

Cenarte impulsa un modelo único en el sector MICE y de bodas internacionales

En un sector tradicionalmente fragmentado, donde agencias, productoras y espacios operan de forma independiente, Cenarte ha construido un modelo difícil de replicar.

La compañía sevillana se ha posicionado como la única agencia especializada en ofrecer un servicio integral que combina el negocio MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), la organización de bodas internacionales de alto nivel en Sevilla y Andalucía, la producción propia de eventos —iluminación, sonido, decoración y diseño— y la gestión directa de venues estratégicos. «Somos la única estructura en Andalucía que integra bajo una misma maquinaria el diseño, la producción y la gestión de espacios. Eso nos permite controlar la experiencia de cliente de principio a fin», afirma Javier Monge, CEO de la compañía.

Con sede en Sevilla y presencia en la Costa del Sol, la firma opera con un equipo multidisciplinar y un modelo dual B2B y B2C enfocado casi en exclusiva a clientes internacionales, principalmente europeos y norteamericanos, que buscan soluciones llave en mano en Andalucía.

TRES MARCAS, UNA MISMA MAQUINARIA

El engranaje se articula en torno a tres marcas: CENARTE, como motor DMC especializado en programas corporativos; Bodas del Sur, centrada en bodas de destino de lujo; y Blanco Puro, división de producción y diseño in house. Un único equipo da servicio a cliente corporativo y particular apoyado en un software propio que centraliza la gestión comercial, operativa y financiera. Esta integración permite aplicar procedimientos del sector corporativo también

al segmento de bodas internacionales, tradicionalmente menos estructurado. «La combinación de eventos corporativos y bodas internacionales nos permite mantener una actividad equilibrada durante todo el año y optimizar recursos», subraya Monge.

En el ámbito MICE, la compañía diseña y ejecuta programas llave en mano para empresas que buscan experiencias diferenciadas en Andalucía, integrando logística, creatividad y producción. En paralelo, Bodas del Sur ha convertido la región en destino predilecto para parejas extranjeras que buscan celebraciones exclusivas en enclaves singulares, desde haciendas históricas a espacios industriales reconvertidos.

PRODUCCIÓN PROPIA COMO VENTAJA COMPETITIVA

Blanco Puro asume internamente iluminación, sonido, decoración y diseño escenográfico. En un sector donde la subcontratación es habitual, esta integración vertical refuerza el control creativo, la coherencia estética y la eficiencia operativa, reduciendo tiempos de respuesta y dependencia de terceros. «Al producir internamente no solo garantizamos el estándar de calidad, también alineamos todos los procesos bajo una misma cultura de empresa», explica el CEO.

La estructura se completa con una red consolidada de proveedores, una base de clientes internacionales y un portafolio de localizaciones premium en Andalucía, que han permitido a Cenarte posicionarse como referente en un nicho con altas barreras de entrada.



Javier Monge e Inma Cárdenas, socios de Cenarte

Con producción propia, ERP interno y gestión de venues como Hacienda Benazuza y una antigua central térmica, consolida un ecosistema 360° sin precedentes en el sector

GESTIÓN DE VENUES

El siguiente paso estratégico ha sido la gestión directa de espacios singulares. Cenarte ha asumido la gestión comercial de Hacienda Benazuza, una de las fincas más emblemáticas del entorno sevillano para eventos de alto nivel. Además, la empresa ha adquirido una antigua central térmica en Sevilla para transformarla en un

venue propio destinado al alquiler para eventos, y última la firma de un nuevo espacio de referencia en Toledo, que reforzará su presencia en el centro de la península. El proyecto contempla la remodelación de la central térmica como espacio diferencial dentro del mercado andaluz. «La gestión de venues es el complemento natural de nuestro modelo. No solo diseñamos y producimos el evento, también podemos controlar el espacio. Eso nos convierte en un operador integral», resume Monge.

Con esta estrategia, la empresa refuerza su posicionamiento como interlocutor único para clientes internacionales que buscan soluciones llave en mano desde la conceptualización hasta la ejecución final.

UN MODELO PREPARADO PARA ESCALAR

El modelo se apoya en tecnología propia y procesos digitalizados. La compañía trabaja con un sistema ERP desarrollado in-

ternamente y adaptado a sus necesidades en organización de eventos, producción y gestión de venues, herramienta que vertebró el «Universo Cenarte» y hace posible coordinar estos tres ámbitos de forma simultánea. La plataforma integra información comercial, operativa y financiera, facilitando el control en tiempo real y la estandarización de procesos.

Cenarte contempla crecer en otras regiones de España, así como en Portugal y determinados mercados internacionales, replicando su ecosistema integral en destinos con alto potencial MICE y de bodas de destino. En este contexto, explora la incorporación de socios estratégicos o inversores que acompañen la expansión, con el objetivo de acelerar el crecimiento sin comprometer la solidez del modelo. «Estamos preparados para dar el salto a otras plazas. Si incorporamos un socio, será para multiplicar capacidades y llegar antes a nuevos mercados», matiza Monge.

UN POSICIONAMIENTO DIFERENCIAL EN ANDALUCÍA

En un entorno donde el sector MICE y el mercado de bodas internacionales en Andalucía siguen atomizados, Cenarte se ha diferenciado mediante una propuesta que combina diseño, producción, gestión de espacios y control tecnológico. La diversificación entre cliente corporativo y particular, la producción propia y la gestión de venues consolidan un modelo 360° que sitúa a la firma en una posición singular dentro del mercado andaluz y la prepara para reforzar su condición de operador integral en el sur de Europa.

cenarte.com
bodasdelsur.com
blancopuro.com

