



La empresa venezolana ante la nueva realidad

Visión Venezuela 2021

Agosto, 2021

Índice

Panorama actual	3
Acerca de este informe	4
Sectores económicos	5
Visión económica del país	6
Transición a la nueva realidad	10
Visión empresarial	19
Conclusiones	24

Panorama actual

A más de un año de haberse declarado la pandemia por COVID-19, las perspectivas globales siguen siendo muy inciertas. En Venezuela, aunque el entorno macroeconómico se mantiene sin mayores cambios con respecto al 2020, se visualiza una leve mejora de las perspectivas con respecto a los últimos años gracias al aprendizaje adquirido por las empresas y a los cambios en la dinámica de la economía global.

Venezuela ha estado en una prolongada recesión económica y este año las perspectivas apuntan desde una contracción de 10%¹ hasta un crecimiento de 2%², sin embargo, el promedio indica que la economía venezolana se contraerá alrededor de 3% en 2021, según la última encuesta de *FocusEconomics*. No obstante, a pesar de las brechas entre las estimaciones derivadas principalmente de la ausencia de información oficial de los resultados de las políticas implementadas, todas proyectan un escenario con la menor contracción en los últimos siete años. Igualmente, se proyecta que este año Venezuela continúe en un proceso hiperinflacionario, pero menor al observado al del año pasado, el cual se estima en torno a 1.600%.

En lo que ha transcurrido de 2021, se ha observado un alza de más de 50% de los ingresos petroleros con respecto al 2020, debido al incremento de los precios del petróleo y del volumen de crudo exportado. A esto se le suma una mejora en la recaudación tributaria, el incremento de la dolarización transaccional y un leve incremento en el consumo, producto de las remesas.

Entre los principales desafíos que afrontan las empresas venezolanas, encontramos la falta de fuentes de financiamiento, la escasez de combustible, el deterioro de los servicios públicos, la reducción del tamaño del mercado producto de la contracción del poder adquisitivo, el incremento del empleo informal, la disminución de la productividad y de la fuerza de trabajo, un incremento del esquema de dolarización transaccional como fue mencionado anteriormente y parte de la población económicamente activa que aún no ha recibido la vacuna contra COVID-19.

En este contexto, es de vital importancia para las empresas venezolanas comprender los cambios que supone la dinámica de un entorno multi moneda, el impacto de los indicadores macroeconómicos en su estructura financiera, evaluar los indicadores del negocio ante los cambios de la nueva realidad, así como realizar estudios de mercado para comprender y evaluar sus estrategias comerciales frente a un mercado con nuevos riesgos, nuevos competidores y nuevas tendencias del consumidor.

¹ *World Economic Outlook* (FMI. Julio, 2021).

² Informe de Coyuntura Venezuela (IIES-UCAB. Junio, 2021)

Acerca de este informe

El propósito de este estudio realizado por KPMG en Venezuela es presentar información actualizada acerca de las perspectivas y estrategias de la empresa venezolana ante la nueva realidad, en donde se aplicó una encuesta diseñada para la comunidad empresarial, obteniéndose las respuestas de 87 ejecutivos de compañías líderes en el país. La recolección de los datos se realizó entre el 30 de junio y el 3 de agosto de 2021.

En los resultados de esta encuesta se muestra la visión económica de las empresas venezolanas. Se analizó la situación actual y se realizó una revisión de sus prácticas y estrategias para adaptarse a la nueva realidad. Además, los resultados conducen a crear un diagnóstico de cuáles son los puntos clave en los que deben enfocarse las empresas y las competencias necesarias con las que deben contar los ejecutivos para lograr llevar a cabo modelos de negocio exitosos en el contexto actual.

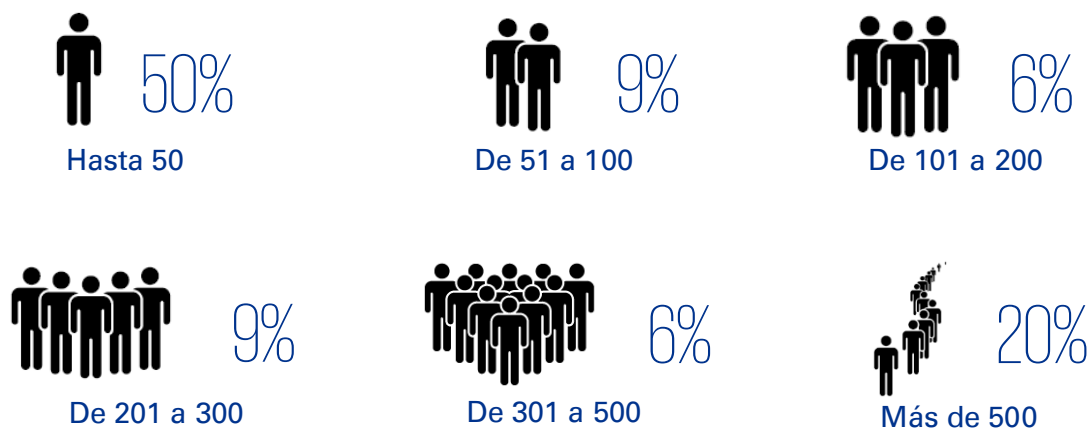
Agradecemos la participación de la comunidad empresarial, quienes nos permiten contar con información actualizada para elaborar este informe donde se presentan las perspectivas y estrategias empresariales ante la nueva realidad en nuestro país.

