

Una iniciativa de emprendimiento social: Espacio Artecaso

A social entrepreneurship initiative: Espacio Artecaso

Por Jessica Benítez Márquez¹

Fecha del Tribunal de Máster: 10/11 de junio de 2021

Tutora: Isabel Diez Vial

Resumen

El presente trabajo Fin de Máster (TFM) tiene como objetivo principal el diseño y la elaboración de un plan de empresas para la creación y apertura de un espacio cultural, denominado en este caso como Espacio Artecaso. Es una propuesta de empresa social que busca dirigir sus iniciativas a cubrir una necesidad social mediante su colaboración con el sector cultural. Se trata de un espacio que se estructura hacia la concepción y aprendizaje del patrimonio cultural desde una perspectiva psicológica. Así, la intencionalidad es crear una empresa que fomente un apoyo constante entre el patrimonio cultural y su carácter psicológico, aprender de él y difundirlo, dándole énfasis a su uso por y para la sociedad.

En primer lugar, este TFM constituye un objetivo general que configura, a su vez, una serie de objetivos específicos. Dicho objetivo general sería el de elaborar un plan de empresa social y económicamente viable, que desarrolle su aplicación en el campo del patrimonio cultural y su utilidad para el beneficio en la salud mental. A raíz de este, surgen los específicos:

- Desarrollar una idea de empresa a partir de una oportunidad de mercado que utilice herramientas de psicología en entornos de patrimonio cultural.
- Diseñar un plan de empresa social en un entorno de patrimonio cultural que sea rentable económicamente.
- Generar una empresa que pueda llegar a ser real, estructurando un proyecto viable y describiendo todas las acciones necesarias para realizarlo a través de un análisis de viabilidad tanto técnica como económica.

¹ La autora es alumna del Máster Interuniversitario en Patrimonio Cultural del Siglo XXI: Gestión e Investigación por la Universidad Complutense de Madrid. Email: jessica.benitez3008@gmail.com

- Facilitar la accesibilidad a los conocimientos sobre patrimonio cultural a la sociedad y generar bienestar y conocimiento emocional.
- Favorecer la obtención de las posibles vías de financiación, considerando las oportunidades disponibles.

La integración planteada entre patrimonio cultural y psicología se aborda desde la perspectiva económica, pues se propone un plan de empresa en el que, teniéndose en cuenta sus diferentes áreas funcionales, se pueda demostrar viable económicamente para así llevarlo a cabo. Con este fin, se realiza una revisión de la literatura académica sobre emprendimiento social, el estudio de la relación entre la psicología y la cultura y los beneficios a partir de estos.

El marco teórico del presente trabajo parte desde lo más general hasta el punto más preciso; es decir, se comienza haciendo referencia al concepto del emprendedor hasta concretar en el emprendimiento social, la innovación y el emprendimiento dentro del patrimonio cultural, haciendo hincapié en el emprendimiento, el patrimonio cultural y la psicología. Entre otros aspectos, se hace referencia a la necesidad de una estructura económica cultural más plural, donde se expandan las industrias y se generen beneficios a través de un uso más dinámico de la cultura. Dentro de este factor se le da relevancia a la figura del emprendedor tanto dentro del sector como de la economía general de un país, ya que es uno de los componentes que se encarga de introducir innovaciones en el mercado. Respecto a la conjunción de la psicología y el aprendizaje sobre patrimonio cultural, ya no solo se afirma como positiva, sino que se le da el carácter de “necesario” tanto desde una perspectiva social como económica. A través del carácter social, se hace hincapié en que, en la actualidad, las personas necesitan desarrollar herramientas para su propia gestión emocional y su consciencia por y para la sociedad. Conocer la cultura que contextualiza, el entorno que rodea y los elementos que conforman la historia de nuestra sociedad causan beneficios directos sobre la felicidad, el estrés y la integración dentro de grupos sociales y culturales. Se recogen numerosos autores que hablan sobre este hecho e incluso se citan puestas en prácticas en proyectos dentro de entornos hospitalarios o de apoyo psicológico. A partir de este marco teórico, se da entrada a la creación del plan empresarial.

