



# “La sala de Yogui Market ha sido un laboratorio vivo de experiencias”

**ENTREVISTA.** Este negocio ha perdurado por 61 años en la ciudad y se ha ido adecuando a los nuevos tiempos. Uno de sus puntales es Marcelo Pérez, miembro de la familia que actualmente es propietaria de la empresa, quien se refirió a cómo se han posicionado compitiendo desde un lugar cercano a la gente y con un fuerte apoyo a los emprendedores locales.

Paola Rojas  
paola.rojas@australosorno.cl

Entre los negocios más característicos de la cultura osornina se encuentra Yogui Market, conocido en sus inicios como “Osorno Yogui”. Este tradicional local de avenida Julio Buschmann ha experimentado una importante evolución durante la última década, por lo que El Austral de Osorno conversó con Marcelo Pérez, integrante de la familia actualmente propietaria de los tres supermercados que funcionan bajo esta marca y que hoy compiten en las grandes ligas del retail, tanto en precios como en productos exclusivos, aunque manteniendo la esencia de un negocio cercano y querido por los vecinos.

**-Ha circulado recientemente en redes sociales una imagen de la tienda original “Osorno Yogui”, de los años ‘80, que ha generado comentarios muy emotivos. ¿Cómo toman esta reacción con la gente?**

-La imagen se hizo viral en redes sociales y me llamó mucho la atención, porque mucha gente nos tiene cariño y tam-

bién le tiene cariño a la historia de lo que ocurría en Osorno y en sectores un poco más alejados del centro. Se generó mucha nostalgia. La imagen tiene más de 200 “likes”, solamente recordando el pasado.

**-¿Cuántos años tiene el negocio?**

-Yogui está ad portas de cumplir 61 años; fueron 51 años como Oso Yogui y ahora, en esta nueva etapa, estamos a punto de cumplir 10 años como Yogui Market. Lo que tratamos, de cierta forma, es conectarnos también con el pasado que tuvo esta tienda, con las personas que trabajaron aquí, con las familias osorninas que emprendieron y con los vecinos que siempre han venido acá durante más de 61 años. Es muchísimo tiempo.

**-¿Cómo se dio el traspaso y la evolución de este negocio?**

-Somos la familia que ingresó hace 10 años, porque la familia Saldívia, que formó el negocio, decidió vender, pero quería que quedara en manos de una familia osornina y nos eligieron a nosotros. Era una fi mantener la tradición de que fueran solamente osorninos



MARCELO PÉREZ TRABAJA DE SOL A SOL Y DESDE ESTE EMBLEMÁTICO PUNTO AL INGRESO DE LA CIUDAD CONVERSÓ SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL YOGUI.

quienes trabajaran en Yogui. Este era un almacén que se levantó con mucho esfuerzo y que además tenía mucha cercanía con la gente. Había mucho trabajo y nosotros tratamos de respetar eso, de mantener esa esencia, porque creemos que, más allá de los cambios que van ocurriendo y que ocurren en todas las ciudades, hay cosas que no deberían cambiar. Esa es nuestra propuesta de atención: el valor de lo cercano. Aquí todos nos saludamos de mano y de beso, también con nuestros clientes. Es un ambiente muy enriquecedor, tanto para las personas que trabajamos aquí como para quienes vienen a visitarnos.

**-¿Cuál es el perfil de sus actuales clientes?**

-En su mayoría son vecinos, aunque también llegan personas de distintos puntos de la ciudad, porque les gusta el tema de la atención, la selección de productos y los precios, ya

que en eso somos bastante atractivos. Además, mantenemos un respeto por las personas que trabajaron antes acá, porque muchas veces vienen y nosotros los atendemos muy bien. Eso es bonito, porque no se han desconectado del lugar y nosotros tampoco queremos que se desconecten de este punto emblemático de Julio Buschmann, que es un barrio antiguo. Entonces, tratamos de conservar también parte de esa historia.

**APORTE A LA COMUNIDAD**

**-Además, se aprecia una importante impronta social ligada a Yogui Market...**

-Nuestra empresa tiene un fuerte foco en la responsabilidad social empresarial, con distintos tipos de actividades, últimamente muy ligadas a temas medioambientales, como la reforestación con árboles nativos en distintos puntos de la ciudad y comunidades. Estamos muy agradecidos de la gente y de los

vecinos, porque pese a la irrupción de muchos retails y megaestructuras en la ciudad, nos siguen prefiriendo y eso ha ayudado a que podamos crecer y acercarnos a otros vecinos de Osorno, con nuevos puntos de venta.

**-En estos últimos años también se les ha visto colaborando en temas contingentes, como ocurrió durante el corte de agua de 11 días en 2019, cuando entregaban agua emvasada a precio de costo. ¿Qué significó eso para ustedes, considerando que recién habían tomado la posta?**

-Un comerciante o una empresa tiene un rol que cumplir dentro de la sociedad y no puede abstraerse de eso. Es muy importante que las empresas, sobre todo las locales, no solamente tengan un foco comercial, sino también humano y comunitario. El tema del agua fue, para mí, vergonzoso, porque vimos cómo el retail y algunos comercios locales comen-

“Somos una empresa local, formada por gente que nació en Osorno, al igual que nuestros antepasados, y tenemos un tremendo arraigo hacia esta ciudad”.