Sectores económicos

Sectores en los que operan las empresas encuestadas



Plantilla de las empresas encuestadas

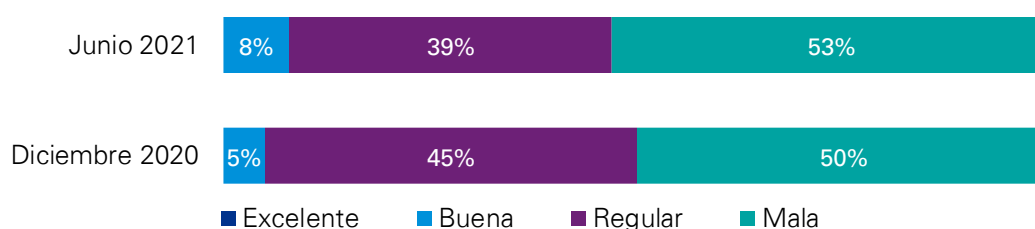


Visión económica del país

Venezuela ha tenido una contracción económica de más de 80% en los últimos siete años, en donde ha sido de suma importancia para las empresas que han logrado mantenerse a flote, adaptarse y competir en un mercado cada vez más reducido. En 2021 se espera una contracción económica alrededor de 3,3% en base interanual y una inflación en torno a 1.549%, de acuerdo con *FocusEconomics*, donde se recoge la visión de diferentes analistas que estudian la situación venezolana.

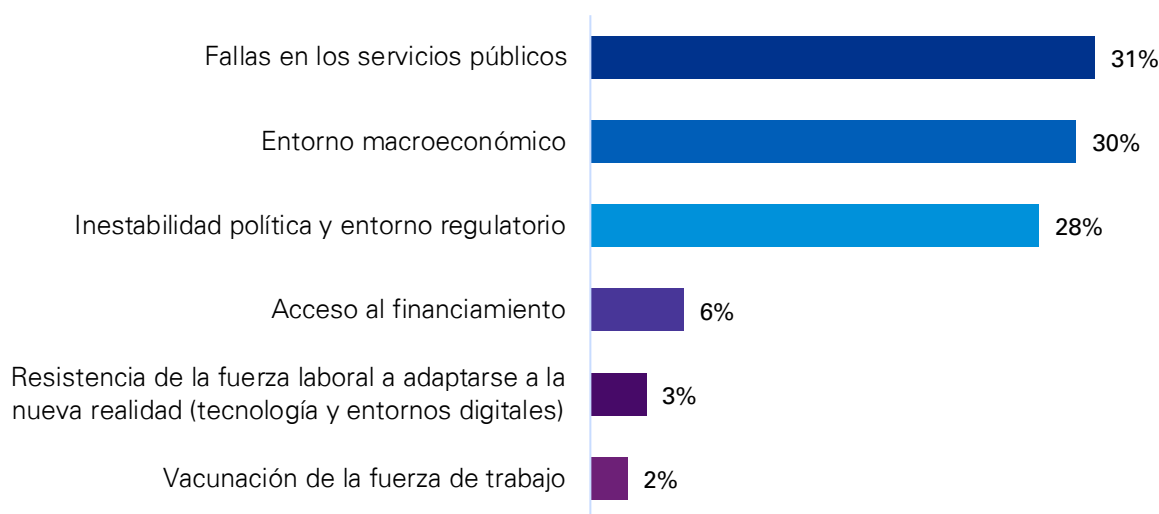
A pesar de que las proyecciones apuntan a que la economía venezolana podría empezar a crecer en 2022, es importante hacer notar que la recuperación será progresiva.

Gráfico 1. Percepción de la situación económica venezolana



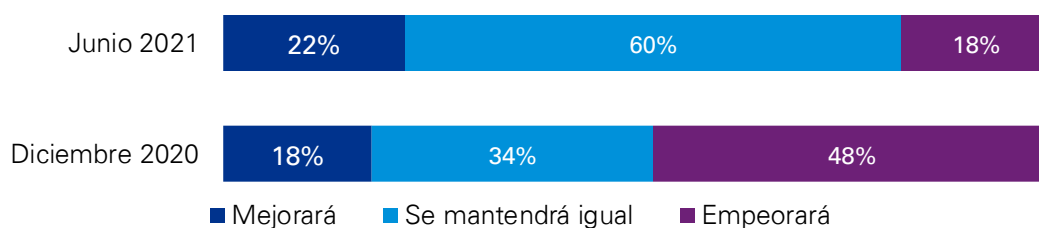
Las empresas venezolanas están conscientes de este panorama. De acuerdo con el presente estudio, 53% de quienes contestaron la encuesta, percibe una situación económica actual negativa, mientras que 39% percibe una situación regular de la situación económica actual. Al comparar estos resultados con los obtenidos en diciembre de 2020, se puede observar que la visión de los ejecutivos se ha mantenido.

Gráfico 2. Principales obstáculos para el crecimiento de la empresa venezolana en los próximos meses.



La mayoría de las empresas considera que los factores externos que representan un mayor obstáculo para su crecimiento son el entorno macroeconómico y las fallas en los servicios públicos.

Gráfico 3. Perspectiva de las empresas venezolanas respecto a la situación económica en los próximos 12 meses.



