

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
“SANTIAGO RAMÓN Y CAJAL” - IDEMA**



**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
“TEORIA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW Y SU IMPACTO EN LAS
ORGANIZACIONES”**

ESTUDIANTE: Yack Hugo Sacaca Ramos

ASIGNATURA: Dirección y control.

CARRERA TÉCNICA: Administración de Empresas

SEMESTRE: I

DOCENTE: Raul Herrera Orestes

MAJES -AREQUIPA-

PERÚ2022

DEDICATORIA:

Este presente trabajo se lo dedico a las personas que fueron y son mis guías y benefactores en esta vida, mis padres, quienes trabajaron arduamente e hicieron sacrificios para brindarme una educación de calidad y los medios necesarios para lograr mis aprendizajes ,además, son quienes me inculcaron los valores pilares que formarían la persona que soy ah

ÍNDICE:

DEDICATORIA:.....	2
ÍNDICE	3
INTRODUCCIÓN	4
I. CAPITULO : ABRAHAM MASLOW	5
1. UN HOMBRE BRILLANTE	5
II. CAPITULO: TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW	7
1. TEORIA HUMANISTA	7
2. PIRAMIDE DE LAS NECESIDADES.....	7
III. CAPITULO :SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES EN LAS EMPRESAS	13
1. CAPITAL HUMANO.....	13
CONCLUSIONES.....	15
Bibliografía	15

TABLA DE IMÁGENES

Ilustración 1 Abraham Maslow	5
Ilustración 2 EL PEQUEÑO LIBRO DE LA MOTIVACIÓN – Rubén turienzo	7
Ilustración 3 Mostramos la Pirámide en el gráfico. (Vazquez, M & Valbuena, F. S.F)	8

INTRODUCCIÓN:

El mundo empresarial actual está mucho más globalizado, la tecnología avanza a pasos agigantados, y con ella también crece la competencia entre las empresas. El empleado es uno de los recursos más importante, además del recurso material, monetario , etc., con la que cuenta una empresa para avanzar y lograr el cumplimiento de metas y objetivos planeados, sin embargo observamos que estas empresas en su afán de obtener mayores ganancias, recorta los abastecimientos con los que cuentan los empleados para desarrollarse tanto profesionalmente como personalmente.

Se restringen muchas necesidades básicas , tales como la implementación de servicios higiénicos, sector de alimentos, descanso, los pagos suelen ser menores según indica la ley y nada proporcionales al trabajo que se desarrolla, los horarios sobrepasan los reglamentado, etc., todo esto contribuyendo a un personal desmotivado a desarrollar las actividades clave para el cumplimiento de metas.

El ser humano tiene como objetivo el conseguir la felicidad , y esta felicidad se consiguen con la satisfacción de necesidades, que pueden ser: tener una buena calidad de vida , familia, dinero, seguridad de que mañana uno no estará en la bancarrota , etc. .

Maslow es un psicólogo estadounidense que siempre a lo largo de su vida se cuestionó muchas dudas humanistas , y gracias a un artículo de su autoría titulado "Una teoría sobre la motivación humana" en 1943 , que pasaría a ser ampliamente desarrollada en el libro "Motivación y Personalidad" de 1954 , es que se crearía una pirámide que indicaría las necesidades que debería de satisfacer el ser humano para ser feliz o como indica Maslow, un ser humano autorrealizado .

Es por eso que en este trabajo de investigación conoceremos un poco sobre la vida de Maslow, sobre su trabajo más trascendental que sirve hasta ahora como referencia de cómo llevar nuestras vidas y guía para obtener la felicidad ,y finalmente sobre como esta teoría se aplica en las empresas de la actualidad para el bienestar de los empleados y posteriormente el cumplimiento de metas y desarrollo.

