

Transcripción de entrevista con el Gerente de la Boutique de carnes NRT

- **Entrevistador:** Integrantes del Equipo de Investigación
- **Entrevistado:** Oscar Eduardo Ramirez Torres

Entrevistador: Hola, buenas tardes, lalito la verdad es un gusto poderte invitar a que con nosotros colabores en el proyecto de investigación de mercado y. Es un gusto de que hayas afectado la verdad.

Entrevistado: No créeme el placer es mío, la verdad que cuando me escribiste. Me dio mucha emoción. Me dio mucha alegría que me tomaras en cuenta de esta manera de poder ayudarles. Yo también estoy estudiando igual. A veces necesitamos este tipo de cosas y pues aquí estamos.

Entrevistador: Bueno pues vamos a empezar con las preguntas, Pues como te lo dije que íbamos a grabar y pues gracias y vamos a reiniciar. primero queremos saber cómo nació la idea de abrir este está boutique de carnes aquí en Jalpa de Méndez.

Entrevistado: Claro que sí. Mira, allá por el 2016. Mi cuñado y mi hermana, quienes son los dueños del negocio en sí me ofrece un módulo carnes a mí, NRT existe desde el 2008 en Villahermosa, este ya tenían una trayectoria ellos cuando me la ofrecen, pero pues había que abrir mercado aquí en Jalpa, y pues de eso me encargué yo hoy el 100% de clientes que hay en Jalpa de Méndez, pues prácticamente me di a la tarea de buscarlos.

Entrevistador: ¿Entonces, cómo ha ido evolucionando este negocio desde que inició hasta el día de hoy

Entrevistado: Mira, ha sido una evolución porque cuando iniciamos allá en el 2016 era solo un un congelador con pocos kilos de carne. Recuerdo que era sirlón, picaña, bistecs y arrachera lo más conocido. Pero a como fui buscando clientes, atrayendo clientes, pues lógico, iban pidiendo más cosas y fuimos este extendiendo el menú se metieron, por ejemplo, aguja Norteña se metió este asado de tira se metieron los Cortes lo que es rib eye ,New York, T-Bone porque la gente nos iba pidiendo, después de estar en el 2016 en casa de mi mamá, que ahí se inició. Yo tomo la tomamos la iniciativa, en ese entonces estaba yo casado, de cambiarnos de casa y seguimos el negocio en la nueva ubicación. Afortunadamente la misma gente nos empezó a buscar y nos iba a seguir hasta allá, pero gracias a Dios tuvimos un

alcance muy grande que tuvimos que salirnos de nuestra casa, tuvimos que poner una boutique de carnes.

Estuvimos al principio en la plaza Rivera Alta aquí rumbo a la carretera Jalpa-Nacajuca, pero de ahí nos regresamos al centro y ahí tenemos la boutique, ahorita ya tenemos más exhibidores. Tenemos Cámara de congelación y tenemos muchos más productos y más gente trabajando con nosotros también fuimos generadores de empleo.

Entrevistador: Entonces, ¿Cuáles han sido los desafíos desde el inicio de este negocio aquí? ¿Cuáles han sido sus mayores desafíos?

Entrevistado: Pues hacer clientes, Porque como te repito, yo era una persona que yo solo conocía los bisteces, los que venden en la carnicería, que los curtias con naranja agria, O sea, yo no conocía nada sobre los marinados, la verdad yo desconocía de ese tema. Al momento que me dan la oportunidad, mi hermana y mi cuñado, recuerdo perfectamente que dije cómo lo vendo, o sea, cómo le hago para vender un producto que ni yo conozco. Me puse a preguntarle a mi cuñado que él sabe de todo esto, me fue ilustrando, pero también. Ya estaban las benditas redes sociales y YouTube me ayudó a saber un poco más. Entonces mi reto fue atraer clientes y lo primero que a mí se me ocurrió fue agarrar mi teléfono y marcarle a todos mis conocidos diciéndole que iba yo a empezar un negocio aquí en Jalpa y decirle lo que les ofrecería. De hecho, mira, es curioso, qué bonito que estemos en este lugar se que es Xalpita porque yo dije que jamás me iba a olvidar de mi primer cliente o clienta y mi primer clienta fue Cintia una de las dueñas de Xalpita, me pidió 3 kg de sirloin y así fue que tuve mi primera venta. O sea, yo por eso dije, jamás me voy a olvidar de ella, o sea, y de hecho cuando tuvimos la oportunidad de abrir la boutique de carnes allá en la en la Plaza Rivera alza la mencioné.