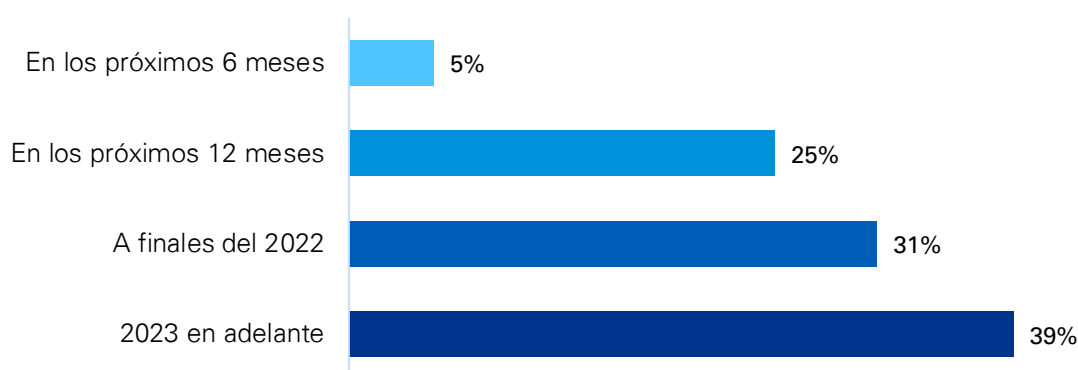
En comparación con estudios anteriores realizados por KPMG en Venezuela, 22% de las empresas venezolanas prevé que la situación económica mejorará en los próximos 12 meses, mientras que 60% considera que se mantendrá igual y 18% considera que empeorará. Esto refleja una leve mejora de la perspectiva de las organizaciones con respecto a la situación económica venezolana. Se aprecia una tendencia orientada a que la situación económica se mantendrá igual.

En lo que va de 2021, se ha podido observar un incremento de más de 50% de los ingresos petroleros y cierta estabilización de la actividad económica reflejada en la

mejora del nivel de recaudación tributaria. Las proyecciones apuntan a que este año haya una ligera recuperación del producto interno bruto petrolero y una leve contracción del producto interno bruto no petrolero respecto a 2020.

En este orden de ideas, hay nichos y sectores que muestran signos positivos de crecimiento, pero no son suficiente para impulsar el crecimiento de la economía venezolana.

Gráfico 4. Tiempo que estima las empresas venezolanas en que se retornará a la normalidad.



Aunque el proceso de vacunación de la población venezolana ha ido avanzando progresivamente a nivel nacional y podría esperarse un regreso gradual a las actividades presenciales y la reactivación de la economía, la mayoría de las empresas venezolanas estima que no se retornará a la normalidad total al menos en los próximos 12 meses, sino que esto ocurrirá a finales de 2022 o en 2023.



Transición a la nueva realidad



Transición a la nueva realidad

Ante el escenario que ha planteado la pandemia de COVID-19, las empresas venezolanas han afrontado diversos retos para poder mantenerse a flote en la nueva realidad y han debido replantear la manera de gerenciar su modelo de negocio.

Gráfico 5. Principales retos a los que han hecho frente las empresas venezolanas para adaptarse a la nueva realidad.



Las organizaciones consideran que los principales retos durante la pandemia han sido mantener el desarrollo de productos y la prestación de servicios bajo estrictos estándares de bioseguridad, digitalizar sus procesos, la reestructuración de la empresa, la gestión del personal, definir la estrategia de precios y adaptarse a los cambios del mercado.

Gráfico 6. Medidas aplicadas por las empresas venezolanas ante la nueva realidad.



Para afrontar los desafíos anteriormente mencionados, las empresas venezolanas han tomado medidas como la reestructuración operativa para lograr la reducción de costos y operar bajo un esquema que cumpla altos estándares de bioseguridad, capacitación del personal en nuevas habilidades y cierre de oficinas, dando a entender que muchas organizaciones han pasado a un esquema de trabajo remoto y de entrega de productos a domicilio, han reducido personal y están aplicando un modelo de negocio basado en que tanto los colaboradores como los clientes no tengan necesidad de ir a un establecimiento físico.

Otras empresas han optado por innovar en estrategias de mercadeo, mientras que otras afirman que no han contratado personal para ocupar las vacantes que se generan, creando una mayor carga de trabajo entre sus colaboradores.

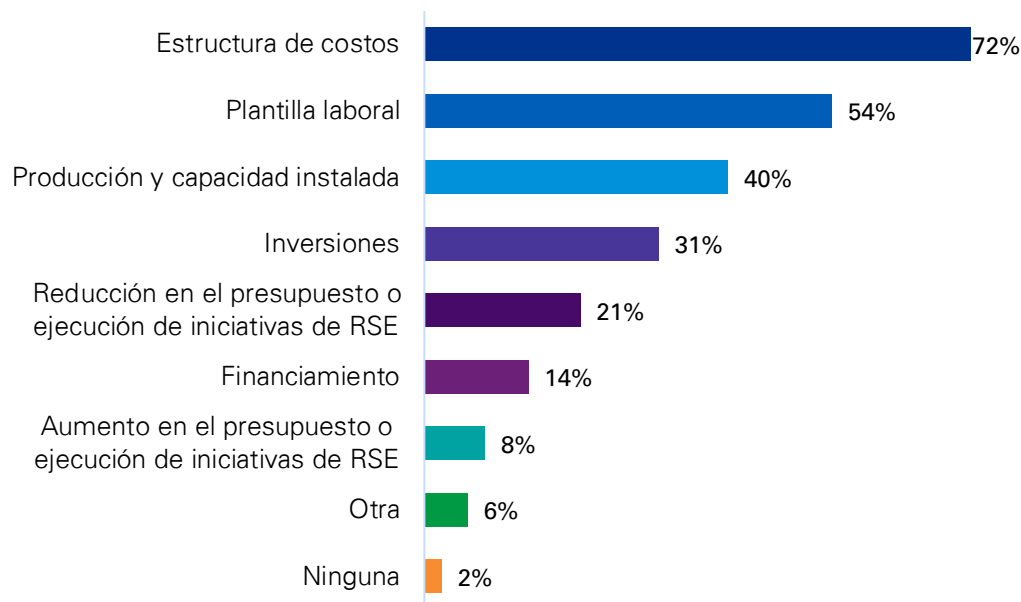
Gráfico 7. Variación del volumen de ventas de las empresas venezolanas durante la pandemia.