I. CAPITULO : ABRAHAM MASLOW :

1. UN HOMBRE BRILLANTE:



*Ilustración 1
Abraham Maslow*

Abraham Harold Maslow Schilojsky nació en Brooklyn, Nueva York, el primer día de abril de 1908. Fue el mayor de seis hermanos. Sus padres, Samuel Maslow y Rose Schilojsky, eran inmigrantes rusos, sin educación y devotos de la religión judía, es por ello que quisieron que sus hijos tuvieran una mejor vida en América, presionándolos para que tuvieran éxito académico. Abraham de joven era extremadamente tímido y neurótico. Brillante,

desdichado y solitario, estaba tan convencido de su propia fealdad, que buscaba los vagones vacíos del metro para evitar que la gente lo mirase.

Maslow ingresó en el City College de Nueva York a los 18 años. A petición de sus padres estudia Leyes, sin embargo, él no toleraba el pensamiento de la abogacía. Como su padre le preguntó que a qué se dedicaría entonces, Abraham respondió que deseaba seguir estudiándolo "todo".

En la adolescencia, Maslow se enamoró de su prima y buscaba la menor excusa para convivir con la familia de la joven, a quien solía mirar arribado sin atreverse a tocarla. A los 19 años cuando finalmente se atrevió a abrazar a su prima, tuvo su primer beso. Años después, Maslow describió ese momento como una de las experiencias cumbre de su vida. La aceptación que se le había dispensado, en vez del rechazo que tanto temía, le sirvió para reconstruir su maltrecha autoestima. Se casaron un año después; ella tenía 19 años y él 20. Tuvieron dos hijas. La vida matrimonial y la inmersión en la psicología representó un periodo de renovación en su vida.

Maslow y su familia se mudan a Wisconsin. La participación de Maslow en las aplicaciones prácticas de la psicología se remonta a los inicios de su carrera profesional. Aun como estudiante en la universidad de Wisconsin, se convenció de que Freud estaba en lo correcto con su énfasis en la sexualidad. Por ello, escogió como tema de su tesis los lazos entre el dominio y la sexualidad en los primates,

trabajo realizado junto a Harry Harlow. Así obteniendo su doctorado en psicología en 1934.

Trabaja como profesor en la universidad de Wisconsin y cuando la abandona decide enseñar en la universidad de Columbia, en este, Maslow se dedicó a estudiar exhaustivamente la conducta sexual humana, pues estaba convencido de que cualquier avance en el conocimiento de las funciones sexuales se traduciría en mejoras en la adaptación de los humanos.

Enseña, por los próximos 14 años, en Brooklyn, donde hace contactos con muchos inmigrantes europeos intelectuales, personas como Adler, Fromm, Horney, entre otros, la mayoría seguidores de la corriente gestáltica y psicoanalítica.

En 1951, es asignado en la Universidad de Brandeis como presidente del Departamento de Psicología por 10 años, donde conoce a Kurt Goldstein.

Durante 1962, escribe Hacia una Psicología del ser, más tarde en 1964 escribe Religiones, valores y experiencia cúspide.

Durante la Segunda Guerra Mundial, cuando se percató de la impotencia de la ciencia psicológica para mitigar los conflictos internacionales, Maslow llevo sus investigaciones de la psicología experimental a la psicología de la personalidad y de la sociedad. Deseaba dedicar todas sus energías a "discernir una psicología para las negociaciones de paz" (halla, 1968, p. 54).

A lo largo de su carrera, la obra precursora de Maslow fue objeto de rechazo por considerársele poco científica y situada en los márgenes de las corrientes psicológicas oficiales. Sin embargo, Maslow era estimado por sus colegas y sus ideas no tardaron en obtener reconocimiento. Para sorpresa de muchos (y de él mismo), fue elegido como presidente de la Asociación Psicológica Estadounidense en 1967, cargo que ejerció por un año. Un año más tarde, se traslada a la Fundación Laughlin en Menlo Park, California.

En enero de 1969 renunció a su puesto en la Universidad Brandeis para aprovechar una oferta que le permitía dedicarse por completo a escribir. En 1970, publica Motivación y personalidad. Ése mismo año, muere de un ataque al corazón, un 8 de junio, a la edad de 62 años.

