



### **Entrevista Cooperativa La Yumba<sup>1</sup>**

En el año 2014 en Villa Crespo (C.A.B.A.) nació La Yumba, una cooperativa de consumo popular gestionada en el local de la Asamblea Vecinal de Juan B. Justo y Corrientes. Su nombre honra una de las canciones del músico Osvaldo Pugliese. Con más de 750 socios, La Yumba articula con organizaciones sociales, sindicatos y empresas recuperadas desarrollando un trabajo político desde una perspectiva de la economía social buscando suprimir la intermediación y vincular directamente a consumidores y productores, así como defender los acuerdos de Precios Cuidados en los supermercados y los de la Red Comprar en pequeños y medianos comercios.

#### **E: Entrevistador**

#### **M: Mini**

**E:** Estamos con Mini Pérez, La presidenta de la cooperativa La Yumba. Mini, contanos sobre la historia de la cooperativa.

**M:** La cooperativa nació en el año 2014. En realidad, a partir de la estampida de los precios, de la inflación. Bueno, este cuestionamiento que se hizo en general me parece, no solamente nosotros sino todo el pueblo, de por dónde venía el asunto de la inflación. Si era responsabilidad de un gobierno, o de determinados sectores económicos. Que era lo que estaba pasando. Y acá en el barrio, en Villa Crespo, Chacarita, que es donde está la asamblea de Juan B. Justo y Corrientes, tenemos una gimnasia, digamos, por un lado de trabajo en común con muchas otras organizaciones políticas y sociales desde hace mucho tiempo y además, de no mantenernos pasivos ante los embates y las problemáticas. Entonces, también tenemos en nuestro barrio a Alejandro Roffman, que es economista, que está en el Socialismo para la Victoria, que es un grupo con el cual también venimos trabajando hace tiempo. Así que empezamos a convocarnos, a conversar que era esto que se hablaba de la cadena de valor, que para muchos, la mayoría de los que estábamos convocados, no significaba absolutamente nada. Apareció la política de los Precios Cuidados. Y la verdad que nos apropiamos de esa política. ¿Por qué a veces pasa eso con una

---

<sup>1</sup> Entrevista realizada por Gabriel Fajn.



política y a veces no? La verdad que, yo por lo menos, no lo tengo demasiado claro. Pero la realidad es que hicimos algunas charlas con distintos grupos políticos del barrio, que veníamos trabajando en común, con gente de sindicatos, vecinos que no tenían pertenencia partidaria, empezamos a entender este asunto de porque había alguien que se le pagaba poco por el tomate y terminaba siendo tan caro cuando nosotros lo teníamos que comprar, y nos pareció que la política de precios cuidados era algo que había que defender. Entonces, empezamos haciendo volantitos con los ejemplos de los distintos productos y cuanto era lo que se quedaba la cadena comercializadora y nos fuimos a las puertas de los supermercados. A la puerta de Día, a la puerta de Coto, a la puerta de Carrefour, que son los que tenemos más cerca de nuestro barrio. Primero, bueno, dentro del supermercado. A ver si había precios cuidados, pero sobre todo hablar con la gente. ¿Hay precios cuidados? ¿No hay precios cuidados? ¿Qué le parece lo de la inflación? Y bueno, de esta gimnasia empezó la idea de porque no hacer algo que fuera más permanente. Que no fuera solamente controlar que se cumpliera una determinada política. Hubo varias propuestas, hubo mucho debate. O sea, ¿por qué teníamos que ir al mercado central, donde había buenos precios? Si eso no se podía traer a las grandes ciudades y a nuestros barrios. Pero bueno, nosotros desde la organización social, desde no ser gobierno, desde otro lado del Estado, de la sociedad civil, no teníamos posibilidades de conseguir un lugar físico, que era lo primero y principal para el tema del mercado. Así que bueno, seguimos viendo también alternativas, y alguien propuso en ese momento formar una cooperativa de consumo. Sin saber muy bien de que se trataba. Creo que ninguna de las dos puntas: ni cooperativa ni cooperativa de consumo. Así la armamos. Así nació.

