

Planes culturales a la carta

Arts Exclusive está especializada en el diseño de productos con las artes

● La empresa ofrece desde visitas guiadas privadas con historiadores de arte, hasta eventos integrales en museos, entre otros

C. FOMINAYA

MADRID. El negocio lo fundaron en 2004 tres jóvenes socios amantes del arte y de la cultura que identificaron una oportunidad en un mercado todavía sin desarrollar en nuestro país pero, según la consejera delegada de Arts Exclusive, Beatriz Bunzl, «con clientes que demandaban cada vez más servicios exclusivos, creativos e integrales».

Una vez detectada la necesidad, plantearon la oferta de la empresa, que pasa por la especialización en el diseño de productos culturales, desde visitas guiadas privadas con historiadores de arte, profesores de

universidad, conservadores de museo, etc. —eventos integrales en museos, palacetes, galerías de arte...—, hasta la organización de visitas culturales de varios días de duración. «Nuestra actuación está a medio camino entre el producto que ofrecen las galerías de viaje y las de eventos, de marketing y comunicación. Además estamos altamente especializados y enfocados hacia la multinacional, la banca privada, los bancos en general, las agencias de viaje extranjeras o los mayoristas alemanes e ingleses en particular, y creemos que allí radica gran parte del éxito de nuestro negocio», explica Bunzl.

España ofrece multitud de alternativas culturales, y sin embargo, hasta ahora no ofrecía ningún servicio de estas características. «Nuestro producto es único, aunque sí existe como concepto fuera de nuestras



Beatriz Bunzl, consejera delegada de Arts Exclusive

fronteras. Arts Exclusive sitúa la difusión de la cultura como eje central de sus actividades, y esto nos hace diferentes. Nuestros clientes quieren ver una exposición o pases privados de danza con las mayores facilidades y nosotros se lo conseguimos. Esto implica que tenemos que seleccionar la mejor historiadora, o el mejor servicio de catering. Pero al final creas un clima exclusivo y diferente que permite a los clientes

disfrutar de veladas inolvidables tanto si están dirigidas a su personal como a sus clientes, o proveedores», detalla la consejera delegada de la empresa. Para su puesta en marcha contaron con cerca de 40.000 euros, y en 2005 facturaron cerca de 315.000. «En lo que llevamos de año nuestro crecimiento está siendo superior al 20%. Estamos contentos con los resultados y la buena acogida de nuestros clientes que están

siendo, sin duda, los mejores difusores del negocio». Su objetivo es, concluye, «tener una clientela estable y contenta con nuestros servicios, que acuda a nosotros siempre que requiera algún producto o servicio cultural en cualquier punto de España».



El negocio

La empresa está especializada en el diseño de productos culturales: desde visitas guiadas con historiadores de arte, hasta eventos integrales en museos, palacetes... Fundaron el negocio en 2004, con 40.000 euros y en 2005 facturaron 315.000. En lo que llevan de año su crecimiento está siendo superior al 20%. «Estamos muy contentos con los resultados y la buena acogida de nuestros clientes, que están siendo, sin duda, los mejores difusores del negocio». Son muy activos en Madrid y están en fase de desarrollar sus servicios en el resto de España.