II. CAPITULO: TEORÍA DE LAS NECESIDADES DE MASLOW

1. TEORIA HUMANISTA:

La teoría de Abraham Maslow fue desarrollada con base en experimentos realizados a primates, Maslow observó que las necesidades son inherentes en los seres vivos. A partir de este principio, Maslow descubrió que existen necesidades que ocupan un lugar prioritario en los seres vivos. Este descubrimiento generó el desarrollo de la famosa pirámide de necesidades. La estructura de esta pirámide comienza desde las necesidades básicas o vitales hasta las necesidades de trascendencia. (Adolfo Seelbach, 2012)

2. PIRAMIDE DE LAS NECESIDADES:

Es la más conocida, después de la alimentaria, las de Egipto y México.

Creada en 1943 cuando el psicólogo estadounidense Abraham Maslow publicó el artículo científico "Una teoría sobre la motivación humana" , que fue ampliada posteriormente en el libro "Motivación and Personalidad" (1954).

Esta consta de cinco jerarquías o niveles, a grandes rasgos sigue un camino que debe completarse para llegar a la felicidad, desde las que proceden de la necesidad de la supervivencia, las

cuales son relativamente fuertes, dominantes, de naturaleza fisiológica y esencial para la homeostasis (equilibrio del organismo) , hasta las que se originan en la necesidad de crecimiento, quienes son relativamente débiles y de naturaleza más psicológica.

Maslow sugiere que no cometer cualquiera de los distintos niveles impediría el avance hacia el siguiente nivel, así como ninguna posición es permanente y el movimiento ascendente o descendente es continuo debido a las presiones o cambios del entorno.

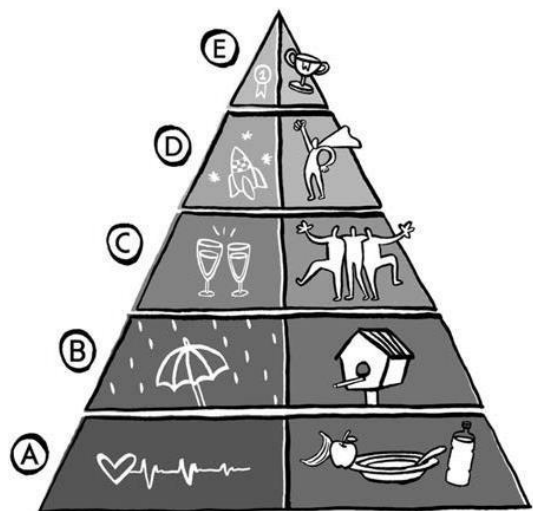


Ilustración 2 EL PEQUEÑO LIBRO DE LA MOTIVACIÓN – Rubén turienzo



**PIRÁMIDE DE NECESIDADES
de ABRAHAM MASLOW**

Ilustración 3 Mostramos la Pirámide en el gráfico. (Vazquez, M & Valbuena, F. S.F).

Abraham Maslow propone esta teoría del crecimiento y desarrollo partiendo del hombre sano, en la cual el concepto clave para la motivación es el de necesidad, dónde la búsqueda de estos elementos deseados será la generadora de la motivación.

2.1. NECESIDADES DE ORDEN INFERIOR:

2.1.1. NECESIDADES FISIOLÓGICA O BÁSICAS:

Son necesidades de primer nivel y se refieren a la supervivencia. También llamados homeostáticos porque contribuye al equilibrio del estado corporal , involucra: aire, agua, alimento, vivienda, vestido, descanso, sexo etc. Podemos localizarlas en lugares específicos del cuerpo humano y apremian por su carácter repetitivo. Cuando no se están cubiertas, el organismo sufre daños importantes o deja de existir. La mayoría se puede satisfacer con dinero. De una manera figurada, podemos denominar necesidades homeostáticas a las que una institución o empresa tienen para seguir existiendo; esa permanencia se logra, en muchos casos, con dinero.

