

**ZUMZEIG**

**CINECOOPERATIVA**

**INFORME EQUIPAMIENTO- ZUMZEIG CINEMACOOPERATIVA-PROSPECTIVA I**

Araceli Antón Sampanis - Carlos Sancho Gómez

## Índice:

- I. (Introducción) Un poco de historia
- II. Directrices
- III. Estructura organizativa y recursos humanos
- IV. Programación y actividades complementarias
- V. Comunicación, comunidad y colaboración
  - Canales
  - Mapa de posicionamiento
- VI. Financiación y presupuesto
  - Política de precios
- VII. Análisis DAFO



## I. (Introducción) Un poco de historia

El proyecto cultural Zumzeig Cinema fue creado en Barcelona en octubre de 2013 por Esteban Bernatas, fundador y director del cine. Junto con Guillaume Mariès proponían un modelo de exhibición innovador en España, derivado de las pequeñas salas de cine de arte y ensayo francesas. El proyecto centraba su propuesta de valor en la exhibición de cine independiente, dando a conocer géneros con menor comercialización que los del cine mainstream, como son el documental, el cortometraje, el videoarte u otras corrientes contemporáneas del cine actual.

Después de tres años en funcionamiento, el primigenio Zumzeig presentaba una mala situación financiera. Por ello su director decidió reunir a una serie de profesionales del audiovisual independiente de Barcelona y discutir un nuevo modelo de gestión, transformando la estructura del proyecto: de empresa privada a cooperativa basada en una comunidad más amplia de usuarios y trabajadores.

El cine Numax de Santiago de Compostela fue un referente para ellos, ya que se trata del primer cine cooperativa sin ánimo de lucro de España y con el que actualmente mantienen una estrecha relación a través de colaboraciones y un acuerdo por el cual los socios del Numax adquieren descuentos en Zumzeig y viceversa.

Para arrancar el proyecto fue necesaria una campaña de micromecenazgo que obtuvo una respuesta entusiasta y multitudinaria. Así es como en noviembre de 2016, Zumzeig Cinema pasa a ser Zumzeig Cinecooperativa, el primer cine cooperativo de Cataluña.

Zumzeig cuenta con una única sala de exhibición, el diseño de la cual se ha hecho con la acústica típica de una sala de doblaje, donde se mezclan las bandas sonoras de las películas. Además, el sistema de altavoces ha sido fabricado especialmente para la sala y cumple rigurosamente con los estrictos standards de los estudios en términos de sonido de fondo, rango dinámico y respuesta de frecuencia. Cuenta a su vez con un bar dentro de las instalaciones, lugar de reunión y debate.

## II. Directrices

### Misión

Su principal cometido es la Exhibición de cine independiente, dando a conocer géneros de menor comercialización a la vez que, con el sistema de organización, defender un modelo participativo, horizontal y democrático demostrando que existen otras formas posibles de gestionar la cultura y la exhibición cinematográfica.

### Visión

Zumzeig Cinecooperativa es un espacio cultural de proximidad y sin ánimo de lucro. Su base social la conforman, aproximadamente, unas trescientas personas. El espacio ofrece proyecciones de cine independiente en versión original, además de diversas iniciativas artísticas, sociales y solidarias.

Según la cooperativa, Zumzeig es *“una apuesta cultural comprometida y activista cuya programación multidisciplinar en versión original comparte protagonismo con otras actividades culturales. Un espacio para pensar y compartir.”* Estas actividades culturales y sus espacios de debate y reflexión suponen una ruptura a la habitual unidireccionalidad de la pantalla.

### Objetivos

El principal objetivo de la cooperativa es posicionarse como un referente en el territorio gracias a una programación que apuesta por contenidos culturales de calidad a precio popular. Ofrecen una programación comprometida y arriesgada, creen en el cine y la cultura como herramientas de transformación social y personal.



### III. Estructura organizativa y recursos humanos



Tanto la Asamblea de amigos como las distintas comisiones de trabajo están compuestas por voluntarios afines a los valores del cine, y se reúnen con distinta periodicidad.

