

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **ALEJANDRA GEOMARA VICUÑA TAPIA** C.I. **1726019605** autor del trabajo de graduación intitulado: **"INVESTIGACIÓN DE LA TRAYECTORIA E IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE FOOD TRUCKS RESPECTO A LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE SUS ALREDEDORES EN LA CIUDAD DE QUITO"**, previa a la obtención del grado académico de **INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 05 de septiembre de 2017



Alejandra Geomara Vicuña Tapia
C.I. 1726019605

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mgs. Rubén Pozo, director de esta disertación, certifico que la srta. Alejandra Geomara Vicuña Tapia ha realizado con mi dirección este trabajo titulado: INVESTIGACIÓN DE LA TRAYECTORIA E IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE FOOD TRUCKS RESPECTO A LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DE SUS ALREDEDORES EN LA CIUDAD DE QUITO, de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mgs. Rubén Pozo

Quito, septiembre, 05 de 2017



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

TESIS

**INVESTIGACIÓN DE LA TRAYECTORIA E IMPACTO SOCIAL Y
ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN ECUATORIANA DE FOOD
TRUCKS RESPECTO A LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS
Y BEBIDAS DE SUS ALREDEDORES EN LA CIUDAD DE QUITO**

DIRECTOR MGS RUBÉN POZO

ALEJANDRA GEOMARA VICUÑA TAPIA

QUITO, 2017

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres y hermanas que han apoyado todos y cada uno de mis pasos a lo largo de mi vida académica y sobre todo personal. No ha sido un camino fácil, pero con su constante e incondicional apoyo, he logrado ir culminando cada etapa de la mejor manera; nuestros lazos de unión familiar, espiritual y sobre todo con la guía y ayuda de nuestro Dios Jehová, hemos podido labrar una vida feliz. A todos ellos quedo eternamente agradecida y para ellos va dirigido todo el esfuerzo empleado y resultados obtenidos en el presente trabajo.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradezco siempre a Jehová, un Dios lleno de amor que me ha permitido seguir viviendo día a día junto a mis seres amados y creciendo juntos como familia.

En segundo lugar, agradezco a mis padres y hermanas; cada uno de ellos tan distinto en su forma de ser, pero tan buenos de mente y corazón en la misma medida. Gracias por todo el apoyo, comprensión, consejos, guía, ayuda, unión y sobre todo por toooooooooo el amor incondicional que nos tenemos y que es la base fundamental de nuestra familia. Los amo con todo mi ser y agradezco a Dios por la hermosa familia que nos ha permitido tener.

También quiero decir gracias tía Paty, mi Bella Paty, tú, nuestra segunda madre, siempre pendiente, siempre amorosa, tan generosa, tienes una esencia tan especial, con tus ocurrencias tan tuyas, nos llenas siempre de felicidad. Gracias Bella Paty por tanto, te amo tía.

Gracias a aquellos amigos sinceros, como los que ya no hay, que han estado ahí apoyándome a lo largo de mi carrera universitaria, brindándome una mano ayuda, palabras de estímulo, largas charlas, salidas divertidas, momentos inolvidables y una gran amistad por sobre todas las cosas. Peque Azdru Mars, sabes que ante todo agradezco nuestra especial y linda amistad, que siempre estará ahí. Gracias a todos por su sincera amistad, no diré sus nombres, pero ustedes saben quiénes son, los quiero.

Quiero darle las gracias al Magister Rubén Pozo, quien, a pesar de no conocerme mucho, me brindó su ayuda y la oportunidad de tenerlo como Director de mi disertación, es una gran persona y un excelente profesor. Quedaré siempre agradecida por toda su ayuda y preocupación.

Finalmente, pero no menos importante, un agradecimiento especial al Ing. Fausto Reyes, una gran persona, que desinteresadamente me brindó su ayuda, apoyo, colaboración y tiempo, fue alguien fundamental para el desarrollo del presente trabajo, muchísimas gracias por todo. Igualmente a todas las personas que me ayudaron con las entrevistas, gracias por su colaboración.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	ii
ÍNDICE.....	iii
ÍNDICE DE ANEXOS	v
1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Tema	1
1.2. Justificación	1
1.3. Planteamiento del problema.....	2
1.4. Objetivos	3
1.4.1. Objetivo general	3
1.4.2. Objetivos específicos	3
1.5. Marco Referencial.....	3
1.6. Marco Teórico.....	5
1.7. Marco Conceptual.....	8
1.8. Operacionalización de la Investigación	9
1.9. Marco Metodológico.....	9
2. CAPÍTULO 2: RESEÑA HISTÓRICA DE LOS FOOD TRUCKS	12
2.1. Historia de los food trucks a nivel global	12
2.2. Historia de los food trucks en la ciudad de Quito.....	14
2.3. Creación y trayectoria de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks	16
2.4. Características generales de los food trucks de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks	22

2.5.	Pre normativa para food trucks en Quito	24
2.5.1.	Procedimiento de obtención de permiso para “establecimientos móviles” en espacio público autorizado	25
2.5.2.	Espacios autorizados.....	28
2.5.3.	Percepción de propietarios de food trucks.....	29
3.	CAPÍTULO 3: EVALUACIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	31
3.1.	Identificación de la muestra.....	31
3.2.	Aplicación y tabulación de encuestas	32
3.3.	Análisis de resultados	33
4.	CAPÍTULO 4: IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO	37
4.1.	Impacto Social	37
4.1.1.	Percepción de propietarios de restaurantes aledaños.....	37
4.1.2.	Percepción de propietarios de food trucks de la AEFT	39
4.2.	Impacto Económico	41
4.2.1.	Percepción de propietarios de restaurantes aledaños.....	41
4.2.2.	Percepción de propietarios de food trucks de la AEFT	43
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
5.1.	Conclusiones	45
5.2.	Recomendaciones	46
	REFERENCIAS	48
	ANEXOS	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A Guion de entrevistas Miembro de AEFT	55
Anexo B Guion de entrevista Food trucks independientes.....	57
Anexo C Guion de entrevista Propietarios/administradores de restaurantes aledaños al parqueadero del MAGAP	58
Anexo D Diseño de la encuesta.....	59
Anexo E Transcripción de entrevistas	64
Anexo F Tabulación de encuestas	108
Anexo G Resolución.....	115

1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1.1. Tema

Investigación de la trayectoria e impacto social y económico de La Asociación Ecuatoriana de Food Trucks respecto a los establecimientos de Alimentos y Bebidas de sus alrededores en la ciudad de Quito.

1.2. Justificación

Según una encuesta realizada por Global Entrepreneurship Monitor, en Ecuador ha habido un aumento en el nivel de emprendimientos por necesidad, que va del 5,9% al 10,3% entre los años 2005 y 2015. (Enríquez, 2016). La situación económica del país y la falta de empleo ha ocasionado que las personas busquen maneras de emprendimientos que les permitan tener un trabajo y un nivel de ingresos estables; además del deseo de gestionar negocios propios. Esto ha llevado a que surja el tema de los *food trucks* o camiones de comida en la ciudad de Quito, es por esto que es importante conocer a fondo la trayectoria que ha tenido este nuevo negocio desde su implementación hasta la actualidad, para lo cual, es necesario realizar una profunda investigación acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT), misma que permitirá obtener información verídica, analizada y respaldada que dará a conocer la trayectoria, polémica, normativa, impacto tanto positivo como negativo, estado actual y otros factores relacionados a la implementación de este negocio.

La gastronomía es un factor determinante para el complemento de las actividades humanas ya que genera importantes aportes para satisfacer necesidades. Es por esto que es importante conocer acerca de la nueva tendencia gastronómica que se está dando en la ciudad de Quito, características como la historia, problemática, diversidad de oferta culinaria, horarios de atención, precios, y otros factores relevantes permitirán tener un criterio más formado en cuanto al tema de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks. Toda la información obtenida será de relevante importancia para el conocimiento general tanto de personas inmersas en el tema de gastronomía y hotelería, como para la población misma, ya que es importante tener un panorama claro en cuanto a los lugares que se

frecuente para degustar alimentos, así como la variedad y diferencia de precios y comida que se maneja en estos negocios.

Es interesante notar que el emprendimiento que la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks ha puesto en marcha en la ciudad de Quito, ha generado un gran impacto en el tema social y gastronómico; esta organización ha tenido que enfrentarse a temas legales, molestias por parte de negocios aledaños, multas, falta de espacio público para realizar su actividad, falta de normativa que los respalde, entre otros factores; sin embargo, se ha mantenido a flote y en auge a lo largo del tiempo (El telégrafo, 2016). Se considera importante conocer, a través de una investigación, la trayectoria e impacto de los *food trucks* de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks en Quito.

1.3. Planteamiento del problema

Cuando determinado negocio se pone de moda, las personas suelen seguir esta línea y crear negocios similares. La capital ecuatoriana no ha sido la excepción y hace cierto tiempo se ha podido observar rodando por las calles de Quito camiones de comida con colores llamativos y adecuados para la venta de una amplia variedad de oferta gastronómica; llegando a ser tal el emprendimiento que con el tiempo se ha creado la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, misma que ha marcado una nueva tendencia gastronómica, siendo para muchos una manera de emprender un trabajo propio dado la falta de empleo del país (Líderes, 2016).

Sin embargo, esta asociación ha tenido que pasar por un largo y difícil proceso a fin de poder posicionarse de la manera correcta en la ciudad de Quito.

Ahora bien, considerando que los diferentes tipos de *food trucks* se han estado ubicando en diversos lugares a lo largo de la ciudad de Quito. Es importante recalcar que para la presente investigación, se tomará en cuenta los principales camiones de comida que forman parte de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, dado que es la única organización reconocida legalmente en el tema de *food trucks*, excluyendo o dejando de lado el resto de *food trucks* independientes a la asociación. Siguiendo la misma línea, y posterior a lo mencionado anteriormente, se procederá además a tomar en cuenta de manera especial y más profunda a la actividad desarrollada por los camiones de comida que se estacionan en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, ubicados en la Av. Amazonas y Av.

Eloy Alfaro, en la ciudad de Quito, dado que en este lugar se encuentran oficial y únicamente varios *food trucks* pertenecientes a la Asociación.

Ahora bien, a fin de realizar la investigación de una manera correcta, se debe emplear una pregunta guía para la misma, la cual es la siguiente: ¿Cuál es la trayectoria e impacto que han generado los *food trucks* pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks respecto a los establecimientos de Alimentos y Bebidas de sus alrededores en la ciudad de Quito? Esta pregunta es de suma importancia para desarrollar la investigación correctamente, ya que esta responde a temas relacionados con los inicios de los *food trucks* en la ciudad de Quito, así como la creación de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, los lugares que sus camiones de comida han utilizado para ubicarse, los impactos tanto positivos como negativos que esta actividad ha generado, entre otros temas relacionados.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Identificar la trayectoria e impacto social y económico generado por los *food trucks* pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, respecto a los establecimientos de Alimentos y Bebidas de sus alrededores en la ciudad de Quito.

1.4.2. Objetivos específicos

- ❖ Describir la historia, creación y trayectoria de los *food trucks* y su respectiva asociación en la ciudad de Quito y caracterizar los principales lugares y servicios de sus camiones de comida.
- ❖ Evaluar la satisfacción de los usuarios con los servicios que ofrecen los *food trucks* de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks.
- ❖ Determinar el impacto social y económico de los *food trucks* de la asociación con respecto a los establecimientos de alimentos y bebidas de sus alrededores.

1.5. Marco Referencial

El tema de *food trucks*, es una tendencia que va en aumento con el pasar de los días. Es interesante notar que su historia se remonta hace más de doscientos años. Ya desde 1691 en países como Japón y Estados Unidos existía la tendencia de vender comida sobre ruedas. En

1936, se empezaron a vender productos en carros con forma de salchicha y en 1950 surgieron los primeros camiones heladeros. El primer *food truck* como lo conocemos hoy en día, fue idea de Raúl Martínez, quien uso un camión viejo de helado para convertirlo en un restaurante móvil, en la ciudad de los Ángeles. Así, este tipo de negocio crecía con el pasar del tiempo, pero no fue sino hasta principios del siglo XXI cuando encontró su *boom*, teniendo una fuerte penetración en el mercado, se llegó incluso a crear en el año 2004, los *Vendy Awards*, el cual representa un premio a los mejores *food trucks* (Díaz, 2015).

Tomando el caso de Buenos Aires, los *food trucks* se han puesto de moda al igual que en otras ciudades alrededor del mundo, sin embargo en sus inicios, no contaban con un marco legal que les favorezca, por el contrario su actividad se encontraba prohibida en las vías públicas, por lo cual tenían que optar por trabajar, con sus camiones de comida, solo en eventos especiales como ferias o festivales (García, 2015). Con el pasar del tiempo y ya para finales del 2016, se logró consolidar un proyecto que permite a los *food trucks* en Buenos Aires trabajar en la calle, ciertamente bajo ciertos parámetros, pero que les permita mantener el verdadero concepto urbano de este negocio (Sánchez, 2016).

Como se puede ver, en la actualidad, el tema de “*food trucks*” está tomando más fuerza en mercados nacionales e internacionales. La capital ecuatoriana no se ha quedado atrás y hoy en día, es uno de los lugares en donde está vigente esta nueva tendencia. Según el Municipio de Quito, estos innovadores negocios empezaron su actividad comercial a mediados del año 2015 (Granja, 2016).

Ahora bien, el inicio de los *food trucks* en la ciudad de Quito, se presentó con diversas dificultades, básicamente generados por falta de permisos que respalden la actividad que estos camiones desarrollan, es decir que se tenía un vacío legal en el tema de *food trucks*. En sus comienzos, estos emprendimientos no contaban con una normativa que respalde su actividad, por lo cual se presentaban serios inconvenientes con las autoridades, por lo que tuvieron que enfrentarse a multas, decomiso de camiones, y más (Veintimilla, 2017).

Finalmente, cabe mencionar que en la ciudad de Quito, lugar del presente estudio, no existe todavía una normativa vigente que rijan la actividad de *food trucks*, por lo tanto no cuentan con

un respaldo legal que permita a los propietarios de estos negocios desempeñar libremente su actividad (Metro, 2017).

1.6. Marco Teórico

El acto de comer y beber, engloba en todo el sentido, el factor social, ya que este ayuda a mantener, mejorar y hasta crear relaciones interpersonales, sociales, artísticas y demás. Características propias que poseen los alimentos, tales como aromas, colores, textura, sabor, apariencia e incluso el sonido de las cocinas cerca, son tendencias que están en constante evolución de acuerdo a las necesidades y gustos de la sociedad (Peñañiel, 2016).

Es necesario tomar en cuenta el tema de la oferta y demanda, para lo cual cabe mencionar que dentro de la sociedad se generan cambios en cuanto a las preferencias, gustos, actitudes, hábitos, valores y creencias acerca de lo que deben y necesitan consumir, así como la forma en la que viven dentro de las grandes ciudades, poblados, en el campo, etc., los cuales modifican los hábitos de compra y consumo de las personas (Armijos, 2015). El sistema de relaciones actual, alrededor del mundo, promueve el cambio constante y transformador de todo cuanto lo rodea. El estilo de vida de la sociedad ha dado un giro total en los últimos años, las personas pasan la mayor parte del tiempo fuera de casa, ya sea en su lugar de trabajo o estudios, el tráfico incrementa cada vez más y las personas ya casi no tienen tiempo para comer, mucho menos para regresar a sus casas a almorzar o esperar varios minutos valiosos en cierto restaurante para ser atendidos y degustar sus alimentos tranquilamente (Andrade & Plaza, 2015).

Ahora bien, se introduce a un innovador negocio conocido como “*food truck*”, este ha cambiado el panorama totalmente en lo que se refiere a oferta gastronómica. (García, 2015) afirma “El fenómeno de los camiones de comida o “*Food trucks*” consiste en un modelo de negocios de venta ambulante de alimentos elaborados en el momento sobre un vehículo que se pueda movilizar por un motor propio”. Se habla acerca de un establecimiento gastronómico sobre ruedas, que puede moverse por sí mismo, sin necesidad de ser remolcado, por lo cual tiene la completa facilidad de ubicarse en diferentes espacios públicos a fin de mantener su concepto urbano y encontrar buena acogida en diversos mercados y que a la vez ofrece a las personas alimentos preparados en el momento. Siendo así, se puede definir a un *food truck*, neta y sencillamente, como un camión de comida (García, 2015).

Existen varias características que poseen los *food trucks*, las que representan ciertas ventajas para este tipo de emprendimiento y que hacen de él un buen negocio. Dentro de las características principales se mencionarán las siguientes; las personas acogen cierto nuevo negocio, cuando este es innovador y por lo tanto llama su atención, siendo así, la oferta gastronómica de un negocio móvil, la cual puede realmente ser algo diferente y atractivo a la vista y convertirse en un eje llamativo para las personas. También es notorio el hecho de que puede trasladarse fácil y rápidamente a diferentes puntos estratégicos elegidos con la finalidad de entrar a nuevos mercado (Valladares, 2014). De esta manera, se llega a más personas, se da a conocer la oferta de comida del *food truck* y se adquiere reconocimiento. Además, al tratarse de un camión equipado con cocinas y todos los implementos necesarios para preparar alimentos, se tiene una mayor garantía de que los productos que se manejan dentro el camión de comida, son frescos, preparados y servidos al momento, con un tiempo de espera relativamente corto y que permite a los comensales servirse los alimentos de una manera rápida, con la finalidad de no perder tiempo y poder regresar pronto a sus actividades cotidianas (Velasco, 2014). En el momento actual, tal como se está viviendo, las personas optan por los lugares que les ofrecen el servicio más rápido, es por esto que cada segundo cuenta en lo referente al servicio de alimentos, es aquí en donde se centra el reto de estas empresas, dicho de otro modo, quien sirve al mayor número de clientes en el menor tiempo posible, será quien posiblemente más concurrencia tenga (Walker, 2008).

Ahora bien, el sistema actual, presenta un entorno variable y en constante cambio a mayor escala que en tiempos pasados, esto se debe a las grandes fuerzas y tendencias transformadoras, estas marcan cambios importantes en la sociedad y por ende en la manera de hacer negocios, comercializar, consumir, etc. Dentro de los muchos cambios que se presencia en el presente, está el tema de una nueva estructura corporativa, en donde la individualidad de los negocios y empresas ha quedado de lado, dando paso a un nuevo modelo, la asociación, es decir, trabajar de la mano junto a otras empresas del mismo tipo, consolidar pequeñas y medianas empresas, realizar alianzas estratégicas, ente otros factores (Armijos, 2015). Siguiendo esta línea, los nuevos negocios ya mencionados y presentes en varios países, *food trucks*, poseen otra ventaja, además de las especificadas anteriormente, ya que se han asociado respectivamente, a fin de obtener mejores resultados en el desarrollo de su actividad tanto económica como comercial. La

idea de que un transeúnte observe a la distancia varios camiones de comida pintados con colores vívidos y una atractiva decoración, con una gran variedad de oferta gastronómica, aglomerados en un solo espacio y de manera ordenada, ya sea en línea, cuadrado, círculo, llama mucho la atención, en un modo positivo.

Siguiendo esta línea, cabe mencionar que el precio es otro factor determinante cuando se habla acerca de las elecciones de compra, lo cual incluye los alimentos (Mayac, 2015). Las personas prefieren ciertos establecimientos en relación a los precios que manejan dichos negocios, por lo cual se tomará en cuenta el factor precio para el presente trabajo.

Otro factor determinante para la investigación, es hablar acerca de la competencia, al ser un tema realmente innovador y al abarcar conceptos de impacto frente a otros establecimientos, entonces es importante considerar la competencia como factor relevante en el desarrollo de la presente investigación.

Por otro lado, yendo de la mano con la oferta y demanda antes mencionada, es necesario recalcar que, así como existen ventajas, también podrían existir ciertas desventajas cuando se habla acerca de los *food trucks*, dentro de las cuales se podría tomar en cuenta básicamente la percepción subjetiva de las personas que se preocupan por la sanidad del lugar, ya que consideran que es un negocio muy distinto a estar instalado en un local fijo en un solo lugar, además de que en un inicio ocasionaron cierto tipo de aglomeración de personas y obstrucción de vías públicas, dependiendo del lugar en donde se estacionaban (National League of Cities, 2016).

Ahora bien, la idea de comer rápido, sano y en la vereda, en un lugar cerca del trabajo, ha surgido y se ha llevado a cabo en ciudades como Nueva York, Boston o Paris, y como consecuencia de esto, muchos otros países han optado por seguir la misma línea de emprendimiento, llegando así a implementarse *food trucks* en varias ciudades de países como México, Colombia, Argentina, Brasil, España, entre otros, teniendo un creciente éxito en el mercado (Lanusse, 2015). Siendo así, en la ciudad de Quito también se ha presenciado la implementación de esta nueva tendencia, al igual que en los países antes mencionados.

Para concluir, es importante recordar que las empresas se crean con el fin de satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de sus clientes y dado el cambio constante que se vive, es de

suma importancia que busquen una adaptación a las variaciones que surgen en los factores socioculturales y demográficos, de manera que puedan responder de la mejor manera posible a las necesidades generadas por estos cambios (Armijos, 2015). Debido a esto, y después de todo lo expuesto anteriormente, se puede decir que el tema de oferta, demanda, precio y *food trucks*, su creación e implementación, es un eje que está marcando una innovadora y emprendedora forma de crear un negocio de oferta gastronómica que genera buena rentabilidad, llama la atención del público y satisface las necesidades actuales de la sociedad.

1.7. Marco Conceptual

Asociación Ecuatoriana de Food Trucks

Organización constituida legalmente y conformada por un grupo de emprendedores, que han decidido salir a la calle a vender diversidad de comida en camiones llamativos para el público (Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, 2017).

Food Truck

Se lo puede definir neta y sencillamente como un camión de comida (García, 2015).

Gastronomía

“Según el diccionario de la Real Academia Española, gastronomía se define como el arte de preparar una buena comida, la afición al buen comer y el conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar” (Carrascal, 2016).

Servicio (restaurante)

Forma en que se sirve al cliente la comida y la bebida en base al tipo de clientes, tipo de negocio, concepto del establecimiento, precio, etc. (Bravo, 2017).

Trayectoria

“Curso que, a lo largo del tiempo, sigue el comportamiento o el ser de una persona, de un grupo social o de una institución” (Real Academia Española, 2017).

1.8. Operacionalización de la Investigación

Objetivo	Variable	Indicador	Método
Describir la historia, creación y trayectoria de los <i>food trucks</i> y su respectiva asociación en la ciudad de Quito y caracterizar los principales lugares y servicios de sus camiones de comida.	Oferta de <i>food trucks</i> de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks	Cantidad de oferta de <i>food trucks</i> de la Asociación	Investigación descriptiva – revisión bibliográfica Entrevista semiestructurada Observación directa
Evaluar la satisfacción de los usuarios con los servicios que ofrecen los <i>food trucks</i> de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks.	Demanda	Establecimiento del perfil de la demanda	Encuestas Observación directa
Determinar el impacto social y económico de los <i>food trucks</i> de la asociación con respecto a los establecimientos de alimentos y bebidas de sus alrededores.	Impacto social y económico	Nivel de percepción de impacto social y económico de restaurantes aledaños	Entrevistas

1.9. Marco Metodológico

Para la elaboración del presente trabajo, se procederá a utilizar técnicas cualitativas y cuantitativas a la vez. Siendo así, en primera instancia se empleará la técnica de investigación descriptiva, la cual consistirá en la revisión bibliográfica de todo tipo de documento que respalde la investigación y permita destacar las características necesarias del objeto de estudio (Sierra, 2012), con esta técnica se logrará recolectar la información necesaria para dar a conocer la historia de los *food trucks* a nivel global; siguiendo esta línea, se hará uso de la entrevista

semiestructurada, método con el cual se determina de antemano la información que se desea conseguir, con su respectiva guía de preguntas abiertas, como herramienta para su correcto desarrollo (Peláez, y otros, 2017), a fin de recolectar toda la información necesaria y posible acerca de la historia de la actividad de *food trucks* a nivel nacional. De la misma manera, la entrevista semiestructurada, se empleará para identificar y describir la polémica generada por la implementación de los *food trucks* en la ciudad de Quito.

Además, será de gran utilidad emplear la técnica de observación directa, es decir ponerse en contacto directo con el objeto de estudio (Díaz, 2011), esto permitirá tener un conocimiento más profundo acerca de los servicios que la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT) con sus camiones de comida ofrece; para esto, se tomará en cuenta dos técnicas que derivan de la antes mencionada, la observación sistemática y la observación participante.

La primera permitirá tener un punto de vista objetivo de las características de servicio y productos que mantienen los *food trucks* de la AEFT, ya que consiste en una observación externa, sin intervención personal, recogiendo así la información desde afuera (Díaz, 2011), una vez utilizada esta técnica, se hará uso del segundo tipo de observación antes mencionado, es decir participante, el cual involucra al observador/investigador directamente, y permite conseguir la información deseada, desde adentro (Díaz, 2011), además de tendrá una experiencia igual o similar al de las personas antes observadas, esto permitirá tener un punto de vista subjetivo en cuanto al servicio, oferta de productos, precios, atención, entre otros factores, de los camiones de comida de la asociación en cuestión.

Ahora bien, se utilizará la encuesta, técnica de investigación que se basa en declaraciones emitidas por una muestra representativa de determinada población a fin de obtener la información deseada (García & Quintanal, 2017), se empleará preguntas cerradas como herramienta para evaluar la satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios de los *food trucks* de la AEFT, mediante esta herramienta se podrá conocer la opinión de los clientes en cuanto a la oferta gastronómica, ubicación de preferencia, precio establecido, entre otros aspectos de gran importancia para evaluar el nivel de satisfacción.

Para la encuesta, se tomará en cuenta a los clientes que acuden a los *food trucks* pertenecientes a la AEFT, ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería,

Acuacultura y Pesca, dado que en este lugar se encuentran específicamente varios de los camiones de comida pertenecientes directamente a la asociación. Aquí es necesario hacer uso de una muestra específica para determinar el número de personas a ser encuestadas; dado que al ser un negocio de comida, fuera de lo común, no se tiene un dato específico y verídico acerca de la población que mantiene el lugar, se procederá a realizar el siguiente cálculo en base a la fórmula aplicable para este caso y especificada a continuación:

$$n = \frac{Za^2 * p * q}{d^2}$$

En donde:

n = es el tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% = 1.96 (como más usual)

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada, cuando no se tiene su valor suele utilizarse 50% = 0.50

q = probabilidad de fracaso, cuando no se tiene su valor suele utilizarse el 50% = 0.50

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (valor queda a criterio del encuestador) 5% = 0.05

(Suarez & Tapia , 2011)

Reemplazando quedaría así:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 384$$

Siendo así, la técnica de la encuesta será realizada a 384 personas de las que acuden al parqueadero del Ministerio de Agricultura a hacer uso de los *food trucks*. Una vez obtenido todos los datos de la encuesta, se procederá a tabularlos, analizarlos y evaluarlos.

Finalmente, mediante la aplicación de todas y cada una de las técnicas mencionadas anteriormente, se podrá obtener datos reales que permitan conocer, determinar y evaluar el objeto del presente estudio.

2. CAPÍTULO 2: RESEÑA HISTÓRICA DE LOS FOOD TRUCKS

2.1. Historia de los food trucks a nivel global

La historia de los camiones de comida en Estados Unidos, tiene una larga trayectoria que ha marcado el asiento primordial en el mundo de la comida callejera americana y que forman parte de una revolución alimentaria constante. Se tiene así, la siguiente descripción cronológica de la evolución de la industria alimentaria en Estados Unidos (Myrick, 2017):

1691.- En el actual Nueva York se comienza a regular a los vendedores de comida callejeros, con carros de empuje.

1850.- Los carros de comida empiezan a alimentar a los pasajeros del tren que cruza el país.

1866.- Se inventa el “*Chuck Wagon*” para alimentar a los ganaderos que atraviesan el país.

A finales de la década de 1860, surge un desplazamiento masivo de asentamientos generando un amplio mercado para la carne de vacuno; los ganaderos en Norteamérica reconocieron la necesidad de trasladar los rebaños hacia dicho mercado, pero solamente podían hacerlo por tierra debido a la zona desértica que debían atravesar, lo cual significaba que los ganaderos que realizaran dicha tarea debían pasar meses viviendo al aire libre. Siendo así, se crea la conocida “*Chuck Wagon*” o “carretilla”. Esta estructura representaba la nueva casa de los vaqueros y en ellas se contaba con tripulación que cubría necesidades de salud, apoyo moral, alimento, entre otros, pudiendo considerarse una cocina móvil (Thompson, 2017).

1872.- Se instala el primer puesto de alimentos en un carro de carga de caballos.

1894.- Los vendedores de salchichas empiezan a comercializar sus productos fuera de los dormitorios de los estudiantes de las universidades. Estos carros se conocen como “vagones para perros”.

1917.- Las cantinas móviles del Ejército de Estados Unidos brindan alimento a las tropas, se las conoce como “cocinas de campo” (Myrick, 2017).

Se utiliza el modelo de “carretilla” para repartir alimento a los soldados de la primera y segunda guerra mundial en sus diferentes fuertes de batalla. Teniendo un uso tan fabuloso, se decide emplearlo posteriormente en las grandes ciudades (Velasco, 2014).

En diversas ciudades, se empezó a dar uso a los viejos tranvías para improvisar pequeños cafés, siendo algunos decorados con el estilo de la época. En 1936, se empezó a vender productos en forma de carros de salchicha bajo la marca Oscar Mayer y ya para el año de 1950 se da origen a los primeros camiones heladeros de la época (Pérez, 2017).