Entrevistador: Sí, claro, así es.

Entrevistado: Hicimos una inauguración y todo invite amigos emprendedores que nos acompañaron y la mencioné a ella porque hasta la fecha yo donde quiera que voy y me preguntan como ustedes, yo siempre digo, mi primera quinta fue Cintia S. y por eso es uno de los lugares que a mí me encanta ser Xalpita, porque es algo que les digo. Nosotros nos apoyamos, los Jalpanecos nos apoyamos entre todos.

Entrevistador: ¿Cuáles creen que son los retos actuales que tiene que enfrentar con su boutique?



Entrevistado: Pues hay varios retos, hay muchos retos. A pesar de que estamos bien posicionados. en Jalpa porque ya nos van a respaldar ahora en mayo nos van a respaldar 9 años aquí, tenemos que seguir manejando la calidad, nuestra calidad, que no baje porque es lo que nos ha venido recomendando desde hace ya casi 9 años. Entonces el reto es seguir en el gusto de la gente, que la gente siga confiando en nosotros, en el trato, en en la calidad y saber que llegar a NRT es 100% confiable pues, que el dinero que vayan a gastar sea bien gastado. Así es.

Entrevistador: Okey, esta pregunta es más que nada. ¿Cuáles son sus tipos principales de clientes? Pero, o sea, si usted tiene en mente qué edad, que mayormente edad personal lo consume, cuál es su género o el nivel socioeconómico o cuáles son sus hábitos de consumo, o sea, conoce qué tipo de cliente es el que le llegan principalmente.

Entrevistado: Mira, pues fíjate que ese negocio llega de todo, o sea, no te puedo decir una edad específica, porque puede llegar, me han llegado gentes, por ejemplo señores ya grandes que hacen una reunión y van asar carnes. ¿Por qué? Porque nosotros les enfrentamos unas carnes ya marinadas donde lo único que tienes que hacer es asarlas, si ya no haces otra cosa, pues entonces podemos llegar a todos de 70, 40, 50 Ahora sí que todas las edades 30, 20, 15. La otra vez llegaron unos niños de un Kinder No, en serio, un niño llegó, llegaron las maestras o sea un grupo de niños con la maestra y la mamá y me decían, no, es que mi hijo es fanático de las carnes y quisieron ellos venir a comprar la carne o sea englobamos todo tipo de edades. Y este, la verdad es que hablando de socioeconómico pues, sabes, siento que muchos hacen la reunión o la vaquita para poder hacer las carnes.

Entrevistador: Exactamente.

Entrevistado: Igual vamos a todas las edades, vamos a cualquiera. La verdad que este negocio es muy grande, entonces no te puedo decir que por ejemplo que hay señores o señoras que no me compran, no, no, no, la verdad que no.

Entrevistador: Okey, ¿Ha notado algún cambio en el tipo de sus clientes con el tiempo? ¿Antes vendía a algún tipo de público en específico o que el de ahora?

Entrevistado: Cómo te repito fíjate que desde el inicio ha sido todo tipo, ha sido todo tipo. Tengo la fortuna aquí en Jalpa de ser muy conocido. Entonces todo mundo llegaba a mi casa, a casa de mi mamá, luego donde yo vivía y luego nos iban a seguir hasta la plaza, hasta allá, hasta Rivera alta, nos iba la gente a seguir y pues estando aquí a unas 3 cuerdas del centro, nos sigue la gente o sea no he notado un



cambio como tal, sinceramente nuestros clientes y al contrario siguen sumando más clientes.

Entrevistador: Bueno, Ah, eso es algo bueno, porque entonces significa que su público objetivo, pues tiene este bueno no público objetivo, sino sus clientes son muy fieles.

