

ESTUDIO DE CASO COOPERATIVO CON KANDIS QUAM & ELROY NATACHU JR. DE ANCESTRAL RICH TREASURES OF ZUNI (ARTZ)



Ubicación:
Zuni,
Nuevo México



Información de los miembros: La cooperativa ARTZ tiene 32 miembros con edades comprendidas entre los 20 y los 80 años. Los artistas deben aplicar para ser miembros de ARTZ y, una vez aceptados, pueden vender sus trabajos en una galería operada por voluntarios. Las ganancias de las ventas de la galería se dividen en 60/40.



CÓMO COMENZÓ

“Somos muy especiales en el sentido de que tenemos trabajo en el mercado de mercancías. Aquí es donde personas externas ingresan a nuestra reserva y compran obras de arte a precios muy bajos... luego las venden a una galería para obtener ganancias”.

Descubrimos por otros artistas que les faltaba educación comercial en términos de fijación de precios de sus productos, y necesitaban educación en tradiciones culturales y conservación.

GRAN LOGRO

“Dentro de los primeros seis meses de operación, sin mercadotecnia ni publicidad, tuvimos ventas en la galería y en el sitio web por un total de \$20,813.35. Dentro de ese plazo, pagamos más de \$12,000 a los artistas/miembros de la cooperativa”.

¿POR QUÉ LA ESTRUCTURA COOPERATIVA?

“Nuestra organización está abierta para todos, y nuestra comunidad es muy abierta. Nuestra fundación y nuestra propia cultura se relacionan muy bien con el modelo cooperativo en términos de cooperación y asistencia mutua”.

“La Cooperativa ARTZ es la única cooperativa en Pueblo de propiedad y administración de artistas en Nuevo México. La formación de la cooperativa se fundó para devolverle el poder al artista, para garantizar que reciba el valor monetario total que solicita”.



CENTER for
RURAL AFFAIRS



P:

¿Hay algo que usted crea que diferencia a su cooperativa aparte de los demás o la hace más exitosa?

R:

Con nuestra membresía bastante grande... empezamos a apoyarnos entre nosotros y crear una familia dentro de nosotros mismos. Esto ha ayudado mucho a la fundación de la cooperativa. También hacemos todo el papeleo, por lo que los artistas/miembros no tienen que manejar nada de eso y solo pueden concentrarse en su arte.

P:

¿Cuáles fueron algunas de las cosas que se investigaron para comercializar su cooperativa?

R:

No teníamos nada en términos de mercadotecnia para empezar (sin sitio web, sin página de Facebook, etc.). Fuimos muy afortunados en que nuestros miembros tuvieran clientes a los que pudimos contarles sobre la apertura de la cooperativa. Todo se difundió de boca en boca y fue muy exitoso. Ahora tenemos un sitio web, Instagram, una página de Facebook y otras estrategias de mercadotecnia.



POSIBLES TRAMPAS COOPERATIVAS QUE SE DEBEN EVITAR

Fuente: Nebraska Cooperative Development



Falta de una misión identificada claramente



Falta de compromiso de parte de los miembros



Planificación inadecuada



Falta de administración competente



No usar asesores y consultores experimentados



Falta de identificación y minimización de riesgos



Falta de liderazgo de parte de los miembros



Malas suposiciones



Falta de financiamiento



Comunicación inadecuada



Este proyecto fue desarrollado utilizando una subvención para grupos socialmente desfavorecidos del Departamento de Agricultura de EE. UU. El Center for Rural Affairs es un proveedor y empleador que ofrece igualdad de oportunidades.