## IV. Programación y actividades complementarias

La cooperativa programa cada día de la semana, exceptuando los lunes y algún día puntual. Se centran básicamente en 4 líneas de programación: estrenos nacionales e internacionales en versión original subtitulada, reestrenos, sesiones paralelas en las que se presentan propuestas transversales en cuanto a género y formato y sesiones dedicadas al público más infantil: “zumzis”

La programación de películas de estreno nacionales e internacionales, parte de un criterio de selección basado en el compromiso del cine con la sociedad que le rodea, así como su interés artístico. Esencialmente, apoya a las propuestas independientes de la industria del cine.

Los reestrenos son una buena forma de atraer al público, ya que ofrecen películas estrenadas poco antes en cines comerciales, a un precio más bajo. Las sesiones paralelas cumplen con la intención de la cooperativa de aumentar y expandir la oferta de la cartelera, con propuestas paralelas que complementan la exhibición de estrenos cinematográficos.

Tal y como ellos lo definen, Zumzeit es un espacio polivalente de reflexión y entretenimiento que aboga por la variedad cultural y la transversalidad de formatos y géneros. Las sesiones de cine infantil quieren enseñar a los niños como disfrutar de una buena película desde pequeños y como ser consumidores críticos.

Además, el proyecto cuenta con una línea llamada “Educar con la Mirada” que busca establecer relaciones bidireccionales con las escuelas, institutos y centros del distrito para ofrecer sesiones y actividades pensadas para los más jóvenes y fomentar con ellas la educación y la reflexión sobre la imagen. Estas sesiones son proyecciones específicas para escuelas de primaria y secundaria dentro del horario lectivo.

Con esto se pretende aproximar al público escolar a estos nuevos lenguajes cinematográficos que pueden suponer distintas barreras para los más jóvenes. Como complemento a las sesiones de cine, el proyecto cuenta con una gran diversidad de actividades culturales (presentaciones de películas, charlas con realizadores, sesiones de cineclub, encuentros entre cineastas, conciertos, paellas populares...), siendo un espacio de debate y de reflexión.

## V. Comunicación, comunidad y colaboración

### Canales

En cuanto a la comunicación, Zumzeig Cinemacooperativa tiene distintos canales a través de los cuales promociona los distintos eventos y proyecciones programados. Como se puede ver en la siguiente tabla, los principales canales digitales son: el sitio web, la newsletter y las Redes Sociales.

En la web se puede acceder a toda la información relativa al cine, desde la agenda de actividades a los colaboradores del equipamiento, así como a la estructura organizativa del mismo y también a los distintos valores sociales de la propia cooperativa. Los idiomas en los que está disponible el sitio son únicamente Catalán y Castellano. Además existe la opción de poder subscribirse a la newsletter del Zumzeig donde se recogen los distintos horarios y sinopsis de los films que van a proyectarse, a la vez que aporta distinta información sobre públicos.

Zumzeig Cinemacooperativa está presente digitalmente también en las tres principales RRSS, publicando contenido y frecuencia concreta para cada uno de estos distintos medios, Facebook, Twitter e Instagram