Entrevistado: Sí, mira, es que vuelvo a repetirte, manejamos la misma calidad desde el inicio y trato yo que prácticamente estoy encargado del 100 por ciento, bueno, un 90 por ciento del negocio digo 90 porque hay días que no estoy, pero por ejemplo, antes de estar fuera de casa, pues el encargado era totalmente yo. Entonces trato de buscar y seguir también en la cómo te explico en el gusto de la gente del trato a mí me gusta ser muy sociable me gusta explicarte, decirte qué te puedes llevar, qué no te puedes llevar bueno, pues tal vez no te pueda gustar por lo que me dices, no entonces este tratamos de seguir vigentes con todo eso.

Entrevistador: ¿Hay temporadas o días específicos en los que tiene mas clientes?

Entrevistado: Sí, claro, mira de lunes a miércoles, como que está tranquilo. Hay venta, pero está tranquilo, pero ya lo que es jueves, viernes, sábado, domingo es una locura, pero también pasa que cuando hay vacaciones toda la semana estamos vendiendo. Entonces, igual te digo, es un negocio muy rentable. Es un negocio que siempre hay clientes siempre. O sea, hay gente que tengo clientes, por ejemplo, que no les da tiempo de hacer comida y ya me hablan oye Lalo sácame a descongelar una bolsita de carne y ya llegan y sabe que nada más se hizo así, entonces, vendemos gracias a Dios bien todos los días, pero si como todo hay días bajos.

Entrevistador: Okey, eso es más que nada ahora con el entorno geográfico y la competencia que es aquí en Jalpa ¿cómo influye la gastronomía y la cultura de la región en la demanda de su producto?

Entrevistado: Me repites, por favor.

Entrevistador: ¿Cómo influye la gastronomía y cultura de la región en la demanda de su producto?

Entrevistado: Pues es que en Jalpa comemos de todo, aquí mucha gente, mira, puedo decirte algo a Jalpa ya no nada más vienen por las butifarras también vienen por las calles, eso te lo puedo confirmar, o sea aquí al municipio llegaba gente de todo el estado, ahí a ese lugarcito donde estoy llega gente de los 17 municipios



hasta acá, entonces realmente no creo que haya este algún impacto así negativo, no lo hay, al contrario.

Entrevistador: Todo positivo, entonces ¿Qué tan fuerte es la competencia en la zona y qué es lo que diferencia su negocio de los demás?

Entrevistado: Competencia tenemos claro, de hecho, cuando iniciamos aquí no había competencia, éramos, fuimos los primeros. Ahorita ya hay otros comercios como Edén carnicería como Grijalvas. Pusieron ahora uno que se llama La Roseta, pero lo que nos puede, no, lo que nos hace diferente a NR de todos es una la trayectoria, el trabajo que se hizo desde hace 9 años de que hemos respaldado nuestra calidad de que nuestros productos están respaldados o sea, yo no puedo decirte que no he tenido errores o no ha habido errores claro que los hay pero hemos sabido enfrentarle, me ha pasado que una carne ha salido mal y los clientes me hablan, Lalo tuve este detalle o sea yo en este momento no se preocupe, tráigame la carne, yo le cambio la bolsa o las bolsas que sea sin procesarlo. Respaldamos nuestro producto, aparte el trato que se le ha dado a la gente para que puedo decirte que para que venga alguien a querer desmontar así nada más, yo no digo que no, pero está muy difícil, está muy difícil porque vuelvo a repetir todavía el 8 de mayo de este año cumplimos 9 años en Jalpa, se hizo 9 años de trabajo, 9 años de estar ahí colocando, de promocionarla, de buscar negocios, o sea, no nada más Xalpita tengo la ruca es mi clienta de carnes, este monstruo que venden también este hamburguesas todo eso, Sayulita, que es este de mi gran amigo Jesus Magaña, Xalpita, o sea, entonces, tenemos muchos bastiones que nos siguen respaldando mucho, entonces este la competencia es buena, nos hace mejorar, nos hace no confiarnos, pero sí tenemos esos pilares de que desde hace 9 años venimos trabajándole y respaldando nuestro producto hasta el día de hoy.

