

# Tabla de contenido

1.	Introducción .....	1
2.	Antecedentes Generales de la compañía.....	3
2.1.	Caracterización de la empresa .....	3
2.2.	Organigrama.....	3
2.3.	Actores principales para la memoria .....	5
2.4.	Clientes de la compañía .....	6
2.5.	Niveles de venta y tendencia del mercado .....	6
2.6.	Posicionamiento y competidores.....	7
2.7.	Materiales utilizados .....	8
2.8.	Principales productos.....	9
2.9.	Proceso productivo general de la compañía .....	12
3.	Descripción de los talleres de la compañía .....	14
3.1.	Talleres .....	14
3.2.	Layout de los talleres .....	15
3.3.	Sistemas de información implicados.....	16
3.4.	Línea de pintura .....	17
3.4.1.	Maquinaria .....	19
3.4.2.	Proceso de Pintado.....	20
4.	Justificación del tema.....	23
4.1.	Contexto previo de la empresa .....	23
4.1.1.	Negociación colectiva y compromiso de la empresa .....	23
4.1.2.	Horas extras excesivas.....	24
4.2.	¿Por qué la línea de pintura? .....	26
4.2.1.	Costo salarial .....	26
4.2.2.	Potencial no utilizado .....	29
4.2.3.	Costos asociados a la situación actual .....	31
4.3.	Beneficios actuales.....	33
4.4.	Percepción de los trabajadores.....	34
4.5.	Propuestas de solución consideradas .....	36
4.6.	Conclusiones de la situación actual.....	38
5.	Objetivo del trabajo .....	41
5.1.	Objetivo general.....	41
5.2.	Objetivos específicos.....	41

6.	Marco teórico.....	42
6.1.	Teorías de incentivos.....	42
6.1.1.	Teorías extrínsecas e intrínsecas.....	42
6.1.2.	Teorías de contenido.....	42
6.1.3.	Teorías de procesos.....	43
6.2.	Modelos estratégicos de incentivos.....	43
6.2.1.	Incentivos Individuales.....	44
6.2.2.	Incentivos Grupales.....	44
6.2.3.	Ventajas y desventajas de los modelos individuales y grupales.....	45
6.3.	Modelos de bonificación a la producción.....	46
6.3.1.	Plan de Taylor.....	46
6.3.2.	Plan de Merrick.....	47
6.3.3.	Plan de Halsey.....	48
6.3.4.	Plan de Rowan.....	49
6.3.5.	Plan de Emerson.....	50
6.3.6.	Plan de Gantt.....	51
6.3.7.	Plan de Barth.....	52
6.3.8.	Plan de Scanlon.....	53
6.4.	Cuadro comparativo entre planes.....	54
6.5.	Modelo productivo aplicado.....	54
6.6.	Conclusiones de los modelos.....	55
7.	Marco metodológico.....	57
8.	Alcances y limitaciones.....	60
9.	Modelo de bonificación a la producción en la línea de pintura.....	61
9.1.	Primer modelo.....	61
9.1.1.	Consideraciones iniciales.....	61
9.1.2.	Construcción de las escalas preliminares.....	62
9.1.3.	Funcionamiento del primer modelo.....	65
9.1.4.	Observaciones de la primera formulación.....	66
9.1.5.	Resultados del primer modelo aplicado en la línea de pintura.....	69
9.1.6.	Conclusiones del primer modelo.....	72
9.2.	Segunda propuesta de modelo.....	74
9.2.1.	Elementos a mantener del primer modelo.....	75
9.2.2.	Beneficio por cada metro pintado.....	75

9.2.3.	Horas extras e ingresos .....	76
9.2.4.	Nivel objetivo del bono .....	79
9.2.5.	Construcción de los niveles de bonificación .....	82
9.2.6.	Factores correctivos .....	86
10.	Formulación matemática de la segunda propuesta.....	98
11.	Comparación de propuestas .....	101
11.1.	Resultados de bonificación para ambos modelos.....	102
11.2.	Costos de las propuestas.....	103
11.3.	Profit de cada propuesta .....	104
11.4.	Conclusión de la comparación de propuestas .....	105
12.	Simulación del modelo.....	106
12.1.	Definición de las distribuciones de los datos .....	106
12.2.	Evaluación de escenarios .....	108
12.3.	Análisis sensitivo de los factores .....	110
12.3.1.	Influencia de los factores correctivos individuales .....	110
12.3.2.	Influencia de los montos base.....	110
12.3.3.	Influencia de la distribución porcentual del bono .....	111
12.3.4.	Resultados de los escenarios para cada distribución de la bonificación .....	113
13.	Aspectos legales de la propuesta.....	116
14.	Consideraciones finales.....	117
15.	Conclusiones.....	120
16.	Entregables con la empresa .....	122
17.	Bibliografía .....	124
18.	Anexos .....	126