

## **LLEGO TARDE**

*Llego Tarde* es una fábrica de relojes pulsera que opera en plaza desde hace muchos, muchos minutos... Su dueño, Horacio Segundo Minutti, trabajó toda su vida; nunca tuvo tiempo para estudiar.

Como encargado del planeamiento de la producción de dicha empresa, deberás determinar cuál es la estrategia de planeación agregada más adecuada para encarar la fabricación de relojes modelo SPORT para el próximo semestre (Ene –Jun. 2004), cuya demanda pronosticada se muestra en el cuadro que se adjunta:

Mes	ENERO	FEBR.	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Ventas estimadas (unidades)	60000	80000	50000	40000	60000	90000

Se sabe que:

- Cada operario trabaja 6 horas por día ensamblando estos relojes. El Sindicato no permite que se realice este tipo de actividad más de 20 días por mes, permitiendo realizar hasta un 15% de horas extras respecto al horario normal de trabajo.
- Cada operario es capaz de armar 18 relojes en 6 horas de trabajo.
- Hasta el 31-12-2003 se contará con una dotación de 120 operarios.
- Cada hora/hombre se abona a \$ 5.00. Por hora extra se paga un 40% más que por la anterior.
- Es normal que por despido se abonen dos sueldos mensuales (sin horas extras).
- Cada contratación cuesta 1 sueldo mensual (sin horas extras).
- El Gerente Comercial de la empresa quiere tener en stock al menos 50000 unidades por mes.
- Al 31-12-2003 se prevé contar con 70000 unidades.
- El Gerente Financiero ha calculado en \$ 1.50 el costo de mantener un reloj en los almacenes durante 1 mes.
- Al 30-06-2004 la empresa quiere restablecer el nivel de dotación inicial (31-12-2003)

Se pide:

1. Efectuar un plan de demanda agregada utilizando una fuerza de trabajo estable y horas de trabajo variables.
2. Realizar un plan agregado de acuerdo a la estrategia de persecución a la demanda.
3. Planificar la producción utilizando una estrategia de nivelación con inventarios.
4. Considerar un plan utilizando una estrategia mixta.
5. Evaluar costos, pros y contras de las diferentes estrategias y asesorar al Sr. Minutti.