Entrevistador: Esto nos lleva a la sección del producto y la calidad de lo que le vamos a preguntar, dice. ¿Cómo selecciona la carne que ofrece? ¿Trabaja con proveedores locales o externos?

Entrevistado: Trabajamos con proveedores mexicanos, la carne viene de Veracruz, la carne viene del rancho del Rancho Santa Rita de Veracruz, de allá nos mandan los canales de dónde se sacan las carnes y los cortes pero aquí en Villahermosa en Bosques de Saloya que es donde está la matriz se marina, se procesan y se cortan, realmente son productos mexicanos y con mano de obra Tabasqueña, de hecho, uno de los lemas que yo pongo siempre, cuando ofrezco un producto o cuando es un aniversario o cuando nos hace un reconocimiento precisamente ahora hace poco se llevaron la carne a Cuba, tengo una clienta que estudia allá y se pudo llevar creo



que nada más como 2 o 3 kg, porque allá es muy difícil el acceso de carne, pero ya estando allá me mandó fotos, de hecho la quiso tomar en el Che Guevara, pero no se pudo porque pues allá no está permitido. Entonces llegar hasta allá fue un reto nunca nos imaginamos, también te puedo decir que llaman de carné autorizados.

Ya lo hice entonces. Este yo siempre pongo un lema que se dice, gracias por confiar en una empresa de productos mexicanos mano de obra Tabasqueña, pero una empresa 100% Jalpaneca.

Entrevistador: Okey ¿cuál es el corte de carne más vendido y por qué cree que es tan popular?

Entrevistado: Mira, es que. El Corte de Carne más vendido es el rib eye porque es un corte donde el corte trae Grasa entre la carne y eso pues lo hace una delicia, el famoso marmoleado, pero también nosotros manejamos carnes marinadas y entre ellas, la más popular es la picaña entonces esos son, por ejemplo, tanto, de cortes a carne marinada son los más populares.

Entrevistador: Entonces ¿ha agregado o eliminado productos según la demanda?

Entrevistado: Fíjate que hemos eliminado productos, pero aún nos siguen demandando. Pero. No los traemos o no porque no queramos, sino que en villa también surtimos otros restaurantes como Rodicio como Maiña, la vaca sagrada de Ruiz Cortines, todo aquello que pruebes ahí es de nosotros, aparte Boi rojo, Boi rojo es totalmente NRT ahí todo lo que comas ahí es de nosotros. Entonces a veces la demanda de esos restaurantes a veces no nos permite traer Por ejemplo hay un corte que es el rib eye, pero en bisteces y se llama mariposa. Entonces aquí era muy a la gente le gustó mucho. Hasta la fecha me lo siguen pidiendo, pero no lo he podido traer porque se lo lleva todo un restaurante todo lo que llega se lo lleva. Ese es el detalle. Por ejemplo, también hay uno que se llama molleja de res. Se la llevan los restaurantes, ahorita de hecho en Villahermosa te puedo decir que son como 3 restaurantes, 2 o 3 que la tienen y es porque nosotros se la llevamos y está escasa y subió mucho de precio.

Entrevistador: Okey, esto creo que ya no los ha mencionado bastante, pero pues igual es primordial saber lo de cómo ha logrado traer sus clientes y hacer crecer su negocio, o sea utilizando redes sociales, promociones o publicidad de boca en boca.

Entrevistado: Ha sido de todo eso. Eh, mira cuando iniciamos. Las redes sociales me ayudaron muchísimo. Yo publicaba en los Grupos un ejemplo de Villahermosa, de Comalcalco, de Paraíso, de aquí de Jalpa. Subía videos asando carne, sí, la verdad.



Yo subía carnes, hacía en vivos, aparte de atraer, por ejemplo, si ustedes llegaron a comprarme, llegaban por recomendación, un ejemplo, yo qué hacía, yo te decía, Fati, si te gusta mi carne, regálame una foto en redes y etiquétame, entonces, cómo les gustaba lo hacían. Entonces ya era de que oye dónde compraste esa carne, o sea, y no, pues el Jalpa. Entonces, gracias a todas las recomendaciones, NRT fue creciendo, pero fueron muy primordiales las redes sociales aparte, también mi zalamería.