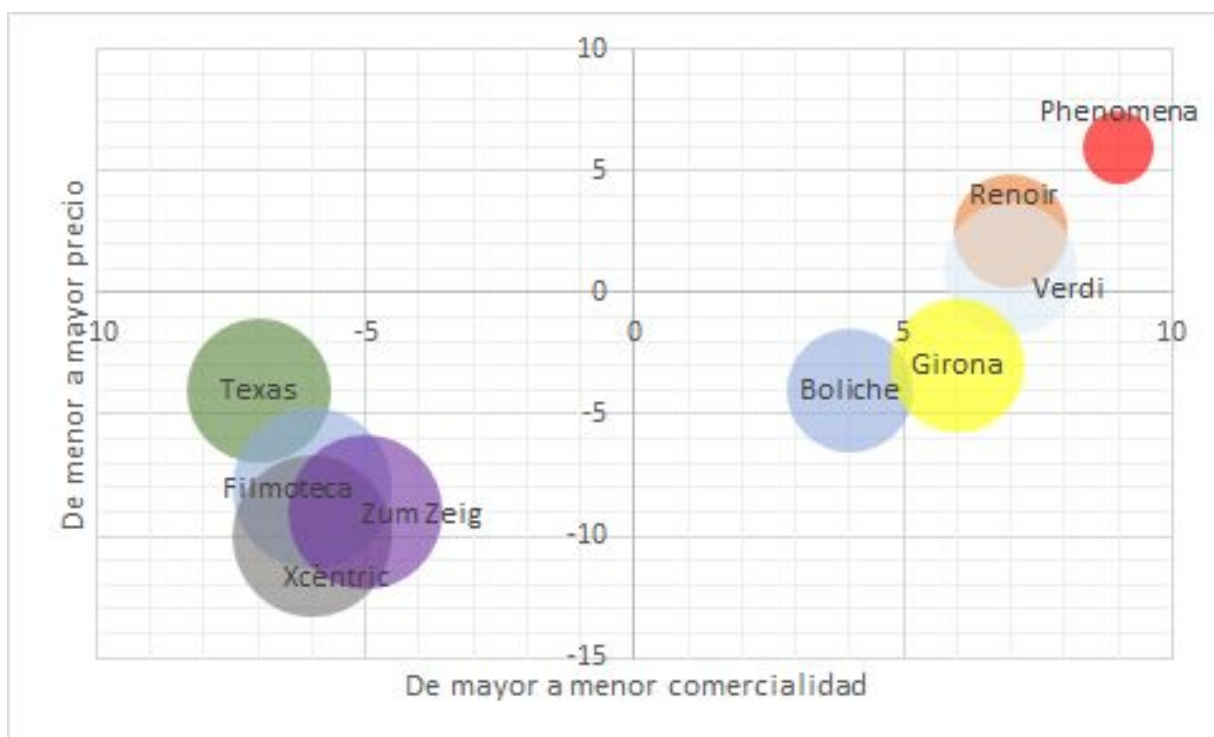
<b>Digitales</b>	<b>Web</b>		
	<b>Newsletter</b>		No fijada
<b>Redes Sociales</b>	<b>Facebook</b>	15.916 mil	7/Semana
	<b>Twitter</b>	6.738 mil	4-5/Día
	<b>Instagram</b>	1.845 mil	3/Día
<b>Relaciones Públicas</b>	<b>Barrio</b>		

## Mapa de posicionamiento

Para finalizar el análisis de Zumzeig Cinecooperativa, se ha realizado un mapa de posicionamiento de la sala respecto a otras de la ciudad que se consideran “competencia”. Las variables utilizadas han sido el precio, de más competitivo a menos; y el grado de programación comercial de su oferta cinematográfica. Además, se ha valorado el grado de especialización de la programación de cada sala, para visualizar si abarcan distintas temáticas y/o géneros o se trata de salas de temática más específica. Esta última variable se muestra en el gráfico mediante el diámetro de las circunferencias.

Observamos cómo la sala Zumzeig se sitúa dentro del segmento compartido directamente con el ciclo Xcèntric del CCCB y la Filmoteca de Catalunya, tanto a nivel precio, como a nivel de comercialidad de sus propuestas. En el caso de la Filmoteca, la programación no podría considerarse tan arriesgada como la del Zumzeig, ya que ofrecen programación poco comercial, pero no experimental.

Los valores que se muestran en el gráfico son: En el Eje (Y) del -10 al 10 (siendo -10 la oferta más barata y 10 la más cara). En el Eje (X) de 10 a -10 (de mayor a menor comercialidad de los filmes programados).





## VI. Financiación y presupuesto

En cuanto a la financiación, ésta proviene de distintas fuentes: 1) taquilla, 2) alquiler de espacios y 3) subvenciones.