Los esfuerzos mencionados han permitido compensar la caída en el volumen de ventas de las empresas venezolanas durante la pandemia de COVID-19. Sin embargo, las medidas aplicadas han estado enfocadas en la mejora operativa, dejando de lado la diferenciación del portafolio de productos y servicios. En los

resultados se refleja que solo 13% de las organizaciones encuestadas logró aumentar su volumen de ventas durante la pandemia.

Gráfico 8. Áreas en las que las empresas venezolanas han aplicado ajustes.



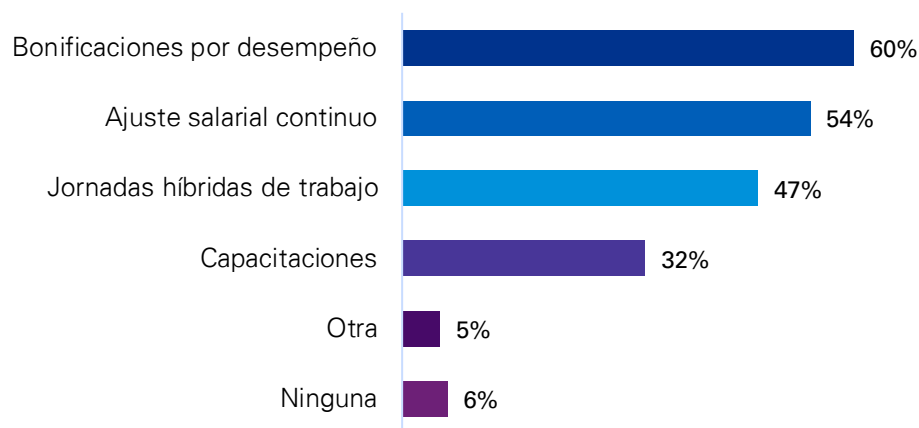
La mayoría de las empresas venezolanas ha aplicado ajustes en su estructura de costos, en su plantilla laboral y en su producción y capacidad instalada. Adicionalmente, 21% de las empresas afirma que ha tenido que reducir su presupuesto y ejecución de iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE).

La inversión económica en iniciativas de RSE es, sin duda, necesaria frente a los complejos desafíos que se viven actualmente en el país; sin embargo, el uso eficiente de los recursos, la disposición del talento humano y sus conocimientos, el apoyo con plataformas de comunicación e información de mayor alcance, el voluntariado corporativo y el trabajo en alianza, son algunos de los elementos clave que puede ofrecer el sector privado venezolano para seguir impulsando el Desarrollo Sostenible.



Sarah Carrillo
Gerente de Responsabilidad Social Empresarial

Gráfico 9. Estrategias para retener el talento aplicadas por las empresas venezolanas.



En esta transición a la nueva realidad, la fuerza de trabajo ha tenido que evolucionar desarrollando nuevas habilidades para poder afrontar las implicaciones del nuevo escenario y las empresas venezolanas han diseñado estrategias para retener y atraer el talento. Para lograr esto, 60% de las organizaciones encuestadas ha otorgado bonificaciones por desempeño, 54% ha optado por realizar ajustes salariales continuos, 47% ha implementado jornadas híbridas de trabajo, 32% ha dado capacitaciones a sus colaboradores y en algunas empresas también han dado espacios para actividades recreativas *online*.

Gráfico 10. Efectos de la pandemia en la calidad de vida de los trabajadores.



Durante la pandemia, la calidad de vida de los colaboradores se ha visto afectada por diversos factores, sin precisar la modalidad de trabajo, se refleja que 54% destaca que ha sido significativa la disminución de reuniones sociales y espacios creativos. De igual manera, afirmaron que el trabajo a distancia ha influido en la

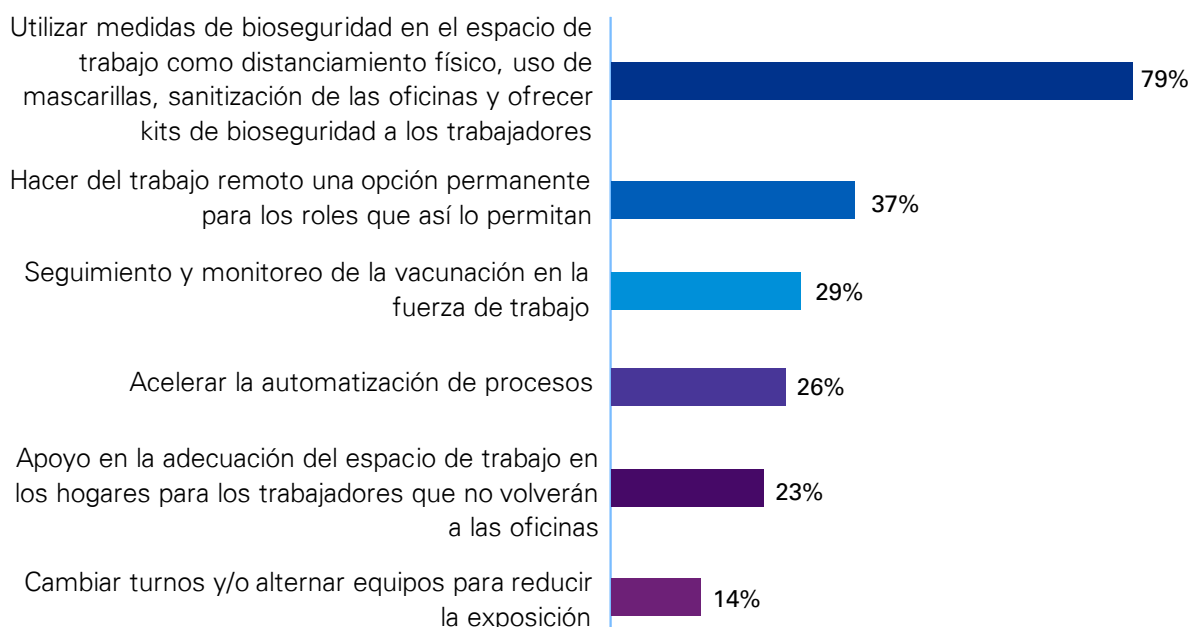
disminución de la productividad total de los empleados, situándose en el 43% de los casos.