Sí, la verdad, yo tengo un padrino allá de hecho es de Jalupa, Pancho Miranda el es mi padrino y yo reía porque cuando yo lo veía a él todavía estaba más chico y yo siempre padrino y siempre lo hacía yo ahí, pues a la barba y me decía es que eres zalamero en el buen sentido de la palabra, entonces es cierto, yo también me he dado cuenta de que soy muy zalamero. Entonces llegaba alguien a comprar carne yo hablaba

Entrevistador: Tratabas de entablar una conversación.

Entrevistado: Aja y explicarte, Fíjate que hay un dato curioso, una vez mi hermana y mi mamá me decían ¿Oye, es que hablas mucho? aburres a la gente, es que de verdad. Ya yo te apuesto que a la gente le has de caer mal. ¿Pero por qué? bueno Que no los dejas ni hablar. Cuando vivía en casa de mi mamá que empezaban las carnes, había un pasillo como de 30 M, o sea de la casa de mi abuelita que es enfrente, que era de mi abuelita nosotros vinimos atrás, entonces desde que llegaban a ese portón, yo en seguida, ¿cómo están? bienvenidos a Jalpa y no sé qué, mire las carnes y estaban comprando y yo ahí estaba, les cobraba yo regresaba con la misma cantaleta y un día llegan algunas personas de Villahermosa, entraron y empiezo yo, que qué bueno que vinieron, que Jalpa esta bonito, que las carnes, que no sé qué y el señor se me quedaba viendo, Y me dice: oye, muchacho, siempre eres así, y yo me quedé ¿así como? mi hermana y mi mamá diciendo como yo te lo dije. Cuando me dice el señor Siempre es así. Y digo, pues sí, la verdad que sí trato de no decir no hace eso no dice, y yo así de y tu mamá sí, todavía no, entonces desde ahí también me gustaba, por ejemplo, comprar cerveza. Yo compraba cerveza y las mantenía en los congeladores o a veces tomaba yo y me quedaban cervezas y, por ejemplo, llegaban conocidos míos, que yo sabía que si toman y invitaba una cerveza y como estaban en congeladores estaban fríasimas y para estos calores, así que ya se llevaban otro kilito de carne que no sé qué, que no sé cuánto, pero entonces eso igual me atrajo muchos clientes, la manera de ser, de tratar, de ofrecer y sobre todo respaldar la carne, que es lo que les digo, nosotros tenemos ese trabajo a pesar de que el negocio

realmente no es mío, porque es lo que muchos piensan aquí, o sea, todo mundo menciona NRT y dicen es Lalo.

Entrevistador: Sí, claro.

Entrevistado: Entonces por eso, pero es el negocio de mi hermana, pero lógicamente tuve que creerme, que el negocio era mío para poderlo levantar.

Entrevistador: Entonces, ¿cómo ha manejado la fidelización de los clientes pues para que regresen?

Entrevistado: Calidad, trato de estar ahí con ellos aquí en Jalpa te puedo comentar que del 100% de Jalpanecos como 80% me conocen y de 100% de los emprendedores un 90% son mis amigos, ¿Cómo le hago? apoyando a los emprendedores que ellos también me hagan promociones, ¿Cómo?, a veces me entero, por ejemplo, que Karen Cosmetic que vende cosméticos, a veces está haciendo un en vivo rifando tal cosa, yo entro, y saludo, no pues ya se acabó la rifa, ah okey escribo de parte de NRT se va a rifar 2 bolsas más de Sirloin por Karen Cosmetic, oye, que no sé qué, que no sé cuánto. Entonces ahí la gente empieza a seguir la página y empiezan a verme, de hecho, en uno con Stephanie.

Entrevistador: Sí. Sí, justo lo vi de las flores y se involucraron como 10 emprendedores.