En el año de 1974, Raúl Martínez, quien operaba un camión de helado, lo convirtió por primera vez en un camión para vender tacos, llegándose a pensar que “estaba loco”, emprendió la idea y a los 6 meses abrió un restaurante en los Ángeles, llegando a expandirse a más de 20 localidades. Actualmente es conocido por ser el fundador de “*King Taco*”, restaurantes de comida mexicana en Los Ángeles. Además de ser considerada la persona que ideó el primer *food truck* como lo conocemos hoy en día (Harris, 2017).

1980.- Empiezan a estacionarse camiones de sándwiches fuera de las Universidades.

2004.- Se crea los premios *Vendy* o *Vendy Awards*, que consiste en una competencia que identifica y celebra a los mejores vendedores ambulantes de comida en la ciudad de Nueva York (Myrick, 2017).

Los *Vendy Awards* es una serie anual que determina al mejor vendedor de comida en la calle. Miles de personas compran boletos para degustar los alimentos de los vendedores nominados públicamente, bajo sugerencias del mismo público, siendo los ganadores elegidos por los titulares de los boletos así como por un panel de jueces de celebridades que incluye a chefs, personajes de la televisión y funcionarios de la ciudad.

Actualmente los *Vendy Awards* se han extendido a otros destinos como Filadelfia, Los Ángeles y Chicago.

Además, los Premio *Vendy*, sirven para recaudar fondos para el Proyecto de Vendedores de la Calle, una organización sin fines de lucro, que se basa en la defensa de los derechos de los vendedores (Vendy Awards, 2016).

Mintzer, como se citó en (Velasco, 2014), menciona que actualmente, los *food trucks* venden más que solo helados, llegando a ofertar gran variedad de productos que van desde hamburguesas, hasta carnes, ensaladas y más.

Hoy en día, los *food trucks* están presentes en varios países alrededor del mundo, siendo Estados Unidos (Nueva York), el principal, así como Alemania (Berlín), Inglaterra (Londres), Francia (Paris), España, Australia, Canadá, México, Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, entre otros; siendo un tema novedoso en cuanto a oferta gastronómica (Reich, 2017).

2.2. Historia de los food trucks en la ciudad de Quito

Desde el año de 1980, aproximadamente, existe un concepto netamente quiteño de *food truck*, se trata básicamente de 3 carros de comida que permanecen en el mercado hasta la actualidad, se encuentran ubicados en el redondel de la Villaflores, al sur de la ciudad. Estos 3 carros, manejan ya un concepto de modificaciones, dado que poseen cocinas dentro de los mismos y preparan los alimentos dentro de los vehículos a fin de servírsela a las personas que en el momento frecuentan la zona, además cuentan con sus propias mesas y sillas; estos 3 carros de comida ofrecen secos y guatitas en horarios extendidos que van hasta las 4 y 5 de la mañana, supliendo una necesidad a esas horas, la acogida que manejan es elevada, su posicionamiento por más de 30 años ha fidelizado su clientela. Según testimonios de personas de la zona, se puede observar en horarios de 3 y 4 de la mañana hasta 40 taxis parqueados alrededor, degustando la comida típica que ofrecen estos carros. Siendo así, estos pequeños negocios mantienen lo que es el concepto de un *food truck*, ofrecer servicios de alimentación en horarios y en lugares en donde no existe esta tipo de oferta, la diferencia con la idea de *food truck* americano, radica en que estos vehículos manejan un concepto 100% quiteño, es decir que no manejan temas de sofisticación, técnicas gastronómicas, presentación de platos, etc., ya que se trata de algo más popular (D. Pozo, comunicación personal, 26 de abril de 2017).

Ahora bien, el concepto americano de *food truck* en la ciudad de Quito, aparece hace aproximadamente 5 años (D. Pozo, comunicación personal, 26 de abril de 2017). Ciertas fuentes afirman que el *food truck* quiteño viene desde hace aproximadamente 5 años atrás, pero como una idea superficial del negocio, por ejemplo, empezó con una camioneta pequeña, en donde la idea era vender cierto tipo de comida en los pueblos, dado que no era legal en ese entonces, en

estos lugares no existe tanto control como en la capital (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017). La tendencia *food truck* nace aproximadamente en el año 2012 con un camión llamado “Burro Chingón”, que ofrecía comida mexicana, pertenecía a 3 emprendedores y se ubicaba básicamente en Cumbayá, por lo cual no llegó a conocerse en gran manera en la ciudad de Quito; al ser una idea innovadora, tuvo una buena aceptación durante aproximadamente 6 meses, sin embargo decae, apareciendo posteriormente el *food truck* Pizza Rodante, el cual sigue activo hasta la actualidad, finalmente nace *Inka Burger*, que marca la tendencia más amplia (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

Los dueños de *Inka Burger* afirman que la primera propuesta sólida que salió al mercado quiteño, basado en un buen producto, mercado, excelente atención al cliente, gastronomía innovadora, fue su *food truck*, sus dueños, los socios David Maldonado y Mario Hidalgo, bajo una extensa experiencia en lo relacionado a restaurantes y gastronomía por más de 7 años, lograron plasmar la idea y convertir a su *food truck* en un gran éxito y con miras a convertirse en una cadena de comida rápida (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

En un inicio *Inka Burger* fue publicitada simplemente de boca a boca, su delicioso sabor, sus innovadoras ideas, y su llamativa decoración, fueron factores determinantes para darse a conocer, por lo cual deciden empezar a publicitarse por medio de redes sociales (Padilla, 2016).

Posteriormente *Inka Burger* utiliza estrategias de marketing muy llamativas, como concursos y promociones a fin de abarcar una mayor cantidad de mercado. Siendo así, resulta importante para ellos medir la satisfacción del producto y servicio de sus clientes mediante encuestas. *Inka Burger* llamó la atención de todos los medios llegando a considerarse el *food truck* más conocido por su variedad de sabores y excelente calidad de los productos (Padilla, 2016).

Así empiezan a desarrollarse emprendimientos parecidos a *Inka Burger*, conglomerando los camiones de comida para brindar un innovador servicio a la población (Padilla, 2016).

Ya para octubre del 2016, el modelo de *food trucks* se replicó más de 150 veces, de los cuales del 50% al 60% fueron negocios de hamburguesas, acto que se conoce como el *Boom de los Food Trucks en Quito* (Maldonado, 2017).

2.3. Creación y trayectoria de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks

La Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se fundó en febrero del 2016, con 4 emprendedores, *Inka Burger*, El Grill del Che, Pizza Rodante y Calle Sabor, siendo los únicos que estaban en la ciudad de Quito. La asociación está constituida legalmente y cuenta con un presidente, secretario y demás. Uno de los objetivos de la asociación es brindar plazas de trabajo a los emprendedores (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017).

La creación de la Asociación se canalizó a través de *Inka Burger*, sus dueños lideraron el proceso de formación legal de la asociación y es la única reconocida por el Ministerio Laboral, siendo su principal objetivo justamente formar una agrupación que pueda luchar por una regularización del movimiento *food truck*, es decir, por una normativa. Otro de los objetivos es procurar el bienestar de todos los *food trucks* asociados, buscando eventos en donde puedan participar junto (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

El inicio de los *food trucks* en Quito se presentó con varias dificultades. Se tiene así el famoso caso de Inka Burger: (Veintimilla, 2017)

La noche del martes, 12 de enero, policías municipales decomisaron el '*food truck*' y se lo llevaron detenido. El negocio de comida llevaba trabajando en la Av. Portugal y República del Salvador desde hace tres meses, ofreciendo hamburguesas con recetas que incluyen salsa de cerveza o queso azul, entre otras. Maldonado contó –en entrevista telefónica– que el camión fue detenido “sin explicarnos mucho el asunto legal”. Los policías exigían los permisos de uso del espacio público del camión y Maldonado reconoce que, al existir un vacío legal para el reconocimiento de los '*food truck*', no hay un documento específico que les permita laborar.

Como se puede evidenciar, uno de los pioneros del negocio de *food trucks* en la ciudad de Quito y propietario de *Inka Burger*, David Maldonado, tuvo problemas con las autoridades municipales. Solía ubicarse en la Av. Portugal y República del Salvador, durante aproximadamente 3 meses; sin embargo una de esas noches el camión fue detenido sin una explicación detallada de los motivos para dicha acción, más que la inexistencia de permisos legales para funcionar en un espacio público. Siendo así, se palpaba claramente la existencia de un vacío legal para el funcionamiento de los *food trucks*. Posteriormente se tuvo que pagar la multa correspondiente a medio salario básico a fin de poder sacar el auto (Veintimilla, 2017).

En sus comienzos, los *food trucks* en Quito no contaban con una normativa que respalde su actividad, por lo cual se presentaban serios inconvenientes con las autoridades, por lo que tuvieron que enfrentarse a multas, decomiso de camiones, y más (Veintimilla, 2017). Sin embargo, en primera instancia, acordaron con el Municipio de Quito que funcionarían con la Licencia Única de Actividades Económicas, con permiso de bomberos, emisión de facturas y RUC, mientras se preparaba la normativa que tanto se solicitaba (Granja, 2016). Además podían solicitar el permiso de trabajador autónomo para laborar en espacios públicos, sin embargo, este permiso no engloba un vehículo a motor y cocinas (Veintimilla, 2017).

Otro de los problemas que tuvieron los *food trucks* en sus inicios, fue la molestia que sentían los negocios aledaños al lugar donde estaban ubicados, dado que al ser algo innovador podría llamar la atención de las personas más que un negocio propiamente implantado en determinado lugar (Veintimilla, 2017).

El funcionamiento de los *food trucks* ha generado molestias a otros agentes económicos dedicados a la venta de alimentos (restaurantes), ya que consideran que representan una competencia desleal, al no pagar arriendo ni rendir cuentas a las autoridades. Además, en un inicio se percibió la afectación a ciertos barrios de Quito por factores como contaminación ambiental, lo cual incluye ruido, olores y residuos mal manejados, perturbando así al sistema territorial (El Comercio, 2016).

En la Av. Portugal y República de El Salvador, lugar donde estuvieron los *food trucks* por un tiempo, los moradores, dueños y empleados de restaurantes de la zona manifestaron su molestia y necesidad de reubicación para los camiones de comida, mediante carteles y exhibiciones en la calle. Ernesto Chiriboga, representante de ciertos restaurantes del sector, menciona no oponerse a la actividad que realizan los *food trucks*, sino al perjuicio que ocasiona a los negocios vecinos, tomando en cuenta la aglomeración de camiones que llegó a darse en esta zona; además del ruido e inseguridad, por factores como un posible accidente por mal manejo de cilindros de gas, entre otras cosas, que representaba un peligro no solo para los moradores del lugar sino para los clientes mismos (El Comercio, 2016).

Se tiene, por ejemplo, las siguientes críticas textuales (El telégrafo, 2016):

Alberto Mosquera, quien vive en el edificio Porto Lisboa, señala que la llegada de esos vehículos ha aumentado el ruido y que no soporta los olores de comida. “Tarde y noche hay ruido y no dejan descansar con tranquilidad. Pero me llama la atención que a pesar de todo, no hay desorden ni acumulación de basura”, reconoció.

Una empleada, quien se reservó el nombre, trabaja en un restaurante de comida casera y explicó que la llegada de los camiones afectó las ganancias de ese negocio. “Antes vendíamos un promedio de \$ 800 al día, actualmente sacamos alrededor de \$ 500; claro que no todo es por ellos, también ha influido la crisis”, afirmó.

Doménica Martínez, quien vive en un edificio en la av. Portugal, afirmó que ya existen daños en la infraestructura del edificio debido a que los comensales buscan un lugar cómodo para degustar los platillos.

Iván García (28 años) trabaja en la Zona Azul y apunta que los dueños de esos vehículos ocupan 2 espacios de parqueadero, pero que solo pagan de uno. “No les gusta pagar los \$ 0,40 por hora y cada día se ubican en diferentes lados porque otras personas ocupan los parqueaderos con anticipación. Después de la 18:00, a los cuidadores les pagan \$ 2”, concluyó.

Siendo así, la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, legalmente constituida para ese entonces, conscientes de la aglomeración causada en la Av. Portugal y República (hasta 20 camiones), decidió cambiar sus *food trucks* a un lugar que no afectara de ninguna manera las viviendas cercanas o los restaurantes de los alrededores, tomando como mejor opción el Parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (El Comercio, 2016). Los *food trucks* tuvieron que trasladarse de un lugar a otro desde sus inicios a fin de abarcar un mercado más amplio y no generar tanta molestia a negocios y residentes aledaños, entre los principales lugares en donde se ubicaron, tenemos la Av. Portugal y República del Salvador, Av. de los Shyris, entre otros. Actualmente, los camiones de comida pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, se encuentran ubicados en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura, Pesca, Acuacultura y Ganadería, este lugar es idóneo para realizar su actividad comercial, ya que no hay mayores probabilidades de generar conflictos con negocios aledaños o residentes cercanos (El Comercio, 2016).

La Asociación Ecuatoriana de Food Trucks mantuvo diálogos con el Municipio de Quito a fin de mejorar la situación. Presionando así la necesidad de crear una normativa que regule la

actividad de los *food trucks*, permitiendo su libre ejercicio, sin verse afectado el sistema territorial, sin comprometer la estabilidad y presencia de otras actividades y negocios, básicamente restaurantes (Instituto de la ciudad, 2016).

En enero del 2016, se empezó a inspeccionar los camiones de comida, que recorrían las calles de la capital, esta revisión se llevó a cabo en el Parque Bicentenario por parte del Cuerpo de Bomberos que toparon temas de asesoramiento previo al inicio de licenciamiento formal, lo que incluía posición del tanque de gas, tuberías, equipos contra incendios, entre otros. De la misma manera, la Agencia Metropolitana de Tránsito (AMT) verificaba las medidas de los camiones (altura, largo), señalética, datos de matrícula, etc., poniendo reparos al estado de los mismos. En este caso, la AMT informó que uno de los camiones inspeccionados tenía problemas con los datos de la matrícula, dado que el camión había sido ambulancia del IESS anteriormente, se solicitaba realizar las modificaciones pertinentes de la información. El dueño de este *food truck* menciona haber invertido \$20.000 en las adecuaciones del camión y no contaba con el respaldo de un buen informe por parte de la AMT, lo cual resultó perturbador (Ortega, 2016)

Otros propietarios estiman que la inversión para tener un *food truck* está dentro de un rango de \$10.000 a \$15.000, dependiendo del lugar y cantidad de modificaciones que se realice al automotor (El Telégrafo, 2016).

Por otro lado, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, Arcsa, se reunió con 40 personas, relacionadas a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks a fin de brindar las capacitaciones debidas en cuanto al desarrollo de su actividad, lo cual encierra temas relacionados a la correcta manipulación e higiene de alimentos. El taller fue de gran ayuda técnica para conocer y poner en práctica el buen funcionamiento de los *food trucks*, por lo cual los participantes sintieron respaldo y gratitud en medio de tantos reparos para un libre funcionamiento (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria., 2017).

El 25 de julio de 2016, varios representantes de *food trucks* independientes, realizaron protestas fuera del Municipio de Quito con el objetivo de buscar algún tipo de acuerdo que les permita trabajar con libertad. Gritos de “no a la persecución” y “asignen puestos”, fue el lema de dicha protesta. Según varias propietarias de estos *food trucks*, la Policía ha estado interfiriendo con su trabajo, en cualquier lugar que se ubiquen, comentan que cada camión

genera al menos cinco puestos de trabajo y esto se está viendo afectado, así como la inversión realizada; por lo cual se solicitaba un alto a la persecución que estaban sufriendo estos emprendimientos (El Comercio, 2016)

El día 28 de julio de 2016, una serie de *food trucks* independientes de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, se reunieron para registrar sus camiones en un censo de su iniciativa, a fin de presentar el listado al Municipio de Quito; buscando así, aclarar el número exacto de personas inmersas en esta nueva actividad y posteriormente ser tomadas en cuenta cuando se dé la emisión de la normativa esperada. Previo a esto, organizaron una caravana desde la tribuna de los Shyris hasta la Av. Galo Plaza Laso (El Comercio, 2016).

A través de la gestión de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, se envió una carta al Ministerio de Agricultura, evocando al sentido de coparticipación gubernamental por el emprendimiento familiar y solicitando que se les proporcione a los miembros de la Asociación, el uso del parqueadero del Ministerio a partir de horas no laborables, es decir 5 de la tarde en adelante, una vez que los servidores públicos abandonen el lugar, justamente para no interferir con su trabajo ni causar inconformidades de ningún tipo. Además, esta propuesta favorece a la seguridad del sector, mismo que estaba considerada como *zona roja* de la ciudad, completamente abandonada a partir de ciertos horarios. Con la llegada de los *food trucks* de la AEFT se convierte en una zona más comercial, popular, circulada y por tanto segura (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017). No se paga ningún tipo de arriendo, pero existe el compromiso por parte de la asociación de dejar el lugar siempre limpio y mantener las seguridades pertinentes acorde a la actividad (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017).

Durante los primeros meses, en este lugar y con el movimiento en auge, se realizaban continuamente eventos, con una gran concurrencia, viviendo la esencia del *food truck*, que es en la calle (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

La nueva ubicación de los *food trucks* de la AEFT, en un inicio, fue un cambio positivo para esta organización. Si bien, ciertos propietarios estiman haber invertido entre \$15.000 y \$45.000 para adquirir, adecuar e implementar un *food truck*, las ventas diarias en la ciudad de Quito pueden estar entre \$300.00 y \$400.00 al día, lo cual les ha ayudado a recuperar su inversión de

buena manera (Granja, 2016). Además de esto, se conoce que cada *food truck* puede generar empleo para al menos tres personas, lo cual es un aspecto realmente positivo dado el deslize económico que atraviesa el país (El Telégrafo, 2016).

En ese entonces, en dicho parqueadero, se podía encontrar gran variedad de productos y estilos de camiones que iban desde vagones remolcados por automotores convencionales, hasta vehículos construidos específicamente para la venta de alimentos, siendo un gran porcentaje, carros adaptados para el desarrollo de dicha actividad. La mayoría eran combis, versión de furgoneta creada por Volkswagen. Mantenían horarios de 17:00 – 23:00, considerando que el 60% de los ingresos los obtienen durante la noche (El Telégrafo, 2016).

Empiezan a crearse las plazas de comida (*food trucks* y *containers*) que ofrecen casi lo mismo pero con más comodidad para los usuarios, consecuentemente se empieza a perder clientela y concurrencia al parqueadero del MAGAP y los miembros de la AEFT se fueron desplazando, algunos dentro de estas nuevas plazas, algunos solamente a eventos particulares y otros dejaron de laborar (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

La Asociación está compuesta por 13 miembros, se tiene a Inka Burger que ofrece hamburguesas, La Lonchera con comida criolla, seco de carne, seco de pollo, guatita, etc., Calle Sabor con hamburguesas, Waldo Food Trucks con sánduches y alitas, La Cosecha ofreciendo choclo desgranado con variedad de guarniciones, Hotchis que ofrece choripanes, Hot Truck con hot dogs, Sucreme con crepes y waffles, El Grill del Che ofreciendo hamburguesas y parrilladas, Rollingfood con alitas y nuggets y El Seco con comida criolla (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017), Dulce Placer con helados, Sandwich Monkey con sánduches de chancho, res, etc. (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017). De los miembros mencionados, algunos se encuentran ubicados en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura, otros en plazas, otros cuantos estancados por la falta de fluidez en el mercado (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017).

Las primeras plazas empiezan a construirse alrededor del Ministerio de Agricultura y Pesca a finales del mes de octubre del 2016, en vista de la gran acogida que una plaza podía generar, esto provoca que disminuya el nivel de popularidad de los *food trucks* del parqueadero del MAGAP y la aceptación de la gente, empieza a decaer el nivel comercial ya para mediados

de noviembre, siendo la situación realmente crítica para los primeros días del mes de enero y extremadamente crítica para mediados de febrero del presente año. Ahora bien, actualmente, el parqueadero del MAGAP se constituye más en un alma máter, en un lugar de buenos recuerdos, de ventas exitosas, en donde tuvo un gran avance el emprendimiento *food truck*, que en un punto comercial fuerte, sin embargo y por esas mismas razones, se trata de defender este espacio frente al auge de las nuevas plazas, existen camiones que siguen trabajando con normalidad allí (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

Actualmente, los miembros de la asociación activos totalmente, que mantienen el concepto y se parquean en el parqueadero del MAGAP ubicado en la Eloy Alfaro y Amazonas, son solamente 3, se tiene así a El Grill del Che, La Cosecha y Hotchis (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

2.4. Características generales de los food trucks de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks

Los *food trucks* de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks activos y ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, ofrecen diversa variedad de alimentos preparados y servidos al momento, de lunes a sábado en horarios de 17:30 a 22:00 aproximadamente. Mantienen un control de calidad minucioso, normas de higiene, de enfriamiento, de ruido y todos los requerimientos para un correcto funcionamiento (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017).

Los requisitos para formar parte de la Asociación son los siguientes (F. Reyes, comunicación personal, 29 de junio de 2017):

- Tener todos los documentos en regla (representante legal y vehículo)
- Análisis de calidad y precio del producto ofertado
- Días de prueba dentro del lugar de expendio de la Asociación (análisis de atención al público)
- Votación interna sobre aceptación del *food truck*
- Pago de valor inicial por gastos administrativos

- Pago mensual por gastos de administración, presentación de artistas y/o eventos a realizar

Los permisos requeridos para un *food truck* son los siguientes (F. Reyes, comunicación personal, 29 de junio de 2017):

- RUC/RICE
- Patente Municipal
- Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)
- Permisos de bomberos
- Permiso publicidad móvil
- Matrícula del vehículo

En épocas buenas, mantienen una fluidez de personas que está entre 500 y 700 comensales a la semana. El mayor flujo de personas lo tienen entre los días viernes y sábados, dependiendo en gran medida de las condiciones climáticas (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017).

En el caso de *Inka Burger*, miembro de la asociación desplazado a lugares propios, plazas de comidas y eventos particulares, cuentan con un flujo de personas de alrededor de 2000 clientes diarios en promedio que asisten a los 5 puntos de venta, es decir, se habla de un promedio semanal de 12000 a 15000 personas. El mayor flujo de personas siempre lo mantienen los días jueves, viernes y sábado, generalmente en la noche. *Inka Burger*, independientemente, ha creado espacios propios donde recrean un ambiente de calle, donde las personas pueden estar un poco libres, los niños pueden jugar, donde se puede sentar, tomar una cerveza; se trata de recrear el ambiente de calle a pesar de estar en un lugar privado y cerrado, manteniendo de alguna manera el concepto de un *food truck* (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

Hablando acerca de un *food truck* en específico y para tener una idea más clara de estos emprendimientos, se ha tomado el caso de la Cosecha Food Truck, ofrece choclo desgranado con gran variedad de acompañantes y salsas. El propietario de este camión de comida invirtió alrededor de \$10000.00 en el vehículo y diseños del mismo en un inicio; actualmente, tiene un promedio de ventas mensual de 1200 unidades, promedio de ganancia mensual \$2000.00,

promedio de gastos mensuales \$1700.00, desglosados en gastos operativos \$200.00, gastos de personal \$600.00 y adquisiciones \$900.00 (F. Reyes, comunicación personal, 29 de junio de 2017).

Aunque las cifras varían de un *food truck* a otro, se estima cierto nivel de estandarización en algunos de los camiones de la Asociación.

2.5. Pre normativa para food trucks en Quito

El Municipio de Quito informó el 10 de octubre del 2016 que se contaba ya con una resolución para regularizar la actividad de los *food trucks* en los espacios públicos de la ciudad. Esta norma estaría vigente mientras se emite una nueva ordenanza (Pacheco, 2016), por lo cual se la puede considerar como una pre normativa (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

Dentro de los puntos principales a destacar acerca de la resolución emitida y suscrita por el Dr. Mauricio Rodas Espinel, se pueden considerar los siguientes (El Telégrafo, 2016):

- Se dispuso 60 puntos para el funcionamiento de *food trucks*
- Existen 5 horarios disponibles
- Los vehículos no pueden sobrepasar los 6 metros de largo y 2,8 de ancho
- No se pueden ubicar frente a locales fijos de comida (restaurantes)
- No se pueden ubicar en aceras con menos de 3 metros
- No se pueden ubicar en sectores con alto movimiento vehicular
- Se debe participar en un sorteo para acceder a uno de los puestos y horarios autorizados

Además de los siguientes enunciados en la resolución (Quito Alcaldía, 2017):

- La LUAE para establecimientos móviles es intransferible
- Solamente se puede ser titular de una LUAE para establecimiento móvil en el espacio público autorizado
- Los pagos por el uso de espacio público pueden realizarse al contado o con tarjeta de crédito a plazos.
- Las inspecciones técnicas por parte de las entidades correspondientes, podrán realizarse en cualquier momento bajo el total permiso del dueño del establecimiento móvil

- La Dirección Metropolitana de Servicios Ciudadanos será la encargada de las solicitudes y procesos de otorgamiento de la LUAE en el año 2017 y posterior a la culminación del trámite, se remitirá a la Administración Zonal correspondiente para el otorgamiento de la LUAE.

2.5.1. Procedimiento de obtención de permiso para “establecimientos móviles” en espacio público autorizado

Requisitos para el registro:

Dirigirse al balcón de servicios Bicentenario en las mesas de registro y asesoría para “Establecimientos Móviles” con la siguiente documentación e información:

- Nombres y apellidos
- Número de cédula de ciudadanía
- Registro único de contribuyentes (RUC)
- Número de teléfono de contacto
- Dirección de correo electrónico de contacto
- Tipo de establecimiento móvil (vehículo o acoplado)
- Matricula vigente del vehículo a utilizar o del vehículo que remolcará el acoplado, a nombre del solicitante de la licencia única de actividades económicas (LUAE); conjuntamente con el documento que justifique la propiedad del acople, según corresponda
- Certificado de aprobación de la revisión técnica vehicular vigente en el Distrito Metropolitano de Quito, solamente para los vehículos
- El código de los espacios y horarios deseados

En el momento del registro, los postulantes podrán aplicar a un máximo de 2 espacios públicos autorizados con sus respectivos horarios y combinaciones permitidas que son:

- Horario Regular 1 (RI): Aplica de lunes a viernes de 9h00 a 15h00
- Horario Regular 2 (RII): Aplica de lunes a viernes de 16h00 a 22h00
- Horario Especial 1 (EI): Aplica sábados y domingos de 9h00 a 15h00
- Horario Especial 2 (EII): Aplica sábados y domingos de 16h00 a 22h00

- Horario Especial 3 (EIII): Aplica en las madrugadas de jueves a domingo en una sola jornada de 23h00 a 03h00 del día siguiente.
- Combinación Horario Regular (RI o RII) y Horario especial (EI, EII o EIII)
- Combinación Horario Especial EI y Horario Especial EIII
- Combinación Horario Especial EII y Horario Especial EIII

Una vez realizado el registro se entregará un comprobante en donde se especificará la información del solicitante, código de identificación para cada espacio y horario solicitado, y se identificará la fecha, hora, lugar y condiciones para el sorteo. El código de identificación asignado para el sorteo no representa garantía alguna de asignación de un espacio público autorizado. A cada postulante se le asignará un máximo de 2 espacios públicos autorizados diferentes.

Requisitos para sorteo de asignación de espacios públicos autorizados:

El postulante deberá asistir personalmente, si el postulante no se presenta no podrá participar en ninguna ronda del sorteo. Presentar en original y copia lo siguiente:

- Comprobante para el registro de sorteo de espacios públicos autorizados
- Cédula de ciudadanía de la persona registrada
- Matrícula vigente del vehículo a utilizar o del vehículo que remolcará el acoplado y, de ser el caso, el documento de la inspección visual del acople emitido por la Agencia Metropolitana de Transito (AMT), mismo que deberán estar a nombre del solicitante.
- Revisión técnica vehicular correspondiente a la matricula vigente en el Distrito Metropolitano de Quito Cédula de ciudadanía de la persona registrada.

Asignación de espacio público y trámite en la administración zonal correspondiente:

Las personas que fueron favorecidas en el sorteo, deben acercarse al Balcón de Servicio de las Administración Zonal a donde pertenezca el espacio público autorizado, donde se les informará la unidad encargada de coordinar la inspección del cumplimiento de reglas técnicas del establecimiento móvil dentro de los 5 días hábiles posteriores al sorteo. De dicha inspección derivan 2 escenarios:

- 1) Cumple reglas técnicas y se emite un informe favorable

- 2) No cumple reglas técnicas, en este escenario el propietario tendrá un plazo de 10 días para su rectificación, posterior a lo cual se realizará una re inspección y se emitirá el informe respectivo. En el caso que el informe de la re inspección sea desfavorable, o el interesado no se presentase en la fecha y hora señalada para la re inspección, se dará por terminado el proceso y se declarará vacante el puesto y el horario, el mismo que se notificará al siguiente postulante beneficiado conforme el orden establecido en la lista de espera.

Después de emitido el informe favorable, en un plazo máximo de 10 días laborales se suscribirá el convenio de uso y ocupación de espacio público autorizado. Una vez firmado el convenio se procederá a emitir la orden de cobro correspondiente a la regalía anual, la cual será calculada a partir de la fecha de la firma del convenio y tendrá una vigencia o una temporalidad de 8 días para el pago correspondiente, caso contrario se declarará vacante el espacio y será asignado a la siguiente persona en la lista de espera.

