

RELACIÓN CON CLIENTES

Un Food Truck permite moverse por nuevas **ubicaciones** y desarrollar numerosas **bases de clientes**. Hay que investigar qué lugares permitirán desarrollar la actividad de venta de comida ambulante, como los parques empresariales, mercados de agricultores, fiestas locales (hay centenares de pueblos que celebran varios eventos al año), eventos itinerantes, etc.

La **climatología** es un elemento crucial a la hora de buscar localizaciones, así como la época del año. El exceso de frío o de calor, o la lluvia, son los principales enemigos del salir a comer fuera, por lo que están estrechamente vinculados con el éxito del Food Truck.

Hay que tener en cuenta antes de empezar la aventura empresarial que la regulación de cada lugar y sus restricciones también pueden limitar nuestras opciones. Es necesario ponernos en contacto con cada ayuntamiento de cada municipio donde queremos desarrollar la actividad para conocer los **permisos necesarios**, si se requiere completar una inspección antes, si hay tarifas aplicables u otras restricciones que puedan resultar relevantes.

Uno de los puntos fuertes del Food Truck es el trato directo con el cliente y la atención personalizada mediante la elección de diferentes complementos a gusto del consumidor. No son donuts de un lineal del supermercado. No son donuts fabricados de forma industrial con productos de baja calidad y bajo coste. Son productos riojanos, fabricados por mujeres en riesgo de exclusión social o víctimas de malos tratos, artesanales por lo tanto, con ingredientes de calidad y proximidad, únicos gracias a las variaciones que el cliente puede elegir. No hay una donna igual a otra, como no hay una historia igual a otra de nuestras trabajadoras.