Entrevistado: Estuvo muy bonito, porque es una muchacha que hace flores, es una florista de aquí de Jalpa se llama Stephanie Manualidades, ahorita creo que le cambió el nombre, pero ella es la florista de aquí de Jalpa. Empezó a hacer un rifa para el 15 de Septiembre creo, rifó este un arreglo floral muy bonito, yo me metí al en vivo, ya ahí estaba platicando, no, Bueno, pues vamos a hacer la rifa, no, y saluda, no que tal número gano. Para esto su novio dijo no que vamos a regalar otro ramo por parte de no me acuerdo del negocio que él tiene. Y bueno, pues sabes qué, pues de parte de NRT para que se arme la carnita asada el 15 de septiembre regalamos 3 bolsas de sirloin creo que fue. Cuando de repente no, que igual otros emprendedores, o sea que o no, pues yo regalo una que da natación, no, yo regalo un mes de natación, otra que vendía bolsas, no pues yo regalo una bolsa, o sea hasta camarones, o sea, todo llegó así muy bonito. Eso es lo que a nosotros nos mantiene vigente, no solo a mí, sino a los demás y a eso es Jalpa, entonces este luego me habla Stephanie y, me dice, oye, amigo, fíjate que hubo una muchacha que tenía su emprendimiento iniciando y me dice, oye, Fíjate que me hablo tal, fíjate que está feliz porque no tenía seguidores, acaba de conseguir 300 seguidores y aparte de eso tiene cuatro encargos de su producto, o sea, y eso es lo bonito de que

nos seguimos apoyando y es una como una estrategia que manejamos, lo que yo manejo de seguir vigente en las redes, con los emprendedores, ahí es donde yo les digo que nosotros mismos nos recomendamos. ¿Por qué? Porque yo comparto, ahorita ya no manejo la página de las carnes yo. Pero mi perfil de Facebook si es muy popular por así decirlo, entonces ahí yo comparto, comparto, entonces seguimos manejando la fidelidad de esa manera, entonces seguir trayendo y que los clientes sigan viendo, no pues NRT siempre está presente en todo, este para las embajadoras también, cuando podemos apoyarlas. Ahorita un amigo que se va a una lucha de las de artes marciales, ya hemos pedido el apoyo, esto lo vamos a poder apoyar porque igual a veces no se puede. O sea, a veces hay gastos, hay inversiones y pues, aunque uno quiera a veces no se puede, mira, entonces me toca decirle, no puede también.

Entrevistado: Okey, ¿han pensado en expandir el negocio, o sea abrir en alguna otra ubicación?

Entrevistador: Sí, también. Queremos meterlo a Villahermosa, o sea en Villahermosa está la matriz, pero es en bosque de Saloya, pero queremos poner una boutique de carnes en Villahermosa, competir con Santa Rosa, con el Regio con todos ellos, poderlo hacerlo también, pero está a futuro todavía, vuelvo a repetirte es que veces lo vemos innecesario porque toda la gente viene acá a Jalpa.

Entrevistador: ¿Qué tan importante es para usted la innovación? ¿Han planeado introducir nuevos productos para el futuro?

Entrevistado: Sí, claro, este mayormente manejamos prácticamente todos los cortes de carnes, hay algunos que los tengo en existencia pero hay otros que los manejo por pedidos, pero sí estamos tratando de ver si se puede traer una carne de Estados Unidos, que no cualquiera la tiene aquí en Jalpa, en Tabasco o en México, pero estamos en veremos porque sí es un problema con los permisos y todo eso, pero estamos en que sí, sí se puede, claro que sí.

Entrevistador: ¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrentan actualmente, ya sean como su competencia, insumos, los económicos?

Entrevistado: El alza de precio, todo, o sea, te puedo decir que a nivel estatal somos quienes tenemos el precio más barato con calidad de carne. Nosotros somos quienes las surtimos a la gran mayoría por lógica, si nosotros les subimos ellos tienen que subirle, por eso nosotros vamos a seguir siendo los más baratos, pero a veces sí se alzan mucho los precios y por ejemplo antes alzábamos 5 o 10 pesos,

pero ya la última alza fue de 25 pesos, quieras o no impacta en la cartera de todos, pero. tenemos que subirlo ya que todo sube.

