecer a oportunidade para mais diretoras conquistarem o troféu sobre rodas, de acordo com uma produção mínima da Unidade. Assim, cada Diretora de Vendas Independente tem a oportunidade de conquistar o Troféu sobre Rodas, cuja cor característica é Rosa (ASH, 2013).

Todas as consultoras têm acesso disponível ao regulamento do programa em qualquer etapa da Carreira mesmo que um dos pré-requisitos para a qualificação seja estar no nível de Diretora de Vendas Independente. Assim, busca-se demonstrar que todas são perfeitamente capazes de se beneficiar com o programa.

A empresa concede o direito do uso do carro cor de rosa, para as consultoras de beleza independente, a partir do momento que ela atinge um determinado número de vendas e de pessoas para a sua equipe, subindo de nível na carreira (VIEIRA, 2018).

Figura 2 - Troféu Sobre Rodas



Fonte: Mary Kay Em Sintonia, 2023.

De acordo com o Regulamento Oficial do programa Troféu sobre Rodas a diretora precisa atingir os seguintes requisitos estabelecidos para a qualificação no programa:

1. Ser Diretora de Vendas Independente;
2. Concluir a qualificação em dois trimestres consecutivos;
3. Acumular 300.000 pontos na Unidade durante esse período, podendo ser produzido 150.000 pontos em cada trimestre;
4. São considerados no máximo 10.000 pontos pessoais da Diretora por mês, ou seja, o restante da pontuação deve ser alcançado pela Unidade.
5. Após a qualificação a Diretora ganhará um bônus mensal bruto em dinheiro, incorporado ao bônus de Diretora, sendo o valor recebido no primeiro mês maior que os meses subsequentes.
6. A ganhadora precisa manter uma produção mínima mensal na unidade de 120.000 no trimestre para garantir o recebimento de 100% do bônus.
7. Caso a ganhadora deixe de ser uma Diretora de Vendas Independente, ela deixa de participar do programa automaticamente.

Com base no regulamento da premiação pode-se perceber que para a Diretora conquistar o tão sonhado carro rosa, ela precisa manter a sua unidade motivada para que juntas consigam alcançar a pontuação esperada, colocando em prática a persuasão e liderança, que também é muito destacado dentro da empresa.

O sucesso de uma boa líder se reflete no sucesso das pessoas que trabalham com ela. Esse é um dos pensamentos de Mary Kay Ash em que ela compartilha sua filosofia de negócios e sua abordagem única para liderança e empreendedorismo.

“Nossa cultura encoraja cada pessoa a ajudar as outras para escalar a montanha do sucesso. O indivíduo que só pensa nele mesmo jamais terá sucesso na empresa. Acreditamos que se você ajuda outras pessoas a conseguirem o que querem, você também conseguirá o que quer” (ASH, 2013 pág. 154).

Ash (2013, pág. 155) sempre acreditou que, ao apoiar e incentivar aqueles que trabalham a sua volta não apenas cria um ambiente de trabalho positivo, mas também promove o crescimento e o sucesso de todos os envolvidos. Essa filosofia está alinhada com os princípios fundamentais da empresa, onde o apoio, a colaboração e o reconhecimento desempenham um papel central na cultura da empresa.

4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

Esse estudo teve como objetivo apresentar o Programa Troféu sobre Rodas da empresa Mary Kay, que consiste em conquistar um carro cor de rosa. Os resultados indicaram que a empresa busca motivar suas colaboradoras buscando inspirá-las, utilizando símbolos para focar nos esforços de venda por meio da valorização de cada conquista no processo de trabalho.

O modelo de negócio da Mary Kay estimula um sentimento de orgulho e confiança. Ao buscar a compreensão mútua de intenções e a concordância acerca dos desejos profissionais de cada uma das consultoras, possibilita ações empreendedoras de suas consultoras a fim de alcançar o sucesso profissional.

O processo de motivação na Mary Kay vai além dos reconhecimentos tangíveis, como o carro cor-de-rosa. A empresa faz questão de destacar a força de vendas independente em todos os níveis da carreira, o que faz com que a consultora se desafie a atingir metas impostas por ela mesma para alcançar todas as premiações que desejar.

A pesquisa permite concluir que a premiação Troféu sobre Rodas é de extrema importância para as consultoras não só pelo símbolo que o Carro Rosa representa para empresa, mas também por ser uma recompensa de um trabalho longo de capacitação até chegar ao cargo de liderança que é o nível de Diretora de Vendas.

Como a motivação é algo individual de cada pessoa, a empresa disponibiliza o que é necessário para alcançar a premiação de acordo com os regulamentos, desse modo causando estímulo nas consultoras, tornando um desafio único para cada uma decidir quais os meios que serão utilizados para alcançar o prêmio.

5. CONSIDERAÇÕES ACADEMICAS

Neste estudo, foi possível apresentar o incentivo dado as Consultoras e Diretoras de Beleza Independentes na empresa Mary Kay Cosméticos, com foco no Programa Troféu sobre Rodas. Os resultados destacaram a singularidade da abordagem da Mary Kay em relação ao estímulo às consultoras, que vai além das recompensas tangíveis, como o icônico carro cor-de-rosa.