Para cumplir tanto el objetivo general como los específicos y tras la realización del marco teórico, se articula el plan de empresas en torno a:

- **Presentación:** Espacio Artecaso es un proyecto centrado en generar y ofrecer contenido y talleres sobre cultura con relación a su factor psicológico. Es decir, se busca generar una sinergia donde ambos conceptos se apoyen para establecer una serie de beneficios sociales, como son el bienestar emocional y la mejora de la identidad. El espacio que se propone para su ubicación es el local situado en paseo del Prado núm. 40, aprovechando la situación en el centro de la ciudad de Madrid y la cercanía al Triángulo del Arte. El público objetivo será, ante todo, adolescentes, jóvenes-adultos y personas jubiladas, considerando el intervalo de edad entre los dieciséis y los treinta años y a partir de los sesenta y cinco años, aunque se intentará crear un ambiente inclusivo del que cualquier persona interesada podrá formar parte. Con apoyo de los aspectos teóricos, se toma como base la importancia a la difusión no solo del patrimonio cultural que compone a la ciudad de Madrid, sino de las técnicas utilizadas en sus procedimientos, entendiendo que desde “la inmersión” y el aprendizaje de estas se puede acceder a una asimilación más profunda de los procesos de creación. Se trata de fomentar que las personas puedan acercarse, reflexionar y llegar a unas conclusiones sobre el entorno que le rodea y sobre cómo se construye la identidad social, conociendo así su entorno cultural y obteniendo herramientas para su propia gestión emocional. Los servicios que se desarrollan dentro del plan de empresa son: talleres artísticos, arteterapia, galería de exposición y colaboraciones con otras entidades y grupos externos.
- **Estudio de mercado y análisis estratégico.** Se hace referencia a los principales competidores del proyecto (museos tradicionales y centros culturales) y un análisis DAFO para poder analizar la situación del proyecto.
- **Estrategia comercial.** Se determina la estrategia de distribución, de producto, los precios y las vías de comunicación a utilizar. En términos generales, se resalta el factor psicológico del patrimonio cultural como forma de encontrar un hueco dentro del mercado; se genera una marca para el producto que sea compuesto por varias referencias al equilibrio, el conocimiento y el buen desarrollo emocional; se busca el balance de precios para ser competitivos dentro del mercado y se utilizan tanto vías de comunicación y publicidad tradicionales como novedosas a través de redes y herramientas online.



Logo de la empresa. Elaboración propia.

- Plan de operaciones. Se establece Paseo del Prado, 40 como local destinado para el desarrollo de la actividad de Espacio Artecaso y se adecuan los espacios según las necesidades pertinentes. Además, se reflejan los horarios de funcionamiento y la organización y recursos humanos necesarios.
- Plan económico y financiero. Llevado a cabo para dar respuesta a todo lo relacionado con los costes, la financiación y los beneficios tanto económicos como sociales que puede proporcionar un proyecto como el presentado. Se busca analizar un punto de vista equilibrado de los resultados que se dan, además de poder extraer una conclusión sobre si la ejecución de Espacio Artecaso sería viable a largo plazo o no. Así, se estudian los costes iniciales de la actividad, la financiación a la que se recurre (tanto pública como privada) y los costes mensuales de la actividad. Además, se encuadran los servicios ofrecidos en unos precios marcados y se realiza una estimación de la demanda y las ganancias resultantes de las mismas. El resultado de todas estas variantes da un ejercicio negativo en el primer año, con un total de -5.113,88€, pero en un encuadre a cuatro años vistas se aprecia el beneficio a partir del segundo año, con un resultado de 847,04€.

La evolución global del proyecto presentado muestra un claro cumplimiento de los objetivos marcados y una perspectiva muy positiva a pesar del primer ejercicio. Por ende, la principal conclusión es que Espacio Artecaso tiene la opción de crecer a largo plazo y se pretende poner en marcha sabiendo que será un proyecto con futuro, necesario en el contexto actual y válido para tener un buen desarrollo y evolución ascendente dentro de la oferta cultural de la ciudad de Madrid.

Palabras clave: emprendimiento social, cultura, psicología, gestión cultural, economía.

Short Version

The main objective of this Master's Thesis is to design a business plan for a cultural space, known in this case as Espacio Artecaso. It is a proposal for a social enterprise that seeks to cover a social need through an active collaboration with the cultural sector. It is a space that is structured towards the conception and learning of cultural heritage from a psychological perspective. The intention is to create a company that promotes constant support between cultural heritage and its psychological character, learn from it and transmit it, emphasizing its use by and for society.