2.1.2. NECESIDAD DE SEGURIDAD:

Se relaciona con la tendencia a la conservación, frente a las situaciones de peligro, incluye el deseo de seguridad, estabilidad o ausencia de dolor, también se relaciona con el temor de los individuos a perder el control de su vida, están íntimamente ligadas con el miedo, a lo desconocido, a la anarquía, etc.

Hay grados de seguridad pero todas las personas tienen necesidad de ella.

La gran parte de la población que está al borde de la pobreza está motivada por el deseo de verse protegida contra peligros, amenazas y privaciones. El empleo fijo es el medio más normal de conseguir seguridad. Los efectos dramáticos de los "paros" son una muestra de cómo muchas personas se ven detenidas en su desarrollo ideal.

Muchas otras personas se quedan en este nivel por otra razón muy distinta: en lugar de seguir subiendo, prefieren dedicar sus esfuerzos a protegerse contra todo tipo de inseguridades. Emplean sus esfuerzos en ganar cada vez más dinero, que invierten en hacer frente a peligros y amenazas que sólo están en su imaginación. La publicidad explota mucho este aspecto miedoso del ser humano. Hay jóvenes que beben para conseguir seguridad o ahuyentar el miedo.

2.2. NECESIDADES DE ORDEN SUPERIOR:

2.2.1. NECESIDADES SOCIALES (llamadas también de pertenencia al grupo y de amor):

Fase de integración, o sentido de pertenencia desde la socialización, el contacto y el amor.

El ser humano siente la necesidad de relacionarse con sus iguales, comunicarse y establecer amistad con ellos, manifestar y recibir afecto, vivir en comunidad, pertenecer a un grupo y sentirse aceptado por el.

Se refiere a lo afectivo, pertenencia y participación.

Cuando hombres o mujeres tienen un grado de seguridad que es aceptable, o precisamente para lograrlo si no lo tienen, se asocian en grupos. El mayor miedo que siente una persona es el temor a quedarse solo. Compartir sus alegrías y horas malas exige la compañía de otras personas. Lo podemos ver en la mayoría de los cuentos. Si, además, desea convivir y transmitir la vida, satisfaciendo también las necesidades fisiológicas, establece una relación permanente con otra persona del sexo opuesto.

Es fácil identificar estas necesidades en publicidad. La familia es una unidad con una importancia económica decisiva. Por eso, hay tantas apelaciones a los valores familiares y sociales. Especialmente, en ciertos aniversarios y, sobre todo, en Navidades.

Si embargo es necesario indicar que en ciertas circunstancias por la necesidad de afecto y pertenencia a un grupo se pueden caer en adicciones o desviaciones hacia malos caminos, tales como beber, fumar, robar, venta y consumo de sustancias ilegales, etc.

2.2.2. NECESIDADES DE ESTIMA:

Conocidos como necesidades de ego o la autoestima. Se trabaja el respeto , la satisfacción o la reputación.

Necesidad de que uno vale y que los demás así lo piensen.

Amarse a sí mismo, respetándose, aceptando las características que conforman su ser y que son merecedores de recibir afecto y reconocimiento de los demás.

Tanto dentro como fuera de la familia, las personas quieren que los demás reconozcan sus esfuerzos. Eric Berne habla de la «caricia» como la unidad básica de la interacción social. Claude Steiner ha estudiado a fondo lo que él denomina «economía de las caricias». La no satisfacción de las necesidades de estima lleva a tener desdibujada la propia identidad, a dudas profundas sobre el sentido de la acción y a un sentimiento de futilidad, que pueden conducir al suicidio.

La explicación de muchos fracasos escolares reside en la ausencia de refuerzos positivos. Los niños que ven reconocidos sus méritos y no únicamente criticados sus defectos, pueden encontrar el mundo pleno de sentido. Ya de mayores, perdonarán todo a aquella persona que se dedica a potenciar lo positivo de los demás y serán inclementes con quienes sólo se fijan en lo negativo y con quienes hundan la moral de un grupo.