Otorgamiento de permiso de funcionamiento LUAE para establecimientos móviles:

Una vez suscrito el convenio y pagada la regalía generada por el espacio público asignado, el ciudadano deberá acercarse en los siguientes 15 días hábiles al Balcón de Servicios de la Administración Zonal a donde pertenezca el espacio público, para obtener su LUAE presentando lo siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas
- Formulario de Bomberos, para declaración de cumplimiento de normas técnicas
- Formulario de Ambiente, para declaración de cumplimiento de normas técnicas
- Registro Único de Contribuyentes (RUC) que especifique la actividad económica del establecimiento móvil
- Declaración y pago de patente al Municipio del DMQ
- Pago de regalías, tasas y demás prestaciones económicas derivadas de las autorizaciones administrativas integradas en la LUAE
- Certificado de no adeudar al MDMQ

- Matrícula vigente del vehículo a utilizar o del vehículo que remolcará el acoplado, a nombre del solicitante de la LUAE, conjuntamente con el título de propiedad del acople, según corresponda.
- Certificado de la aprobación de la revisión técnica vehicular vigente en el Distrito Metropolitano de Quito
- Certificado de la aprobación de la revisión técnica vehicular vigente en el Distrito Metropolitano de Quito
- Cumplir con las demás reglas, condiciones y requisitos específicos para este tipo de negocios móviles

Actividades económicas autorizadas:

- Preparación y suministro de comidas para su consumo inmediato.
- Venta de comidas y bebidas en cafeterías, incluso para llevar.
- Venta de flores, plantas, semillas, y/o arreglos florales.
- Venta de libros, revistas, periódicos.
- Alquiler de libros, periódicos y revistas.
- Venta de recuerdos, sellos, monedas, artículos religiosos y artesanías.
- Actividades de galerías de arte comerciales.
- Actividades de operadores turísticos.
- Actividades de promoción turística.
- Servicio de reparación de bicicletas.

(Quito Alcaldía, 2017)

2.5.2. Espacios autorizados

Calle Huigra y Av. Ajaví: 2 espacios

Calle Moromoro y Av. Rumichaca: 2 espacios

Calle Whimper y Av. Diego de Almagro: 3 espacios

Calle Alpallana y calle Antonio Navarro: 2 espacios

Calle Carlos Tovar y Antonio Navarro: 2 espacios

Calle José Correa y 6 de Diciembre: 1 espacio
Calle Juan Pablo Sanz y Av. Amazonas: 2 espacios
Calle Juan Pablo Sanz y calle Juan González: 2 espacios
Calle Juan Gonzalez e Ignacio Santa María: 2 espacios
Unión Nacional de Periodistas Y Núñez de Vela: 2 espacios
Calle Jorge Drom y Unión Nacional de Periodistas: 2 espacios
Calle La Pradera y calle San Salvador: 3 espacios
Calle Bolivia (Universidad Central): 3 espacios
Calle Juan José de Villalengua y Av. 10 de Agosto: 2 espacios
Calle Francisco Sánchez y calle D. Vacas: 3 espacios
Av. Antonio José de Sucre y calle Matilde Álvarez: 2 espacios
Av. Quitumbe Ñan y Av. Amaru Ñan: 2 espacios
Total de espacios disponibles: 37

(Quito Alcaldía, 2017)

2.5.3. Percepción de propietarios de food trucks

Después de analizar la resolución emitida por el Municipio de Quito, propietarios de *food trucks*, consideran que es prohibitiva, limita su funcionamiento y como resultado hará que muchos restaurantes móviles salgan del mercado. Según cierta opinión, existen 140 unidades y hay solamente 60 cupos, por lo cual no abastece la oferta de *food trucks* para la ciudad. Otro de los inconvenientes es que para participar en el sorteo ciertos camiones deberán ser modificados, lo cual implica un fuerte gasto (El Telégrafo, 2016).

Se considera también que las zonas asignadas tienen poco atractivo comercial y que los costos para la licencia única de actividades económicas (LUAE) para este tipo de negocios está en \$500,00 mensuales, dando un total de \$6000,00 anuales, cifra demasiado elevada. Consideran además que el trámite para recibir un puesto autorizado y un horario, a través de un

sorteo, dada la cantidad de restaurantes móviles frente a la oferta de plazas designadas, tiene un bajo nivel de garantía (El Telégrafo, 2017).

Con la regularización emitida, se estimó evaluar los aspectos propuestos y ver cómo funcionaba, se hablaba de un documento temporal, sin embargo, a la mayoría de propietarios de *food trucks*, no les interesó el proceso estipulado debido a los lugares poco comerciales, altos costos, entre otros aspectos, por lo cual se estima que del 100% de *food trucks*, solo el 10% se hizo presente frente a la normativa. Este tema generó que los emprendedores de estos nuevos negocios, empiecen a posicionarse en plazas de comida para funcionar legalmente, por lo cual el tema de la normativa quedó prácticamente sin presión (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

En cuanto a los *food trucks* de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, se palpó diferentes opiniones frente a la pre normativa, mientras unos aceptaban los espacios designados, otros no, esta segunda opinión debido a que los consideran lugares no comerciales, alejados de la tendencia urbana, sin movimiento peatonal ni vehicular, por lo tanto se consideran lugares de escaso nivel comercial. Como resultado, solo 6 espacios de todos los designados fueron ocupados hasta el momento, cabe mencionar que ninguno perteneciente a la Asociación, el resto de camiones se han trasladado hacia espacios privados.

De la misma manera, otros propietarios de *food trucks*, estiman que la pre normativa no tuvo un previo estudio del concepto que maneja realmente este tipo de negocio, para ser emitida (D. Pozo, comunicación personal, 26 de abril de 2017), se piensa incluso que la regularización se dio simplemente para cubrir un tema mediático en donde se tomó ciertos elementos que lo identifiquen como una resolución, lastimosamente con tendencia a acabar con el emprendimiento *food truck*, todo esto con un trasfondo económico, en donde los encargados evitan a como de lugar cualquier tipo de conflicto con los restaurantes de la ciudad, teniendo en cuenta la marcada diferencia en cantidad de oferta de restaurantes frente a *food trucks*, siendo así se asume que la pre normativa no pensó en el pequeño emprendimiento, por el contrario buscó enterrarlo, con el pretexto de que estos afectan a negocios mayoritarios como son los restaurantes, lo cual a vista de los propietarios de los *food trucks*, no es real en lo absoluto (C. Paladines, comunicación personal, 26 de abril de 2017).

Ahora bien, en vista del bajo nivel de aceptación de la pre normativa, ciertos propietarios de *food trucks*, entre ellos Waldo Benalcázar, dueño de Waldo Food Trucks y miembro de la AEFT, están trabajando y presionando para una nueva normativa que corrija los factores negativos emitidos previamente, lamentablemente para estos negocios, no se ha logrado aún la emisión de una nueva normativa, temas como la apertura de plazas de comida, las elecciones presidenciales, entre otros, han dejado en segundo plano esta solicitud, sin embargo se sigue insistiendo en este tema a fin de lograr un documento legal que permita laborar manteniendo el concepto real de un *food truck* (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

Siguiendo la misma línea, existen también otros propietarios de camiones de comida que han estado realizando un análisis minucioso de cómo debería regularse el movimiento *food truck*, buscando maneras de funcionar legalmente en las calles sin ser vistos como competencias desleales, sino como lo que realmente son, emprendedores (D. Pozo, comunicación personal, 26 de abril de 2017).

Siendo así, se puede evidenciar la inconformidad de las personas, dueños de *food trucks*, frente a la pre normativa emitida, así como la necesidad de un nuevo documento y respaldo que les permita laborar legalmente en las calles, manteniendo su verdadero concepto de negocio.

3. CAPÍTULO 3: EVALUACIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

3.1. Identificación de la muestra

Para la encuesta, se tomará en cuenta a los clientes que acuden a los *food trucks* pertenecientes a la AEFT, ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, dado que en este lugar se encuentran específicamente varios de los camiones de comida pertenecientes directamente a la asociación. Aquí es necesario hacer uso de una muestra específica para determinar el número de personas a ser encuestadas; dado que al ser un negocio de comida, fuera de lo común, no se tiene un dato específico y verídico acerca de la población que mantiene el lugar, se procederá a realizar el siguiente cálculo en base a la fórmula aplicable para este caso y especificada a continuación:

$$n = \frac{Za^2 * p * q}{d^2}$$

En donde:

n = es el tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% = 1.96 (como más usual)

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada, cuando no se tiene su valor suele utilizarse 50% = 0.50

q = probabilidad de fracaso, cuando no se tiene su valor suele utilizarse el 50% = 0.50

d = precisión (error máximo admisible en términos de proporción) (valor queda a criterio del encuestador) 5% = 0.05

(Suarez & Tapia , 2011)

Reemplazando quedaría así:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

$$n = 384$$

Siendo así, la técnica de la encuesta será realizada a 384 personas de las que acuden al parqueadero del Ministerio de Agricultura a hacer uso de los *food trucks*.

3.2. Aplicación y tabulación de encuestas

Se procedió a realizar las encuestas correspondientes a los usuarios de *food trucks* de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks. La tabulación de dichas encuestas con sus respectivos gráficos se puede evidenciar en el Anexo F, página 90 del presente documento.

3.3.Análisis de resultados

Edad

El rango de edad que oscila entre los 18 y 29 años, cuenta con un 39% del total de los encuestados, seguido del rango que va de 30 a 39 años con un 30%, posteriormente de 40 a 49 años con el 26% y finalmente 50 años en adelante con el 5% faltante.

Estos datos significan que la mayor parte de personas que acuden al parqueadero del MAGAP para hacer uso de los servicios de *food trucks* son jóvenes. Esto puede darse debido al tipo de oferta gastronómica de estos negocios, así como el lugar en donde están ubicados y el ambiente que tiende a ser más informal, más relajado por así decirlo.

Género

La diferencia en el porcentaje entre mujeres y hombres es del 4%, siendo el 52% para el género femenino y el 48% masculino. Esto quiere decir que en su mayoría, por una pequeña diferencia, son mujeres quienes acuden a los *food trucks* del parqueadero del MAGAP.

Procedencia

El 76% de los encuestados proceden de la ciudad de Quito, el 11% del valle de los chillos, el 4% de Cumbayá y Tumbaco y el 9% de otros lugares. Estos datos indican que los principales usuarios de los *food trucks* son residentes quiteños y menos concurridos por personas de externas.

Ocupación

Del total de los encuestados, el 74% poseen un trabajo fijo, el 22% son estudiantes y el 4% restante son amas de casa. Esto podría sugerir que la mayoría de gente que hace uso de los servicios de los *food trucks* de la AEFT del parqueadero del MAGAP son personas que posiblemente trabajan a los alrededores de dicho Ministerio y por ende tienen un poder adquisitivo estable y además se encuentran cerca del lugar.

Ingresos mensuales

El 65% de las personas encuestadas perciben un sueldo sobre los \$375,00, mientras que el 26% bajo los \$375,00 y el 9% el salario básico \$375,00. Esto sugiere que la mayoría de las

personas que acuden a los *food trucks* del parqueadero del MAGAP, posiblemente son profesionales y trabajan a los alrededores ya que poseen un trabajo estable y bien remunerado; por ende pueden costear comidas fuera de casa.

Concepto de food truck

Se preguntó a los encuestados si conocen el concepto que maneja un *food truck*, el 98% respondió afirmativamente mientras que el 2% nada más desconoce la respuesta. Esto indica que los usuarios en general tienen claro que un *food truck* maneja un concepto urbano, que está en espacios públicos, al aire libre, en las calles de la ciudad.

Medio de difusión

Se preguntó a los usuarios por qué medio se enteraron acerca de los *food trucks*, el 48% respondió que a través de redes sociales, el cual representa el mayor medio de difusión de estos pequeños negocios, el 41% a través de familiares, amig@s, coocid@s, lo cual sugiere que tienen una buena acogida y popularidad dentro del mercado y el 11% a través de otros medios.

Atención

En cuanto a la atención al cliente brindada por los *food trucks* de la AEFT del parqueadero del MAGAP, el 61% de las personas consideran que es excelente, se habla de un alto porcentaje en relación al 35% como buena, 4% como regular y 0% como mala; por lo tanto se puede decir que se está dando una buena atención en general, lo cual encierra amabilidad, respeto, interés, entre otros factores.

Producto

Hablando acerca de los productos que ofrecen los camiones de comida, el 63% de los encuestados opinan que es excelente, el 37% buena, el 0% regular y 0% mala. Estos datos obtenidos demuestran que los productos que manejan y ofrecen los *food trucks* son de buena calidad, buen gusto, buen estado, etc. y por lo mismo, las personas, en su mayoría, los consideran excelente.

Precios

Muchas personas confunden lo que es un *food truck* con una plaza de *food trucks*, por ende generalizan y opinan que los precios que manejan son muy elevados, es por esto que se preguntó acerca de precios a los usuarios de los *food trucks* que mantienen su concepto en el parqueadero del MAGAP y el 91% considera que manejan precios normales, el 5% altos y el 4% bajos; siendo así cabe recalcar que los precios de los productos de estos negocios son totalmente accesibles y no representan una exageración como en otros casos.

Sector de preferencia

Las personas fueron preguntadas por el sector que preferirían encontrar *food trucks*, el 48% sugiere el Norte, el 35% el Centro-Norte y el 17% el Centro. Siendo así, se puede decir que la ubicación actual de *food trucks*, en la Av. Amazonas y Av. Eloy Alfaro es adecuada, ya que las personas en su mayoría prefieren esta zona para hacer uso de los servicios de *food trucks*.

Frecuencia de consumo

En cuanto a la frecuencia de consumo en los *food trucks* del parqueadero del MAGAP, se obtuvo como resultados que ninguna personas consume una vez al día, el 9% dos veces por semana, el 28% una vez por semana, el 28% una vez cada quince días y el 35% una vez al mes. Por lo tanto, estos emprendimientos tienen clientes regulares y frecuentes que ya conocen el lugar, el tipo de productos, atención y servicios en general que ofrecen y por lo tanto regresan al mismo lugar periódicamente.

Motivación

Pueden existir muchas razones por las que las personas concurren a los *food trucks*; siendo así, se preguntó a los usuarios y el 41% concurre por la diversidad de productos, el 15% por precios accesibles, el 11% por rapidez del servicio, el 11% por moda-tendencia, el 8% por sabor, el 7% por ambiente y el 7% por ubicación. Entonces, las razones son muy variadas y todas aceptables, sin embargo, hay que notar que la diversidad de productos tiene un gran peso cuando se trata de este tipo de negocio y va de la mano con todos los demás factores que hace de los *food truck* un negocio con buena acogida.

Higiene del lugar

Si bien es cierto, trabajar en un espacio abierto no es tarea fácil, por lo tanto es importante mantener la buena calidad en todo sentido, y la higiene es un factor importante, por lo tanto se preguntó a los encuestados sobre este aspecto y el 63% considera que es buena la higiene del lugar, el 33% excelente, el 4% regular y el 0% mala. Siendo así, se puede considerar que el lugar mantiene la limpieza debida, a pesar de estar a la intemperie y transitado por cualquier tipo de persona.

Tipo de emprendimiento

El 100% de los encuestados, consideran que los *food trucks* representan un emprendimiento positivo para la sociedad en general. Lo cual es un dato importante ya que de esto depende en gran medida el nivel de aceptación de este tipo de negocio dentro del mercado.

Oferta de productos

El 100% de los encuestados opina que la oferta de productos de los *food trucks* del parqueadero del MAGAP es positiva, esto indica que está manteniendo una buena calidad, sabor, valor nutricional, entre otros factores que hacen que las personas lo consideren como algo bueno y sigan consumiendo dichos productos.

Posibles problemas

Si bien es cierto, se ha podido evidenciar a lo largo de la investigación que los *food trucks* tuvieron ciertos inconvenientes en sus inicios, por lo tanto se preguntó a las personas, según su criterio, el tipo de problemas que creen que los camiones de comida podrían generar en el lugar en donde se ubican; el 2% opina que tráfico, el 2% contaminación excesiva, el 9% bulla excesiva, el 11% molestia a vecinos, el 33% molestia a negocios aledaños y el 43% ninguno de los anteriores. Por lo tanto, se puede notar que en su mayoría las personas consideran que no generan inconvenientes, esto en gran parte, se debe a la ubicación actual de los *food trucks* de la AEFT en el parqueadero del MAGAP, en donde no causan problemas y desarrollan su actividad correctamente.

Permanencia de food trucks en el tiempo

Finalmente, se preguntó a las personas si consideran que los *food trucks* son un negocio que se mantendrá a lo largo del tiempo, el 96% respondió sí y el 4% restante no. Por lo tanto, se puede decir que los usuarios de *food trucks* seguirán haciendo uso de sus servicios por todos los factores mencionados anteriormente y al ser un negocio innovador y con gran variedad de oferta de productos, así como precios y ubicación accesibles, logrará mantenerse dentro del mercado a lo largo del tiempo.

4. CAPÍTULO 4: IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

En el sector de la Pradera, se puede encontrar una gran variedad de negocios de alimentos y bebidas, que van desde desayunos, almuerzos, helados, postres, comida típica y más con diversos horarios y precios. Además, se encuentra una plaza de comidas conocida como La Pradera Food Truck Garden, que ofrece una amplia línea de productos; y adicional a esto, se tiene la oferta de comida por parte de ciertos *food trucks* pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura.

En vista de esto, es necesario conocer la opinión que tienen tanto los propietarios de *food trucks* como los dueños de los restaurantes de los alrededores del Ministerio de Agricultura, a fin de determinar la percepción de cada una de las partes en cuanto a un impacto social y económico.

4.1. Impacto Social

4.1.1. Percepción de propietarios de restaurantes aledaños

En primer lugar, es importante mencionar que, muchas de las personas, en donde se incluye a propietarios de negocios aledaños al parqueadero del Ministerio de Agricultura, no tienen conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks y lo que esta conlleva; por lo cual no tienen un concepto claro de los procesos llevados a cabo por la asociación, así como su trayectoria. Tienen una noción superficial, mas no específica (C. Oñate, comunicación personal, 04 de julio de 2017).

Hablando ahora acerca de la implementación de *food trucks* en general en la ciudad de Quito, la mayoría de personas, dueños de negocios de alimentos y bebidas de los alrededores

del parqueadero del Ministerio de Agricultura, consideran que no es una mala idea, sin embargo el giro del negocio se salió de contexto llevando a crearse las plazas de comida (M. Dávila, comunicación personal, 06 de julio de 2017), se considera que debería regularse esta actividad (C. Oñate, comunicación personal, 04 de julio de 2017), contar siempre con reglas de higiene y seguridad (G. Montero, comunicación personal, 04 de julio de 2017) y priorizar en el tema de permisos ya que hay negocios que se ven afectados por los *food trucks* y las zonas en donde se ubican (F. Espinoza, comunicación personal, 06 de julio de 2017).

Tomando ya el caso de los *food trucks* pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, ciertos propietarios de negocios del sector consideran que los horarios que manejan estos camiones, a partir de las 5 de la tarde aproximadamente, no causa repercusiones en sus establecimientos, ya que mantienen otro tipo de horarios (C. Oñate, comunicación personal, 04 de julio de 2017), recordando que los *food trucks* cuentan con un permiso para funcionar solamente en las noches en el parqueadero del MAGAP (F. Espinoza, comunicación personal, 06 de julio de 2017)., además manejan otro tipo de clientela que se han vuelto fieles a los productos que ofertan, así como a la atención que se brinda, por lo tanto no se considera que las personas prefieran consumir alimentos en los *food trucks* del parqueadero del Ministerio de Agricultura, frente a los negocios de los alrededores (G. Montero, comunicación personal, 04 de julio de 2017). Siendo así, no existe ningún tipo de impacto social generado por los camiones de comida antes mencionados (P. Rivadeneira, 04 de julio de 2017).

En cuanto a la plaza de comida La Pradera Food Truck Garden, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro, ciertos propietarios de negocios de alimentos y bebidas de los alrededores, opinan que es una buena iniciativa que ha favorecido a la zona (C. Oñate, comunicación personal, 04 de julio de 2017), incluso consideran que se dio un buen uso a este espacio que antes se encontraba descuidado y era desagradable a la vista (G. Montero, comunicación personal, 04 de julio de 2017).; además de ser un lugar con mejor ambiente, apto para relajarse (P. Rivadeneira, 04 de julio de 2017). La mayor parte de propietarios de locales vecinos consideran que sus negocios no se ha visto afectados ya que manejan otro nicho de mercado como el caso del restaurante “Las Sopas de siempre”, que se enfoca en la

oferta de cinco sopa; siendo así, no tiene una competencia directa con los locales de la plaza (M. Dávila, comunicación personal, 06 de julio de 2017). Por otro lado, ciertos propietarios de negocios vecinos, consideran que esta plaza atrae mucha gente, cuenta con gran variedad de comida y las personas prefieren ir a este lugar, afectando a los locales del sector (F. Espinoza, comunicación personal, 06 de julio de 2017), sobre todo en horarios de almuerzo y media tarde (C. Oñate, comunicación personal, 04 de julio de 2017).

Se puede evidenciar entonces, que hay opiniones variadas en cuanto a la plaza de comidas, más no respecto a los *food trucks* del parqueadero del MAGAP, que es el tema de estudio.

4.1.2. Percepción de propietarios de food trucks de la AEFT

Los miembros de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, con sus camiones de comida, han tratado en lo posible de mantener buenas relaciones con los vecinos y personas aledañas a los lugares donde se iban ubicado, sin embargo y lamentablemente, propietarios de *food trucks* independientes a la Asociación, causaban gran malestar en dichos lugares, desde ruido hasta basura, por lo cual todos sufrieron consecuencias en sus inicios, debido a esto tuvieron que desplazarse como asociación al parqueadero del Ministerio de Agricultura, en donde, al estar solamente miembros de la AEFT, cesaron dichos problemas y se ha mantenido una buena acogida tanto en productos como en precios (V. Meneses, comunicación personal, 29 de marzo de 2017).

Ahora bien, se pudo evidenciar una sobresaturación de oferta de *food trucks* en Quito durante el año 2016. Se emitió una pre normativa, la cual no fue acogida por los emprendedores debido a que consideraron que los espacios no eran atractivos comercialmente hablando, tenían muchas restricciones en los horarios de funcionamiento, alto pago por el uso del espacio público, entre otros factores. Todo esto llevó a que los propietarios opten por rentar un espacio en plazas de comida, lugares que ofrecen todas las comodidades a los clientes. Marcas de *food trucks* como *Inka Burger*, decidió sumarse a este nuevo giro de negocio a fin de mantenerse activo en el mercado, este caso muy particular, funcionó de una buena manera ya que logró posicionarse en varios lugares y mantener un buen ritmo de negocio, siendo distinto para otros *food trucks*, por ejemplo, *Pizza Rodante*,

negocio cuya idea inicial fue la de movilizarse constantemente; sin embargo, debido a los inconvenientes mencionados anteriormente, y añadiendo el hecho de que en cierta ocasión tuvo que pagar multas de hasta \$800.00, optó por meterse en una plaza, en donde sus ganancias han bajado considerablemente por el pago de arriendos, pero ya no siente la presión e intranquilidad de no contar con un respaldo legal que ampare su actividad (González, 2017). Resumiendo, se puede decir que, ante la imposibilidad de poseer un *food truck* para trabajar en las calles de manera legal, nace la tendencia de las plazas de comidas, en espacios privados, las cuales se van popularizando e incrementando en número, en estos nuevos negocios se ve la oportunidad de tener algo más fiable, no dependiente del clima, en donde las personas tengan comodidades; siendo así, un gran número de *food trucks*, optan por instalarse o arrendar un espacio en estas nuevas plazas, abandonando en sí el concepto real de un *food truck*, todo con la finalidad de evitar multas, sanciones y otro tipo de inconvenientes con las autoridades de la ciudad (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

Estas plazas fueron implementándose alrededor del Ministerio de Agricultura, como es el caso de “Bunker Food Park”, en el sector de la Pradera, quienes motivados por la irregularidad con que trabajaban los *food trucks* y la intranquilidad que esto generaba, decidieron implementar esta plaza con una amplia variedad gastronómica (Veinitmilla, 2017); además esto generó que el nivel de popularidad y aceptación por parte de la gente hacia los *food trucks* de la AEFT, instalados en el parqueadero del MAGAP, bajara considerablemente (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017).

Haciendo un paréntesis, es importante mencionar a una de las primeras plazas de *food trucks* creadas en la ciudad, conocida como “La Platea” y ubicada en el sector de la Floresta, el 25 de junio de 2016 abrió sus puertas al público, nació con la idea de fusionar gastronomía, arte, diseño y cultura, adecuando un espacio ameno para las personas; entre la oferta gastronómica, se tiene negocios con locales propios que han adaptado su menú para entrar en esta plaza, hasta negocios que empezaron como carritos de comida y ahora funcionan allí, es decir es una mezcla de variedades (Veintimilla A. B., 2016). Siendo así, se puede notar que las plazas de comidas representan otro tipo de negocio totalmente diferente a lo que es un *food truck* en sí (C. Paladines, comunicación personal, 26 de abril de 2017).

Ahora bien, en varios casos, fueron los mismos dueños de *food trucks* quienes se asociaron a las personas que empezaron a armar las plazas o a su vez ellos mismos armarlas, con la finalidad de lograr un lucro exagerado a costa de los pequeños emprendedores. En Quito existen alrededor de 50 plazas, se convirtió en una moda que ha saturado a la ciudad y como toda moda, empieza a decaer, es por este motivo que muchas plazas no han durado ni alrededor de 6 meses y han cerrado porque han empezado a quebrar (C. Paladines, comunicación personal, 26 de abril de 2017). Por ejemplo el caso de Bunker Food Park, mencionado anteriormente, que solía estar ubicado en el sector de la Pradera, cerró por motivos relacionados a falta de pago de arriendos, estrategias de negocio sin definir como es debido, y otros motivos; por lo tanto estar en una plaza de comida, no garantiza el éxito (González, 2017).

Siendo así, se estima que, serán los *food trucks*, aquellos emprendimientos que a futuro, se mantengan a lo largo del tiempo (C. Paladines, comunicación personal, 26 de abril de 2017). Siguiendo esta línea, cabe mencionar que hoy en día siguen funcionando en el parqueadero del MAGAP unos cuantos camiones de comida pertenecientes a la Asociación, quienes buscan mantener el verdadero concepto de un *food truck* y hasta el momento, han logrado mantenerse allí con una buena acogida, fidelizando sus clientes.

4.2. Impacto Económico

4.2.1. Percepción de propietarios de restaurantes aledaños

En primera instancia y haciendo referencia a la implementación en general de *food trucks* en la ciudad de Quito, ciertos propietarios de negocios aledaños al parqueadero del Ministerio de Agricultura, consideran que se debe regularizar permisos analizando detenidamente las zonas en donde se ubicarían ya que estos tienden a afectar a los negocios del sector (F. Espinoza, comunicación personal, 06 de julio de 2017), pero en general no se trata de una mala idea, simplemente no se encuentra bien manejada y esto ha llevado a la creación de plazas de comidas (M. Dávila, comunicación personal, 06 de julio de 2017).

Entrando ya en el tema de los *food trucks* pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks y ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, cabe mencionar que en su mayoría, los propietarios de negocios aledaños consideran que no ha afectado su

actividad, económicamente hablando, de ninguna manera, ya sea por temas de horarios (C. Oñate, comunicación personal, 04 de julio de 2017), tipo de comida que se ofrece, tipo de clientela (M. Dávila, comunicación personal, 06 de julio de 2017)., diferencia de precios (K. Suhail, comunicación personal, 07 de julio de 2017), entre otros factores; por lo tanto el nivel de ventas de los negocios de los alrededores del parqueadero del Ministerio de Agricultura, no se ha visto afectado de ninguna manera frente a la oferta de *food trucks* de la AEFT (G. Montero, comunicación personal, 04 de julio de 2017).

Ahora bien, hablando acerca de la plaza de comidas La Pradera Food Truck Garden, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro, ciertos propietarios de negocios vecinos consideran que su nivel de ventas no se ha visto afectado de ninguna manera, motivos como diferencia de precios y sabor de las comidas ofertadas hacen que quede de lado un impacto negativo (K. Suhail, comunicación personal, 07 de julio de 2017). Sin embargo, un gran porcentaje de propietarios de establecimientos cercanos, consideran que esta plaza atrae un gran número de personas por su comida tan variada, entre otras razones, lo cual ha generado un impacto negativo en negocios del sector (F. Espinoza, comunicación personal, 06 de julio de 2017). En algunos negocios de alimentos y bebidas, las ventas se han visto afectadas con una disminución de hasta un 40% de clientes en horarios de almuerzo, medio día. Además consideran que los precios que se manejan en esta plaza son demasiado elevados en relación a la infraestructura y comodidad que ofrece el lugar (F. Alarcón, comunicación personal, 04 de julio de 2017).

Siendo así, la mayor parte de negocios del sector, consideran que la implementación de *food trucks*, pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, en el parqueadero del Ministerio de Agricultura no ha afectado de ninguna manera su actividad ya que consideran esto puede darse solo frente a negocios pequeños (J. Napa, comunicación personal, 29 de junio de 2017), de la misma manera hay ciertos establecimientos de alimentos y bebidas, que mantienen horarios que llegan hasta las 3 de la tarde aproximadamente, por lo cual los *food trucks* de la AEFT del parqueadero del MAGAP no representan ningún tipo de amenaza a sus negocios (J. Iza, comunicación personal, 29 de junio de 2017).

4.2.2. Percepción de propietarios de food trucks de la AEFT

Si bien en un inicio, la implementación de los *food trucks* en el parqueadero del MAGAP, tuvo una excelente acogida, llegando a considerarse como una época dorada para este movimiento, debido al alto nivel de ventas que se manejaba, empieza a decaer notoriamente a raíz de la emisión de la pre normativa para finales de octubre del 2017; con esta, la tendencia da un giro hacia la creación de plazas de comida y justamente se lo empieza a evidenciar a los alrededores del Ministerio de Agricultura, comenzando a decaer el nivel comercial de los *food trucks* de la AEFT, llegando a una situación realmente crítica para el mes de Febrero del 2017 (W. Benalcázar, comunicación personal, 09 de abril de 2017). En vista de esto, miembros de la Asociación empiezan a desplazarse, algunos a estas plazas, otros a eventos particulares y otros dejan de funcionar (D. Maldonado, comunicación personal, 05 de abril de 2017).