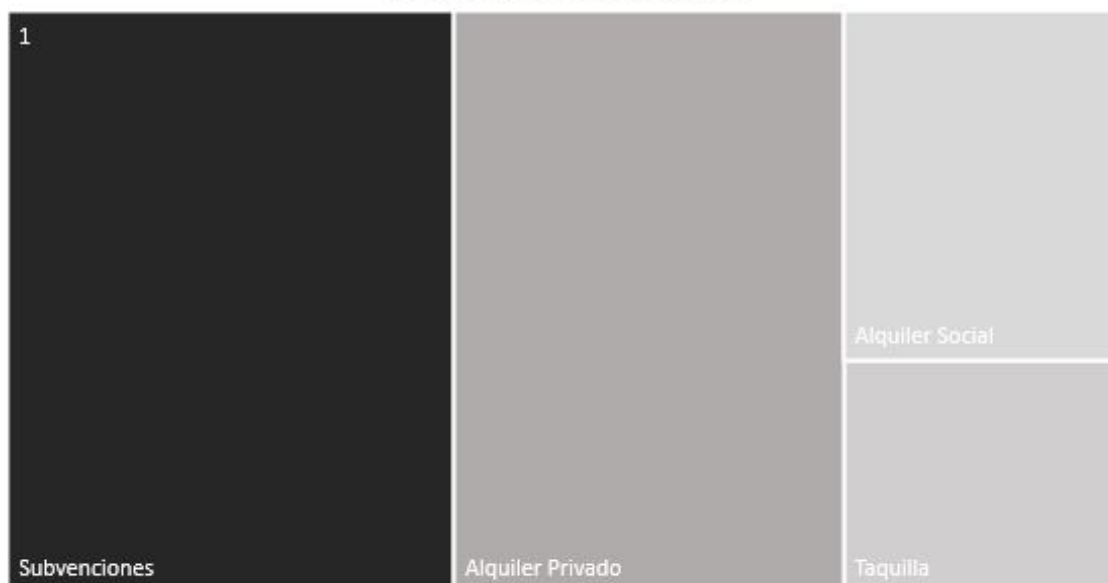
La taquilla representa la menor parte de los ingresos del Zumzeig. Se debe tener en cuenta que se pasan proyecciones de martes a domingo y varias cada día, por lo que es muy difícil llenar siempre la sala.

Además, la única sala con la que cuentan tiene capacidad para 73 personas, por lo que aunque el aforo estuviera completo, no supondría una gran cantidad de ingresos teniendo en cuenta las tarifas. En segundo lugar se encuentran los alquileres de tipo social, es decir aquellos que están dirigidos a ofrecer actividades gratuitas en el equipamiento, por lo que el precio del alquiler no es elevado. En cambio existen otro tipo de alquileres de carácter privado. Al no revertir sus actividades en la oferta del cinecooperativa, el alquiler al que están disponibles los espacios es mayor. Es este tipo de alquileres una de las principales fuentes de ingresos que recibe el proyecto.

En igual volumen de ingresos, aproximadamente, se sitúan las subvenciones públicas que se conceden por parte de distintas administraciones públicas, tales como la Generalitat de Catalunya y el Ajuntament de Barcelona.

Un aspecto importante es que actualmente Zumzeig Cinecooperativa no debe pagar un alquiler por el espacio, ya que Esteban Bernatas, fundador del proyecto anterior, es el dueño del espacio y decidió, al menos hasta la fecha, no cobrar alquiler alguno.

### Fuentes de financiación



## Política de precios

Cuentan con una política de precios variables, dependiendo de la sesión y del público. Distinguen entre “Amigos del Zumzeig” y “Zumzi” (menores de 14 años) y entrada reducida que engloba personas en paro, carnet joven, pensionistas, día del espectador y estudiantes, política que demuestra la lógica de servicio público y no de mercado que tiene la sala.

El carnet “Amigos del Zumzeig” es un carnet de socio que persigue premiar al espectador asiduo, pues ofrece descuentos a sus poseedores. Está destinado a personas que creen en el proyecto, y además de los descuentos en las entradas, el espectador entra a formar parte de la comunidad de usuarios, donde puede aportar ideas y tener incidencia en la toma de decisiones, mediante la creación de una asamblea de amigos del Zumzeig, que tiene representación legal en la asamblea de socios de la cooperativa. El coste del carnet “Amics del Zumzeig” es de 50 euros anuales, e incluye seis entradas gratuitas al cine y descuentos en todas las sesiones, además de promociones en el bar de la sala y de otros establecimientos de la zona.