**E:** Y hoy, ¿Cuántos miembros tienen? ¿Qué productos comercializan?

**M:** Y hoy tenemos, aproximadamente, 750 socios. Productos, yo creo que son alrededor de 80 productos. Y bueno, la forma digamos, de trabajo, tiene que ver con que no tenemos todavía local propio, estamos muy anclados en el local de la Asamblea, Juan B Justo y Corrientes. También porque ahí nacieron las asambleas y es un local que en realidad se utiliza para muchas cosas, y ahí también funcionan otras organizaciones. Pero además, en muchas organizaciones políticas y sociales: Nuevo Encuentro, la Néstor Vive, la Evita, Nueva Comuna, Seamos Libres, muchos grupos que ponen sus locales culturales o políticos a disposición de la cooperativa. La gente de Socialismo



para la Victoria, son muchos. Son 12 locales. Entonces ahí hay en cada lugar un grupo de gente que lo que hace es que cada vez que llega este pedido, lo lleva a sus locales para ahí tener esa interacción con los vecinos. Y lo que tratamos y buscamos, y que es muy difícil, es lograr que la compra se realice a la economía social. Es decir, que podamos comprarle a pequeños productores o empresas recuperadas o cooperativas de trabajo. Y por otro lado, que el precio sea un precio razonable y que por trabajar con la economía social no se transforme en una compra que pueden hacer solo determinados sectores. Y ese equilibrio nos está resultando muy difícil de conseguir.

**E:** ¿Qué tipo de producto son los que ustedes comercializan?

**M:** En general son productos no perecederos. Son productos de almacén. Primero, comestibles. Fuimos por buscar productos que tengan que ver con lo básico: yerba, tomate, fideos, azúcar, harina, tomates. Más una cantidad de otros productos, que por ahí no son tan esenciales pero que también comercializamos. Que tienen que ver con, por ejemplo, los productos de Torgelón, que son unos embutidos de una fábrica recuperada, los de Arrufat, que son dulces, Grissinopoli. También porque tiene que ver con las relaciones que en algunos casos teníamos con empresas recuperadas desde otras épocas, ¿no? También fuimos incorporando vinos, cervezas de pequeños productores, quesos de campo de gente que lo hace en el campo por acá cerca. También tenemos mozzarella, dulce de leche de la Cooperativa de la Ciudad, y después trabajamos, por ejemplo, con las chicas de La Paquito, que es una cooperativa de gente trans, con la gente de La Tejedora, de San Martín, que ahí lo que hacemos es de intermediario, justamente. No de intermediarios, de poner en contacto. Lo único que hacemos en ese caso es servir de nexo para que las personas que quieren comprar estos productos de la cooperativa se pongan en contacto con la cooperativa esta.

**E:** Yo me imagino que una de las mayores dificultades es como estos productores llegan a los consumidores y, que la cooperativa no se transforme en un punto de intermediación que encarezca los productos. ¿Cómo resuelven ese tema?

**M:** No está resuelto ese tema. No está resuelto, para mí. ¿Por qué? Porque el problema es que cuando éramos 100, esta es mi visión del punto en el que estamos. Hay una cantidad de personas que son socios y una cantidad que hacen el pedido. Eso era un tercio. Más o menos sigue siendo así. Si vos tenés 600 o 700 socios, tenés 200 que piden. Teníamos 100 y eran 30 los que pedían.