En vista de la buena acogida de los *food trucks* en el parqueadero del MAGAP, empiezan a crearse plazas a los alrededores, teniendo así el caso de “Bunker Food Park”, que al poco tiempo quebró por una mala administración, al igual que varias plazas alrededor de la ciudad, y posteriormente la apertura de “La Pradera Food Garden”, plaza que al contar con marcas ya posicionadas dentro de su espacio como *Sweet & Coffee* (González, 2017), Los Cebiches de la Rumiñahui, *Kobe*, *Sports Planet*, entre otros, y adicional marcas de *food trucks* igualmente posicionados como *Inka Burger* (La Pradera Megaplaza, 2017), tiene una alta probabilidad de éxito y permanencia en el mercado, siendo notoria su acogida, factor que se ha podido evidenciar mediante observación directa y participante en el lugar.

Cabe mencionar que en un inicio, las plazas surgen como una vía de salvación para los *food trucks*, en donde debido a los impedimentos para laborar en las calles, se reunían varios propietarios de estos camiones de comida y alquilaban un espacio de manera comunitaria; sin embargo, los dueños de los espacios vieron un verdadero negocio detrás de esto y abusando de la desesperación de los pequeños emprendedores, determinaron cifras alarmantes, que van desde un valor de \$20.000.00 anual por un puesto en la plaza, hasta arriendos mensuales que oscilan entre \$400.00 y \$1200.00, siendo costos demasiado

elevados para el tipo de negocio que representa un *food truck* (D. Pozo, comunicación personal, 26 de abril de 2017).

En el caso de la mayoría de *food trucks* que han estado dentro de una plaza, se ha visto que sus ventas han disminuido de un 30% a 40% debido a los costos que se debe cancelar por el espacio, teniendo un estimado de \$2.000 como costo de entrada y \$1.000 mensuales como pago de mantenimiento y servicios (González, 2017).

Finalmente, hay que recordar que existe una gran cantidad de oferta de plazas alrededor de la ciudad y estas manejan precios generalmente elevados debido a los altos costos de arriendo que deben pagar mensualmente, por lo tanto poco a poco van quebrando, debido a estos factores se estima que los *food trucks*, serán aquellos negocios que regresen con fuerza y se mantengan a lo largo del tiempo (C. Paladines, comunicación personal, 26 de abril de 2017).

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- La implementación de *food trucks* en la ciudad de Quito, es un tema realmente novedoso y un emprendimiento que llamó la atención de todo tipo de clientela, teniendo una gran acogida en sus inicios; Sin embargo, al no contar con una normativa que regule la actividad de los *food trucks* en Quito, se generaron inconvenientes en el desarrollo de la misma, llevando a un declive notorio este emprendimiento y a la vez dando paso a la creación de plazas de comidas. La Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, fue creada, en un inicio, con la idea de respaldarse mutuamente, ser una asociación legal y presionar para la emisión de una normativa que les permita funcionar correctamente; lamentablemente, sus miembros, no contaron con un buen liderazgo; aunque fue evidente su inconformidad con la emisión de la pre normativa, se resignaron a esta y dejaron de presionar a raíz de la creación de las plazas; sus principales cabeceras se independizaron creando sus propias plazas de comida con sus marcas propias, dejando de lado a los demás miembros de la asociación.
- A través de las encuestas realizadas, se pudo evidenciar que los usuarios de los *food trucks* de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se sienten muy satisfechos con los servicios que estos brindan, y por ende mantienen en un concepto totalmente positivo factores como atención, higiene, ubicación, tipo de emprendimiento, productos, y demás que manejan los *food trucks*, hablando así de una buena calidad en general.
- La ubicación actual de los *food trucks* de la AEFT en el parqueadero del MAGAP, no representa ningún tipo de riesgo para los establecimientos de alimentos y bebidas de los alrededores y tampoco para los residentes del sector; Esta actividad se desarrolla de una manera adecuada, en horarios y bajo normas que no generan impactos ni económicos ni sociales; por el contrario son una oferta acertada que cubren las necesidades de las personas de alimentación en horarios nocturnos, con precios accesibles, sin formalismos y con productos de calidad.
- A raíz de la creación de plazas de comidas (*food truck/container*), los *food trucks* como tal, casi han desaparecido en la ciudad de Quito; hoy en día, se los puede encontrar más,

en eventos a los cuales son solicitados bajo previas citas; algunos miembros de la AEFT siguen funcionando en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, en donde mantienen de cierta manera el concepto de un *food truck*. Se estima que a futuro, si se consigue trabajar bajo una normativa que permita a los *food trucks* mantener su concepto y funcionar legalmente, serán aquellos negocios los que se mantendrán a lo largo del tiempo; mientras que las plazas de comida, mismas que no han estado siendo bien administradas y que manejan costos muy elevados, terminarán quebrando, como ya se ha podido evidenciar en ocasiones anteriores.

5.2. Recomendaciones

- Reunir a varios propietarios de *food trucks* para solicitar la emisión de una normativa que regule adecuadamente su actividad; proponiendo lugares específicos para el correcto desarrollo de dicha actividad, así como horarios adecuados y procesos accesibles para legalizar estos negocios.
- Empezar nuevamente a publicitar los *food trucks* de la Asociación en redes sociales y aprovechar otras herramientas tecnológicas para este fin, por ejemplo, crear una aplicación propia de la AEFT, en donde se especifique temas como la oferta gastronómica, precios, horarios y lugares de atención, galería de fotos, etc.; además se podría crear promociones válidas mediante la aplicación, como por ejemplo, acumulación de puntos por cada consumo en *food trucks* de la AEFT con el objetivo de premiar a las personas que acumulen cierto número de puntos en determinado tiempo. De esta manera se podría llamar nuevamente la atención de las personas.
- Adecuar de mejor manera el ambiente del parqueadero del MAGAP, mientras se emite una normativa, por ejemplo, en días fríos poner calentadores para comodidad de los usuarios, invitar a más *food trucks* en los mismos horarios para crear un mayor impacto visual y ofrecer más variedad de comida, poner música que llame la atención positivamente de las personas, mejorar la iluminación de los camiones y alrededores, entre otros.
- De la misma manera, gestionar en el parqueadero del MAGAP eventos que llamen la atención de las personas, como festivales musicales, exposiciones de arte, entre otros;

de esta manera quienes concurren podrán cubrir sus necesidades y deseos de alimentación, haciendo uso de los *food trucks* allí presentes. Y en la misma medida gestionar los procesos para acudir como asociación a la oferta de servicios, a eventos llevados a cabo en diferentes puntos de la ciudad.

REFERENCIAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2017). *Arcsa capacita a "Food Trucks" de Quito*. Obtenido de <http://www.controlsanitario.gob.ec/arcsa-capacita-a-food-trucks-de-quito/>
- Andrade, S., & Plaza, M. (2015). *Plan de negocio para la elaboración y comercialización de un suplemento alimenticio en estado líquido envasado para personas activas que no poseen tiempo de ingerir una de las cinco comidas al día en la ciudad de Quito*. Obtenido de <http://200.24.220.94/bitstream/33000/4204/1/UDLA-EC-TIC-2015-08%28S%29.pdf>
- Armijos, J. (2015). *El multinivel, como modelo de negocio para nuevos emprendedores, y su posible implementación*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9013/Tesis%20Jimmy%20Armijos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Asociación Ecuatoriana de Food Trucks. (31 de Marzo de 2017). Obtenido de <http://foodtruckec.com/qui%C3%A9nes-somos.html>
- Bravo, K. (07 de abril de 2017). *Servicio de Restaurante*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/18523403/Conceptos-Modernos-Del-Servicio-de-Restaurante>
- Carrascal, D. (27 de diciembre de 2016). *Breve definición de la palabra «gastronomía»*. Obtenido de <http://culturizando.com/breve-definicion-de-la-palabra-gastronomia/>
- Díaz, A. (2015). *El fenómeno culinario del siglo XXI tiene una larga historia que no te puedes perder*. Obtenido de <https://www.sabrosia.com/2015/04/descubre-la-historia-rodante-del-foodtruck/>
- Díaz, L. (Enero de 2011). *La observación*. Obtenido de http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- El Comercio. (08 de julio de 2016). *Dueños de restaurantes y vecinos piden que reubiquen a los 'food trucks'*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/foodtrucks-quito-portugal-republicadeelsalvador-protesta.html>

- El Comercio. (25 de julio de 2016). *'Food trucks' que salieron de la Portugal piden al Municipio un lugar para trabajar*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/foodtrucks-municipio-quito-manifestacion.html>
- El Comercio. (1 de Julio de 2016). *Los 'food trucks' dejaron la República de El Salvador para evitar conflictos* . Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/foodtrucks-quito-parqueadero-magap-comida.html>
- El Comercio. (28 de julio de 2016). *Los 'food trucks' se censaron para saber cuántos camiones operan en Quito*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/foodtrucks-censo-camiones-comida-quito.html>
- El telégrafo. (25 de Junio de 2016). *El ruido y los olores de los food trucks provocan molestias*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/el-ruido-y-los-olores-de-los-food-trucks-provocan-molestias>
- El Telégrafo. (16 de julio de 2016). *Los food truck de Quito se arman al gusto de quienes invierten en ellos*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/los-food-truck-de-quito-se-arman-al-gusto-de-quienes-invierten-en-ellos>
- El Telégrafo. (28 de julio de 2016). *Propietarios de 'food trucks' se autocensan para exigir cupo de operación*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/food-trucks-protestan-en-quito>
- El Telégrafo. (15 de octubre de 2016). *Quito solo ofrece 60 cupos para instalación de los food trucks*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/quito-solo-ofrece-60-cupos-para-instalacion-de-los-food-trucks>
- El Telégrafo. (31 de marzo de 2017). *La normativa municipal sobre los food trucks no tuvo efecto en Quito*. Obtenido de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/la-normativa-municipal-sobre-los-food-trucks-no-tuvo-efecto-en-quito>
- Enríquez, C. (24 de julio de 2016). *Mas oferta de servicios ante la falta de empleo*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/aumento-oferta-servicios-desempleo-ecuador.html>

- García, A. (junio de 2015). *El Fenómeno de los Food Trucks: Potencialidad y el marco legal en Buenos Aires*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/15/food-trucks.html>
- García, B., & Quintanal, J. (Junio de 2017). *La encuesta*. Obtenido de <http://brayebran.aprenderapensar.net/files/2010/10/TECNICAS-DE-INVEST.pdf>
- González, P. C. (09 de mayo de 2017). *El modelo de negocio de los 'food trucks' migró a los 'food parks'*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocio-foodtrucks-plazas-economia-gastronomia.html>
- Granja, C. (01 de agosto de 2016). *Decenas de 'Food Trucks' se toman las calles de Quito*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/08/01/nota/5720559/decenas-food-trucks-se-toman-calles-capital>
- Harris, J. (31 de Marzo de 2017). *Raul Martinez Sr., founder of King Taco, dies at 71*. Obtenido de <http://www.latimes.com/food/dailydish/la-dd-raul-martinez-sr-founder-king-taco-dies-20131204-story.html>
- Instituto de la ciudad. (2016). *Food Trucks: dinámica urbana y capacidad de respuesta*. Obtenido de <http://www.institutodelaciudad.com.ec/coyuntura-sicoms/140-food-trucks-dinamica-urbana-y-capacidad-de-respuesta-3.html>
- La Pradera Megaplaza. (08 de agosto de 2017). *La Pradera Food Garden*. Obtenido de <https://foodtruckquito.com.ec/locacion/la-pradera-food-garden/>
- Lanusse, E. (febrero de 2015). *Food trucks: hay cada vez más, pese a que no están habilitados*. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/1657163482/fulltext/FDFCB11AED634C1BPQ/2?accountid=13357>
- Líderes. (25 de julio de 2016). *El 'food truck' llegó a la concesionaria*. Obtenido de <http://search.proquest.com/docview/1806517178/citation/F673D139E37C4406PQ/1?accountid=13357>

- Maldonado, D. (18 de abril de 2017). *Quito sobre ruedas y sin frenos. El boom de los Food Trucks y las plazas gastronómicas.* Obtenido de <https://www.facebook.com/DAVEALEMALDONADO/posts/10100433373718071>
- Mayac, M. (2015). *Análisis del costo y la incidencia en la determinación del precio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Tulcán.* Obtenido de http://rraae.org.ec/Record/0034_4d45da26c067b85b837df6fad8af1461
- Metro. (24 de abril de 2017). *Hay una nueva alternativa en Food trucks en Quito.* Obtenido de <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/01/20/nueva-alternativa-food-trucks-quito.html>
- Myrick, R. (31 de Marzo de 2017). *The Complete History of American Food Trucks.* Obtenido de <http://mobile-cuisine.com/business/history-of-american-food-trucks/#comment-871473>
- National League of Cities. (2016). *Food on wheels.* Obtenido de http://www.nlc.org/Documents/Find%20City%20Solutions/Research%20Innovation/Economic%20Development/RI_FoodTruckReport2013_final.pdf
- Ortega, J. (29 de enero de 2016). *Los food trucks pasan por una pre revisión para conseguir permisos de funcionamiento.* Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/autoridades-inspeccion-foodtruck-bomberos-funcionamiento.html>
- Pacheco, M. (10 de octubre de 2016). *Municipio de Quito emite regularización para los 'food trucks'.* Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/municipio-quito-tramite-legalizar-foodtrucks.html>
- Padilla, D. (2016). *Identidad gráfica visual para Quito Beer Garden.* Obtenido de <http://190.11.245.244/handle/47000/1226>
- Peláez, A., Rodríguez, J., Ramírez, S., Pérez, L., Vázquez, A., & González, L. (2017). *La Entrevista.* Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Entrevista.pdf

- Peñañiel, S. (2016). *Plan de negocio para la implementación de un camión de comida rápida saludable en la ciudad de Quito, Pichincha-Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/5918/1/UDLA-EC-TIAEHT-2016-31.pdf>
- Pérez, A. (31 de Marzo de 2017). *Food trucks, la historia de los camiones de comidas*. Obtenido de <http://www.diegocoquillat.com/food-trucks-la-historia-de-los-camiones-de-comidas/>
- Quito Alcaldía. (20 de junio de 2017). *Ficha de espacio autorizado para la ocupación temporal del espacio público para establecimientos móviles 2017*. Obtenido de <http://www.quito.gob.ec/documents/Formularios/FICHAS.pdf>
- Quito Alcaldía. (20 de junio de 2017). *Procedimiento de obtención de permiso para “Establecimientos Móviles” en Espacio Público Autorizado para el año 2017*. Obtenido de http://www.quito.gob.ec/documents/Formularios/FLYER_FOOD_TRUCKS2.pdf
- Quito Alcaldía. (26 de junio de 2017). *Resolución No. A011*. Obtenido de http://www.quito.gob.ec/documents/Formularios/RESOLUCION_No._A011.pdf
- Real Academia Española. (07 de abril de 2017). *Trayectoria*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=aXwzDUJ>
- Reich, R. (31 de Marzo de 2017). *Los food trucks comienzan a calentar motores*. Obtenido de <http://www.lanacion.com.ar/1730682-los-food-trucks-comienzan-a-calentar-motores>
- Sánchez, N. (24 de noviembre de 2016). *Por ley ahora los food trucks también podrán salir a las calles de la Ciudad*. Obtenido de https://www.clarin.com/ciudades/ahora-trucks-podran-calles-ciudad_0_H1swOTEfx.html
- Sierra, M. (Junio de 2012). *Tipos más usuales de investigación*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/tipos_investigacion.pdf
- Suarez, M., & Tapia, F. (12 de Octubre de 2011). *Repositorios UTN*. Obtenido de file:///C:/Users/User/Downloads/1_Interaprendizaje%20de%20Estad%C3%ADstica%20B%C3%A1sica.pdf

- Thompson, B. (31 de Marzo de 2017). *The Chuck Wagon*. Obtenido de <http://americanchuckwagon.org/chuck-wagon-history.html>
- Valladares, A. (2014). *Proyecto para la implementación de un “Food Truck gourmet” de comida típica ecuatoriana para el sector de “La Mariscal” ubicado dentro del Distrito Metropolitano de Quito*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/4365/1/UDLA-EC-TLG-2014-30.pdf>
- Veinitmilla, A. (08 de agosto de 2017). *Plazas con toque gastronómico*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/sabores/plazas-toque-gastronomico-quito-foodtrucks.html>
- Veintimilla, A. (31 de Octubre de 2017). *¿Se establecerán ‘food trucks’ en Quito?* Obtenido de <http://www.elcomercio.com/sabores/foodtrucks-quito-municipio-permisos-agenciametropolitanadecontrol.html>
- Veintimilla, A. B. (26 de junio de 2016). *La Platea inauguró la primera plaza de 'Food trucks'*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/tendencias/laplatea-plaza-foodtrucks-quito-restaurantes.html>
- Velasco, A. (2014). *Plan de negocios para la creación de un negocio de comida mexicana ambulante (food truck) para la distribución de alimentos en la Avenida Isabel La Católica y calle A. Mena Caamaño en la ciudad de Quito, Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3274>
- Vendy Awards. (31 de Marzo de 2016). *About The Vendys*. Obtenido de <http://www.vendyawards.streetvendor.org/street-vendor-project/>
- Walker, J. (2008). *The Restaurant from concept to opertaion*. Obtenido de <http://s1.downloadmienphi.net/file/downloadfile6/151/1382185.pdf>

ANEXOS

Anexo A Guion de entrevistas Miembro de AEFT

Entrevistador: Alejandra Vicuña Tapia

Fecha: 2017

Lugar: A convenir

Guion:

- 1) ¿Quién fue el primer emprendedor en introducir el *food truck* al mercado quiteño y de dónde surge la idea?
- 2) ¿En qué fecha, quién tomó la iniciativa y cómo fue el proceso de formación de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?
- 3) ¿Cuál es la estructura organizacional de la asociación, existe un presidente, hay jerarquía dentro de la misma?
- 4) ¿Cuál es el principal objetivo de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?
- 5) ¿Quiénes fueron los primeros miembros de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?
- 6) ¿Cuántos miembros componen actualmente la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?
- 7) ¿Los miembros de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se encuentran ubicados únicamente en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca?
- 8) ¿La Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, opera en otras ciudades del país?
- 9) ¿Qué relación tiene la asociación ecuatoriana de *food trucks* con las nuevas plazas de *food trucks* y plazas de *containers* instaladas alrededor de la ciudad?
- 10) Desde que se conformó legalmente la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, ¿En qué lugares han estado funcionando?
- 11) ¿Qué problemas tuvo la Asociación en un inicio para funcionar libremente?
- 12) Además de la inexistencia de una normativa de funcionamiento, ¿se tuvo problemas con los vecinos y negocios aledaños a los lugares donde se ubicaban?
- 13) ¿Desde cuándo están ubicados en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca?

- 14) ¿Qué permiso tienen para poder funcionar libremente en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca?
- 15) ¿Qué opina la asociación sobre la normativa para el funcionamiento de los *food trucks*?
- 16) ¿Los camiones pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se rigen a la ordenanza emitida para los *food trucks* en general? (En caso de ser una respuesta afirmativa, qué aspectos toman en cuenta y qué aspectos no) (En caso de ser una respuesta negativa, ¿por qué?).
- 17) ¿Qué servicios y productos ofrece la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?
- 18) ¿Qué días de la semana existen el mayor flujo de personas?
- 19) ¿Qué cantidad aproximada de clientes tienen semanalmente?
- 20) ¿Cuál creen que ha sido el nivel de aceptación y posteriormente satisfacción de sus consumidores?

Gracias por sus valiosas respuestas y tiempo

Anexo B Guion de entrevista Food trucks independientes

Entrevistador: Alejandra Vicuña Tapia

Fecha: 2017

Lugar: A convenir

Guion:

- 1) ¿A qué asociación pertenece?
- 2) ¿Cuándo fue creada y con qué objetivo?
- 3) ¿Está reconocida legalmente?
- 4) ¿Cuántos miembros forman parte de su asociación?
- 5) ¿Hay jerarquía dentro de su asociación, es decir Presidente, secretario, etc.?
- 6) ¿Cuáles son los beneficios de formar parte de su asociación?
- 7) ¿Cómo funciona su asociación, es decir en dónde se ubican sus food trucks y cómo toman esta decisión?
- 8) ¿Qué requisitos se necesitan para formar parte de su asociación?
- 9) ¿Qué opina sobre la pre normativa emitida?
- 10) ¿Qué gestión ha estado realizando para que se emita una nueva normativa?
- 11) ¿Cómo espera que sea la nueva normativa?
- 12) ¿Qué opina acerca de las nuevas plazas de food trucks y containers instaladas alrededor de la ciudad?
- 13) ¿Qué relación tiene la asociación con las nuevas plazas mencionadas?

Gracias por su tiempo y sus valiosas respuestas

**Anexo C Guion de entrevista Propietarios/administradores de restaurantes aledaños al
parqueadero del MAGAP**

Entrevistador: Alejandra Vicuña Tapia

Fecha: 2017

Lugar: A convenir

Guion:

- 1) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?
- 2) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?
- 3) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?
- 4) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?
- 5) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?
- 6) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?
- 7) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?
- 8) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto económico a su negocio?
- 9) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?
- 10) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

Gracias por su tiempo y valiosas respuestas

Anexo D Diseño de la encuesta



Encuesta para conocer el nivel de satisfacción de las personas respecto a los servicios que ofrece la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks en la ciudad de Quito

Después de un cordial saludo, solicito de la manera más comedida se tome unos minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta:

1.- Edad

- 18 – 29
- 30 – 39
- 40 – 49
- 50 en adelante

2.- Género

- Femenino
- Masculino

3.- Procedencia

- Quito
- Valle de los chillos
- Cumbayá - Tumbaco
- Otro

4.- Ocupación

- Trabajo fijo
- Estudiante
- Ama de casa

5.- Nivel promedio de ingresos mensuales

- Salario básico \$ 375.00
- Sobre los \$ 375.00
- Bajo los \$ 375.00

6.- ¿Conoce la definición de “food truck”, es decir el concepto que maneja este tipo de negocio?

- Sí
- No

7.- ¿Cómo se enteró de los food trucks de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

- Redes sociales
- Familiares, amig@s, conocid@s
- Otro

8.- ¿Cómo calificaría la atención al cliente de los food trucks de la AEFT?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

9.- ¿Cómo calificaría los productos (alimentos) que ofrecen los food trucks de la AEFT?

- Excelente
- Buena
- Regular
- Mala

10.- Considera que los precios que manejan los food trucks de la AEFT son:

- Altos
- Normales
- Bajos

11.- ¿En qué sector de la ciudad preferiría encontrar los food trucks?

- Centro
- Norte
- Centro - Norte

12.- ¿Con qué frecuencia consume en los food trucks de la AEFT?

- 1 vez al día
- 2 veces por semana
- 1 vez por semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez al mes

13.- ¿Cuál es el principal motivo por el que consume en los food truck de la AEFT?

- Rapidez del servicio
- Precios accesibles
- Moda - tendencia
- Sabor
- Diversidad de productos
- Ambiente

Ubicación

Otro

14.- ¿Considera que la higiene del lugar, en general, es?

Excelente

Buena

Regular

Mala

15.- Para la población en general, considero que los food trucks de la AEFT son un emprendimiento:

Positivo

Negativo

16.- En cuanto a la oferta gastronómica (productos alimenticios) de los food trucks de la AEFT, considero que es:

Positiva

Negativa

17.- ¿Qué problema considera usted que traen los food trucks al lugar en donde se ubican?

Tráfico

Bulla excesiva

Contaminación excesiva

Molestia a vecinos

Molestia a negocios aledaños

Ninguno de los anteriores

18.- ¿Considera que los food trucks de la AEFT, es un negocio que se mantendrán a lo largo del tiempo?

Sí

No

Ha finalizado la encuesta

Gracias por sus valiosas respuestas y tiempo

Anexo E Transcripción de entrevistas

Entrevista N° 1

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Vicente Meneses – Propietario del *Food Truck* “El Grill del Che”.

Lugar: Quito, Parqueadero del MAGAP

Fecha: 29 de marzo del 2017

AV) ¿Quién fue el primer emprendedor en introducir el food truck al mercado quiteño, y de dónde surge la idea?

VM) Bueno, el food truck quiteño, yo creo que viene hace unos 5 años atrás, soy uno de los fundadores, habíamos 4 food trucks, pero en ese tiempo era totalmente ilegal, entonces bueno mi idea cuando yo hice el food truck hace 5 años atrás comencé con una camioneta china pequeña, la idea era para ir a los pueblos y tratar de vender ahí, porque ahí es menos control.

AV) Gracias, ¿en qué fecha y quién tomó la iniciativa y el proceso de formación de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?

VM) Bueno, la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se fundó hace 2 años atrás, fuimos 4 muchachos que emprendimos, había una marca, Inka Burger, El Grill del Che, Pizza Rodante y había Calle Sabor, las 4 personas comenzamos con la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks y éramos los únicos que estábamos en Quito.

AV) Gracias, ¿Cuál es la estructura organizacional de la asociación, existe un presidente, hay jerarquía dentro de la misma?

VM) Bueno, esto siempre hubo, estaba todo constituido legalmente con abogado, con todo y seguimos luchando, lo que pasa es que el Municipio también nos ha puesto tantas trabas, que muchos negocios han ido quebrando y se han ido retirando de la asociación, comenzamos 6 , 8, y ahora hay como 440, es el último censo.

AV) ¿Pero, existe ahora un presidente de la asociación, o no?

VM) Sí existe un presidente, un secretario, pero prácticamente la asociación está quedada porque no se puede mover, no se puede, como te digo, fomentar más la asociación porque

tenemos muchas trabas, entonces cada cual ha ido metiendo en patios, entonces no hemos dado, apertura o realce a la asociación, entonces se ha quedado muerta la asociación, pero tenemos un presidente, tenemos todo.

AV) En ese contexto ¿cuál es el principal objetivo de la asociación?

VM) El objetivo era brindar plazas de trabajo a los emprendedores y tratar de ayudar, pero lamentablemente no tuvimos el apoyo de las autoridades y prácticamente la asociación está establecida y, o sea, sería lindo tal vez que las autoridades nos den apertura para seguir dando, porque esto es un emprendimiento propio para las personas que quieren poner un negocio.

AV) ¿Quiénes fueron los primeros miembros de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?

VM) Bueno habíamos 4 marcas, Grill del Che, Inka Burger, Pizza Rodante y Calle Sabor.

AV) Y actualmente ¿cuántos miembros componen la asociación?

VM) Bueno la asociación está compuesto de 11 miembros, pero hay algunos que no salen por la falta de fluidez, por el clima, por todo, hay muchos afectos que han afectado a la asociación, pero hay que seguir en la lucha.

AV) ¿Los miembros de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se encuentran ubicados únicamente en el Parqueadero del Ministerio de Agricultura?

VM) Sí estamos en el Ministerio de Agricultura y unos cuatro carros están puestos en unas plazas y nosotros de parte de la asociación también es brindar en lo que es, en los eventos, estamos ahí metidos siempre.

AV) ¿Operan en otras ciudades los camiones de la asociación?

VM) Bueno es, hay algunos carros que sí van a otras ciudades, he tenido la oportunidad de visitar Ambato, Pelileo, Santo Domingo, he ido a Ibarra y a los pueblos aledaños que se mueve.

AV) ¿Qué relación tiene la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks con las nuevas plazas de food trucks y plazas de containers instaladas alrededor de la ciudad?

VM) Bueno, nosotros no tenemos ninguna relación porque el objetivo de los food trucks es moverse y estar en la calle, estar al aire libre, en las plazas yo creo que es como un centro comercial, bueno es mi manera de pensar, pero no tenemos ninguna relación con ellos.

AV) Gracias, ¿Desde que se conformó legalmente la asociación, en qué lugares han estado funcionando?

VM) Bueno nosotros comenzamos en la Shyris, después pasamos a la Portugal y después la Portugal lamentablemente se volvió una locura que no hubo control de nada porque nosotros teníamos un compromiso con la gente de ahí, entonces nosotros dejábamos limpiando todo pero, se volvió una locura que dejaban regado aceite y todo y con razón, entonces prohibimos y después de la Portugal venimos acá al MAGAP hasta el día de hoy.

AV) ¿Y qué problemas tuvo la asociación en un inicio para funcionar libremente?

VM) El problema es a nivel de permisos porque no existe una ordenanza que diga hay un food truck ambulante o un permiso específicamente para un food truck, entonces legalmente no hay la base, ni el municipio lo tiene, entonces nosotros hemos sacado permisos a base de restaurantes, pero no ambulante, o sea es un permiso, pero no es legal todavía.

AV) Y además de la inexistencia de una normativa de funcionamiento, ¿Tuvieron problemas con los vecinos y negocios aledaños en donde se ubicaban?

VM) Bueno, de parte de la asociación, nosotros siempre hemos tratado y hemos hecho acercamientos con las personas o con los vecinos que hemos estado porque es una manera de pensar que tenemos que tener una convivencia, pero lamentablemente hay otras personas que no son miembros de la asociación, pues han tenido problemas por el ruido, por la basura, por todas esas cosas, pero es muy difícil controlar cuando no tienes autoridades que nos ayuden a controlar.

AV) Y actualmente, ¿qué permiso tienen para poder funcionar en el parqueadero del Ministerio de Agricultura?

VM) Bueno, nosotros hemos pasado todos los permisos que nos han pedido, lo que es LUAE, lo que es bomberos, lo que es ambiente, sanidad, hidrocarburos y tenemos un permiso pero para estacionar dentro de un parqueadero privado, no podemos estar en la calle todavía porque ahora hay una ordenanza o una, que salió una multa de \$800.00 para los food trucks si estamos parados en la calle.

AV) ¿Y pagan algún tipo de arriendo en el Ministerio de Agricultura?