Con este carnet refuerzan el concepto de comunidad y que todos se sientan parte de ella. Ofrecen espacios y fórmulas de representación en la cooperativa donde pueden ser escuchados, aportar ideas y contribuir entre todos a hacer crecer el proyecto. Tal y como plasman en sus estatutos, creen firmemente en la democratización de la cultura y, persiguen precios lo más asequibles posibles, ofreciendo descuentos a todos aquellos que creen en la importancia de un proyecto como el suyo. Además de la asamblea de amigos, se han creado comisiones de trabajo formadas por voluntarios miembros de “Amics del Zumzeig” y que colaboran en la definición de las líneas de actuación de la sala.



**CARNET D'AMIGA / AMIC DEL ZUMZEIG**  
**Per només 45€!**

Tot l'any, aquest carnet inclou:

- 6 entrades al cinema gratuïtes
- Descomptes a les entrades:  
Sessions d'estrena: 4€  
Sessions paral·leles: 3€
- Promoció i descomptes al bar del cinema i a altres entitats afins al cinema
- Pertinença a l'Assemblea d'Amigues i Amics del Zumzeig

## VII. Anàlisi DAFO

### **Fortalezas:**

- Equipo coordinador pequeño (4 pax): comunicación fluida
- Predisposición a incorporar y promover la participación de nuevas personas e ideas
- Equipo coordinador formado por profesionales del sector en diversos ámbitos:
  - Red de contactos de distintos agentes vinculados a la industria cinematográfica.
  - Conocimiento del funcionamiento del sector
- Primer y único cine cooperativa de Cataluña
- Una única sala, con muy pocas localidades, que crea una experiencia única a la hora de ver una película. (es como ver una película en casa o con amigos)
- Gran número y variedad de actividades programadas
- Buen diseño corporativo. (atractivo)
- Existencia de varios canales de financiación: entradas y alquileres de espacios.
- Disponer del espacio de bar dentro de las instalaciones: punto de encuentro pre y post película (genera o da lugar a debate/reflexión).

### **Debilidades:**

- La estructura horizontal de toma de decisiones (Las entorpece o ralentiza)
- Comisiones de trabajo formadas por voluntarios encargadas de tareas fundamentales
- Falta de recursos humanos
- Falta de recursos económicos
- Dependencia de subvenciones
- El bar es un espacio característico del Zumzeig
- La Falta de sintonía entre el personal del bar y el equipamiento puede entorpecer la colaboración y realización de tareas
- El 17% de la población del barrio, de origen extranjero, quizá no se sienta identificada

con la programación

- Sólo se dispone de una sala, por lo que la oferta es limitada, así como los ingresos de taquilla
- El tener un total de espectadores “bajo” hace que ciertas distribuidoras no permitan a la institución disponer de determinadas películas
- Inexistencia de plan de comunicación
- Conocimiento parcial y/o intuitivo (segmentación primitiva) de sus públicos
- Desde el móvil, la visualización del apartado de programación de la web, resulta demasiado confusa
- Proyecto demasiado joven como para poder decir que está consolidado
- Programación muy especializada y minoritaria

#### **Amenazas:**

- No tener garantizado la gratuidad del espacio en un futuro
- Desconocimiento del grado de implicación de los voluntarios de las comisiones
- Localización: Barrio Sants obrero >poco capital cultural>gente no interesada por este tipo de cine
- No existe un interés en el grueso de la población por el tipo de cine que se ofrece.
- Existencia de varios equipamientos cuya programación es, en un porcentaje variable, la misma que el Zumzeig.
- Principal competidor Excèntric del CCCB
- La imagen, por parte de colectivos externos, de ser una organización cerrada y que excluye a los no catalanoparlantes.
- Cambios de gobierno que afecten a la concesión de subvenciones

#### **Oportunidades:**

- Gente entusiasmada capaz (gracias a esta voluntad de tener las puertas abiertas) de participar en el proyecto
- Vínculo emocional del propietario del local por el cual no se paga alquiler mensual
- Tejido asociativo del barrio de Sants

- Que la gente del sector les conozca
- Bien comunicado con el transporte público
- Número reducido de competidores
- La existencia de un gran desconocimiento por parte del público general de este tipo de cine, por lo que pueden tener cabida distintas labores “educativas” y de acercamiento a estos del cine alternativo.