Gráfico 11. Políticas que ha implementado la empresa venezolana para salvaguardar el bienestar de sus empleados durante la pandemia.



Las empresas venezolanas han replanteado y adaptado políticas para salvaguardar el bienestar de su plantilla durante esta pandemia, siendo el aumento de la inversión en bioseguridad (62%) el factor principal, seguido de las bonificaciones, que han permitido retener a su personal para evitar la rotación (55%). Todas estas políticas pueden considerarse como una reestructuración de la estrategia de la empresa, en donde enfocan su atención al bienestar general de sus trabajadores, independientemente de la modalidad de trabajo que estén desarrollando actualmente.

Gráfico 12. Acciones que está implementando actualmente la empresa venezolana para la transición de vuelta al espacio de trabajo.



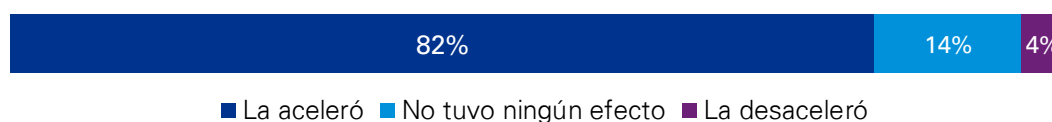
Las empresas han adoptado diversas acciones para la transición de vuelta al espacio de trabajo, siendo la predominante el uso de medidas de bioseguridad en el espacio de trabajo, tales como el distanciamiento físico, el uso de mascarillas, higiene de las oficinas e incluso el otorgamiento de *kits* de bioseguridad para los trabajadores (79%). Estas medidas son fundamentales tanto para las empresas que mantuvieron o han regresado a la modalidad presencial, como para las que adoptaron una modalidad híbrida. De igual manera, 37% considera hacer del trabajo remoto una opción permanente para los roles que así lo permitan.

Las empresas han tenido que desarrollar estrategias para retener y atraer el talento, otorgando gran importancia a la experiencia del empleado, los paquetes de compensación, impulsando la modalidad de trabajo híbrida, capacitando a los colaboradores a través del *upskilling*, *reskilling* y nuevas métricas de desempeño.



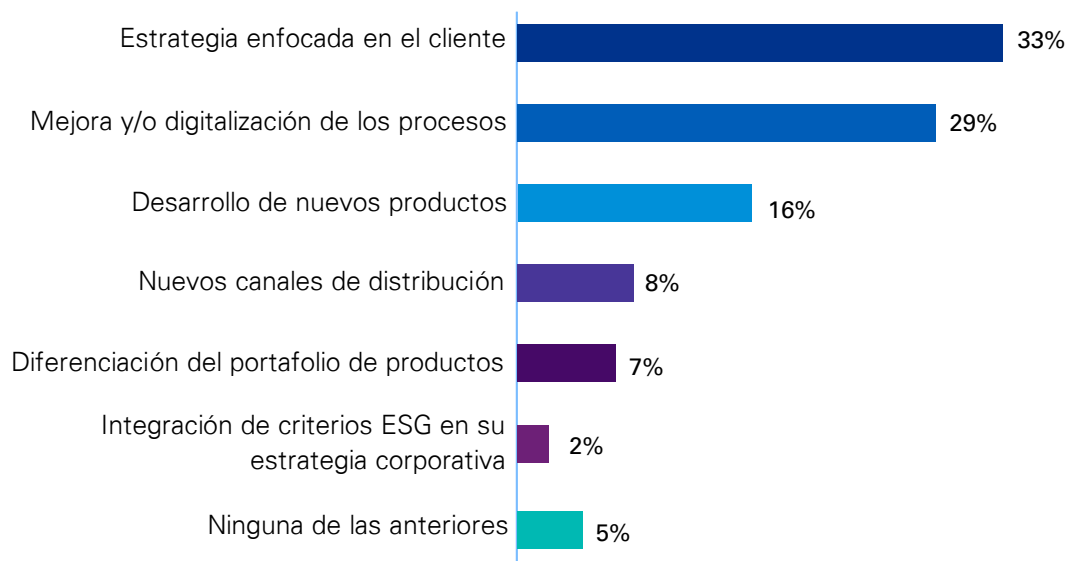
Eva De Abreu
Gerente Senior de Cumplimiento Laboral

Gráfico 13. Efectos de la pandemia en la transformación digital e implementación de nuevas tecnologías.