VM) No pagamos ningún arriendo simplemente tenemos un convenio que nosotros tenemos que dejarlo limpio todo, tal como nos dejan, tener seguridades, todo y no no no, no pagamos ningún arriendo por el momento.

AV) ¿Y desde cuándo están ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura?

VM) Nosotros estamos acá casi un año y medio ya.

AV) Gracias. Actualmente ya existe una normativa para el funcionamiento de food trucks en general, pero qué opina la asociación sobre esta normativa.

VM) No, normativa todavía el municipio no ha sacado, lo que intentaron sacar es una normativa para atacar en la calle pero nadie creo que estaba de acuerdo porque teníamos que pagar \$7.800 al año más, durante 4 horas diario para poder trabajar y creo que \$7.800 es una locura.

AV) Cambiando un poco de tema, en cuanto a los servicios y productos que ofrece la asociación, ¿cómo se los describiría, qué tipos de productos ofrece?

VM) Bueno, la asociación ofrece productos lo que es al día, nosotros tenemos un control de calidad de la propia asociación que tratamos de trabajar bajo las normativas de higiene, de calidad, de enfriamiento, de ruido, de, creo que la asociación cumplimos la mayoría de cosas que nos han pedido y nosotros mismo somos un filtro para entre nosotros mismos controlar la calidad de los productos, del aseo, de todas esas cosas.

AV) ¿Qué días de la semana existe el mayor flujo de personas?

VM) Bueno, aquí no hay, pero siempre es Viernes y Sábado, pero no hay como decir nada porque nosotros somos enemigos de la lluvia a veces cuando llueve la gente no sale y creo que no sale y ahí es mucha gente va a las plazas y hay mucha gente que le gusta venir a comer al aire libre todas esas cosas, pero te diría que es viernes y sábado.

AV) ¿Y en qué horario funcionan normalmente?

VM) Nosotros trabajamos desde las 5y30 de la tarde hasta las 10 de la noche.

AV) ¿Todos los días?

VM) Todos los días, de lunes a sábado.

AV) ¿Qué cantidad aproximada de clientes tienen semanalmente?

VM) Bueno, naturalmente, nosotros tenemos una fluidez de unas 500, 600, 700 personas a la semana, hay veces que sube, hay veces que baja, todo depende también del clima.

AV) Gracias, y finalmente ¿cuál cree que ha sido el nivel de aceptación y posteriormente satisfacción de los consumidores de los food trucks de la asociación?

VM) Bueno, yo creo que esto es una estadística muy fácil de describirlo porque si nosotros aguantamos y estamos bastante tiempo en el MAGAP es porque los productos siempre han sido buenos y la gente nos busca porque hay producto, encima que es bueno, económico y es un producto de calidad.

AV) Muchas gracias por sus respuestas y por su valioso tiempo también.

VM) No gracias a ti y esperamos que la gente venga y disfrute de la comida de los food trucks.

Entrevista N°2

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: David Maldonado – Propietario del Food Truck “Inka Burger” y de “Quito Beer Garden”.

Lugar: Quito, Inka Beer Garden, Gaspar de Villaroel y Jorge Drom

Fecha: 05 de abril del 2017

AV) ¿Quién fue el emprendedor en introducir el food truck al mercado quiteño y de dónde surge la idea?

DM) Bueno, nosotros como Inka Burger nacimos en octubre del 2015, si bien es cierto, no fuimos el primer food truck en Quito porque ya había unos 2 o 3 food trucks, pero sí fuimos el primero que salió con una propuesta muy sólida, basada en buen producto, en buen mercado, en una excelente atención al cliente, más que nada trayendo gastronomía innovadora no, como debe de ser un food truck, al combinar todos estos elementos, fuimos el food truck que realmente empujó todo, todo el movimiento, entonces empezamos a tener bastante éxito y esto lo logramos con mi socio Mario Hidalgo, que los dos también tenemos ya bastante experiencia en lo que es todo lo de restaurantes y gastronomía ya por más de 7 años, entonces empezamos, plasmamos

toda esa información y la hicimos de un food truck que a la vez queríamos que se vuelva una cadena también de comida rápida.

AV) Gracias, pero por ahora ¿no mantienen el concepto de food truck, están ubicados en plazas?

DM) Estamos en plazas pero sí mantenemos, nosotros tenemos 2 food trucks y lo importante es que nosotros somos el único food trucks que se mantiene también yendo a eventos no, entonces ya no es tanto en las calles por asuntos de normativa, pero sí en parte nosotros estamos yendo a los mejores eventos de la ciudad, recién estuvimos en el Secret Garden, hemos estado en Amazonic y también en empresas grandes como Uribe Schwarzkopf, en colegios como el SEK, como el Antisana también han confiado en nuestros servicios, siempre estamos yendo a todos estos eventos.

AV) Gracias, en cuanto a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, ¿en qué fecha se formó, quién tomó la iniciativa y cómo fue el proceso de formación?

DM) Bueno, nosotros, la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks se canalizó a través de Inka Burger, nosotros lideramos el proceso de la formación legal de la asociación, somos la única asociación que existe del gremio, reconocida por el Ministerio Laboral, entonces en febrero, a raíz de lo que a nosotros nos confiscaron el carro, porque fuimos también los únicos a los que nos han confiscado el carro, fue que empezó también, fue la pauta para empezar con esto de la normativa, ahí empezamos a reunirnos con las personas que ya estaban en el mercado, que ya estaban saliendo y empezamos con 5 miembros, nosotros somos los presidentes de la asociación y empezamos obviamente a través de un abogado a hacer todos los estatutos de la asociación, todos los requerimientos legales, conformamos la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, que actualmente tiene 13 miembros.

AV) ¿Tal vez recuerda la fecha en la que se formó?

DM) Se formó, no recuerdo la fecha exacta, pero en el mes de febrero del 2016.

AV) Gracias y ¿cuál es la estructura organizacional de la asociación, hay jerarquía o un presidente dentro de la misma?

DM) Sí, hay un presidente, el presidente de la asociación es mi socio, Mario Hidalgo Rivera, yo me encargo de todos los asuntos que son de comunicación y comercialización de la

organización, o sea yo soy siempre estoy activo con todo lo que tiene que ver con relaciones comerciales, entrevistas, todo lo que es agenda de medios, hemos estado en radio, televisión, los periódicos, hablamos siempre de todo lo que es el movimiento food truck.

AV) ¿Cuál es el principal objetivo de la asociación y qué beneficios tiene pertenecer a ella?

DM) El principal objetivo de la asociación fue, el empezar a formar una agrupación que pueda luchar por la regularización del movimiento no, o sea que busque también todo lo que es la, la normativa, todo lo que es que se comprenda de qué se trata el movimiento y lo logramos de una manera en que el municipio también empezó a abrir las puertas y lanzó una ordenanza no, para los food trucks en el 2016 a finales, yo creo que básicamente es fue el principal objetivo. El segundo objetivo de la asociación, es siempre procurar por el buen negocio de todos los food trucks que están involucrados, es decir, buscar eventos, a la mayoría de eventos vamos en grupo, hacemos negociaciones en grupo, hacemos una organización y acudimos a eventos masivos que nos piden de 10 a 15 food trucks, vamos nosotros con eso.

AV) Gracias, ¿actualmente, son 13 miembros nos dijo verdad?

DM) Sí.

AV) ¿Los miembros de la asociación se encuentran ubicados en diferentes partes de la ciudad, en plazas, sin ningún impedimento?

DM) Sí, inicialmente nosotros como Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, nos ubicábamos detrás del Ministerio de Agricultura, en la Amazonas y Eloy Alfaro, ese sitio lo conseguimos también a través de una gestión de la asociación con el Ministerio de Agricultura, quienes nos concedieron el espacio a partir desde las 5 de la tarde en adelante todos los días no, estuvimos ahí por bastantes meses cuando estaba el movimiento en auge, hacíamos eventos y todo, viviendo realmente la esencia de food truck que es en la calle no, luego empezaron las plazas y obviamente las plazas te ofrecían casi lo mismo pero con mucha más comodidad, entonces poco a poco se fue desapareciendo el interés por esa zona por parte de los miembros y la abandonamos no, y cada miembro seguimos en contacto pero cada uno está, algunos en plazas, otros en algunos lugares en la calle, que ellos obtuvieron a través de la normativa, pero cada uno está en su lugar no, actualmente donde nos juntamos siempre son en eventos donde nos requieren ir

todos, hacemos agrupación, nos comunicamos entre nosotros y vamos como asociación a diferentes eventos importantes.

AV) Gracias, ¿operan en otras ciudades del país?

DM) No, actualmente, solo en la ciudad de Quito, al principio obviamente nos pedían también esta situación de poder ver cómo nos expandíamos a otras ciudades, pero lamentablemente como es el caso de Guayaquil, lo prohibieron de raíz no, entonces, en Guayaquil te vas a encontrar que no hay un solo food truck a pesar que ha sido un movimiento fuerte acá y era más que obvio que se iba a replicar en Guayaquil, el municipio lo prohibió, lo sancionó de raíz y nunca se abrieron ningún food truck allá, tengo entendido que en Cuenca también tuvieron problemas con el municipio, entonces en sí el movimiento se pasmó totalmente no, antes de consolidarse.

AV) Gracias, ¿desde que se conformó legalmente la asociación, en qué lugares han estado funcionando?

DM) Desde que se conformó la asociación hemos estado funcionando en la Shyris, donde hacíamos los primeros festivales de food trucks que teníamos una acogida de alrededor de unas 2000 personas por noche, o sea era increíble, nosotros empezamos a hacer los festivales de food trucks ahí en la calle, luego de eso tuvimos obviamente problemas con los locales comerciales que expendían alimentos ahí, fuimos a la Portugal y República del Salvador, donde también replicamos los mismos problemas con la comunidad de locales comerciales de alimentos que habían ahí y nos pasamos finalmente atrás del Ministerio de Agricultura.

AV) Gracias, y ¿desde qué fecha están ubicados en el parqueadero del Ministerio?, porque todavía hay algunos food trucks ahí.

DM) Sí, en el ministerio estábamos ubicados a partir desde marzo del 2016.

AV) ¿No tienen planes para regresar nuevamente allá?

DM) Lo que queremos como asociación es bueno un poco asentar los negocios, nosotros siempre nos hemos caracterizado por liderar los movimientos de la asociación y también a la vez como salimos con una visión bastante grande para Inka Burger, hemos estado muy muy ocupados expandiéndonos la marca, entonces no hemos podido liderar en sí ya la asociación, pero en 1 mes o 2 planeamos volver a las calles no, porque la ordenanza en sí, hubo una situación

en el 2016 donde se hizo una ordenanza directa por parte del alcalde, que era temporal, en donde se iba a evaluar los aspectos de la ordenanza que habían propuesto, pero a nadie le interesó porque los puestos donde el municipio estipuló que se pongan los food trucks no tenían atractivo comercial, o sea no pasaba gente, para ser más claros y costaban alrededor de \$500,00 al mes, la licencia costaba \$6000.00 anual, entonces de los 100% de food trucks, se presentaron alrededor de un 10% para la normativa, al otro 90 no le interesó. Entonces, nosotros estamos planeando volver a las calles para retomar esto, para retomar que el municipio vuelva a darle importancia al movimiento food truck, como se han abierto tantas plazas, ellos también se cruzaron de plaza y dijeron yo creo que ya no necesitan la normativa, ya no la sacaron, entonces nos hemos dado cuenta que no ha habido un liderazgo por parte de nadie de la asociación ni por parte de otros movimientos independientes de food trucks, por volver a esto no, entonces nosotros de hecho lo vamos a volver a hacer, en un par de meses cuando estemos un poquito más desocupados.

AV) ¿Desearían que se modifique la normativa que ya hay?

DM) Normativa como tal no hay, me falla la palabra, que es un término técnico, pero es un proceso en donde el Alcalde te dice, perfecto, yo doy la orden firmada para que se pruebe una pre normativa, entonces eso fue lo que se dio, se dio esa orden por parte del Alcalde, se probó la pre normativa, fue un fracaso total y como todo el mundo se empezó a meter en plazas, ya nadie les exigió y lo dejaron al tema ahí. No existe actualmente una normativa para food trucks para trabajar en la calle.

AV) Gracias, en el caso de Inka Burger, ¿qué flujo de personas tienen aproximadamente a la semana?

DM) Bueno, actualmente, nosotros tenemos 5 puntos de venta, mantenemos siempre, no hemos hecho todavía local, siempre nos mantenemos en el modelo de food trucks, contenedores, no cierto, nosotros tenemos alrededor de unas 2000 personas diarias en promedio que asisten a nuestros 5 puntos de venta, o sea semanalmente estamos hablando de un promedio de unas 12000 a 15000 personas.

AV) ¿Qué días de la semana se podría decir que hay el mayor flujo de gente?

DM) El mayor flujo de gente siempre hay los días jueves, viernes y sábado, son los días con mayor flujo de venta y siempre en la noche por lo general, nosotros también como Inka Burger hemos creado espacios propios donde recreamos un ambiente de calle no, donde puedes estar un poco libre, los niños pueden jugar por ahí, donde te puedes sentar, puedes tomarte una cerveza, entonces hemos tratado de recrear eso y nos hemos mantenida de esa manera, entonces al complementar con otros productos y servicios, también hemos tenido mayor rotación de clientes y que se concentran por lo general en estos días que te menciono.

AV) Gracias, entonces en su caso actual, ¿cuál cree que ha sido el nivel de satisfacción y aceptación de los consumidores?

DM) El nivel de satisfacción de los consumidores yo creo que va por un 90% con Inka Burger, hemos mantenido bastante fuerte la clientela, hemos posicionado muy fuerte la marca a través de estrategias también comerciales y de mercadeo, nosotros nos caracterizamos también por hacer muchísimo mercadeo digital, que lo trabajamos in house, o sea nosotros mismos trabajamos nuestras redes, no tenemos ninguna agencia, hacemos nuestros diseños, hacemos nuestras planificaciones comerciales, entonces eso nos ha ayudado también a imprimirle personalidad a la marca y la hemos posicionado bastante fuerte, todo negocio también que se vuelve famoso tiene sus detractores, entonces en una parte si consideramos que ese 10% también es un precio que un paga porque la marca se vuelva famosa no.

AV) ¿Pero se promocionan básicamente por redes sociales, se publicitan?

DM) Sí, mayoritariamente por redes sociales, en Facebook tenemos, ya estamos llegando a los 50000 fans que es bastante fuerte, somos la red de hamburguesas con más fans de todo el Ecuador y lo hacemos de una manera honesta no, puedes comprar a veces likes, hay otras redes que ves que crecen muy fuertemente, nosotros lo hemos hecho con mucho trabajo y también relacionándonos bastante con el cliente, pero además de eso manejamos también Instagram, manejamos Twitter y también hacemos gestión comercial, nuestro negocio ha aparecido en absolutamente todos los canales de televisión del Ecuador, en todo lo que es la prensa, hemos aparecido en El Comercio, en la Hora, en el Telégrafo, en Últimas Noticias, en Líderes, hemos aparecido en revistas como A Bordo, en canales hemos estado en programas como Día a Día,

hemos estado en el Mañanero, hemos estado en el noticiero de Gama, hemos estado en casi todos los noticieros y en muchos programas de variedades.

AV) Gracias, y ¿tal vez conoce los nombres de los 13 miembros actuales de la asociación?

DM) Sí, bueno está Calle Sabor que es de hamburguesas, está Waldo que es de comida americana, está La Lonchera que es de comida criolla, está la Cosecha que es de choclitos, está Hotchis que es de choripanes artesanales, está Hot Truck que es de hot dogs, está Sucreme que es de crepes dulces, está El Che Grill que es de parrilladas, está Rolling Food que es de alitas, entre esos no, está el Seco también, pero bueno, es importante decirlo que ya algunos negocios de la asociación ya han desaparecido o han quebrado no, entonces igual muchos de los food trucks que salieron, nosotros empezamos, como te dije, puede decirse entre comillas que somos los primeros, a raíz de lo que salimos, en un año se hicieron más de 150 food trucks, de los cuales yo creo que ya ha desaparecido un poquito por ahí, por la mitad, y también como se han creado también bastantes plazas y marcas se han generado más de 700 nuevas marcas de comida a raíz de nuestra salida, entonces es un negocio muy complicado, pero entonces, también el tiempo y el mercado, va mermando un poquito la situación no.

AV) Gracias, y la última pregunta es, en cuanto a los que están en el Ministerio de Agricultura, ¿qué permiso tienen para funcionar ahí libremente?

DM) Lo que pasa es que el Ministerio de Agricultura es un espacio público privado no, o sea, es privado, pertenece al Ministerio de Agricultura, y es público porque es una entidad pública, pero las normas del uso del espacio público, que es lo que te penan cuando estás en la calle, no se aplica, no se aplica porque estás en un espacio privado, se puede decir que es como una plaza.

AV) Pero, ¿pueden quedarse ahí hasta nueva orden entonces?

DM) Sí, exactamente, hasta que el Ministerio decida que ya no estemos ahí, pero por lo general no ha habido ninguna objeción de ellos porque es un espacio inutilizado a partir de las 5 de la tarde que es donde nosotros utilizábamos y algunos de los socios siguen utilizando.

AV) Bueno, eso ha sido todo, le agradezco muchísimo por su tiempo y por sus respuestas también, muchas gracias.

DM) Gracias igualmente.

Entrevista N°3

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Waldo Benalcázar – Propietario de “Waldo Food Trucks”.

Lugar: Quito, Av. Galo Plaza Lasso y Porfirio Romero

Fecha: 09 de abril del 2017

AV) ¿Quién fue el primer emprendedor en introducir el food truck al mercado quiteño y de dónde surge la idea?

WB) Bueno, existe la teoría de que inicia con Inka Burger la tendencia food truck, pero en realidad la tendencia food truck nace 2 años antes no, me parece, yo leí en una revista llamada líderes, que sale aproximadamente para el año 2012 una food truck que se llamaba el “Burro Chingón”, me parece, algo así el nombre, era un restaurante de comida mexicana, el cual pertenecía a 3 emprendedores y se ubicaban básicamente en Cumbayá, es por eso que no fue muy conocido en la ciudad de Quito, fue una tendencia demasiado nueva por decirlo así, tuvieron una buena aceptación durante un tiempo, aproximadamente durante unos 6 meses tuvieron una aceptación increíble, al año mantenían un producto estrella y a partir del año, año y medio, empieza a decaer la tendencia para ellos, sin embargo tomando en cuenta, nosotros justamente los años de funcionamiento, justamente empiezan a decaer ellos lastimosamente antes del boom food truck por parte de, se puede decir los food trucks más comerciales actualmente, ellos me parece que salen del mercado aproximadamente unos 6 meses antes de que inicie Inka Burger la tendencia más amplia no, posteriormente a este food truck de comida mexicana, aparece el food truck llamada la pizza rodante, que hasta el momento también se mantiene activo, pero sí, este es uno de los food trucks que abrió y al momento también se permanece activo con restaurante ya fijo en la ciudad, perdón en Cumbayá, entonces para mí son ellos los iniciadores.

AV) Gracias, ¿en qué fecha, quién tomó la iniciativa de formación de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?

WB) Bueno, la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, nace según, yo no pertencí inicialmente a la asociación, sino llegué en una segunda tanda por el mes de junio, pero según hemos comentado con los socios que son más antiguos, nace aproximadamente por el mes de

enero del año 2016 debido a que existía cierto nivel de necesidad ante lo que es inseguridad y también el crear un espacio permanente de enfocamiento en gastronomía no, en este caso se reunieron algunas marcas y decidieron que lo mejor era estar unidos justamente por el rechazo que existía de algunos ambientes que estaremos tratando más a futuro, esto nace para mí a mediados de enero del 2016.

AV) Gracias, ¿cuál es la estructura organizacional de la asociación, existe un presidente o hay jerarquía dentro de la misma?

WB) Bueno, efectivamente, existía en la asociación un presidente, el cual era Mario Hidalgo, esta presidencia fue escogida a penas se inició la asociación, en los meses de enero, febrero, del 2016, él pertenecía como presidente y también estaban como miembros lo que es Calle Sabor y también el food truck llamado El Grill del Che, que oficialmente ante la constitución pertenecían a esta asociación, es decir, ellos eran los miembros pertenecientes a la asociación que tenían un voto oficial y adicionalmente quienes tenían, se puede decir, un cargo ante la constitución como presidente Inka Burger, vicepresidente estaba justamente miembros de Calle Sabor y también tesorero, Jessica de Calle Sabor.

AV) Gracias, ¿cuál es el principal objetivo y beneficios de pertenecer a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks?

WB) Bueno, particularmente hasta cuando estuvo operativa la asociación completa, el beneficio era básicamente poder acudir a eventos relacionado a la asociación, eventos privados, eventos públicos y adicionalmente también poder tener un espacio en donde se parqueaba la asociación, justamente en un principio era la Shyris y posteriormente la Portugal y posterior a esto fue la Eloy Alfaro y Gaspar de Villarroel, justamente, perdón Amazonas y Eloy Alfaro, justamente en el parqueadero del MAGAP, sí.

AV) ¿Quiénes fueron los primeros miembros de la asociación?

WB) Bueno, déjame ver si es que me acuerdo de todos porque eran algunos, pero te comento, inicia con Inka Burger, Calle Sabor, El Grill del Che, Sándwich Monkey, también estaba perteneciente Mr. Americano, pertenecía Rolling Food, también lo que era el Dulce Placer de heladería, también estaba presente, déjame ver quién más estaba ahí, Fries & Grill, y me parece

que uno más nos está haciendo falta, ah La Lonchera, La Lonchera que fue básicamente la persona que a nosotros nos introdujo en la asociación.

AV) ¿Y actualmente cuántos miembros la componen?

WB) Bueno, activos activos, porque te puede decir, yo también ya no salgo tanto como salía antes, activos que estén directamente relacionados a la asociación, están El Grill del Che, está La Cosecha y un nuevo integrante que es Hotchis, son los 3 que permanecen constantemente en el punto de inicio que es el parqueadero del MAGAP ubicado en la Eloy Alfaro y Amazonas.

AV) Gracias, ¿usted personalmente, que food truck posee, qué tipo de comida ofrece y en dónde se ubica?

WB) Bueno, nosotros, nuestro, mi food truck se llama como mi nombre, es Waldo Food Trucks, tenemos comida americana con una tendencia a cocina experimental y también un poco de lo que es cocina americana pero del centro no, tenemos algunos productos, los cuales en su momento fueron muy diferentes, otros tomando en cuenta los que se iniciaron, eran ya conocidos no, un producto muy conocido de nosotros es el Feeli Cheese, el cual cuando nosotros lanzamos era el iniciador, según tengo conocimiento no existe otro que tenga el conocimiento y tenga también el tipo o el nivel de este sánduche, que es un sánduche de lomo fino con una, se puede decir una sazón americana, tiene pimientos caramelizados, cebollas caramelizadas, extra queso cheddar, nosotros le damos con una salsa de carne para poder limpiar el sánduche al estilo americano...

AV) ¿Y en dónde está ubicándose?

WB) Bueno, nosotros estamos ubicándonos, cuando salimos, directamente en el parqueadero del MAGAP, en la Eloy Alfaro y Amazonas y también nos encontramos atendiendo eventos particulares.

AV) Gracias, ¿la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, operan en otras ciudades del país?

WB) Bueno, que yo tenga conocimiento, te puedo decir que no, porque particularmente en otras ciudades que son, se podría decir que son importantes, o que tienen una importancia urbana, no fue tomada o muy bien acogida la iniciativa food truck, tenemos el caso de Guayaquil, que cuando se intentó llevar allá en un principio la iniciativa por los meses de junio, justamente sacó

la alcaldía un comunicado oficial en el cual estaban particularmente prohibidos este tipo de negocios dentro de la ciudad no, del perímetro urbano de Guayaquil, es por eso que no se pudo expandir mucho, tenemos conocimiento actualmente que no la asociación, pero algunos food trucks particulares, independientes, se han movilizado a algunas ciudades particularmente tenemos en Ambato, Cuenca y me parece que en Ibarra, son las 3 ciudades que en este momento tienen algunos food trucks, pero no relacionados a la asociación.

AV) Gracias, ¿qué relación tiene la asociación con las nuevas plazas de food trucks y plazas de containers que se están instalando?

WB) Bueno, las plazas food truck, es una tendencia que nace a la imposibilidad de ponerte, o utilizar el espacio público de la ciudad, es por eso que, lastimosamente se abandona un poco la iniciativa food truck y se compromete más a lo que es la tendencia de los patios. En este caso, no existe ningún tipo de, podríamos decirlo, de vinculación oficial entre la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks y los diferentes patios de comida en la ciudad, sin embargo, miembros independientemente de su asociación, con la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, han decidido invertir y crear o sus plazas, o estar en diferentes plazas food trucks, es importante recalcar que esta iniciativa de las plazas se las toma en cuenta a partir de lo que es el iniciador la Platea no, la Platea inicia la tendencia de lo que es una plaza tipo food truck, con, se podría decir no containers, sino con una especie de remolques pequeños urbanos, posteriormente nace el container en Cumbayá que es el que ya populariza esta tendencia no, y esto en razón de que tu tenías un negocio un poco más fiable, tenías un negocio que no estabas dependiendo del clima, que es un factor importante, y estabas enfocado a la tendencia tradicional de tener un espacio privado no, que toda la gente pueda tener sus asientos, pueda tener sus comodidades, entonces, al existir una ineficiente normativa, llamémosle de esta forma, la mayoría de food trucks, para evitar una posible llamada de atención, una posible sanción o multa por parte de la policía metropolitana, deciden tener o ir a un espacio el cual ya podían llamar propio no, y no aventurarse a tener una multa proporcionada por la policía metropolitana, es por eso que se crea y tiene, empieza a existir este auge de las plazas food truck en la ciudad.

AV) Gracias, y en un inicio a parte de no tener una normativa lista para poder funcionar ¿qué otros problemas tuvo los food trucks de la asociación?

WB) Bueno, en sí los food trucks, el inconveniente mayor es, se podría decir, la mala relación que existe con la tendencia gastronómica nacional, con los vendedores informales, hemos tenido malas experiencias, he tenido una mala experiencia a nivel local, con los vendedores informales debido a que son muy agresivos no, existe un cierto recelo respecto a las nuevas tendencias y se estima que, bueno nosotros no queremos desestimar el trabajo de las personas independientes de negocios informales, sin embargo nosotros nos manejamos con niveles de asepsia y respetando mucho las normas de higiene, sin embargo, esto ha sido tomado en cuenta como una desventaja competitiva con los negocios informales, por lo cual existe bastante renuencia de parte de ellos y en ciertos casos aislados un cierto grado de violencia hacia los food trucks, esto, aparte de lo que es los inconvenientes con la policía metropolitana, que fueron el principal factor, determinante para que los food trucks abandonen su iniciativa urbana, son en combinación, se podría decir, la razón por la cual los food trucks tienen cierto inconveniente para ponerse en las calles no, son los principales factores para poder uno no expandirse o no regresar a la calle o no tomar en cuenta lo que era el trabajo urbano.

AV) Y actualmente se encuentran ubicados en el parqueadero del Ministerio de Agricultura, ¿qué permiso tienen para poder funcionar ahí?

WB) Bueno, te comento, no es un permiso oficial, sino más bien es una carta que se ha hecho, evocando al sentido de coparticipación gubernamental por el emprendimiento familiar por decirlo así, lo que se hizo es solicitar a través de una carta, que se nos pueda proporcionar el parqueadero del Ministerio de Agricultura y Pesca, utilizándolo a partir de horas no laborables no, o a partir de horas que sus servidores públicos abandonen el parqueadero del MAGAP, justamente para no interferir con su trabajo ni tampoco causar incomodidad con ellos, es por eso que la carta está evocando justamente a la intención de permitirnos trabajar, el derecho de laborar y adicionalmente el poder nosotros alegrar o poder nosotros hacer un poco más popular esta zona que en un momento estaba considerada como una zona roja de la ciudad no, completamente abandonada y cuando llegan los food trucks, justamente toma o resalta este espacio y todo lo que es el área de la República del Salvador, tomando en cuenta que las plazas existentes en el momento se han puesto alrededor de donde nosotros iniciamos no, es por esto que justamente ocupa que nosotros podamos hacerlo. Actualmente, la semana anterior se envió una nueva carta a lo que es el Ministerio para renovar este compromiso mutuo.

AV) Gracias, ¿qué opina la asociación acerca de la pre normativa que se emitió?

WB) Bueno, la verdad es que como asociación hubo muchos comentarios que se pusieron en contra no, existen dos bandos los cuales los unos son la aceptación de estos espacios y el otro, en la que yo me incluyo es la no aceptación de estos espacios debido a que en lo particular, no son comerciales, están completamente alejados de una posible tendencia urbana, de un interés comercial, no existe movimiento ni peatonal ni vehicular, entonces son lugares de muy escasa venta, de muy escaso nivel comercial, entonces nosotros justamente hemos evocado al sentido común de las autoridades, para la siguiente normativa o la normativa final, en la cual sería poner a nuestros vehículos en lugares en los cuales se pueda incentivar no, se puede trabajar en conjunto con lo que es el municipio, justamente tratando de recuperar estos errores que se cometieron por parte del municipio y tomando en cuenta por otra parte que todos los 190 espacios aproximados que tenía el municipio, solo 6 fueron utilizados, eso te puede decir el nivel de aceptación que tuvo con los food trucks esta pre normativa no y también es un base para que el municipio tome en cuenta para la siguiente normativa, el tomar en cuenta el bajo nivel de interés y aceptación que tuvo en esta pre normativa hecha en el año 2016, particularmente en el mes de octubre y en la actual que se pronostica que esté saliendo para mediados o finales de este mes, sin embargo estamos trabajando para presionar justamente que esa normativa salga lo más rápido, en interés de todos nosotros no, no solamente de un grupo particular sino de todos los food trucks, porque es para nosotros un interés de que los food trucks, las personas que han invertido en este negocio, puedan tener una pequeña recompensa por eso no, puedan tener un espacio fijo, un trabajo decente y un apoyo hacia todo lo que es las personas en cuanto a nivel gastronómico que podamos hablar.