Entrevistador: Sí, claro. ¿Qué mejoras le gustaría implementar en su negocio?

Entrevistado: Vamos a mejorar la boutique, estamos en pláticas con la señora que nos renta para poder remodelar el local, de hecho, ya lo hicimos, cambiamos el piso, queremos hacer otros tipos de adecuaciones en el local, pero estamos a que la señora nos autorice porque donde estamos, estamos rentando todavía, y estamos buscando establecernos en un lugar propio, pero estamos buscando.

Entrevistador: Ya para cerrar, hay algo más que le gustaría agregar sobre el negocio, la experiencia en el mercado, en el mercado que está usted.

Entrevistado: Pues la experiencia. La experiencia es muy bonita. Seguir buscando clientes, es un negocio que nunca vas a dejar de buscar clientes, es un negocio que nunca vas a dejar de innovar, este y creo que es un negocio que me ha dado muchas cosas a mí en lo personal para mis hijos, este en lo profesional también y pues seguir en el gusto de toda la gente, en el gusto de Jalpa, de Tabasco, de varios Estados de la República que nos iban buscando que sigan buscando Jalpa, no nada más por las butifarras, como les decía yo, sino también ya las carnes. De verdad hay mucha gente que dice: oye que en Jalpa vende unas carnes, muchos me dicen, venimos a Jalpa por carne y nos llevamos butifarra o a veces me dice, venimos por butifarra a Jalpa y nos llevamos carne. Entonces cómo estamos igual en la carretera principal, ahí está la Auténtica Jalpaneca está también ya El Niñon junior, está la morena Jalpaneca, o sea hay muchos lugares de butifarras que nos quedan a la mano y si vienen por carnes, se llevan butifarra, pues si vienen butifarra, ya pasan a las carnes, pues es un negocio redondo. Por eso te digo. Seguir ahí es una experiencia que mí me ayudó a hacer más amigos, a llevarme con gente que yo no me llevaba, había, por ejemplo, gente que pues no sé en la adolescencia tuvimos algún detalle o algo así nos agarramos en la secundaria, no, y hoy son mis grandes clientes, hoy son mis grandes amigos, o sea igual es tiempo va cambiando, no, ya ya no somos unos niños, ya no somos adolescentes y las mentalidades van cambiando y este seguir, vamos a seguir, menos yo hasta que. pueda, o sea, a lo mejor me sale una oportunidad de trabajo mejor no sé, pero pues lo bonito es o el consuelo que me va a quedar la satisfacción de que que fui quien pudo sostener NRT en Jalpa, Tal vez me voy yo, pero alguien se va a quedar, y ya es una carta, creo de presentación de Jalpa. Eso es una de las cosas que en lo personal me gusta, ya que este ahora mi municipio, para mí Jalpa es el mejor municipio de Tabasco, el lugar donde nacieron y están viviendo mis hijos y donde quiero morir.

Vivir y morir te lo juro ya espero que sea aquí en Jalpa y pues es lo que te puedo compartir, bueno, te puedo decir más cosas, pero no vamos a terminar.

Entrevistador: Pues este muchas gracias, este por permitirnos este tiempo para poder entrevistarlos por hacer tiempo para nosotras y este de poder colaborar con usted para este proyecto que estamos haciendo.

Entrevistado: No, yo les agradezco a ustedes, la verdad que fue muy bonito, que me tomaran en cuenta que pensarán en mí. La verdad que es algo que les agradezco, el placer es mío. Y aquí estoy cuando necesiten algo o si algún día necesitan visitar la boutique ahí estoy, te podemos ayudar también puede ser, no sé, allá donde tenemos la matriz donde hacen todos los cortes, también les podemos ayudar de esa manera, cuenten conmigo nada más como le he dicho a Fati avísame con tiempo porque a veces sí estoy un poquito ocupado y se me va el avión pues pero en lo que yo puedo apoyarles con muchísimo gusto.

Entrevistador: Gracias, la verdad.

Entrevistado: No, no de nada. De verdad es un gusto, es un placer.