Aunado a esto, el contexto que ha supuesto la pandemia ha tenido un impacto en todas las áreas y actividades que van desde la forma de producción, estructura organizacional, rediseño del producto y de la cadena de suministro, contribuyendo con la aceleración de la implementación de nuevas tecnologías o de la transformación digital, lo cual ha sido un factor clave para reducir los costos de producción y distribución, adaptarse a las necesidades del consumidor y seguir siendo competitivos en el mercado.

Gráfico 14. La innovación en su empresa ha estado orientada a:



Asimismo, se destaca que las empresas venezolanas están constantemente innovando principalmente en su estrategia con foco en el cliente (33%) y en la mejora y/o digitalización de sus procesos (29%). Esto refleja una focalización en la innovación incremental, entendiendo esta como la innovación orientada a la mejora operativa y de procesos con la finalidad de agregar valor a un producto ya existente. En paralelo, solo 7% está orientando la innovación en la diferenciación del portafolio de productos.

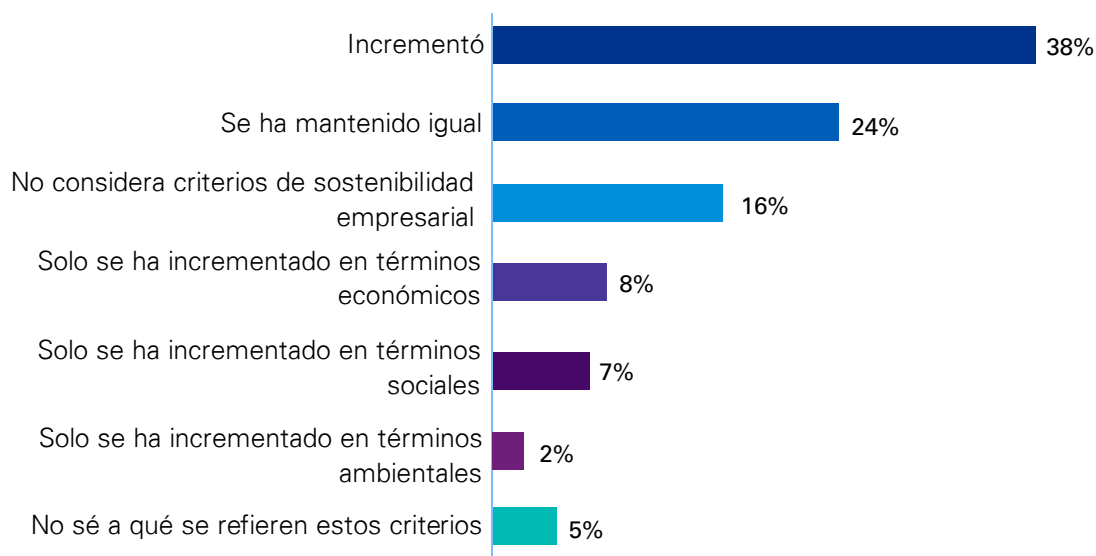
La innovación en el desarrollo de habilidades dinámicas es una palanca que permite a las empresas reinventar su modelo de negocio; cuestión que requiere realizar estudios de inteligencia de mercado y tener la capacidad dinámica de aprovechar las oportunidades detectadas y de reconfigurar los recursos, capacidades y competencias de la empresa, constituyendo este un factor determinante en esta etapa en la que se han producido tantos cambios en el entorno y, por ende, en las operaciones de las empresas en Venezuela.

Con la aceleración digital, las empresas se han enfocado en la cercanía a los clientes y en mejoras operativas. El uso de las tecnologías y el incremento de la madurez digital sigue apostando en el desarrollo de modelos de negocios con procesos cada vez más automatizados, ágiles, eficientes e inteligentes en entornos virtuales.



Mónica Barrios
Socia Líder de Consulting

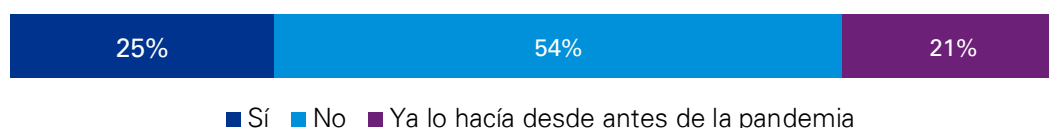
Gráfico 15. Consideración de criterios de sostenibilidad empresarial (social, ambiental, económica) en la gestión operativa interna, con clientes y relacionados.



A pesar de las dificultades durante la pandemia, algunas de las organizaciones han incluido con mayor fuerza los criterios de sostenibilidad empresarial, siendo 38%

los que tienen considerado adoptarla en su gestión operativa, con clientes y relacionados, permitiendo así mejorar las condiciones socioeconómicas de los colaboradores de las empresas.

Gráfico 16. Empresas que han evaluado su impacto social, ambiental y/o económico durante la pandemia.



54% de las empresas encuestadas señalan que no han realizado una evaluación de su impacto social, ambiental y/o económico durante la pandemia, lo cual es un punto para reflexionar, pues la transformación sostenible constituye, junto a la digital, uno de los principales retos a los cuales se enfrentan las compañías, y tiene impacto en sus modelos de negocio, de gobierno corporativo y de gestión de las compañías. Sus efectos se reflejan en las juntas directivas, pero también en la estrategia, en los modelos de riesgos, en los procesos de financiamiento y desarrollo o en la cultura de la compañía, entre otros.