AV) Gracias, entonces ¿se podría decir que actualmente los camiones de la asociación no se rigen a la pre normativa existente?

WB) Exacto, te comento que, particularmente de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks, ninguno de nuestros camiones se puso en un espacio fijado por lo que es la normativa, entonces tomamos en cuenta esto para indicar de que los food trucks no lo tomaron de muy buena manera, por decirlo así. Te comento que en este momento, CONQUITO es la agencia encargada de lo que es la emisión de la normativa no, particularmente esto está dentro de un departamento de

CONQUITO, no recuerdo en este momento el nombre, pero se está trabajando, se ha hecho la normativa, utilizando otros elementos del mismo municipio no, como lo que es la policía metropolitana y también con la agencia de territorios, incorporando también a este el ministerio de salud pública como un ente rector de lo que es la sanidad y manipulación de alimentos, entonces todos estos organismos en conjunto, lo que buscan justamente poner su grado de arena, por decirlo así, para que la normativa salga de la mejor forma. Los estudios de pre factibilidad que se hicieron para este pre normativa, fueron tomados independientemente de las agencias adicionales no, es decir, la agencia de, supongamos, la que maneja el espacio público, determina el espacio en virtud del uso respetando la movilidad humana, sin embargo esto contrapone la idea de negocio, porque se pone en primer lugar lo que es el uso del espacio público como vías transitables para el uso vehicular y también lo que son aceras para dejar libre para el uso peatonal, entonces es por esto que se ha tomado en cuenta mal estos factores y se ha puesto los espacios en lugares muy alejados en los cuales no hay mucho movimiento ni vehicular ni tampoco peatonal, entonces es por este motivo que la normativa, a nuestro punto de ver, no caló en el sentido popular, en el sentido de todos los food trucks, existiendo, como te decía, la razón de que solamente existieron 6 food trucks que pagaron por supuesto en la normativa y que el resto de food trucks se movilizaran hacia espacios privados viendo los altos costos en primero lugar de los arriendos que se tenía que pagar al municipio y en segundo lugar los altos niveles de las multas que te podían poner a tu vehículo por ponerte en un lugar urbano, en una calle, siendo en algunos casos hasta de \$800.00 por cada ocasión que te vayan a poner la multa.

AV) Gracias, entonces ¿quiénes se podría decir que están presionando para que se emita esta nueva normativa?

WB) Bueno, te comento, muy a mi pensar, tengo que comentarte de que en este caso solamente he sido yo. Lastimosamente, existió una reunión el 21 de diciembre del año 2016, me perdonan si tal vez me falla el día, pero me parece que fue el 21 de diciembre, en el cual se hizo justamente por la preocupación de CONQUITO del bajo nivel de aceptación del espacio público, entonces CONQUITO nos llamó a ciertas personas que nos fuimos a hablar en una primera instancia, a estamos preocupados justamente por trabajar en la mañana, en lo particular yo un mes antes de esta reunión, fui a presionar a CONQUITO para ver cómo estaba el tema de la normativa, es por eso que se tomó en cuenta mi nombre y se me tomó en cuenta para una reunión post

normativa, en esta reunión se nos indicó justamente cuál era los niveles de baja aceptación de estos espacios públicos, entonces particularmente estuvimos 15 food trucks, de los cuales solamente nosotros, mi food truck, pertenecía a una asociación, el resto eran independientes, entonces podíamos ver nosotros cómo se encontraba la iniciativa food truck a nivel independiente, que era para nosotros también saberlo, te lo digo como miembro de la asociación y también como interesado justamente en este nivel de inversión que hizo la gente, preocupado también por los problemas que estaban existiendo con estos food trucks independientes, se hizo un análisis, se determinaron factores clave y por parte del municipio existió un compromiso de crear unos work shops con lo que son los food trucks para poder crear la siguiente normativa para que venga pre establecida o pre evaluada por los food trucks, sin embargo, esa reunión fue el 21 de diciembre y se nos prometió una normativa ya final, tomando en cuenta estos puntos, para máximo finales de enero, lastimosamente, he sido insistente muchas veces con el municipio, en varias vistas presenciales, otras peticiones por escrito, lastimosamente, se nos ha indicado que no está lista la normativa, y particularmente, es un poquito entendible también, ha sido un factor determinante las votaciones actuales no, al ser un factor tan tan delicado el nivel político en nuestro país, ha sido determinante para que tome en cuenta otras cosas más prioritativas no, es por eso que nosotros justamente esta semana, estamos hablando de la segunda semana del mes de abril, estaremos acudiendo nuevamente, con un pequeño grupo de la asociación para ejercer un poco de presión y que se nos pueda indicar cómo se encuentra el estado de la nueva normativa, ya que nosotros estamos interesados en que el food truck urbano nuevamente vuelva a salir y ya para siempre.

AV) Gracias, y ¿personalmente, usted con su food truck, tiene planeado regresar al Ministerio de Agricultura, ubicarse nuevamente allá?

WB) Bueno, te puedo decir, este punto es bien bien personal para muchos, porque te digo, para nosotros nos evoca mucha nostalgia de una época, la cual fue, una época dorada para el movimiento food truck que encontrabas tú un alto nivel del ventas, además de un ambiente completamente alegre, la gente siempre se acercaba a los food trucks, tenía una buena percepción de tu negocio, tenía una buena percepción de tus productos, entonces el MAGAP en sí se forma, se hace lo que es una, podemos decir casi como un alma máter de los food trucks que trabajamos ahí, es por eso que muchos food trucks independientes trataron también de

tomarse ese espacio, porque era un espacio de ventas muy bueno, excelente en cuanto a ventas cuando inició, lastimosamente al existir esta, primero el inconveniente con la normativa, que estamos hablando se finaliza, sale más o menos para finales del mes de octubre, y empieza a ser aplicable ya para los primeros meses de noviembre, empiezan a existir a raíz de esta normativa la tendencia de los food trucks a formar sus propias plazas no, entonces qué es lo que sucede, las primeras plazas, o sea desde que el mes de octubre finaliza, las primeras plazas empiezan a construirse alrededor del MAGAP, del Ministerio de Agricultura y Pesca no, entonces justamente esto provoca que disminuya el nivel de popularidad de la plaza y la aceptación de la gente, entonces empezamos a ver que empieza a decaer un poco el nivel comercial de la plaza ya para mediados de noviembre, siendo ya muy crítico para los primeros días del mes de enero y extremadamente crítico para mediados de febrero, es por eso que el MAGAP se constituye más en un alma máter que en un punto comercial, sin embargo, al ser un lugar que como te digo, quedamos mucha nostalgia en nosotros, se lo trata de defender, existen camiones que lo defienden y en particular, cuando yo puedo ir, también acudir en apoyo de este punto lo hago, porque es un lugar bonito, es un lugar que a nosotros nos evoca muchos recuerdo chéveres, fue un lugar de unas ventas exitosas, completamente bueno y donde nosotros empezamos a descubrir hacia dónde estaba yéndose la tendencia no, fue justamente en razón de que la gente veía que alrededor de una plaza existía este tipo de movimiento, se empezó a crear estas plazas y se empezaron a popularizar más, es por eso que sí volvería al MAGAP, estamos con 5 compañeros de hecho, los cuales más estamos apoyando y seguimos apoyando la asociación, en función no solamente de nosotros, si no sabemos, como te digo una vez más, sabemos que la necesidad de este negocio es de muchas personas que invirtieron en el negocio, que muchas personas creyeron en que esto iba a ser un negocio rentable y apostaron mucho para ello y es por esas personas y por nosotros también que estamos trabajando en que esta normativa salga.

AV) Muchas gracias. Gracias por sus respuestas y por su tiempo también.

WB) No se preocupe, estamos para ayudarle.

Entrevista N°4

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistados: Diego Pozo y Christina Paladines; Presidente y Administradora de la Asociación de servicios de alimentación sobre ruedas

Lugar: Av. Amazonas y Av. Eloy Alfaro (Parqueadero del MAGAP)

Fecha: 26 de abril del 2017

AV) ¿A qué asociación pertenecen?

DP) Obviamente la Asociación de servicios de alimentación sobre ruedas.

AV) ¿Cuándo fue creada la asociación y con qué objetivo?

CP) A ver el proyecto nació en realidad como en el mes de octubre del 2016 y se consolidó digamos con la entrega de la documentación en la superintendencia de economía popular y solidaria, que es la institución que maneja el tema del pequeño emprendimiento y lo hicimos en Diciembre del 2016, estamos en espera de la personería jurídica en realidad estamos en eso y bueno, la asociación se creó realmente con el fin de reclutar a la mayor cantidad de food trucks a nivel nacional para evidenciar que el proyecto food truck no es solamente en la ciudad de quito sino que la iniciativa y el emprendimiento están a nivel nacional y por tanto necesitamos la regulación en un nivel mucho más amplio que una simple normativa municipal, ese fue el espíritu de creación de la asociación.

AV) Gracias, ¿está constituida legalmente?

CP) Están todos los papeles ingresados, tenemos resolución de nombre, podemos empezar a gestionar documentos como pre asociación, pero la personería jurídica aún no ha sido entregada.

AV) ¿Cuántos miembros forman parte de su asociación?

DP) Somos 8 en quito y 6 a nivel nacional, entre ellos, Cuenca, Ibarra, Portoviejo, Manta, Riobamba también, entonces la asociación no está ligada a el trabajo en un punto dentro de la ciudad, es la asociación para poder luchar una base legal más allá de una normativa.

AV) Gracias, ¿Hay jerarquía dentro de su asociación, es decir Presidente, secretario, vicepresidente?

DP) Sí, por los requisitos propios de crear una asociación dentro de la secretaría, hemos creado puestos jerárquicos, pero en realidad esto está basado más en un tema de apoyo a la parte urbana y al emprendimiento, constamos como administradora Christina, yo Diego voy como presidente y como secretaria está Fernanda del food truck Andariego.

AV) Gracias, ¿Cuáles son los beneficios de formar parte de su asociación?

CP) En un primer paso el tema formar asociación era hacer un poco de fuerza a nivel nacional del emprendimiento, pero a raíz de eso pues vamos buscando ciertas cosas que como socios, como asociados nos vayan ayudando, entre ellas está el buscar beneficios con proveedores, el buscar beneficios con instituciones públicas, buscar apoyo con diferentes auspiciantes, buscar puntos estratégicos para poder trabajar, eso entre los beneficios que te puedo comentar.

AV) Gracias ¿Cómo funciona su asociación, es decir en dónde se ubican sus food trucks y cómo toman esta decisión?

DP) Al ser una asociación a nivel nacional, nosotros no tenemos un punto específico en donde se parquean todos los food trucks, en realidad estamos, cada food truck tiene un punto en la ciudad en donde se parquea, desde 3 días exactamente estamos parqueándonos varios food trucks de la asociación atrás del ministerio del Agricultura, en el MAGAP, por un tema de crear un punto más vistoso donde podamos estar 3 o 4 carros, pero sin olvidar los puntos que ya tenemos creado en la ciudad, entonces esto es un tema más de apoyo entre asociados.

AV) ¿Y bajo qué permisos se estacionan en los otros puntos de la ciudad?

DP) Al no existir una normativa 2017, en realidad no te podría decir que tenemos algún permiso para podernos parquear, el permiso con el que contamos en realidad es la aceptación de los clientes en los puntos donde estamos, que nos ha dado mayores facilidades que una normativa, en algunos puntos tenemos compañeros con BangBurger que es de Christina que se lleva tan bien con toda la gente del barrio que tiene autorización de todo el barrio prácticamente para poder ponerse ahí y una autorización legal no existe.

AV) Pero, ¿han tenido problemas con las autoridades hasta el momento?

CP) Verás, más el tema de una persecución, digamos, se dio mucho en el 2016, la verdad es que el 2017 el tema ha bajado bastante, pero no tiene que ver solamente con algo de que no existe una normativa concreta, sino con algo político también, entonces el tema aquí se mueve de forma muy política y las persecuciones bajaron bastante en razón de la coyuntura política que vivimos este año.

AV) Gracias, ¿Qué requisitos se necesitan para formar parte de su asociación?

DP) Copia de cédula, el RUC del food truck y el aporte económico para poder tener el capital inicial que fue \$30.00.

AV) Gracias, ¿Qué opina sobre la pre normativa emitida?

DP) Fue una normativa, o pre normativa, que no estuvo dentro de los parámetros reales que es un food truck, a un food truck no se le puede establecer horarios como de 9 de la mañana a 3 de la tarde, no se le puede poner días solamente Sábado y Domingo o ponerle en Quitumbe solamente Viernes, Sábado y Domingo de 11 de la noche a 3 de la mañana, fueron horarios y puntos que no fueron estudiados previos a lanzar la normativa, existen muchos muchos conceptos dentro de la normativa que no van de acuerdo al movimiento food truck, entonces la normativa, a nuestra manera de ver, o bueno de manera muy personal no tuvo el estudio previo para poder lanzar una normativa bajo el concepto que es food truck; hay normativas en Estados Unidos, hay normativa en Bogotá, que van mucho más alineadas al concepto food truck, la de Bogotá está muy muy alienada al concepto de food truck de Nueva York, esto quiere decir que ellos están hasta dentro de los parques municipales, dentro de los parques más grandes de Bogotá vendiendo diferentes productos y muchos de los productos que están dentro de los parques son escogidos por el mismo municipios , entonces, ahí tú tienes un concepto del cual puedes establecer un carro de comidas móviles, porque vas al parque, te quedas un tiempo y luego sales y puedes estar en otro sitio durante la tarde o noche, sin que eso afecte a la circulación o aspectos de tráfico o ruido o movilidad que puede tener un food truck, en muchos de los casos el mismo municipio te da un punto de conexión a luz para que no uses generadores eléctricos.

CP) Sí, yo solo quiero acotar que desde nuestra perspectiva y desde el análisis legal y social que hemos hecho, creemos que la normativa que sacó el municipio fue una normativa apresurada para cubrir un asunto meramente mediático, fue una normativa, un elefante blanco, entonces lo que ellos hicieron francamente es buscar algunos ciertos elementos y le identifiquen como una resolución y nada más, pero definitivamente es una resolución tendiente a acabar con el emprendimiento food truck y eso sí tiene un trasfondo económico poderoso que nos lo dijeron las mismas personas que manejaron la normativa como es CONQUITO, como el la gente de Hábitat y territorio, en el hecho de que ellos no van a conflictuarse con los restaurantes porque son 15.000 restaurantes y nosotros somos 50 food trucks, entonces esta normativa no es inclusiva, no pensó en el emprendimiento y en el crecimiento, sino lo que hizo fue enterrar el pequeño emprendimiento con pretexto de que estamos afectando a un negocio mayoritario que es los restaurantes, cosa que no es así, que no es cierta, que no es real y que lamentablemente el municipio no consideró y no tomó los argumentos porque hubo intereses políticos y económicos atrás de todo esto.

AV) Gracias, ¿Qué gestión ha estado realizando para que se emita una nueva normativa?

DP) Hasta el momento hemos ya hecho un análisis, un estudio de cómo debería regularse el movimiento food truck en quito, bajo los parámetros reales del food truck, pero no hemos podido aún ingresar y poder pelear directamente dentro del municipio, hemos esperado en realidad tener la personería jurídica para entrar con un poco de respaldo legal ya que la ley de economía popular y solidaria nos respalda en su totalidad para este tipo de negocio, para este tipo de emprendimiento, entonces una vez que tengamos la personería jurídica como asociación, respaldada bajo esta ley, nosotros podremos ir y gestionar en el municipio con qué argumento, ustedes tienen una resolución y la resolución no está sobre la ley, la ley nos ampara para poder trabajar, entonces si la ley nos ampara, una resolución no te puede eliminar lo que dice la ley, y bajo ese concepto luchar por una normativa más apegada hacia la realidad de los food trucks, eso es lo que hemos hecho hasta ahora.

CP) Sí, en realidad como te dice Diego, nuestra función hasta ahora, bueno, fuera de reclutar a los food trucks y evidenciar un emprendimiento nacional es hacer los análisis respectivos legales, porque la verdad te digo, aquí no es solamente el tema municipio y aquí es algo que el

municipio se olvidó, aquí hay leyes más arriba que ellos, no son los que mandan, pueden ser muy autónomos y descentralizados pero en cosas de emprendimiento no son los que mandan, entonces en ese sentido, nosotros hemos hecho un análisis específico y concreto y tenemos un documento redactado que aún no ha sido enviado al municipio pero que te contempla la ley de economía popular y solidaria que contempla la ley de control de poderes de mercado, que es algo que ellos nunca tomaron en cuenta para hacer esta resolución y lo que hacen es demasiado limitante para los usuarios y eso es un delito, lo que están haciendo es un delito, hemos analizado con mucha profundidad el tema tributario, a respecto del SRI, tanto es así que ya existimos como actividad económica, o sea ya estamos regulados como actividad económica dentro del SRI y desde ahí debería haber partido el municipio para sacar una licencia de funcionamiento, una patente ligada a la actividad que te da el SRI, porque el SRI es lo mayor pues, igual hemos analizado con Diego el tema de Servicio de Contratación Pública que también nos identifica como una actividad económica, entonces, esas cosas el municipio se olvidó y lo que nosotros hemos hecho estos meses, a más de reclutar a la gente, de conversar con los food trucks y todo, es hacer este análisis para que tenga un sustento completamente estable de por qué el negocio food truck y el emprendimiento food truck puede seguir operando sin ser un problema.

AV) Y en este contexto se podría decir que los food trucks están legalmente reconocidos entonces.

DP) Ciertos parámetros sí, ciertos parámetros del tipo de negocio sí, como específico no, como decir el food truck está legalizado no todavía porque hay muchos vacíos legales, en ciertas partes sí está reconocida la actividad, en otras partes no está reconocida la actividad, el tipo mismo de vehículo que se utiliza, suponte en la ANT no está reconocido el tipo de acoplamiento que tenemos para los food trucks, pero si hay otro tipo de carros acoplados como ambulancias o carros de bomberos o grúas que sí pueden matricularse, o sea hay ese vacío legal ahí, porque la tipología de modificado para operación gastronómica no está legalizado, por eso hay muchos carros que no se los ha podido matricular.

AV) No se los puede categorizar.

DP) No está categorizado.

CP) Exactamente, lo que estamos buscando con esto es partir desde lo más básico, lo más básico es que tu herramienta de trabajo es un vehículo, por lo tanto tu vehículo debería tener algún tipo de categorización, entonces nosotros no estamos huyéndole a una normativa, no es que no queremos pagar, no es que estamos aprovechándonos de la calle y del espacio público, lo que queremos es una normativa en su integralidad, es decir que tenga un contexto integral, entonces lo que queremos es ir a la ANT, bueno, nosotros nos hemos movido también un poco en ese aspecto, empezar desde arriba, qué es lo básico, empezar por la ANT porque trabajamos en un vehículo y demostrarle a la ANT, lograr entrar en una categorización como vehículos de operación gastronómica, porque todos los vehículos que son food trucks tenemos alguna modificación de alguna manera, los remolques, los acoplados, los remodelados, los camiones, todos tenemos una cocina por dentro, entonces a eso es a lo que la ANT debería regularizar, debería normar, entonces de repente yo sé que si yo tengo un food truck yo ya no voy a hacer una revisión CORPAIRE 1 vez al año, tendré que hacerla 2 veces, porque me vean la centralina del gas, la mismas CORPAIRE, o sea a ese nivel es que queremos llegar porque así debería sustentarse un nuevo negocio, un nuevo emprendimiento, a esos niveles, entonces queremos empezar por ahí y pues de ahí en más ir a los siguientes niveles y el nivel más abajo lamentablemente es el municipio, porque lo único que puede regular el municipio es el aspecto de tránsito y movilidad.

DP) O sea hay que quedar claro en algo, nosotros no es que estamos en contra de que se nos norme, al contrario, nosotros estamos buscando la forma en que la normativa esté ligada a la realidad de los food trucks, nosotros estamos muy de acuerdo en que haya una ley o una normativa o una regulación que vaya acorde a nosotros y que de esa forma el movimiento food truck se pueda ir creciendo o se pueda detener en un momento, porque va a llegar el caso de que vaya a haber tanta oferta para tan poca demanda que va a colapsar quite, entonces esa es la idea, entonces no estamos en contra de que se nos norme y queremos estar en la calle porque queremos estar en la calle, no es así, queremos estar en la calle de una forma legal, que no se nos vea como una competencia deshonesto a restaurantes, queremos que se nos vea como lo que en realidad somos, emprendedores.

CP) Un nuevo giro de negocio, una nueva clase de negocio, eso.

AV) Gracias, ¿ustedes que food truck poseen?

DP) Yo soy el dueño de la taquiza, comida mexicana, elaborado de forma artesanal.

CP) Y yo soy dueña de BangBurger que es un, mi carro se llama Raquel.

AV) Gracias, ¿Qué opina acerca de las nuevas plazas de food trucks y containers instaladas alrededor de la ciudad?

DP) Mira, esto es como te digo, te doy un concepto muy personal, es un negociado de los dueños de las plazas, no es un negocio para el emprendedor, entonces hay dos conceptos muy distintos, negociado que es lucrar de lo ajeno y negocio que en realidad es el emprendimiento que nosotros tenemos. A raíz de lo que la normativa impidió estar en la calle, que fue muy duro, nos vimos los food trucks obligados a meternos en plazas, pero en realidad los tipos de plazas que era la idea o concepto inicial, se le vio un negocio atrás de todo esto, al principio las plazas estaban creadas porque como no puedes estar en la calle te reúnes un grupo y alquilas un espacio entre todos de forma comunitaria, vieron la posibilidad de negocio los dueños y dijeron, les arrendemos, están desesperados, arrendemos el sitio, entonces ahora, tener que pagar \$2.000.00 por el puesto anual y además de eso pagar arriendos que van desde los \$400 aquí en el sur hasta los \$1.200.00 en Cumbayá, es una locura para el tipo de negocio que nosotros tenemos, entonces la idea no es crear un patio de comidas, sino la idea es estar cerca de los puntos donde no hay opciones de alimentación, porque si tu creas un patio de comidas como en un centro comercial tienes dos tipos de conceptos, el patio de comidas de un centro comercial está ahí para alimentar a la gente que está alrededor de todos los sitios que tiene el centro comercial, pero si tu creas una plaza de comidas, en un sitio como la plaza foch, tú tienes 11 ofertas de alimentación alrededor, rodeado de cerca de 12 o 15 ofertas más de alimentación, entonces estamos hablando que en un pequeño sitio de quito tienes casi cerca de 30 o 28 ofertas de alimentación para un target, una cantidad de gente muy pequeñito, entonces no es la idea, la idea es estar no en el punto donde va un montón de gente y hay un montón de restaurantes, porque como hay un montón de restaurantes ahí me ha de ir bien, no esa no es la idea, la idea es estar en un punto donde no exista restaurantes cerca, no exista gastronomía buena para poder servir a la gente que está alrededor.

CP) Y otra cosa importante que no consideraron en la normativa, te topo ese tema, es el hecho de que nosotros por algo nos movemos y es justamente para satisfacer las necesidades de alimentación en los lugares más recónditos y donde no hay nada, por ejemplo nos invitan mucho al tema de universidades, al tema de que haces un evento de capacitación y no tienes que darles de comer y claro, el food truck es una cocina entonces tú te mueves y la comida está limpia, está fresca ese momento la gente come, entonces esa es otra parte importante de este giro de negocio, de esta estructura de negocio. Yo solo un poco para complementar lo que dice Dieguito, ese es otro negocio, es algo diferente, y hay algo muy penoso en esto y es una realidad, inclusive los mismo dueños de food trucks llegaron a ser los mismos verdugos de los food trucks porque lamentablemente los mismos dueños empezaron a ser socios de quienes armaban las plazas o a ellos mismos a armar una plaza pero a razón de buscar un lucro exagerado con otros pequeños emprendedores y te digo la verdad, también hemos hecho un estudio de eso, en Quito hay más de 50 plazas, es una moda y cada semana se abre otra y otra, de repente eso sí ha saturado la ciudad y por eso estamos viendo que no han durado más de 6 meses muchas plazas y empiezan a quebrar, porque realmente es una moda y te digo la verdad, este negocio el municipio no tenía que ser tan rígido con lo que hizo porque este negocio es un negocio de resistencia, no es tan sencillo como tener un restaurante, no digo que tener un restaurante sea fácil, pero este negocio tiene un montón de complicaciones que solito va cayendo, si tú no eres lo suficientemente tenaz y no tienes la estrategia adecuada, solito va cayendo. Como toda moda empieza a decaer y es lo que pasa con las plazas.

AV) Entonces ¿creen que los food trucks son los que se mantendrán a lo largo del tiempo?

DP) Sí, los pocos que nos quedemos en la calle.

AV) Desde que su asociación se conformó ¿en qué lugares se han estado ubicando sus food trucks?

DP) Mira, hemos estado en Pomasqui, hemos estado en el centro de la ciudad, en Sangolquí, en Cumbayá, en el sur, por Solanda, por el parque lineal, en la Robles, en la Ulloa, hemos estado ahora unos días en el MAGAP, totalmente itinerantes de acuerdo al concepto food truck.

CP) Y no siempre todos en el mismo lugar, a veces yo con Diego, a veces yo con Fernanda, así, en el mirador de la Simón Bolívar, o sea hemos intentado realmente sacar a flote el concepto de food truck.

AV) ¿Si tienen acogida de las personas?

CP) Sí la gente nos recibe bastante bien.

AV) ¿Cómo se promociona o por qué medios?

CP) Redes sociales es lo que más hemos movido.

AV) ¿Cómo asociación o individual?

CP) Individual, a la asociación hasta no tener todo el respaldo legal más bien le hemos relegado, no significa que nos hemos quedado sin hacer acciones, pero más bien le hemos relegado en nombre, como para esperar el tema jurídico y todo el tema legal de la asociación.

AV) Ya y de acuerdo a sus conocimientos, ¿quién cree que fue el primer emprendedor en introducir el food truck al mercado quiteño?

DP) Mira, el food truck como concepto quiteño existe aproximadamente desde 1980, 1982, son 3 carros que hasta ahora existen, se los puede visitar en el redondel de la Villaflora, justo por las rieles del tren que da desde la Villaflora hacia el antiguo camal, justo en esta parte de las rieles del tren existen 3 carros que ya son conceptos modificados, siempre tuvieron sus cocinas dentro de los carros, preparan los alimentos dentro de los carros y los sirven a la gente que está sentada en ese momento, tienen sus mesitas, sus sillitas, es un concepto food truck 100% quiteño, si no estoy mal 1980, yo vivía alrededor del sector y siempre me acuerdo de eso, entonces esto es un concepto que ya lleva muchos años atrás, no es algo nuevo en realidad, el concepto nuevo es el concepto americano, porque estos food trucks que están en la Villaflora no tienen el brandeado que tenemos nosotros, no tienen la sofisticación, el tema más técnico, no tienen este concepto, suponte los platos decorados, una presentación de platos semi gourmet, ellos son los 3, son más populares, el uno vende secos, el otro vende guatitas y el otro vende secos y guatitas, así, se quedan hasta la madrugada, 4, 5 de la mañana, ellos suplen una necesidad a esa hora y es increíble porque como ya son más de 30 años que están ahí, la acogida que tienen es impresionante y nadie pensaría que en ese sector de la ciudad van a tener una acogida a ese

nivel, tú ves ahí a la madrugada de un martes parqueados taxis alrededor, por lo menos 30, 40 taxis, todos comiendo a las 3, 4 de la mañana que esa es la idea de un food truck, dar servicios de alimentación en horarios y en sitios donde no existe, entonces ellos nacieron allí, el concepto americano de food truck, con el brandeado, con el tema de presentación, la preparación de alimentación con temas técnicos, nace alrededor de unos 5, 6 años.

AV) Muchas gracias, entonces se podría decir que hasta el momento les está yendo bien con la asociación y los food trucks y el tema de la nueva normativa también.

CP) Sí, hay que pelear.

DP) Es un tema de lucha, de resistencia, como dice la Chris los que resistiremos seremos los que nos quedamos. Pero si nos va bien, pero no es una mina de oro como muchos lo vieron desde el principio, es un tema fuerte, es un desgaste físico, mental, muy fuerte, nosotros hemos luchado por permanecer en la zona urbana y nos ha costado, más allá del tema económico, nos ha costado físicamente, mentalmente, buscar sitios, estar presente, ganar gente, en muchos de los casos no llegar a vender nada y en otros casos que se nos acabe toda la producción que hicimos para el día, entonces sí nos va bien desde la perspectiva que lo veamos nos está yendo bien.

Muchas gracias por su tiempo y por sus valiosas respuestas también

Entrevista N°5

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Fausto Reyes

Lugar: La Cosecha – Parqueadero del MAGAP

Fecha: 29 de junio del 2017

AV) ¿Cuál es el proceso para ponerse un food truck?

FR) Primeramente realizamos un estudio general de las normativas, regulaciones y autorizaciones municipales, censo de los Food Truck existentes en el mercado y les segmentamos por la propuesta gastronómica que ofrecían. Analizamos la competencia que teníamos en base al producto seleccionado para nuestro Food Truck. Buscamos un vehículo que

vaya acorde con la idea del diseño y procedimos a adquirir una Kombi. Le diseñamos tanto en la parte interior como exterior de la misma según los requerimientos para la producción de nuestro producto. Paralelamente se veía posibles lugares donde estacionarse, a los proveedores de la materia prima necesaria en la producción y número de personal requerido para la atención al público. En Resumen: análisis y definición del producto a ofrecer, análisis y adquisición del vehículo requerido según necesidades, diseño interior y exterior del vehículo, proveedores de calidad requerida, contratación y capacitación de personal, análisis del sector donde se va a expender el producto.

