**Resumen Ejecutivo**

**Trixie Donuts 2017 (ene-nov)**

Durante los años Trixie Donuts ha sido un referente en las donas de bajo costo alrededor de la ciudad de Guatemala. Ciertas complicaciones se han encontrado y varias preguntas han salido a la luz. Luego de analizar los datos del 2017 entre enero y noviembre se tienen las siguientes conclusiones:

**Generalidades**

Trixie Donuts sigue teniendo un producto que no es estacional, no sufre variaciones de más de 10% entre mes a mes, su demanda es más sencilla de predecir, esto es algo sumamente valioso a la hora se hacer proyecciones y planificaciones.

Por otro lado, al tener un producto de tan bajo costo (Q0.25) el crecimiento constante es primordial y año con año estamos creciendo cada vez menos.

**Pilotos**

Tenemos 9 increíbles pilotos que día a día entregan la felicidad que llevan nuestras donas sea donde sea, entre los que cabe resaltar en el Top 3 se encuentran: Fernando Berrio, Pedro Alvarez y Hector Aragones. Aunque es valioso mencionar que la mayoría de los repartidores está en un rango de desempeño bastante aceptable, la sugerencia que se hace en este momento es mejorar la distribución que se tiene mes a mes entre el personal.

**Vehículos**

El camión grande es nuestro vehículo estrella, pero pareciera que nos faltan unidades ya que siempre quedan faltantes o ni siquiera se entregan (NA), sugerencia evaluar si expandir la flota, pero se necesita el dato exacto de cuantos camiones hay exactamente. Las demás unidades de distinto tamaño sufren la misma situación, pero se sugiere comenzar por los camiones grandes y evaluar la mejoría.

**Estrategias y conclusiones**

Se evaluó el tema si un repartidor nos estaría robando y no se ha logrado llegar a un dictamen donde se pueda afirmar lo previamente dicho. Sin embargo, hay ciertas relaciones, entre Sporta, El Gallo Negro y los repartidores que debido a su comportamiento llaman la atención, más supervisión es necesaria.

Por último, la empresa de querer mejorar sus flujos debe de hacer lo siguiente: Escalonar de forma descendente sus créditos y no al revés, es un producto de consumo, nos tienen que pagar lo antes posible. La segunda opción es también buscar clientes que aporten el promedio de los de ahora y así conseguir esas economías de escala con crecimiento constante.