Nada que ver, porque con 100 personas socias y 30 que piden, te estoy hablando por no tener una lista de precios de acuerdo del aceite, de la polenta, el arroz. Muchísimas otras cosas que comercializamos y no te conté. Pero claro, eso... ¿Cómo manejarse? Yo creo que estamos en un punto de crecimiento un tanto bisagra, digamos, y bueno, ahora tenemos nuestra asamblea anual y yo creo que en la cabeza de cada uno de nosotros hay una idea de hacia dónde queremos ir. Eso no está tan claramente aceitado. Y me parece que hay una tensión, esto es lo que yo creo ver, entre una visión de que esto tiene que ir transformándose en una empresa sí o sí, y de que esto no pierda sus características de organización social, y porque no, política. Esto no es fácil. Yo creo que las dos cosas son importantes, de alguna manera somos una empresa, no hay vuelta que darle, porque hay que gestionar todo este despelote de alguna manera, y por otro lado, a ver el objetivo no es hacer una empresa que sirva con poco margen de intermediación. Porque para eso no nacimos. Entonces, es una búsqueda también. Porque inclusive no tenemos muchos modelos que nos digan “este lo queremos copiar”. Ese es el otro punto. O sea, no sé si queremos tener grandes supermercados, porque al final con esta historia del supermercado propio, pasa a ser: “bueno, no, pero entonces tenemos que poner algunos productos, porque si no la gente no va a venir, va a ir al otro lado”. Entonces, ya te planteas cuál es tu abanico, ¿hasta dónde? Que es lo que vos estás comercializando, de alguna manera. Por otro lado, también es cierto que llegados determinados niveles, empezamos a tener problemas que tienen que ver con la cantidad. Antes mandábamos los mails, no había problema. Ahora la mitad de los socios no reciben los mails. Entonces, hay que cambiar. Y te dan un producto que es gratis pero por un tiempo. Y después ya no tenes manera de vincularse con los socios. Y después, por ejemplo... ayer, mientras estábamos acá entraron dos personas, a asociarse. Ninguno de los dos tiene que ver con los mails y la computadora. Eran gente grande. Esto hay que aceitarlo también. ¿Vamos a dejar afuera todo lo que no tiene mail, y no recibe? O sea, hay muchísimas cosas que hay que pensar. Y también hay que, de alguna forma, ir coordinando el trabajo voluntario, que ¿por qué no?, tiene que seguir existiendo, con poder rentar con algunas tareas que ya demandan demasiado tiempo. Además de toda la carga, francamente, que me parece demasiada, de todo el tema burocrático administrativo, que si firmamos las actas, que si vamos las llevamos, que si hay que estar tantos días antes, que si el informe del síndico



cada 3 meses. Es una montaña de trabajo, que está claro que alguna de esas cosas habría que ayudar un poco...

**E:** ¿Hasta ahora no tienen gente rentada?

**M:** No. Hasta ahora, en realidad, estamos teniendo algunas horas rentadas. Es decir, el trabajo del pedido es muy grande, entonces algunos compañeros que vienen, que reciban un dinero por esa tarea. No personas. Y la idea, de algunos de nosotros porque todo está en debate, es que de alguna manera, si esto exige mucho trabajo, se termine armando por fuera, por dentro, vinculada no sé cómo, una cooperativa de trabajo que, es lo más razonable. Si acá se necesita que 5 tipos pongan el lomo, o pongamos el lomo, bueno, entonces se armará una cooperativa de trabajo que me parece lo más coherente con nuestros principios.

**E:** Tus perspectivas, ¿hacia dónde se tiene que orientar? ¿Hacia un gran supermercado o hacia una lógica de trabajo barrial, solidario? ¿O una combinación? ¿Cuáles serían tus perspectivas?