Em decorrência disso, pode-se indicar que a cultura de reconhecimento e recompensas da Mary Kay desempenha um papel significativo na motivação de todas as consultoras. O Programa Troféu sobre Rodas, por sua vez, motiva as Consultoras a alcançarem as metas de vendas e de recrutamento, fazendo com que aumentem o desejo de se qualificarem para a premiação, alcançando não só o sucesso pessoal, mas também da equipe pela qual é responsável.

Essa abordagem não apenas reforça a importância do reconhecimento, mas também enfatiza o papel da motivação interna no sucesso das Consultoras. Essa compreensão aprofundada da motivação na empresa Mary Kay não apenas contribui para a literatura acadêmica, mas também oferece implicações gerenciais valiosas sobre a empresa.

Este estudo também ressalta a importância de reconhecer as limitações do regulamento atual do Programa Troféu sobre Rodas, onde abre espaço para melhorias, como tornar o programa acessível para níveis além do cargo de Diretora. A empresa poderia oferecer outra forma para conquista da premiação, alterando não só o nível da carreira, mas também estabelecendo uma pontuação a ser atingida pela consultora no período de qualificação.

Essas melhorias poderiam tornar o programa de incentivo mais inclusivo e atraente para Consultoras que desejam conquistar o tão sonhado carro rosa de forma individual sem fazer com que precisem construir uma equipe.

Em última análise, a Mary Kay Cosméticos tem se destacado como uma empresa que valoriza e motiva sua força de vendas independente de maneira única. A combinação de reconhecimento, recompensas e metas pessoais tem sido um impulsionador-chave da motivação na empresa.

A empresa pode continuar aprimorando seu programa de incentivo para manter suas consultoras e diretoras altamente motivadas e engajadas,

garantindo assim seu sucesso contínuo no competitivo mercado de vendas diretas no mundo dos cosméticos.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, Ana Claudia de Arruda. **Liderança Feminina: Estudo de caso de líderes de vendas da Mary Kay Cosméticos em Fortaleza – CE**. Fortaleza, 2020.

AMORIM, Marcela Roriz da Costa Amorim. **COSMETOLOGIA: Origem, evolução e tendência**. Paracatu, 2022.

ASH, Mary Kay. **Milagres que acontecem**. 4ª edição. 2015.

ASH, Mary Kay. **The Mary Kay Way. O estilo de liderança de uma das maiores empreendedoras norte-americanas**. São Paulo, 2013.

CAMPOS, Laís. **Como a Mary Kay transformou o carro rosa em objeto de desejo**. Forbes. 2019. Disponível em <
<https://forbes.com.br/colunas/2019/09/como-a-mary-kay-transformou-o-carro-rosa-em-um-objeto-de-desejo/> >

CAZELATO, Eric. BRITO, Lucas. **Motivação no Ambiente de Trabalho: A Importância da Motivação Profissional na Busca de Metas e Resultados Organizacionais**. Instituto de Educação e Ensino Superior de Campinas - IESCAMP. Campinas. São Paulo, 2017.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional: a dinâmica do Sucesso das Organizações**. 4. São Paulo: Atlas, 2021.

DA SILVA, Monique Bertol. **Processo de Desenvolvimento de Produto e Tendências de “Claims” no Setor Cosmético**. Florianópolis, 2023.

GALEMBECK, Fernando. CSORDAS, Yara. **Cosméticos: A química da beleza**.

LUZ, Mércia Cristina Cardoso de Oliveira. **A formação do discurso de sucesso da empresa Mary Kay**. 2019.

Regulamento troféu sobre rodas. Mary Kay. Disponível em <
<https://mk.marykayintouch.com.br/> >

RIELLA, Bruna Lima. **Flexibilidade e discurso da Autonomia feminina no mercado de trabalho: Reflexões a partir da venda direta de cosméticos**. Florianópolis, 2018.

ROCHA, Danielle Marinho da. **Motivação nas organizações: ferramenta estratégica na busca pela excelência no desempenho humano**. Faculdade de São Luis de França. 2009

SANTOS, Juliana do Nascimento. HENRIQUES, Fabiana Regina. **Motivação no trabalho: A estratégia que gera resultados satisfatórios para as organizações**. Revista Científica Integrada. Unaerp. Volume 4. Edição 5. 2020. Disponível em <
<https://www.unaerp.br/revista-cientifica-integrada/edicoes-antteriores/volume-4-edicao-5/4164-rci-motivacao-no-trabalho-122020/file> >

SILVA, Letícia Bezerra. SILVA, Victória Adryelle Pereira da. NEVES, Manoela Maria das. **Marca como Investimento: Análise da Mary Kay Cosméticos.** Maceió, Al. 2019.

VIEIRA, Larissa. **Estratégias de Comunicação da Empresa Mary Kay.** Passo Fundo, 2018.