Las empresas y su liderazgo cada vez son más demandados para que tomen acciones hacia la transformación sostenible. Son urgentes los cambios en los modelos de negocio que solo visualizan el valor económico –bienes y dinero–, para incorporar modelos que crean verdadero valor para la sociedad, incorporando a las personas y al ambiente.



Yanelly Márquez C.

Socia Líder de GRCS (Governance, Risk & Compliance Services)
Socia Líder de Inclusión y Diversidad

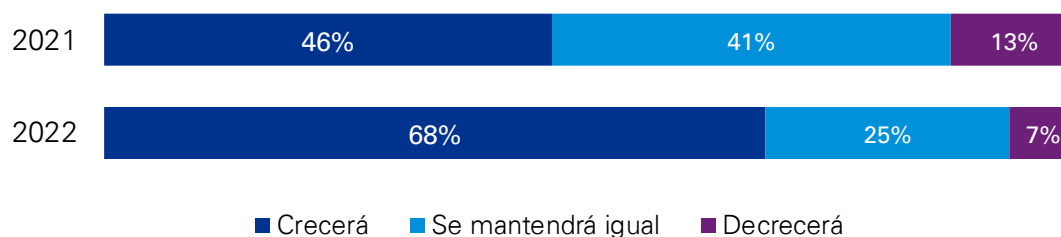
Visión empresarial

La dinámica de los cambios en el entorno y la evolución acelerada de las tendencias exigen una visión empresarial integral en la forma de gerenciar; priorizando el bienestar y la seguridad de su gente, así como el rendimiento financiero de sus inversiones ante la nueva realidad, tomando decisiones firmes, rápidas y efectivas.



Ramón de J. Ostos D.
Socio Director

Gráfico 17. Perspectiva del comportamiento de los ingresos del negocio.



A más de un año de haber iniciado la cuarentena derivada de la pandemia de COVID-19, y teniendo en cuenta las condiciones particulares de la economía venezolana, las empresas han logrado comprender los cambios en la dinámica del mercado y han sabido adaptarse progresivamente. 13% de las empresas prevé que sus ingresos decrecerán este año, mientras que 41% espera que se mantengan igual y 46% que aumente. Sus expectativas mejoran aún más para el 2022, donde se espera mayor movimiento de la actividad económica debido a los avances en el proceso de vacunación de la población. Para el 2022, 68% espera incrementar sus ingresos, 25% considera que se mantendrán igual y solo 7% considera que decrecerán.

Gráfico 18. Aspectos más importantes para incrementar la competitividad de la empresa venezolana en la nueva realidad.

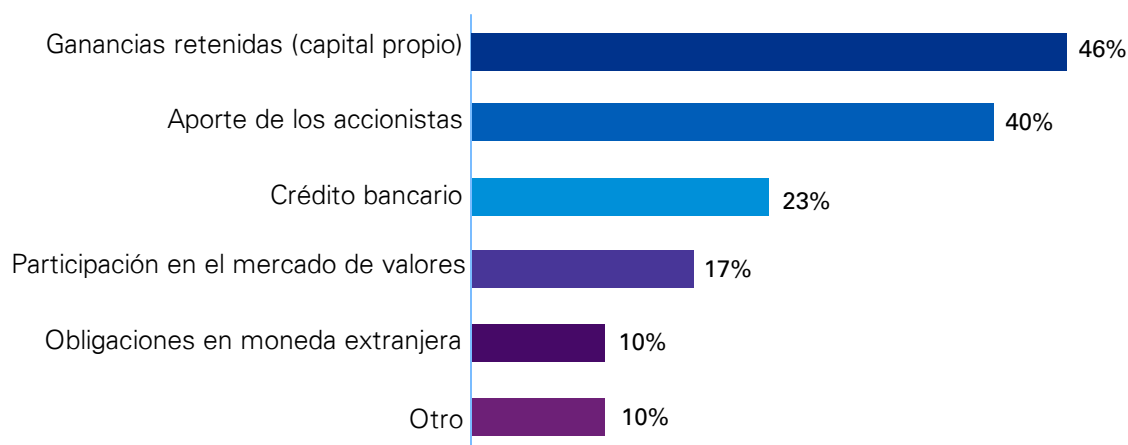


Las empresas consideran que el factor principal para incrementar su competitividad en el mercado venezolano es la inversión en la innovación (59%) y la agilidad en los procesos internos (59%). La mayoría de las empresas se están enfocando en la innovación incremental, por lo que ambos puntos, inversión y adaptación en los procesos internos con tecnología son considerados los primordiales por las empresas para una mayor competitividad.

Para incrementar la competitividad en la nueva realidad también es importante que las empresas impulsen la capacitación de los colaboradores y realicen esfuerzos en recolectar información del mercado, ya que las condiciones han producido cambios en elementos fundamentales como la entrada de nuevos competidores, patrones de consumo y sensibilidad a los cambios de precios.

43% considera como uno de los aspectos más importantes para aumentar su competitividad el desarrollar estrategias basadas en las características del consumidor.

Gráfico 19. Fuentes de financiamiento que considera utilizar en los próximos 12 meses.



En cuanto al financiamiento, las principales fuentes consideradas por las empresas son el capital propio (46%) y el aporte de los accionistas (40%). Solo 23% considera utilizar el crédito bancario como fuente de financiamiento en los próximos 12 meses; sin embargo, dado el tamaño de la cartera de créditos de la banca venezolana, se podría considerar relativamente importante este número. 17% considera recurrir al mercado de valores, mientras que 10% considera las obligaciones en moneda extranjera y 10% otras vías de financiamiento.