**M:** Ay, ¡qué difícil esa pregunta! Si yo la tuviera clara, me ayudaría tanto a mí y a todos los demás. A mí me parece que el mercado, como tal, en este momento, por ejemplo, el gobierno nacional está encarando los mercados de la Red Comprar, por decir algo, que traen las cosas del mercado central. Yo creo que nuestro papel está en pelear, por ejemplo, que es lo que se vende en esos mercados populares. De que nuestros proveedores que no llegan, digo, me parece que no, que no es hacer el mercado. Me parece que, mi idea es que nosotros tenemos que servir como una entidad de consumo, a incidir en la orientación cooperativa. Estar muy cerca por ejemplo de todo lo que son las cooperativas, los pequeños sectores de la economía social y solidaria. Y pelear entonces para que los mercados, por ejemplo, funcionen de una determinada manera. Ahora, no me imagino siquiera cual va a ser esa lógica. Porque en algún momento habíamos quedado que dentro del mercado, o eso habíamos entendido que iba a haber algún sector para atender a los almaceneros. Dijimos, “bueno, por ahí esa es la nuestra, hay un mercado dentro de una comuna, nosotros vamos ahí, conseguimos determinados productos sin abandonar lo otro, tenemos una interacción con el mercado”. O sea, peleamos para que, el que vende quesos, que vende tejidos, pueda tener un lugar en ese mercado. Y por otro lado también, decimos: “bueno, dennos a



nosotros a un precio especial para que nosotros podamos esto transformarlo y multiplicarlo".  
Ahora. Dentro de unos años que se yo.

**E:** Así como ustedes, surgieron otras experiencias de cooperativas de consumo. ¿Cuál es la relación con ellos y si están pensando en algún tipo de integración o vínculo?

**M:** Mirá, nosotros efectivamente tomamos contacto con COLSOL. Estamos participando en reuniones con COLSOL, con Caracoles y Hormigas, Puente del Sur. Bueno, con estos grupos que más o menos estamos tratando de organizarnos de manera conjunta, y que está también la gente de la Universidad de Quilmes. Está la gente de CREAS, que ha ayudado a alguno de estos grupos financieramente y está apoyando también, y ayudando esta movida. De escucharnos, el origen ha sido muy diferente. Como te conté, lo nuestro vino, de la mano de la política. En otros casos, vino más de la mano del consumo y de organizar familias, grupos de consumidores en contacto con los proveedores. Como son lógicas diferentes es muy difícil enganchar un camino común. Igual se están haciendo varias reuniones, a veces superpuestas. Ahora también nos convocaron el INCAA, que fuimos más o menos los mismos. Hay un intento de que los grupos de consumo encuentren un camino común. De todas maneras, hay bastantes dificultades. ¿Por qué? Porque no todos los productos que compramos son los mismos, porque no estamos orientados, no tenemos la misma lógica de construcción. En muchos casos son cooperativas de trabajo, en general. Son grupos de compañeros que se organizan para hacer una alternativa, digamos, a los grandes supermercados. Por lo tanto, dan una salida a la producción directa al consumidor, con esta pequeña intervención de esta cooperativa de trabajo. Esto es, en general, la lógica de todos estos grupos. Lo nuestro es otra cosa. Pero, de todas maneras, compramos todos los mismos fideos, los mismos tomates... Así que la idea es empezar a organizarnos para hacer las compras en común. Por ahora no le hemos encontrado la vuelta. Pero también es todo muy nuevo. Muy, muy nuevo. Pero la idea es esa. Primero no superponernos. O sea, que se hagan desde un único lugar con todos los factores posibles. Y luego, ir viendo las formas. Sobre todo de ir empezando a dar pequeños pasos. Que pueden ser un artículo, dos artículos, empezar a comprar en común y hacer la experiencia.