AV) ¿Qué permisos se requieren?

FR) RUC/RICE, patente municipal, LUAE, permisos de bomberos, permiso publicidad móvil, matrícula del vehículo (pasar la revisión mecánica municipal Distrito Metropolitano de Quito.

AV) ¿Cuánto es la inversión?

FR) Nosotros invertimos 10.000 más o menos, tanto en vehículo como en diseños del mismo.

AV) ¿En qué período de tiempo se recupera la inversión y cómo se calcula dicho dato?

FR) Calculábamos recuperar en un periodo de 10 a 12 meses, en base a rentabilidad mensual planificada.

AV) ¿Cómo establecen los precios de los productos que ofrecen? ¿Manejan receta estándar?

FR) Sumatoria de los costos individualizados por unidad de venta, más costos de personal, gastos operativo, más la rentabilidad.

AV) ¿Es el mismo procedimiento para todos los food trucks?

FR) No, el procedimiento es según el criterio de los dueños, en base a su experiencia, conocimientos y destrezas.

AV) ¿Cuáles son los gastos mensuales y a cuánto ascienden en promedio?

FR) Gastos operativos 200, gastos de personal 600, adquisiciones 900.

AV) ¿Cuál es el promedio de ventas mensual?

FR) Promedio de 1.200 unidades.

AV) ¿Cuál es el promedio mensual de ganancia de un food truck?

FR) Promedio de 2.000 dólares

AV) ¿Cuáles son los requisitos para formar parte de la AEFT, tiene algún costo de entrada y/o mensualidad?

FR) Tener todos los documentos en regla tanto del representante como del vehículo, análisis del producto en calidad y precio que ofrecen, días de prueba dentro del lugar de expendio de la AEFT, donde se analiza la atención al público, votación interna sobre la aceptación al food truck, pago de una valor inicial por gastos administrativos, un valor pequeño mensual por gastos en administración, presentación de artistas o eventos a realizar.

Gracias por su tiempo y valiosas respuestas

Entrevista N°6

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Jonathan Napa

Lugar: Campero - Administrador

Fecha: 29 de junio del 2017

AV) ¿Qué opina acerca de la implementación de food truck pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks en el parqueadero del Ministerio de Agricultura y la plaza de comida La Pradera Food Truck Garden?

JN) No ha afectado este negocio en ningún sentido, pienso que es a negocios pequeños que afecta, pero aquí no ha tenido ningún tipo de impacto.

Gracias por su valioso tiempo

Entrevista N°7

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Johanna Iza

Lugar: El Antojo - Propietaria

Fecha: 29 de junio del 2017

AV) ¿Qué opina acerca de la implementación de food truck pertenecientes a la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks en el parqueadero del Ministerio de Agricultura y la plaza de comida La Pradera Food Truck Garden?

JI) No ha afectado de ninguna manera, aquí atendemos solo hasta las 3 de la tarde, entonces no nos afecta para nada.

Gracias por su valioso tiempo

Entrevista N°8

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Carlos Oñate

Lugar: Enrikos - Propietario

Fecha: 04 de julio del 2017

A) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

C) Desayunos, menestras, helados. Normalmente de 6 de la mañana a 6 de la tarde, de Lunes a Viernes y Sábado de 7 hasta las 2 de la tarde.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

C) Fue una excelente idea de las personas que crearon esto para involucrarse dentro de este rango del mercado. El hecho de tener otra opción acá, dice uno qué bueno que pensaron en algo distinto, algo nuevo porque la zona de La Pradera como tal va siendo favorecida.

A) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?

C) Uno a veces no tiene forma de medirlo, yo en el caso ya propio pienso que a la hora del almuerzo sí, y en las tardes me llegaba más gente a tomarse un cafecito, a compartir, pero lógicamente allí tienen toda una gama de productos tanto a medio día como en la noche que sí afecta, afortunadamente uno sigue viendo que la venta no ha bajado fuerte, pero dado que lo

conocen a uno, uno sigo promocionando, en mi caso no me ha afectado mucho pero sí tengo entendido que a varios restaurantes sí les ha afectado.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

C) Sí, sí lo conozco, realmente los camiones pues se pueden dar el lujo de estacionarse en otros lugares porque pues poseen su medio de transporte incluido, mientras que los containers son fijos, son ya allí estas plazas se abren para que la gente vaya siempre y sepa que siempre va a haber los mismos tipos de negocios, en cambio los food trucks a veces existen 10, al otro día van 8, de pronto llegan 15, o sea sí es diferente. Me parece mejor organización, mejor administración lo de la plaza.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

C) Pues, realmente es algo que se está dando en todo el mundo, pero lógicamente a veces no se mide mucho la calidad. Pienso que debería regularse un poco para que de verdad sean cosas buenas, no todos son malos no voy a decir. Me parece bien razonable que los hayan organizado, dicho que vayan a algunos sitios específicos, pero claro sí va a afectar a la zona donde estén.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

C) No tengo conocimiento específico, no. Sé que alguna vez se reunieron y se unieron y que la hay, pero no conozco ni cómo ni por dónde inició.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?

C) Yo creo que ellos más son de noche, entonces en el caso mío que yo tengo un horario hasta las 6 de la tarde, en mi caso no afecta, se de tercera personas que sí les había molestado que colocaran, también parecía que hacían allí medio conciertos, música, de todo en vivo, entonces parece que sí era la bulla y todo era medio complicadito, pero a mí no, personalmente a mí no me ha afectado.

A) ¿Entonces económicamente tampoco?

C) No económicamente a mí no me afecta por lo que yo cierro a las 6.

A) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?

C) Bueno no, yo creo que todo son opciones.

A) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

C) Bueno hay una cuestión, yo no manejo redes sociales, muchos restaurantes que se están montando por aquí como fueron los Bunker, movió tanto sus redes sociales, tanta gente vino, que en última nos dio un poquito la mano, porque no venían específicamente a nuestro sitio pero sí pasaban por acá, si les llamaba la atención, entraban y algo consumía, a mí no me afectó, realmente a mí no me afectó.

Muchas gracias por su tiempo y sus valiosas respuestas

Entrevista N°9

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Gina Montero

Lugar: Nuestro Refugio Café

Fecha: 04 de julio del 2017

A) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

G) El horario es de cuarto para las siete de la mañana a seis y treinta de la tarde, es una cafetería entonces ofrecemos desayunos, ensaladas frías y todo lo que tenga relación con lo que es el tema de cafetería, postres, pasteles, empanadas, empanadas de verde, bolones, humitas, jugos batidos.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

G) A mí me parece que está muy bien, era un espacio feo, olvidado, no me ha afectado en nada mi negocio realmente.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

G) Sí, sí conozco la diferencia mija.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

G) Mientras tengan las reglas de higiene y seguridad, no tengo problema, pienso que cada uno tiene derecho a forjar un trabajo digno para llevar el pan a su casa.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

G) No.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?

G) No, nada.

A) ¿Económico?

G) No tampoco.

A) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?

G) No, definitivamente no porque el tipo de clientela que yo tengo, con food truck o sin food truck, siempre van a estar aquí, les gusta la atención, les gusta los alimentos, el aseo, la variedad, la frescura.

A) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

G) Definitivamente no, porque yo no tengo dependencia del hombre sino tengo dependencia de Dios, y Dios da a cada uno lo que se merece de acuerdo a su esfuerzo.

Muchas gracias por su tiempo y sus valiosas respuestas

Entrevista N°10

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Paul Rivadeneira

Lugar: Vendedor informal detrás del parqueadero del MAGAP

Fecha: 04 de julio del 2017

A) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

P) Yo lo que ofrezco son empanadas de verde, bolones, muchines, corviches, el horario que yo atiendo es de 6y30 a 9y30 de la mañana.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

P) Que está bien por lo que aquí casi las comidas de los restaurantes son un poco caras y no son tan buenas como me han dicho. Entonces esa comedina que está aquí al ladito es más conveniente, o sea pueden más relajarse, hay más ambiente.

A) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?

P) No para nada.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

P) No.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

P) O sea dependiendo también de lo que se vayan a poner.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

P) No.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social o económico a su negocio?

P) No, para nada.

A) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?

P) Yo creo que sí, porque la mayoría casi va por ahí por cualquier necesidad que tenga o no encuentre por ningún lado de aquí cerca.

A) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

P) No.

Muchas gracias por su tiempo y por sus respuestas

Entrevista N°11

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Fernando Espinoza

Lugar: Sancho Chancho

Fecha: 06 de julio del 2017

A) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

F) Ya, a ver, mi negocio ofrece comida típica generalmente no, vendemos hornado, vendemos tortillas con carne, con chuletas, embutidos y pollo, también hago sánduches de pernil y sánduches de jamón. El horario es de 8y30 generalmente hasta las 6 de la tarde, de lunes a sábado.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

F) Bueno, es una plaza que atrae bastante gente y eso también como que ha bajado o ha tenido un impacto un poquito negativo en los locales de aquí del sector.

A) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?

F) Sí, sí ha afectado, realmente hay comida variada ahí, entonces la gente prefiere muchas veces irse para ese sector, entonces ha bajado un poco el tema de las ventas.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

F) Sí, sí.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

F) Bueno, yo creo que sería importante que regularicen permisos para eso pero viendo las zonas en las que se ubican porque hay locales que son generalmente muy afectados por ese tema.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

F) No, no.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?

F) ¿En la parte de atrás?

A) Sí.

F) Bueno, ese no tanto, porque ellos tenían un permiso solamente para funcionar en las noches, entonces a mí no me estaba afectando mucho ese, los food trucks.

A) ¿Entonces económicamente tampoco?

F) Económicamente tampoco, no era un impacto muy grande.

A) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?

F) No tanto, no no tanto.

A) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

F) Los food trucks no tanto, pero sí la plaza, la plaza sí es lo que está afectando más. La plaza de los contenedores. De la República.

Muchas gracias por su ayuda y por sus valiosas respuestas

Entrevista N°12

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Marco Dávila

Lugar: Las Sopas de siempre

Fecha: 06 de julio del 2017

A) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

M) Bueno básicamente el negocio ofrece sopas, tratamos de ocupar un nicho en el mercado que no estaba siendo atendido, que es el tema de las sopas tradicionales, entonces tenemos todos los días cinco tipos de sopa y aparte tenemos ensaladas y un par de antojos típicos también como mote con chicharrón y choclo con queso para acompañar las sopas. Nosotros atendemos de 11 de la mañana a 4y30 de la tarde de lunes a sábado.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

M) Bueno, la verdad no he ido a comer nunca ahí, la he visto, he pasado por ahí, me parece que estéticamente está bien. En general sobre las plazas de comida me parece que vinieron a ocupar un lugar que dejaron los food trucks o que los food trucks más bien cambiaron de actividad, lamentablemente creo, es mi percepción, que no es un negocio muy rentable, salvo para ciertos locales que ya tienen su estructura y su historia y su prestigio.

A) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?

M) No, no para nada, porque mi negocio como dije, es un nicho de mercado que no tengo competencia directa con ninguno de los locales que tienen ahí.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

M) Sí, bueno obviamente un food truck es un camión que puede parquear en cualquiera de las esquinas de Quito, puede cambiar de ubicación diariamente si gusta, versus la plaza de contenedores le llamaría más yo que de food truck porque ya no son camiones, son contenedores que han sido adecuados para estar en un solo lugar fijo.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

M) Yo creo que no es una mala idea, creo que la gente lo tomó a mal y sacaron de contexto el objetivo de un food truck, el objetivo de un food truck es estar en una esquina de alta demanda, no necesariamente permanecer todo el tiempo ahí, sino estar rotando de acuerdo a sus necesidades y a las necesidades del mercado, lamentablemente como digo, pasaron de ser food trucks a ser patios de comida ambulantes porque empezaron a reunirse en ciertas plazas, en

ciertas calles y hacían una serie de 5 o 6 food trucks seguidos, en donde obviamente perdieron el concepto de food truck.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

M) He escuchado de la asociación, me parece que hicieron un buen acercamiento con el SRI para el tema de impuestos, con el municipio para el tema de legalización de puestos, pero básicamente no sé qué les pasó, ya cuando el municipio los legalizó, ya no había quien quiera los puestos, porque cambiaron de actividad al tema de los contenedores.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?

M) Básicamente no, como digo, primero el horario de atención mío es hasta las 4y30 de la tarde, ellos empiezan a atender, me parece, que a partir de 4 o 5 de la tarde, entonces realmente no me afectan, el tipo de comida es diferente, el tipo de clientela es diferente, yo creo que los food trucks están orientados más a jóvenes, no sé por qué lo hicieron así, pero realmente he podido ver que el 80% de la clientela que ellos tienen son gente entre 16 y 24 años, son gente joven..

A) ¿Entonces económicamente hablando, tampoco se ha visto afectado su negocio por estos camiones?

M) No, no, para nada.

Muchas gracias por su tiempo y sus valiosas respuestas

Entrevista N°13

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Fausto Alarcón

Lugar: Menú del día

Fecha: 04 de julio del 2017

B) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

F) Ofrecemos desayunos, almuerzos, menús de cafetería, platos a la carta, carnes salteadas y a la plancha horario 06h45 a 17h00 hasta los días sábados.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

F) Es un tipo de comida pre elaborada, para nuestro medio novedoso, y esta fusionándose con comidas ya conocidas, un tanto informal, por no tener la suficiente infraestructura para comodidad, precios muy elevados.

A) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?

F) En definitiva sí, es otra opción de comida a medio día, es competencia, porque en el entorno hay en demasía este tipo de comidas van de unos 40 a 50 puestos de comida no solo la Pradera food, hay tras el Ministerio de Agricultura, El Bunquer en la calle Aguilera y Pazmiño. Y el requerimiento de comida por el sector más bien ha disminuido con la salida de una telefónica conocida en el sector, aproximadamente 300 personas, ahora el municipio además permite que en zona azul se destinen camiones de comida, son lugares exclusivos para este efecto conclusión a medio día tenemos una disminución de un 40% de clientes.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

F) La diferencia tal vez en el precio de las comidas por lo que unos están dentro de un espacio público no pagan renta y los otros en un lugar privado que pagan un alquiler por tal motivo el costo del producto es diferente, los unos irregulares y los otros regulados.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

F) Es demasiado, más bien le veo como un compromiso político de parte la Alcaldía para cumplir con algún ofrecimiento. Un crecimiento irracional hoy inauguran un lugar y al poco tiempo cierran ven algún terreno vacío y sin criterio ofertan y se montan mínimo 10 opciones o puestos de comida.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

F) No desconozco.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?

F) Sí, desorden, suciedad proliferan muchos mendigos se alimentan de los desperdicios que están en los basureros, no hay baterías sanitarias, no hay agua potable, olores fétidos después de lo que desocupan los puestos donde se colocan los camiones, inseguridad.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto económico a su negocio?

F) No estos son en otros horarios.

A) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?

F) Estos están en horario nocturno no afecta mi negocio. Por el horario.

A) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

F) Esta no por el horario. No se olviden que también este lugar destinan para diferentes ferias de comidas fiestas de Quito, damnificados por el terremoto unas semanas destinan a Esmeraldas otra a Manabí o ferias de ventas comida criolla de cualquier Provincia y esto si afecta por el Horario coincidente de nuestro negocio.

Muchas gracias por su tiempo y sus valiosas respuestas

Entrevista N°14

Entrevistador: Alejandra Vicuña

Entrevistado: Kamila Suhail

Lugar:

Fecha: 07 de julio del 2017

C) ¿Qué tipo de comida ofrece su negocio y en qué horarios?

K) Comida rápidas, de lunes a viernes desde las 6 am hasta las 8 pm.

A) ¿Qué opina acerca de la plaza de comidas “La Pradera food truck Garden”, ubicada en la Av. República y Eloy Alfaro?

K) Tiene sus pros y sus contras, es decir hay variedad de comida pero perjudica a los demás comerciantes que están mucho más tiempo en el negocio.

A) ¿Considera que la plaza antes mencionada ha afectado de alguna manera a su negocio?

K) No, porque tenemos clientes fijos y hay diferencia con respecto al valor y sabor de las comidas.

A) ¿Conoce la diferencia entre food truck (camión de comida) y plaza de food truck/container?

K) Sí.

A) ¿Qué opina acerca de la implementación de food trucks (camiones de comida), en general, en la ciudad de Quito?

K) Puede afectar a los restaurantes y vendedores.

A) ¿Tiene algún conocimiento acerca de la Asociación Ecuatoriana de Food Trucks (AEFT)?

K) Sí.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto social a su negocio?

K) No, en lo absoluto.

A) ¿Considera que la ubicación actual de los food trucks pertenecientes a la AEFT, es decir en el parqueadero del MAGAP, generan algún tipo de impacto económico a su negocio?

K) No.

A) ¿Considera que las personas prefieren consumir alimentos en los food trucks de la AEFT del ministerio del MAGAP y por qué?

K) Depende, porque hay diferentes sabores y precios, sería el gusto de cada cliente.

A) ¿Considera que el nivel de ventas de su negocio se ha visto afectado con la implementación de food trucks de la AEFT en el parqueadero del ministerio del MAGAP?

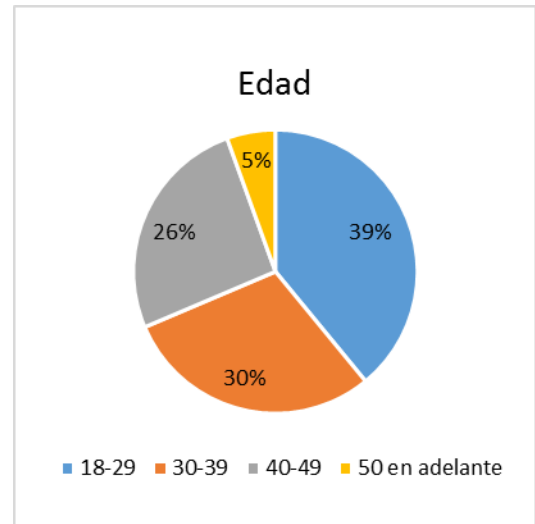
K) No, porque cada quien tiene sus clientes y varía la diferencia de precios en comparación.

Muchas gracias por su tiempo y sus valiosas respuestas

Anexo F Tabulación de encuestas

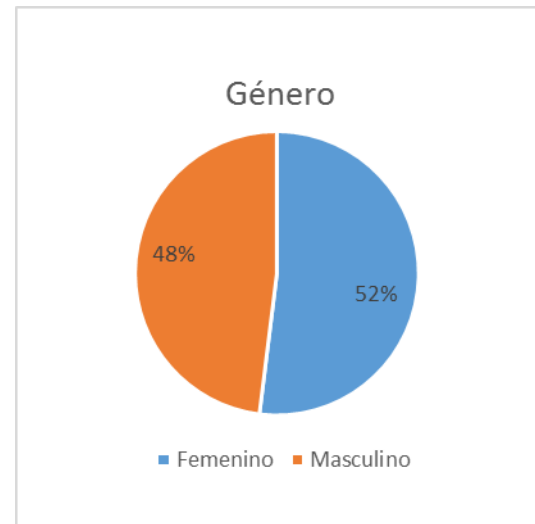
Pregunta N°1: Edad

Variable	Respuestas	Porcentaje
18-29	148	39%
30-39	112	30%
40-49	98	26%
50 en adelante	21	6%
Total	379	100%



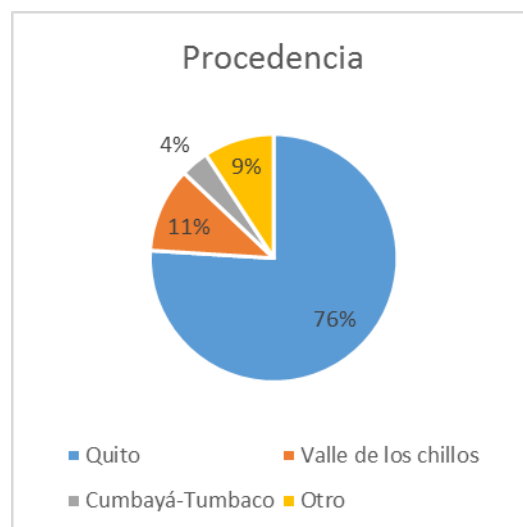
Pregunta N°2: Género

Variable	Respuestas	Porcentaje
Femenino	197	52%
Masculino	182	48%
Total	379	100%



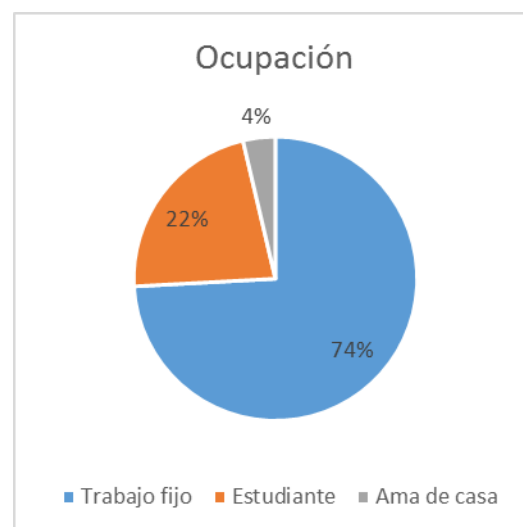
Pregunta N°3: Procedencia

Variable	Respuestas	Porcentaje
Quito	288	76%
Valle de los chillos	42	11%
Cumbayá-Tumbaco	14	4%
Otro	35	9%
Total	379	100%



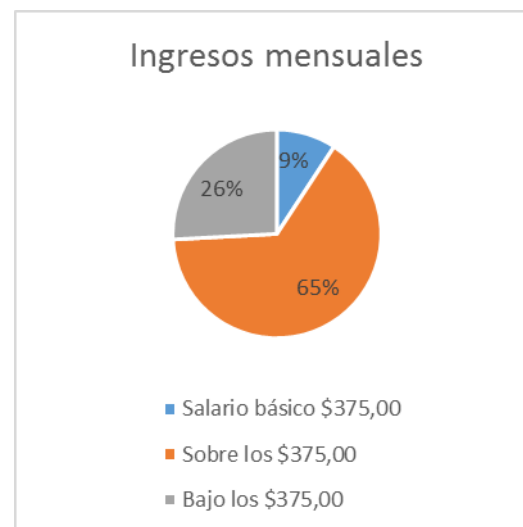
Pregunta N°4: Ocupación

Variable	Respuestas	Porcentaje
Trabajo fijo	281	74%
Estudiante	84	22%
Ama de casa	14	4%
Total	379	100%



Pregunta N°5: Nivel promedio de ingresos mensuales

Variable	Respuestas	Porcentaje
Salario básico \$375,00	35	9%
Sobre los \$375,00	246	65%
Bajo los \$375,00	98	26%
Total	379	100%



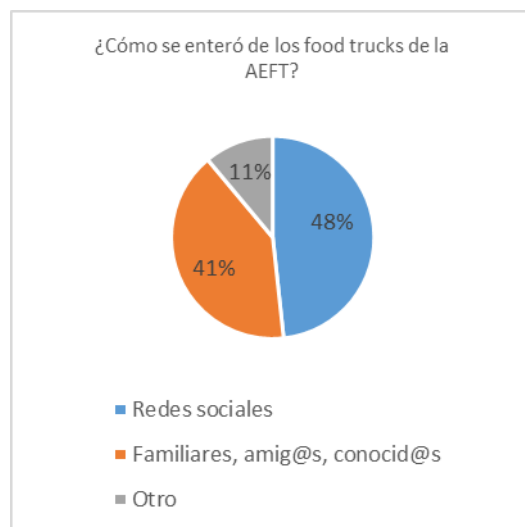
Pregunta N°6: ¿Conoce el concepto de "food truck"?

Variable	Respuestas	Porcentaje
Sí	372	98%
No	7	2%
Total	379	100%



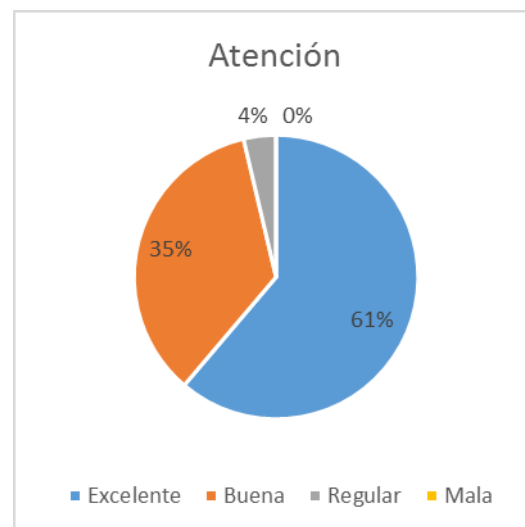
Pregunta N°7: ¿Cómo se enteró de los food trucks de la AEFT?

Variable	Respuestas	Porcentaje
Redes sociales	183	48%
Familiares, amig@s, conocid@s	154	41%
Otro	42	11%
Total	379	100%



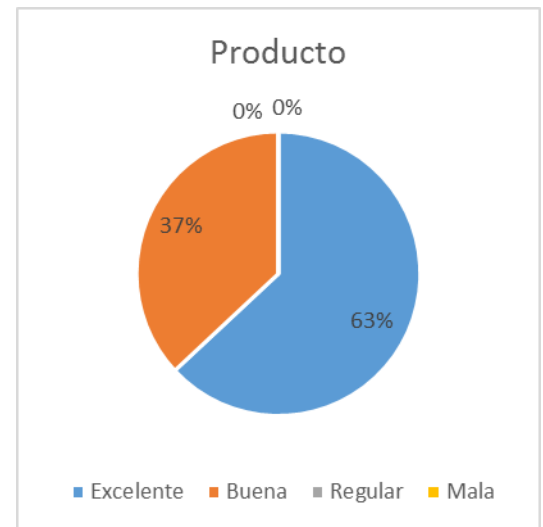
Pregunta N°8: ¿Cómo calificaría la atención al cliente de los food trucks de la AEFT?

Variable	Respuestas	Porcentaje
Excelente	232	61%
Buena	133	35%
Regular	14	4%
Mala	0	0%
Total	379	100%



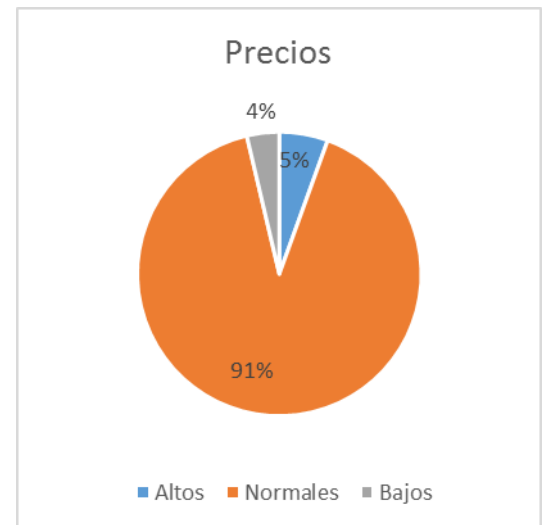
Pregunta N°9: ¿Cómo calificaría los productos que ofrecen los food trucks de la AEFT?