First of all, this paper has a general objective that is integrated with a series of specific objectives. The general objective is to develop a socially and economically viable business plan that can be applied in the field of cultural heritage and for the benefit of mental health. As a result of this the specific goals will be:

- Develop a business idea based on a market opportunity that uses psychology tools in cultural heritage settings.
- Design a social business plan in an environment of cultural heritage that is economically profitable.
- Generate a company that can become real, structuring a viable project and describing all the necessary actions to carry it out through an analysis of both technical and economic feasibility.
- Promote accessibility to knowledge about cultural heritage to society and generate well-being and emotional knowledge.
- Lead to finding possible funding sources, taking into consideration the opportunities available at the moment.

The integration between cultural heritage and psychology is approached from the economic perspective, since a business plan is proposed and it needs to be proven economically viable in order to carry it out. To this end, a review of the academic literature on social entrepreneurship is done, including the study of the relationship between psychology and culture and the benefits of both.

The theoretical framework of this paper starts from the generic points and works towards the more specific points. It begins by studying the concept of the business

entrepreneur and then it specifies in social entrepreneurship and innovation and within the cultural heritage field, with an emphasis on cultural heritage and psychology. Among other aspects, reference is made to the need for a more plural cultural economic structure, where industries expand and benefits are generated through a more dynamic use of culture. Within this factor, relevance is given to the figure of the entrepreneur both within the sector and in the general economy of a country, since it is one of the components that is responsible for introducing innovations in the market. Regarding the conjunction of psychology and learning about cultural heritage, it is not only affirmed as positive, but it is given the character of "necessary" both from a social and economic perspective. Through the social character, it is emphasized that, today, people need to develop tools for their own emotional management and their consciousness by and for society. The knowledge of our culture, the surrounding environment and the elements that make up the history of our society have direct benefits on happiness, stress and integration within social and cultural groups. Numerous authors are mentioned that speak about this fact and even put it into practice in projects within hospitals or psychological support environments. From this theoretical framework the business plan is then created.

To meet all the general and specific goals the business plan is articulated around:

- **Presentation:** Espacio Artecaso is a project focused on generating and offering content and workshops on culture in relation to its psychological factor. That is, it seeks to generate a synergy where both concepts are supported to establish a series of social benefits, such as emotional well-being and the improvement of identity. The space that is proposed for its location is the premises located in Paseo del Prado no. 40, taking advantage of the situation in the center of the city of Madrid and the proximity to the Art Triangle. The target audience will be adolescents, young-adults and retired people, considering the age range between sixteen and thirty years and from sixty-five years, although the space will try to create an inclusive environment in which any interested person can take part. The foundation is the importance of the dissemination of the cultural heritage that makes up the city of Madrid and also the techniques used in its procedures, as it's understood that from the "immersion" and learning of these you can access a deeper assimilation of the processes of creation. It is about encouraging people to approach, reflect and reach conclusions about the environment that surrounds them and about how social identity is built, thus knowing their cultural

environment and obtaining tools for their own emotional management. The services that are developed within the business plan are: artistic workshops, art therapy, exhibition gallery and collaborations with other entities and external groups.

- Market study and strategic analysis. Reference is made to the main competitors of the project (traditional museums and cultural centers) and a SWOT analysis to be able to study the situation of the project.
- Commercial strategy. The distribution strategy, product, prices and communication channels to be used are determined. In general terms, the psychological factor of cultural heritage is highlighted as a way of finding a place in the market; a brand is generated for the product. The balance of prices is sought to be competitive within the market and both traditional and new communication and advertising channels are used through networks and online tools.



Company logo. Own elaboration.

- Operations plan. Paseo del Prado, 40 is established as a place destined for the development of the activity of Espacio Artecaso and the spaces are adapted according to its needs. In addition, the operating hours and the necessary organization and human resources are reflected.
- Economic and financial plan. Carried out to respond to everything related to costs, financing and both economic and social benefits. It seeks to analyze a balanced point of view of the results that are given, in addition to being able to draw a conclusion about whether the execution of Espacio Artecaso would be viable in the long term or not. The initial costs of the activity, the financing used (both public and private) and the monthly costs of the activity are studied. In addition, the services offered are framed in set prices and an estimate is made of the demand

and the resulting profits. The result of all these variants gives a negative exercise in the first year, with a total of -5,113.88 €, but in a frame of four years the benefit is appreciated as the second year has a result of 847.04 €.

The overall evolution of the project shows a clear fulfillment of the objectives set and a very positive outlook despite the first year. Therefore, the main conclusion is that Espacio Artecaso has the option to grow in the long term and it is intended to start up knowing that it will be a project with a positive future, necessary in the current context, and able to have a good evolution within the cultural offer of the city of Madrid.

Keywords: social entrepreneurship, culture, psychology, cultural management, economy.