La publicidad apela incansablemente a las necesidades de prestigio de los consumidores y usuarios. Hay quienes se quedan detenidos en este nivel de necesidades, ocupados en satisfacer su oceánica vanidad.

2.2.3. NECESIDADES DE CONOCER Y DE COMPRENDER:

Explorar, conocer, comprender y crear las necesidades hasta aquí presentadas exigen sistematizar el mundo que nos rodea. Quienes no tienen satisfecha esta necesidad, no tienen estructurada su vida, porque carecen de un criterio para sistematizar la gran sobrecarga de informaciones y datos que llegan a su cerebro.

Los testimonios de expertos, la explicación de los procesos de fabricación de un determinado producto, los pasos hasta que llega a nosotros un servicio concreto son algunas de las modalidades que la publicidad emplea para satisfacer esas necesidades.

Hay jóvenes que se informan en Internet sobre los lugares donde practican la bebida en grupo y otros que consultan los efectos del alcohol sobre la vida de las personas y, especialmente, sobre su conducta familiar o en grupo y cuando conducen.

2.2.4. NECESIDADES ESTÉTICAS:

Muchos hombres y mujeres sienten necesidad de orden, simetría y belleza en todo lo que captan. Por eso, miles de anuncios presentan seres humanos, objetos y paisajes bellos y armónicos. Ocupan los primeros lugares los anuncios sobre bebidas.

2.2.5. NECESIDADES DE AUTO-RREALIZACIÓN:

También conocidas como de auto superación o auto actualización, que se convierten en el ideal para cada individuo. En este nivel el ser humano requiere trascender, dejar huella, realizar su propia obra, desarrollar su talento al máximo.

Consiste en desarrollar al máximo el potencial de cada uno, se trata de una sensación auto superadora permanente.

El llegar a ser todo lo que uno se ha propuesto como meta, es un objetivo humano inculcado por la cultura del éxito y competitividad y por ende de prosperidad personal y social, rechazando el de incluirse dentro de la cultura de derrota.

Llegar a ser todo lo que se puede ser, usando las habilidades al máximo.

Quienes tienen un mundo interior de valores elevados y una imagen muy consistente sobre sí mismos, son capaces de sacrificar la satisfacción de gran parte de las necesidades anteriores o de transformarlas al servicio de una vocación. Tienen el centro de su actividad dentro de sí mismos y su independencia ante los estímulos del ambiente demuestra un grado elevado de libertad interior. No les estimula acumular ganancias ni el prestigio social. Pueden servirse del dinero y del prestigio para lograr lo que consideran fines más elevados.

3. PERSONALIDAD AUTORREALIZADA:

Maslow piensa que alcanzar las necesidades de autorrealización está en las manos de todo el mundo, sin embargo, son pocos los que lo consiguen. Las personas que logran satisfacer sus necesidades de autorrealización son personas

autorrealizadas. Ahora bien, Maslow afirma que menos del 1% de la población pertenecen a esta clase de individuos. (CORBIN, A. s.f).

Las personas autorrealizadas se caracterizan porque:

- Muestran un nivel alto de aceptación de sí mismos
- Perciben la realidad de manera más clara y objetiva
- Son más espontáneas
- Piensan que las causas de los problemas son externas
- Disfrutan de la soledad
- Tienen una mentalidad curiosa y creativa
- Disfrutan de experiencias cumbre
- Generan ideas genuinas
- Tienen un gran sentido del humor
- Poseen un gran espíritu crítico y se rigen por valores éticos
- Son respetuosas y humildes
- Son tolerantes, no tienen prejuicios y disfrutan de la presencia de los demás.



1,8 maslow

III. CAPITULO :SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES EN LAS EMPRESAS:

1. CAPITAL HUMANO:

El enfoque de Maslow, aunque es demasiado amplio, representa para la administración de recursos humanos un valioso modelo del comportamiento de las personas, basado en la carencia (o falta de satisfacción de una necesidad específica) y complacencia que lo lleva al individuo a satisfacer dicha necesidad. Sin embargo una vez que sea cubierta disminuirá su importancia y se activará el siguiente nivel superior. En esta forma una necesidad no tiene que satisfacerse por completo antes de que emerja la siguiente.

