



Miguel Miralles Socio Director de Arango SL

“Las empresas que quieran crecer en el futuro deben dar el salto al exterior”

Arango, S.L. es una entidad dedicada desde el año 1977 al asesoramiento tributario, mercantil, contable y auditoría de cuentas para todo tipo de empresas. Actualmente está dirigida por su segunda generación familiar, siendo su Socio Director Miguel Miralles, con quien hemos conversado para conocer más detalles acerca de sus actividades y servicios.

¿Cuáles son los principales rasgos diferenciales de Arango?

Nuestro principal valor diferencial es la atención personalizada que proporcionamos nuestros clientes. Para ello contamos con un equipo profesional muy cualificado, a través de una formación continuada. Me gustaría resaltar que en Arango hay acceso total y directo al socio, manteniendo reuniones periódicas con los clientes para anticiparnos a los posibles problemas que puedan surgir.

¿Y con respecto al tema de la formación continuada?

La propia empresa asume el coste de la formación continuada de los empleados, que debe incluir un curso anual como mínimo, ya que al estar inmersos en un sector donde se producen conti-

nuos cambios, la preparación técnica del trabajador debe ser ampliada de manera constante. Nuestra prioridad es garantizar los conocimientos técnicos más actualizados.

¿Con qué perfil de cliente suelen trabajar?

Nuestra vocación de servicio personalizado nos lleva a dirigirnos a cualquier empresa espa-

■ “Nuestros dos principales valores diferenciales son la atención personalizada al cliente y la formación continuada de nuestros empleados”

ñola, independientemente de su tamaño o sector de actividad.

En el caso de que alguno de nuestros clientes decida crecer fuera de nuestras fronteras, en Arango no sólo le asesoramos, sino que le acompañamos en su desarrollo, con unos costes muy razonables. Desde el año 2005 formamos parte de FY Internacional, una red con presencia internacional en más de veinte países que no solo asesora a sus clientes sino que también ayuda buscar socios locales de total confianza para poder desarrollarse en los mercados que sean de su interés estratégico.

¿Por qué se han especializado en este segmento de negocio tan concreto?

Porque a mediados de la década pasada detecté que aquellas empresas que en época de bonanza se desarrollasen en el exterior tendrían un im-

portante colchón en caso de que viniera una etapa de crisis, como así está ocurriendo en estos momentos. Con esta estrategia, en Arango no hemos notado los efectos negativos de estos últimos años y en este ejercicio 2014 vamos a incrementar, incluso, nuestro volumen de facturación.

¿Existe buena predisposición por parte del empresario español para salir al exterior?

Lo cierto es que no, aunque ahora están un poco más concienciados. El motivo es que suelen tener una mentalidad basada en el retorno de la inversión a corto plazo, mientras que el desarrollo en el exterior exige esperar unos periodos de cuatro o cinco años. Sin embargo, estoy convencido de que aquellas empresas que no den el salto al exterior se quedarán como entidades locales con poco futuro.

Para acabar, ¿qué valor añadido aportan desde la vertiente de la auditoría de cuentas?

Nuestra principal diferencia es que, además de ofrecer auditorías conforme a la normativa legal, somos especialistas en detectar debilidades en los sistemas de control y gestión de los clientes, por lo que podemos ayudarles a corregirlas y, de esta forma, hacer que sean más eficientes. Además en este área, el cliente valora especialmente la atención directa por el socio, así como la continuidad de un mismo equipo año tras año.