Variable	Respuestas	Porcentaje
Excelente	239	63%
Buena	140	37%
Regular	0	0%
Mala	0	0%
Total	379	100%



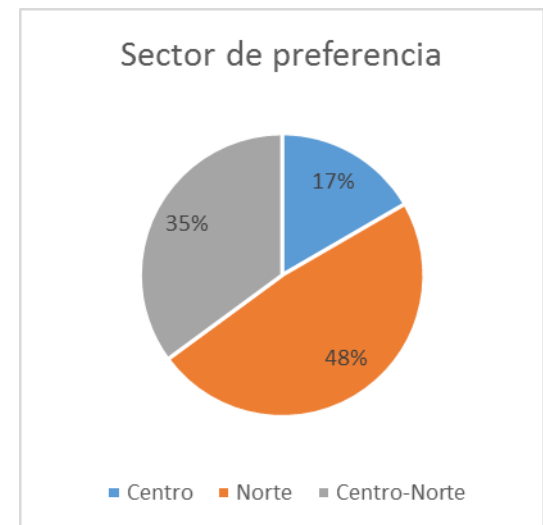
Pregunta N°10: Precios

Variable	Respuestas	Porcentaje
Altos	21	6%
Normales	344	91%
Bajos	14	4%
Total	379	100%



Pregunta N°11: Sector de preferencia

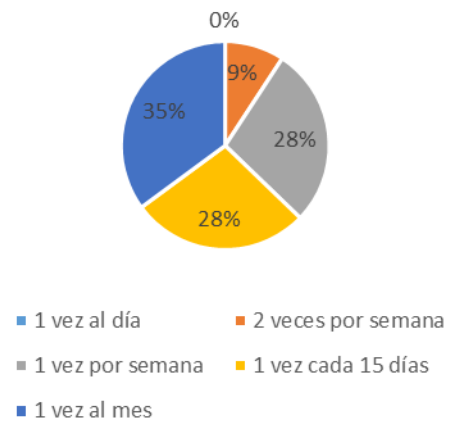
Variable	Respuestas	Porcentaje
Centro	63	17%
Norte	183	48%
Centro-Norte	133	35%
Total	379	100%



Pregunta N°12: Frecuencia de consumo

Variable	Respuestas	Porcentaje
1 vez al día	0	0%
2 veces por semana	35	9%
1 vez por semana	106	28%
1 vez cada 15 días	105	28%
1 vez al mes	133	35%
Total	379	100%

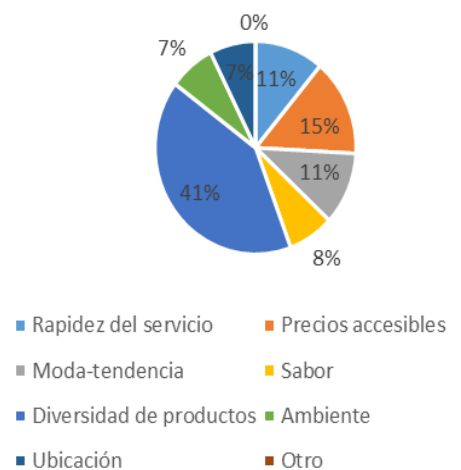
Frecuencia de consumo



Pregunta N°13: Motivación

Variable	Respuestas	Porcentaje
Rapidez del servicio	42	11%
Precios accesibles	56	15%
Moda-tendencia	42	11%
Sabor	28	7%
Diversidad de productos	155	41%
Ambiente	28	7%
Ubicación	28	7%
Otro	0	0%
Total	379	100%

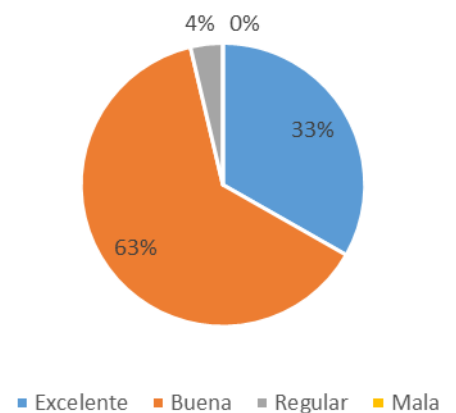
Motivación



Pregunta N°14: Higiene del lugar

Variable	Respuestas	Porcentaje
Excelente	126	33%
Buena	239	63%
Regular	14	4%
Mala	0	0%
Total	379	100%

Higiene



Pregunta N°15: Tipo de emprendimiento para la población en general

Variable	Respuestas	Porcentaje
Positivo	379	100%
Negativo	0	0%
Total	379	100%



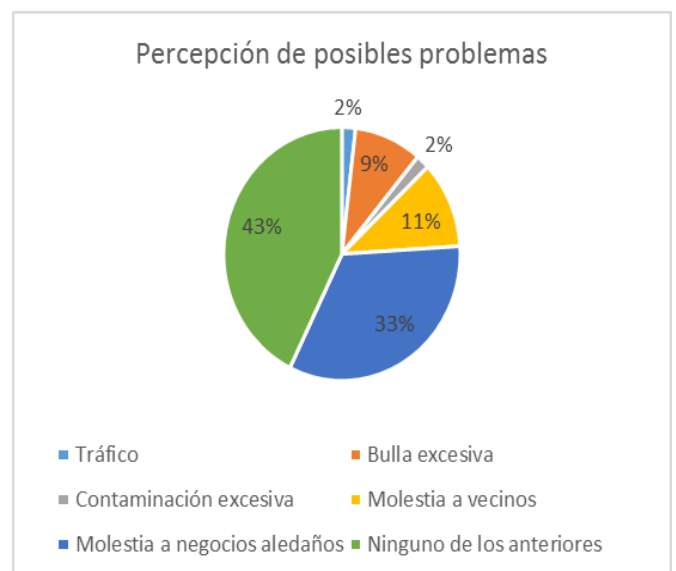
Pregunta N°16: Oferta de productos alimenticios

Variable	Respuestas	Porcentaje
Positiva	379	100%
Negativa	0	0%
Total	379	100%



Pregunta N°17: Posibles problemas

Variable	Respuestas	Porcentaje
Tráfico	7	2%
Bulla excesiva	35	9%
Contaminación excesiva	7	2%
Molestia a vecinos	42	11%
Molestia a negocios aledaños	126	33%
Ninguno de los anteriores	162	43%
Total	379	100%



Pregunta N°18: ¿Considera que los food trucks de la AEFT, es un negocio que se mantendrá a lo largo del tiempo?

Variable	Respuestas	Porcentaje
Sí	365	96%
No	14	4%
Total	379	100%



Anexo G Resolución



Resolución No. **A** 011

Dr. Mauricio Rodas Espinel
Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito

CONSIDERANDO:

- Que, el artículo 66 de la Constitución de la República del Ecuador, en adelante Constitución, reconoce y garantiza a las personas, entre otros derechos: "(...) 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental";
- Que, el artículo 227 ibidem determina que la administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación;
- Que, de conformidad con los artículos 253 y 254 de la Constitución, el Alcalde Metropolitano es la máxima autoridad administrativa del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito;
- Que, el artículo 264 de la Constitución establece que entre otras, sea competencia exclusiva de los gobiernos municipales: 2. "Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón";
- Que, el artículo 84 del COOTAD, establece que: "Son funciones del gobierno del distrito autónomo metropolitano: "m) Regular y controlar el uso del espacio público metropolitano, y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él(...)" y "(...) o Regular, fomentar, autorizar y controlar el ejercicio de actividades económicas, empresariales o profesionales, que se desarrollen en locales ubicados en la circunscripción territorial metropolitana con el objeto de precautelar el desarrollo ordenado de las mismas (...)"
- Que, el artículo 89 del mismo código, establece que: "El alcalde o alcaldesa es la primera autoridad del ejecutivo del gobierno del distrito metropolitano autónomo, (...)"
- Que, el artículo 90 ibidem, establece que: "Le corresponde al alcalde o alcaldesa metropolitano: (...) a) Ejercer la representación legal del gobierno del distrito metropolitano autónomo; y, la representación judicial conjuntamente con el procurador síndico; 1) Resolver administrativamente todos los asuntos correspondientes a su cargo (...)"
- Que, el artículo 364 de la norma antes mencionada, manifiesta que: "Los ejecutivos de los gobiernos autónomos descentralizados podrán dictar o ejecutar, para el cumplimiento de sus fines, actos administrativos, actos de simple administración, contratos administrativos y hechos administrativos."
- Que, el artículo 417 COOTAD, define: "Bienes de uso público.- Son bienes de uso público aquellos cuyo uso por los particulares es directo y general, en forma gratuita. Sin embargo, podrán ser materia de utilización exclusiva y temporal, mediante el pago de una regalía. (...)"
- Que, el artículo 10 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, dispone que: "El Alcalde es el jefe de la administración distrital. Tiene las atribuciones previstas en esta Ley y las de los alcaldes cantonales, conforme a las disposiciones legales vigentes. Podrá delegar las facultades y atribuciones que le corresponden como jefe de la



A

011

administración, al Administrador General, a los administradores zonales y a los directores generales en el ámbito de su respectiva competencia.
No son delegables las facultades o atribuciones del Alcalde Metropolitano, inherentes a su condición de Presidente del Concejo.”;

- Que, el artículo 23 de la Ordenanza Metropolitana No. 308 reformado por la Ordenanza Metropolitana No. 125, sancionada el 19 de julio de 2016, “ORDENANZA METROPOLITANA REFORMATIVA DE LA ORDENANZA METROPOLITANA No. 308, QUE ESTABLECE EL RÉGIMEN ADMINISTRATIVO DE LAS LICENCIAS METROPOLITANAS Y, EN PARTICULAR, DE LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”, define a la LUAE como “el acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en la circunscripción territorial del Distrito Metropolitano de Quito”; y, establece que tales actividades “podrán ser ejecutadas, tanto en predio privado como en el espacio público autorizado, de conformidad con lo previsto dentro de la normativa municipal y normas técnicas emitidas para el efecto.”;
- Que, el artículo 26 de la Ordenanza Metropolitana No. 308, reformado por la Ordenanza Metropolitana No. 125, establece que: “Para el uso de espacio público autorizado, para las actividades económicas amparadas por la LUAE, se deberá contar con el informe técnico emitido por las entidades municipales competentes, en base a las reglas técnicas emitidas por las Secretarías Metropolitanas competentes”;
- Que, el artículo 28 ibidem define a actividad económica como “todo tipo de actividades, con o sin finalidad de lucro, comerciales, industriales y/o de servicios, dentro del espacio público autorizado o privado del Distrito Metropolitano de Quito”;
- Que, el numeral 3 del artículo 50 de la Ordenanza Metropolitana No. 308, reformado por la Ordenanza Metropolitana No. 125, establece “Para el caso de aprovechamiento de espacio público, la LUAE será otorgada bajo el proceso que se defina en la norma específica respectiva”;
- Que, el artículo... (5) de la Ordenanza Metropolitana No. 321, sancionada el 18 de octubre de 2010 establece que: “I. A la Agencia Metropolitana de Control le corresponde el ejercicio de las potestades de inspección general, instrucción, resolución y ejecución en los procedimientos administrativos sancionadores atribuidas en el ordenamiento jurídico del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Podrá ejercer además las potestades de inspección técnica que se le atribuyan mediante Resolución Administrativa.”; y,

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 253 y 254 de la Constitución de la República del Ecuador, 89 y 90 literales a) e i) del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización- COOTAD, en concordancia con lo previsto en el artículo 10 de la Ley Orgánica de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito;

RESUELVE:

EMITIR LA RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA SUSITUTIVA A LA RESOLUCIÓN NO. 028 DE FECHA 26 DE SEPTIEMBRE DE 2016, MEDIANTE LA CUAL SE EXPIDIERON LOS PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA EL OTORGAMIENTO DE LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PARA “ESTABLECIMIENTOS MÓVILES” EN EL ESPACIO PÚBLICO AUTORIZADO



011

SECCIÓN I
OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

Art. 1.- Objeto y Ámbito de Aplicación.- Esta resolución tiene por objeto determinar los procedimientos administrativos para la emisión de la LUAE, que permita el funcionamiento de establecimientos móviles en el espacio público autorizado del Distrito Metropolitano de Quito. La presente resolución es de aplicación general en todo el Distrito Metropolitano de Quito.

SECCIÓN II
DEFINICIONES

Art. 2.- Definiciones: para efectos de la presente normativa se tendrá las siguientes definiciones.-

- a) **Acople:** Vehículo no motorizados diseñado para ser remolcado por un vehículo a motor, tales como remolques o semirremolques que no superan las 3.5 toneladas.
- b) **Capacidad de Carga:** Carga útil máxima permitida para la cual fue diseñado el vehículo. Masa máxima en carga técnicamente admisible.
- c) **Convenio de uso y ocupación de espacio público autorizado:** instrumento legal que permite el uso y ocupación del espacio público autorizado, de acuerdo a las condiciones físico-espaciales establecidas en las normas técnicas de la Resolución STHV 016.
- d) **Establecimiento Móvil.-** Son aquellos vehículos livianos y/o acoplados, cuya capacidad de carga no supera las 3.5 toneladas, que se utilicen para el ejercicio de actividades económicas; y, que observando la normativa nacional y metropolitana vigente, se ajusten a las normas técnicas definidas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, a fin de garantizar su adecuado y seguro funcionamiento en el espacio público autorizado.
- e) **Espacio público autorizado :** Son espacios públicos definidos por la autoridad municipal competente, que cumplen condiciones físico-espaciales idóneas para la ubicación del establecimiento móvil y el desarrollo de actividad económica permitida en el espacio público, garantizando su adecuado funcionamiento a fin de que no se generen impactos negativos en el espacio público.
- f) **Peso Bruto Vehicular:** Es la suma de las fuerzas ejercidas por la masa del vehículo y la masa total de las cargas.
- g) **Regalía.-** Para efectos de la presente Resolución se entenderá por regalía el cobro que realizará el MDMQ por la utilización exclusiva y temporal de los espacios públicos autorizados para el funcionamiento de establecimientos móviles.
- h) **Superficie de Ocupación Efectiva:** Es la superficie que se considerará para el cálculo de la regalía, la misma que será constante, y todo establecimiento móvil no podrá superar las dimensiones máximas de largo y ancho de la superficie de ocupación efectiva definida en la resolución de la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda (STHV).
- i) **Superficie de maniobras:** Es la superficie de ocupación efectiva que permite la maniobrabilidad para el parqueo de establecimientos móviles para acoplados. Tendrá una señalización diferente a la superficie de ocupación efectiva y no será considerada para el cálculo de regalía. La señalización de esta superficie en el espacio público deberá ser pintada por la entidad competente, una vez definida.



011

- j) **Licencia Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE):** La LUAE es el acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en la circunscripción territorial del distrito metropolitano de Quito.
- k) **Vehículo liviano:** Vehículo automotor utilizado para el transporte de mercancías con capacidad de carga de hasta 3.5 toneladas. Acorde a Resolución 032 ANT, Registro Oficial 323 de 17 agosto de 2012.

SECCIÓN III PROHIBICIONES

Art. 3.- Traslación de derechos.- La LUAE para establecimientos móviles, es personal e intransferible y permitirá a su titular explotar la actividad económica en un único establecimiento móvil.

Queda expresamente prohibido alquilar, ceder, concesionar, franquiciar, o celebrar cualquier tipo de convención que traslade los derechos derivados de esta Licencia Metropolitana a un tercero.

Art. 4.- Número de establecimientos móviles permitidos.- Ninguna persona natural o jurídica podrá ser titular de más de una LUAE para establecimiento móvil en el espacio público autorizado.

SECCIÓN IV PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO DE OTORGAMIENTO

Art. 5.- Autoridad Administrativa Otorgante y procedimiento administrativo.- Los órganos competentes del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para el otorgamiento de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) a establecimientos móviles serán las Administraciones Zonales, dentro del ámbito de su jurisdicción, y a través del procedimiento administrativo ordinario.

Art. 6.- Requisitos generales y condiciones de otorgamiento de la LUAE para establecimientos móviles.- Serán requisitos para la obtención de la LUAE de establecimientos móviles para personas naturales y jurídicas los siguientes:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el que se especifique la actividad económica del establecimiento móvil.
- b) Declaración y pago de patente al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- c) Pago de regalías, tasas y demás prestaciones económicas derivadas de las autorizaciones administrativas integradas en la LUAE.
- d) Certificado de no adeudar al MDMQ.
- e) Matrícula vigente del vehículo liviano a utilizar o del vehículo que remolcará al acoplado, a nombre del solicitante de la LUAE; conjuntamente con el título de propiedad del acople, según corresponda.
- f) Certificado de aprobación de la Revisión Técnica Vehicular vigente en el Distrito Metropolitano de Quito.



011

- g) Convenio de uso y ocupación de espacio público autorizado.
- h) Cumplir con las demás reglas, condiciones y requisitos específicos establecidos en las Resoluciones Sectoriales emitidas para la aplicación de esta Resolución.

Art. 7.- Trámite y Procedimiento.- La obtención de la Licencia Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE) concedida a establecimientos móviles será a través del procedimiento administrativo que se detalla a continuación:

1. Previo a la obtención de la LUAE, el administrado deberá suscribir un convenio de uso y ocupación de espacio público autorizado, y cancelar el valor correspondiente a la regalía generada, lo cual permitirá la ocupación temporal de los espacios públicos autorizados para el ejercicio de actividades económicas en establecimientos móviles. El espacio público materia del convenio será asignado al administrado previo un sorteo en el cual participarán todos los solicitantes que cumpliendo los requisitos correspondientes, soliciten la ocupación del mismo espacio público autorizado en los mismos horarios. Los requisitos y procedimientos para acceder al sorteo y para la suscripción de los convenios de uso y ocupación del espacio público serán establecidos mediante resolución expedida por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.
2. Para la obtención de la LUAE el administrado deberá ingresar al sistema con su usuario y clave a través la página web del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito durante los 15 primeros días hábiles posteriores a la suscripción del convenio de uso y ocupación de espacio público autorizado, de conformidad con la norma técnica y proceso establecidos en la Resolución que emita la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda.
3. El sistema de la LUAE mostrará los acuerdos de medios electrónicos referentes al cumplimiento de reglas técnicas ambientales y de seguridad y prevención de incendios, con base en las Resoluciones sectoriales que el Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito y la Secretaría de Ambiente emitan para el efecto.
4. Una vez aceptados los acuerdos de medios electrónicos, el sistema generará una solicitud para otorgamiento de LUAE, misma que deberá ser impresa y suscrita por el administrado.
5. Con la solicitud para otorgamiento de LUAE, el administrado deberá acercarse a la Administración Zonal correspondiente para la entrega de la solicitud de LUAE y los requisitos descritos en el artículo 6. Previa verificación documental, se procederá a otorgar la LUAE. La placa del vehículo, marcación municipal, ubicación y horario en el cual haya sido favorecido el administrado, deberán constar en la mencionada licencia.
6. Los establecimientos móviles que hayan sido licenciados podrán funcionar a partir de la emisión de la LUAE, y estarán sujetos a controles posteriores del Cuerpo de Bomberos del DMQ y de las Jefaturas ambientales de las Administraciones Zonales. Las inspecciones podrán realizarse de forma simultánea, estarán a cargo de las unidades que correspondan y se fundamentarán en las reglas técnicas especificadas en las Resolución del Cuerpo de Bomberos del DMQ y de la Secretaría de Ambiente. Las inspecciones se realizarán en un término no mayor a 5 días posteriores a la emisión de la LUAE, y en caso de que las autoridades correspondientes no cumplieren con este plazo, el titular de la LUAE deberá solicitar por escrito las inspecciones a las autoridades competentes. Sin perjuicio de las referidas inspecciones, es exclusiva responsabilidad del titular de la LUAE cumplir con las reglas técnicas correspondientes. Cualquier daño producido a las personas o a la propiedad pública o privada por incumplimiento de dichas reglas, será responsabilidad del titular de la LUAE.



A 011

7. Una vez realizadas las inspecciones y en caso de cumplimiento total de las reglas técnicas, las unidades correspondientes deberán emitir un informe favorable para conocimiento de la autoridad otorgante y archivo en el expediente respectivo.
8. En caso de incumplimiento total o parcial de las reglas técnicas, las unidades correspondientes deberán indicar al administrado las observaciones del caso, así como el plazo de subsanación que determinen para el efecto, mediante la suscripción de las actas, acuerdos o cronogramas de cumplimiento.
9. Cumplido el plazo de subsanación, previsto en el acta, acuerdo o cronograma de cumplimiento, las unidades correspondientes deberán realizar una re-inspección del establecimiento móvil a fin de evidenciar que las observaciones efectuadas hayan sido rectificadas por el administrado. En caso de cumplimiento se procederá conforme al numeral 7 del presente artículo, caso contrario se generará un informe desfavorable para conocimiento de la Autoridad Administrativa Otorgante a fin de que proceda con la suspensión de la LUAE.

Art. 8.- Renovación.- La renovación de la LUAE para establecimientos móviles será anual y estará sujeta a la vigencia del Convenio de Uso y Ocupación de Espacio Público. El proceso inherente al sorteo para la asignación de horarios y espacios autorizados, se iniciará en el mes de noviembre de cada año. El Convenio de Uso y Ocupación de Espacio Público no otorgará derecho a ocupar el espacio público asignado más allá del plazo de su vigencia, y bajo ninguna circunstancia reconocerá derechos adquiridos para el proceso de renovación, debiendo los solicitantes de la renovación someterse al sorteo correspondiente en caso de existir más de un interesado en la ocupación del mismo espacio público.

Art. 9.- Reubicación de Establecimientos móviles.- La LUAE para establecimientos móviles no garantizará su permanencia en el espacio público autorizado, debido a la propia dinámica de transformación de la ciudad, por la que pueden surgir nuevos requerimientos u obras que justifiquen su desplazamiento a otro punto asignado, en cuyo caso, la Autoridad Administrativa Otorgante procederá con la notificación del particular, y establecerá en dicha notificación el punto de reubicación hasta la finalización de la vigencia del convenio de uso y ocupación del espacio público autorizado.

En caso de reubicación, la Autoridad Administrativa Otorgante deberá recalcular la regalía del espacio público autorizado al cual el administrado sea trasladado y proceder con el cobro o devolución respectiva.

SECCIÓN V DE LA REGALÍA

Art. 10.- Recaudación de la Regalía.- Para efectos de la recaudación de la regalía de los espacios públicos autorizados, sobre la superficie de ocupación efectiva, en el espacio público, la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad, solicitará a la Dirección Metropolitana Financiera, coordine con las instancias competentes la creación del código específico de recaudación y la implementación de la orden de cobro a través de la cual se instrumentará la misma.

Esta orden de cobro deberá observar como condición, fener una vigencia o temporalidad de ocho días en el sistema; cumplido este plazo sin que el adjudicado haya cancelado la regalía calculada, la misma quedará bloqueada para permitir su posterior anulación.

La Dirección Metropolitana de Servicios Ciudadanos será la encargada de remitir a las Administraciones Zonales respectivas, el detalle de los adjudicatarios favorecidos en los espacios públicos autorizados; listados que deberán contener información completa que permita una



011

emisión adecuada de las órdenes de cobro, mediante la consignación de los siguientes datos: nombres y apellidos completos, número de cédula, dirección domiciliaria, números telefónicos, ubicación exacta del espacio adjudicado.

La Tesorería de la Administración Zonal correspondiente, procederá al cálculo de la regalía y a la emisión de la orden de cobro a nombre del administrado, con el objeto de que éste cancele en cualquiera de las entidades financieras y del sistema cooperativo con las cuales el Municipio del Distrito Metropolitano mantiene convenios de recaudación suscritos.

Art. 11.- De la forma de pago de la Regalía.- El administrado adjudicado en el sorteo podrá cancelar el valor de la Regalía bajo una de las siguientes modalidades: de contado, o a plazos, mediante la utilización de tarjeta de crédito. Bajo esta condición y para efectos de simplificación y eficiencia en la recaudación, no se admitirá la suscripción de convenios de facilidades de pago, quedando las mismas supeditadas al pago con tarjeta de crédito.

Art. 12.- Verificación de la Recaudación de la Regalía.- El Tesorero Zonal podrá realizar la revisión en el sistema SAO de las órdenes de cobro emitidas y verificar su recaudación. De verificar que el administrado no canceló dentro de los ocho días subsiguientes ese concepto, se notificará al Administrador Zonal, a fin de que el espacio adjudicado se declare vacante y pueda ser habilitado por parte de un nuevo interesado.

Art. 13.- Devolución de la Regalía.- En caso de que el beneficiario se vea imposibilitado de obtener la LUAE o de ocupar el espacio público asignado, por razones de caso fortuito o fuerza mayor debidamente comprobadas, así como otras imputables a la Administración Pública, deberá solicitar a la Administración Zonal la devolución del monto correspondiente al pago de regalía por ocupación de espacio público, a fin de que la Administración Zonal genere los informes técnicos pertinentes y remita el trámite a la Dirección Metropolitana Financiera, en caso de considerar procedente la devolución, a fin de que proceda con el trámite de devolución de la Regalía.

Art. 14.- Cálculo de la Regalía.- El cálculo para el cobro anual de la regalía por la utilización exclusiva y temporal de los espacios autorizados en el espacio público solo será aplicada sobre la superficie de ocupación efectiva y se realizará de acuerdo a la temporalidad expresada en horas hábiles, y según su ubicación, conforme a la fórmula que se describe a continuación.

1. Fórmula de cálculo de la regalía.-

La fórmula para el cálculo de la regalía (R), tendrá la siguiente composición:

$$R = A \times B \times C$$

Dónde:

A = Es el valor de una hora de ocupación en los espacios autorizados calculado con el AIVA más alto del polígono territorial (ver Mapa No.1), en donde se encuentra ubicado el espacio autorizado, dividido para el número total de horas de un año calendario (8.760 horas).

$$A = \frac{\text{AIVA (polígono territorial)}}{8.760(\text{horas})}$$

B = Es la constante del área definida como espacio autorizado para la ocupación de un (1) establecimiento móvil.



C = Es el tiempo de ocupación del espacio autorizado para el establecimiento móvil, expresado en horas, en función a la frecuencia de horarios establecida en el numeral 1.1.

1.1. Variables para el cálculo del factor (C): Horarios.- Se definen cinco categorías de horarios en los que puede funcionar un establecimiento móvil:

- Horario Regular 1, aplica de lunes a viernes de 9h00 a 15h00.
- Horario Regular 2, aplica de lunes a viernes de 16h00 a 22h00.
- Horario Especial 1, aplica a los días sábado y domingo de 9h00 a 15h00.
- Horario Especial 2, aplica a los días sábado y domingo de 16h00 a 22h00.
- Horario Especial 3, aplica en las madrugadas de jueves a domingo en una sola jornada de 23h00 a 03h00 del día siguiente.

CATEGORIA	JORNADA
REGULAR I (RI) (lunes - viernes)	9:00 a 15:00
REGULAR II (RII) (lunes - viernes)	16:00 a 22:00
ESPECIAL I (EI) (sábado - domingo)	9:00 a 15:00
ESPECIAL II (EII) (sábado - domingo)	16:00 a 22:00
ESPECIAL III (EIII) (jueves a domingo)	23:00 a 03:00 Restricción en usos de suelo R1-R2

En función a este parámetro, se ha establecido el total de horas anuales (factor C), en función de las posibles combinaciones de los horarios:

FRECUENCIA	HORAS HÁBILES AÑO
RI / RII	1.560
EI / EII	624
EIII	832
RI+EI / RI+EII / RII+EI / RII+EII	2.184
RI+EIII / RII+EIII	2.392
EI+EIII / EII+EIII	1.456

El número máximo de ubicaciones y horarios al que el administrado podrá postularse, se establecerán en la Resolución que la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda emita para el efecto.

SECCIÓN VI
DEL CONTROL

Art. 15.- Potestad de Control.- La realización de las inspecciones técnicas, es atribución de las entidades metropolitanas competentes, por lo que los propietarios de los establecimientos móviles deberán permitir la ejecución de las inspecciones en cualquier momento.





011

Una vez otorgada la LUAE, le corresponde a la Agencia Metropolitana de Control el ejercicio de las potestades de inspección general, instrucción, resolución y sanción de los procedimientos administrativos sancionadores.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- El cumplimiento de las normas administrativas y reglas técnicas descritas en esta Resolución y sus Resoluciones Sectoriales no eximen al administrado del cumplimiento de otras normas nacionales y metropolitanas que regulen el ejercicio de su actividad económica.

SEGUNDA.- El Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, la Secretaría de Ambiente y la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda, emitirán las normas técnicas que correspondan dentro de sus respectivas competencias en el plazo de 10 días desde la firma de la presente Resolución.

TERCERA.- La preexistencia de establecimientos móviles no implicará garantía o prelación alguna respecto a la asignación de espacios públicos autorizados o emisión de la LUAE.

CUARTA.- Las Administraciones Zonales no podrán entregar nuevos Permisos Únicos de Comerciantes Autónomos (PUCA) a 100 metros de distancia de un espacio autorizado para establecimientos móviles, previamente establecidos.

QUINTA.- En el caso de suspensión de la LUAE por causas imputables al administrado, no se reconocerá la devolución de valor alguno correspondiente al pago de regalía.

SEXTA.- En el caso de que el administrado con LUAE y convenio de uso y ocupación de espacio público autorizado vigente, solicite el cambio del vehículo o del acoplado, deberá suscribir un adendum al convenio con las nuevas especificaciones del vehículo y solicitar una nueva LUAE. En este caso no se requerirá un nuevo pago de regalía, ni presentar el certificado de no adeudar al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. El plazo de vigencia de la nueva LUAE corresponderá al tiempo restante de la anterior licencia otorgada.

SEPTIMA.- Se faculta a la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad para que resuelva los casos que no se encuentren previstos en la presente Resolución y que surjan de la aplicación de este cuerpo normativo.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- En el término de 20 días, contados a partir de la suscripción de la presente Resolución, la Administración General, a través de las Direcciones de Informática y de Servicios Ciudadanos, adaptará los sistemas informáticos metropolitanos que intervienen en el otorgamiento de LUAE y cobro de regalías, para la correcta ejecución de este proceso de otorgamiento de LUAE para establecimientos móviles.

SEGUNDA.- En el término de 10 días, contados a partir de la suscripción de la presente Resolución, la Secretaría de Comunicación presentará al Despacho de Alcaldía una campaña comunicacional informativa respecto al proceso de licenciamiento de establecimientos móviles, en la cual constará entre otros, los requisitos y los pasos a seguir para obtener la licencia.

TERCERA.- En el término de 10 días, desde la firma de la presente Resolución, la Secretaría de Desarrollo Productivo y Competitividad en conjunto con la Secretaría de Coordinación Territorial y Participación Ciudadana, presentará un cronograma de capacitaciones para los funcionarios del Municipio que intervienen en el proceso de licenciamiento de la LUAE, así como del control posterior.



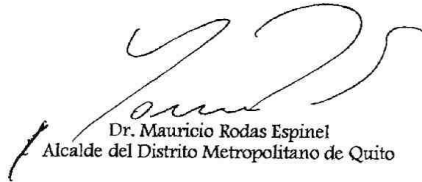
A 011

CUARTA.- En el término de 10 días, contados a partir de la firma de la presente Resolución, la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EPMMOP), presentará un cronograma para la señalización horizontal (delimitación con pintura) de los espacios autorizados establecidos por la Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda y la Secretaría de Movilidad.

QUINTA.- Por primera y única vez en el año 2017, la solicitud y el proceso de otorgamiento de LUAE, en espacios públicos autorizados para establecimientos móviles se realizarán de forma manual y centralizada por la Dirección Metropolitana de Servicios Ciudadanos, dentro del plazo máximo de 30 días posteriores a la suscripción de la presente Resolución. Para la emisión manual de la LUAE en el periodo 2017, se deberá solicitar al administrado todos los requisitos señalados en el artículo 6 de la presente Resolución.

La Dirección Metropolitana de Servicios Ciudadanos, una vez culminado el trámite respectivo, remitirá el expediente del licenciamiento a la Administración Zonal correspondiente para el otorgamiento de la LUAE.

Dado en Quito, Distrito Metropolitano, 21 ABR. 2017



Dr. Mauricio Rodas Espinel
Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito

RAZÓN.- Siento por tal, que la resolución que antecede fue emitida y suscrita por el Dr. Mauricio Rodas Espinel, Alcalde del Distrito Metropolitano de Quito, el 21 ABR. 2017

- LO CERTIFICO.- Distrito Metropolitano de Quito, 21 ABR. 2017



Ab. Diego Cevallos Salgado
SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO METROPOLITANO