Marcelo Pérez  
uno de los dueños del  
Yogui Market

zaron a subir los precios del agua. Fue así que compramos grandes cantidades y decidimos no ganar nada, venderla al costo, sin margen alguno. No obtuvimos ganancias, pero sí cumplimos con un tema humanitario y esa fue nuestra forma de aportar. También, cuando hay catástrofes, tratamos de participar en distintos voluntariados que se realizan en la ciudad. Estamos donde se genera un impacto real y medible.

AGENCIA UNO



(viene de la página anterior)

**OSORNINOS DE CORAZÓN**

**-¿Quiénes participan actualmente de la familia Pérez en el negocio?**

-Mi padre y mis hermanos. Mi papá es el patriarca del negocio. Yo soy el hijo mayor, después viene mi hermano y luego mi hermana menor, y cada uno tiene asignados distintos roles y funciones dentro de la estructura familiar. Además, somos una empresa local, formada por gente que nació en Osorno, al igual que nuestros antepasados, y tenemos un tremendo arraigo hacia esta ciudad.

**-¿Ese arraigo también tiene relación con los productos locales que venden?**

-Exactamente. Nosotros tratamos de ofrecer productos locales que puedan competir de igual a igual con productos elaborados por grandes compañías. Les damos un espacio y, en algunos casos, también entregamos asesoría a estos productores locales, ya sea con la conformación de sus sociedades, ideas y prediseño de logos. A algunos los asesoramos para que obtengan resoluciones sanitarias y también les enseñamos a instalar códigos de barras, para que puedan no solamente vendernos a nosotros, sino que también a otros negocios y puedan ingresar al retail. Nuestra idea es que les vaya bien y que puedan utilizar a Yogui Market como una plataforma de impulso, de progreso, donde nosotros podamos apalancarlos y ellos continúen creciendo.



LA VARIEDAD DE VINOS ES UNA DE LAS MÁS AMPLIAS DE LA CIUDAD, UN SELLO DEL NEGOCIO FAMILIAR.

**-Además, están ubicados en un punto muy estratégico de Osorno, de entrada y salida...**

-Sí, pasa mucha gente y también nos visitan muchos extranjeros. Últimamente hemos tenido algunas dificultades de comunicación con algunos, porque hay idiomas que no siempre son fáciles de entender, pero con buena voluntad logramos comunicarnos. Tenemos muchos clientes de Argentina, Estados Unidos, Francia, Alemania e incluso Japón, quienes vienen a comprar distintos productos y, básicamente, lo que más les llama la atención es nuestra gran selección de vinos.

**VINOS Y SUCURSALES**

**-Esta es una de las áreas más comentadas de su negocio...**

-Ese ha sido nuestro gancho, porque trabajamos con las viñas más importantes del país y también somos promotores del Valle de Osorno como valle vitivinícola, por lo que contamos con todas las etiquetas de esta zona. Aparte del comercio local y de los emprendimientos locales, potenciamos el vino de nuestro valle, porque es algo que nos entusiasma mucho. Así hemos desarrollado un concepto bien multidisciplinario para conformar la sala de Yogui Market; ha sido un laboratorio vivo de experiencias y emociones. Ha sido algo muy bonito, que se construye con mucho cariño también para los vecinos de Osorno.

**-Actualmente ya tienen tres sucursales de Yogui Market...**

-Así es. Hoy tenemos tres locales. Además del local de Julio Buschmann, contamos con uno en René Soriano y otro en Zenteno. Este último es el más nuevo, se inauguró hace un mes y nos ha ido muy bien, con una excelente recepción del público y de los vecinos. Solamente hemos enfrentado los problemas normales que existen en todo el país y que tienen relación con la delincuencia, un problema que no tiene atajo, porque muchas veces los delincuentes son detenidos y quedan en libertad pocas horas después. Sin embargo, uno ya aprende a convivir con eso y entiende que las reglas del juego son así.

**-¿Piensan seguir haciéndole frente a la delincuencia?**



EL LOCAL PRINCIPAL SE UBICA EN EL MISMO LUGAR DESDE HACE 61 AÑOS.

-Hay gente que sufre mucho y que incluso cierra sus locales, porque ya no tiene ánimo de seguir conviviendo con este problema. En ese sentido, nosotros somos muy duros con la delincuencia. Sí denunciamos a los delincuentes, los detenemos, asistimos a las audiencias y los demandamos. Y si es necesario, también los exhibimos en redes sociales para que la comunidad esté al tanto de quiénes son las personas que están afectando a nuestros vecinos. No les tenemos miedo y estamos preparados para enfrentarlos de cierta forma. No digo que nos vayamos a convertir en matones ni en superhéroes que luchan contra el mal, pero sí creemos que hay que poner un freno, como personas de esfuerzo, a quienes

vienen a robar y a faltar el respeto.

**-¿Proyectan expandirse con nuevos locales hacia otros barrios de Osorno?**

-Nos encantaría poder llegar a más puntos de Osorno, pero por el momento acabamos de inaugurar una nueva sucursal, así que vamos a enfocarnos en atender bien a nuestros clientes en estas tres tiendas. También nos han preguntado si nos gustaría salir de Osorno y la verdad es que no. Queremos mantenernos siempre en nuestra ciudad. A lo mejor las generaciones que vengán tomarán otra decisión, pero por lo menos esta generación, que está ad portas de cumplir 61 años, quiere mantenerse en Osorno.

CS