**E:** ¿Cuáles son las mayores dificultades que vos ves para el desarrollo de este tipo de organizaciones?



**M:** Bueno. Una es que todavía, que confiábamos en eso, no nos ha llegado ninguna ayuda de parte del Estado. Y la verdad que es necesario. Yo creo que es imprescindible. Creo que estamos en una situación en la cual podemos contar con eso, porque la realidad es que nunca como ahora, todo lo que es la economía social y solidaria, ha tenido un refuerzo a través de los pequeños créditos, a través del Ministerio de Desarrollo Social. Entonces, la verdad es que yo creo que, a nosotros, sea a través del inmueble que nos solucionarían mil millones de cosas, sea a través de algún subsidio, de algún préstamo. Esto en este momento sería muy, muy importante para nosotros. Algún tipo de ayuda desde ese lugar, que creo que se va a conseguir. Y por otro lado, todas esas menciones que te comentaba. En este momento de crecimiento, ¿hacia dónde queremos crecer? Primero, los que estamos adentro tenemos que ponernos de acuerdo, que no somos por supuesto los 700, seremos 30 personas que son las que trabajan cotidianamente, ponernos de acuerdo y armar entre todos una línea de acción común. Es decir, hay algunos rasgos que tienen que ver con la economía social, con el cooperativismo. Bueno, con esto de no tener explotación del hombre por el hombre, de los lazos solidarios. Muchas cosas que ya están. Estamos todos de acuerdo. Con quién trabajar, a quien comprarle. Bárbaro. Pero después, de ahí, a como se resuelve lo cotidiano, con qué modelo de gestión te vas a manejar, si va a haber algún trabajo rentado, como se va a rentar ese trabajo, todo esto es tema de discusión. Y esta relación, como tienen todas las organización, entre la cantidad de gente que la integra y la cantidad que participan activamente. Nosotros necesitamos, que independientemente de hacia dónde vamos como modelo de gestión... que va a ser parcial, no va a hacer de hoy para mañana, como vamos construyendo, hacia algunos núcleos, algunas comisiones, que estén funcionando y funcionando bien. Entonces, independientemente de que el trabajo sea rentado o no, se puede dar una orientación al trabajo. Así como sucede, por ejemplo, con la comisión de proveedores. Esto tendría que pasar también con una comisión de difusión, de cultura, de informática, de organización y no tenemos todo esto bien, bien armado.

**E:** ¿Y cuáles crees que son los avances destacables, que a pesar de todas estas dificultades, hoy podemos señalar de la cooperativa?

**M:** Bueno, primero existir todavía. Porque, yo francamente, con una cosa que nadie sabía bien de que se trataba, además en un año electoral y teniendo tantas fuerzas políticas, te nombré unas



cuantas y también hay un montón que no te nombré que también están trabajando. Y bueno, evidentemente hay mucho en disputa. Entonces sabíamos que muchos de nuestros compañeros son además militantes de una fuerza política. Entonces, en medio de esta gran disputa política en general, y en este año electoral, haber construido un activo propio de La Yumba, un colectivo que trabaja y tiene su preocupación puesta en la cooperativa, convencidísimos de que esa es una militancia, desde lo social y también hacia lo político. Yo creo que es un gran logro. No nos hemos agarrado todavía a patadas como para que nadie se vaya, para que nadie cierre una puerta, para que nadie cree otra organización y evidentemente haber crecido como crecimos, porque de 100 socios y 30 pedidos, a lo que somos hoy, casi impensable te diría.

**E:** ¿Querés agregar algo más que te parezca de importancia?

**M:** No, no. Yo creo que también lo de los medios por ejemplo, es un punto importante para nosotros. Porque, haber salido en algún momento en Página 12, haber salido por Radio Nacional... parece que no, pero ayudó a que mucha gente conociera y se acercara. Y me parece que esta tarea un poco pequeña que hacemos nosotros también con nuestra radio comunitaria, es útil. Porque nos ayuda a tener otro nexo más con todo lo que es la economía social y solidaria que va más allá de la compra. Que va en la difusión, que va en este contacto que tenemos con los compañeros de las fabricas recuperadas o de los emprendedores que tienen un lugar. Para darte un ejemplo: esta semana se hizo una actividad en Los Chanchitos. Bueno, además de eso, ellos salieron por acá contando la experiencia, que significaba recuperar una empresa, cuáles eran las dificultades y esto me parece que es muy bueno para los que escuchan y de repente no están metidos en el tema, ¿no?