En la actualidad las empresas cuentan con un departamento especializado compuesto por empleados o colaboradores denominado "Recursos humanos" los cuales tienen como objetivo indispensables velar por los miembros de la empresa para que sean tratados equitativamente dentro de los procesos en los cuales se involucre y que sus necesidades sean alineadas con las del negocio. Además de servir como órgano defensor en caso de que la empresa no cumpla con lo predispuesto.

Las empresas han de satisfacer las necesidades de sus empleados como pide la ley, y recompensar por necesidades que no han sido cubiertas, si es que sucediese, todo esto en base a un respeto hacia los derechos humanos ,además, de una generación de motivación en los miembros. Según Maslow, la conducta humana podría ser explicado como la motivación para satisfacer las necesidades. Un empleado que trabaja en buenas condiciones, con una remuneración proporcional al trabajo realizado, etc , es un empleado motivado, eficaz indispensable para el logro de las metas propuestas.

1.1. PRACTICAR ESTA TEORIA CON TU EQUIPO:

■ Genera un entorno de trabajo que satisfaga las necesidades básicas y en el que el desempeño de la acción se haga desde la comodidad. Ventilación, iluminación, agua, descanso, salarios o condiciones de la competencia son algunos de los elementos iniciales para mejorar la motivación.

- Fomenta la interacción social y el sentimiento de pertenencia. Para ello genera diálogo, colaboración o incluso crea instantes de socialización en los lugares comunes, actividades compartidas o mesas de trabajo abiertas.
- Da feedback y construye planes de carrera desde el compromiso de la organización, con honestidad y rigurosidad. Aporta beneficios sociales a los miembros de tu equipo.
- Elogia, forma, delega responsabilidades y escucha activamente, dejando que las aportaciones se vean llevadas a la práctica y que los resultados sean valorados y premiados públicamente.

CONCLUSIONES

La pirámide consta de jerarquías o niveles, a grandes rasgos sigue un camino que debe completarse para llegar a la felicidad, no cometer cualquiera de los distintos niveles impediría el avance hacia el siguiente nivel, así como ninguna posición es permanente y el movimiento ascendente o descendente es continuo debido a las presiones o cambios del entorno.

El ser humano siempre quiere más, una vez que una necesidad esté abastecida querrá avanzar en la pirámide , sin embargo la felicidad es relativa , es decir que lo que a uno podría serle suficiente a otro no lo hará sentirse sumamente complacido.

. El empleado es uno de los recursos más importante con la que cuenta una empresa para avanzar y lograr el cumplimiento de metas y objetivos planeados y estas han de satisfacer las necesidades de sus empleados para mejorar la motivación. Esto en beneficio tanto de la vida del empleado como de la prosperidad de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Hamra, A. (12 de Junio de 2020). Pirámide de jerarquías en la empresa. *Perspectivas: Revista Científica de la Universidad de Belgrano*.
Obtenido de <https://revistas.ub.edu.ar/index.php/Perspectivas/article/view/94>
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad* (Tercera edición ed.). Diaz de santos, S.A. Obtenido de <https://bataloso.com/wp-content/uploads/2021/09/Maslow-Abraham-Motivacion-Y- Personalidad.pdf>
- Monroy Suarez, D. V. (02 de 12 de 2019). *Universidad Militar nueva granada*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/35888>
- Tamaro, T. F. (2004). *Biografía de Abraham Maslow*. Obtenido de Biografías y vidas. La enciclopedia biográfica.
- Turienzo, R. (s.f.). *El pequeño libro de la motivacion*. Planeta de libros. Obtenido de https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/34/33578_EL_PEQUENO_LIBRO_DE_LA_MOTIVACION.pdf
- Vicent Selva, B. (05 de abril de 2019). Abraham Maslow. *Economipedia.com*. Obtenido de Abraham Maslow: <https://economipedia.com/definiciones/abraham-maslow.html>