

# “No solo somos proveedores de recursos humanos también colaboramos en la organización integral de cada evento”

**Salvador Llopart** CEO de NARGY

**Con más de tres décadas de trayectoria, NARGY se ha consolidado como un referente en la gestión integral de personal para eventos, combinando experiencia, control operativo y un modelo organizativo propio. Hablamos con su CEO, Salvador Llopart.**

*NARGY acumula más de 25 años de experiencia en servicios de atención al público. ¿Cómo ha evolucionado el modelo de negocio desde sus inicios hasta hoy?*

NARGY se fundó en 1992. Ese año, diversos acontecimientos, entre ellos los Juegos Olímpicos de Barcelona, generaron una gran demanda de personal para instalaciones deportivas y conciertos. Gracias al éxito obtenido en nuestro primer año, hemos podido continuar creciendo ejercicio tras ejercicio, manteniendo y ampliando nuestra clientela. Actualmente, somos una empresa preparada para seguir creciendo al ritmo de los últimos años.

*¿A qué perfil responden sus clientes?*

Nos dirigimos tanto a empresas públicas como privadas que demandan personal para grandes eventos. Tenemos la suerte de trabajar con compañías de primer nivel y, gracias a la diversificación de nuestra



La compañía basa su propuesta en un control integral del servicio, desde la viabilidad del proyecto hasta el cierre del evento.

oferta, también atendemos a otros clientes que requieren servicios para eventos especializados como convenciones, presentaciones, acciones de publicidad e imagen o bodas.

*¿Cómo definiría la propuesta de valor de la empresa en un sector como este?*

Nuestra propuesta de valor se basa en la organización integral del personal en eventos, combinando eficiencia operativa, control y calidad del servicio. No solo proporcionamos personal, sino que estructuramos todo el proceso: desde el estudio de viabilidad y renta-

bilidad de cada proyecto hasta la planificación, coordinación y cierre del evento. Trabajamos con procedimientos muy definidos y herramientas propias que nos permiten tener un control total sobre el servicio. El objetivo es que el cliente cuente con un interlocutor único y reciba un servicio homogéneo, independientemente del volumen del evento o de la ciudad en la que se desarrolle.

*Gestionan equipos de más de 300 profesionales eventuales. ¿Cuáles son los principales retos en la gestión del talento en un modelo tan flexible?*

El principal reto es mantener la calidad y la coherencia del servicio en un entorno con alta rotación y gran flexibilidad. Trabajamos con diferentes perfiles y niveles de experiencia, por lo que es fundamental estructurar correctamente los procesos, desde la captación hasta la asignación y el seguimiento del personal. Otro desafío relevante es la gestión de la disponibilidad y la planificación en tiempo real, especialmente en campañas con alta concentración de eventos. Para ello,

nos apoyamos en herramientas internas y en una organización muy clara y ágil.

*La selección y formación del personal parece clave en su propuesta de valor. ¿Qué procesos aplican para garantizar un servicio homogéneo y de alto nivel?*

Efectivamente, es uno de los pilares de la empresa. Conocemos personalmente a todos los trabajadores y trabajamos con un modelo basado en tres elementos: selección, seguimiento y evaluación continua. La selección no se basa únicamente en la disponibilidad, sino también en la experiencia previa y en la adecuación al tipo de evento. Además, priorizamos la continuidad del personal para garantizar estabilidad en los equipos. Durante los eventos, los coordinadores realizan una evaluación directa del desempeño, lo que nos permite tomar decisiones más precisas en futuras asignaciones. Asimismo, utilizamos herramientas comunes y procedimientos compartidos que aseguran que todos los coordinadores trabajen bajo los mismos criterios, evitando diferencias en la gestión del servicio.

*¿Cuáles son los principales elementos diferenciales de NARGY frente a otros operadores?*

Nuestro principal diferencial es el control operativo real del servicio, respaldado por más de 30 años de experiencia organizando multitud de eventos de todo tipo. Muchas empresas del sector se centran únicamente en la provisión de personal, mientras que nosotros trabajamos con una estructura mucho más organizada, en la que

cada evento está planificado, supervisado y evaluado. Otro aspecto clave es la centralización de la información y de los procesos, lo que nos permite operar de forma homogénea en diferentes ciudades. Además, damos gran importancia a la figura del coordinador, que actúa como enlace entre la empresa, el cliente y el personal.

*NARGY incorpora criterios sociales y medioambientales en su actividad. ¿Hasta qué punto estos factores influyen en sus clientes y en su posicionamiento estratégico?*

Cada vez tienen más peso. Los clientes valoran no solo la calidad del servicio, sino también cómo se gestiona el personal y el impacto de la actividad. En nuestro caso, apostamos por una gestión responsable del equipo, priorizando condiciones laborales claras, una organización eficiente y la transparencia en los procesos. A nivel operativo, también trabajamos en la optimización de recursos, como la priorización de personal local para reducir desplazamientos, lo que tiene un impacto tanto organizativo como medioambiental. Estos factores no solo influyen en la decisión del cliente, sino que también forman parte de nuestro posicionamiento estratégico a largo plazo.

*¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?*

Uno de los principales retos es seguir creciendo, manteniendo el nivel de control y calidad del servicio. A medida que aumentan los volúmenes de eventos y de personal, es fundamental consolidar procesos, herramientas y estructura interna. Otro reto importante es la profesionalización del sector, apostando por modelos más organizados y menos improvisados en la gestión del personal en eventos. También estamos enfocados en mejorar la trazabilidad de la información, optimizar la planificación y seguir desarrollando sistemas que nos permitan tomar decisiones más ágiles y precisas. En definitiva, el objetivo es crecer de forma sostenible, manteniendo una operativa sólida y diferenciadora.



De izq a derch: Juan Ignacio González, Director operaciones, Salvador Llopart y Fernando Alonso, Director Comercial



Equipo Coordinadores Nargy Madrid