La tendencia a recurrir a ganancias propias o al aporte de los accionistas como fuente de financiamiento se ubica como dominante en un contexto en el que la cartera de créditos de la banca venezolana se encuentra reducida y en el que las empresas continúan considerando en el contexto de tasas de interés indexadas y los plazos de financiamiento vigentes.

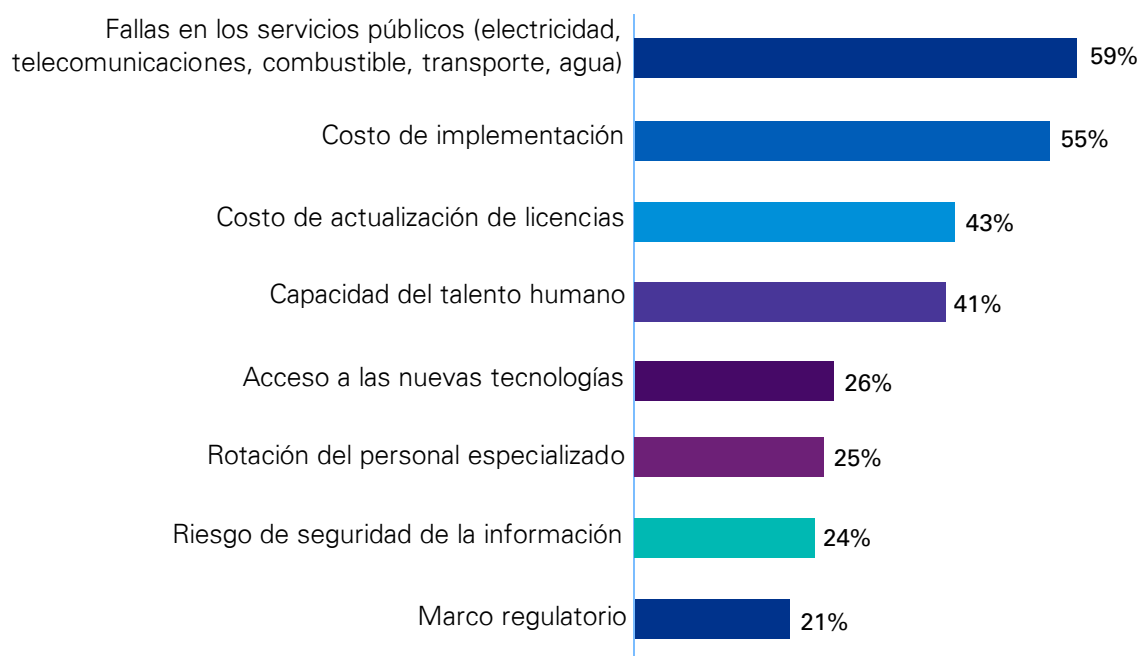
Es importante que, independientemente de la vía de financiamiento, las empresas siguen su enfoque en la optimización de los recursos y del capital de trabajo para lograr incrementar su productividad y su competitividad en el mercado.

En escenarios de contracción económica es primordial evaluar el manejo del capital de trabajo y el financiamiento, donde el flujo de caja en las proyecciones económicas es clave. Por lo cual, es importante tener herramientas de predicción, control y seguimiento en la organización.



Rafael Sánchez
Director de Deal Advisory & Strategy

Gráfico 20. Principales obstáculos para la transformación digital, adopción de inteligencia artificial y nuevas tecnologías.



La dinámica actual ha demostrado que es necesario adoptar una cultura de innovación con enfoque en la estrategia del negocio para impulsar el crecimiento de las empresas a través de la transformación digital, permitiendo lograr una posición estratégica en el mercado. Sin embargo, existen factores que han dificultado a las organizaciones lograr este objetivo. 59% considera que algunos de los obstáculos se deben a fallas en los servicios públicos y 55% a costos de implementación.

Gráfico 21. Aspectos en que la empresa venezolana enfocará sus inversiones durante los próximos meses.



Durante los próximos meses, las empresas orientarán sus esfuerzos hacia el mantenimiento y aumento de sus cuotas de mercado y para lograrlo contemplan: la inversión en estrategias de mercadeo (55%), alianzas y proveedores (49%), desarrollo de nuevos productos y servicios (48%) y optimizar y mejorar sus procesos (47%). Todas estas acciones tienen como objetivo la búsqueda de mejoras en la competitividad, apalancada en la reducción de costos, con precios más competitivos y que este último sea un atributo que, complementado con estrategias de mercadeo y desarrollo de nuevos productos y servicios, logre atraer al consumidor objetivo de la empresa.

También es vital para las empresas contar con un talento humano altamente capacitado y motivado para enfrentar los desafíos que se presenten. Los constantes cambios, derivados tanto del contexto venezolano como de los efectos de la pandemia de COVID-19, demanda que las empresas cuenten con equipos de trabajo especializados y adaptados a las nuevas dinámicas de trabajo. Por esta razón, 44% planea enfocar sus inversiones en el incremento de sueldos y salarios y 32% en el desarrollo del talento humano.

Solo 23% de las empresas pretende enfocar sus inversiones en el desarrollo de investigaciones de mercado, que permiten determinar el mercado objetivo y así optimizar los esfuerzos requeridos; vistos los cambios en los patrones de consumo, las preferencias del consumidor, la sensibilidad a las variaciones de precios, entre otros.

Conclusiones

En medio de una activación progresiva de la economía, es de gran importancia la capacidad de adaptabilidad de las empresas ante la nueva realidad. La pandemia de COVID-19 no solo aceleró los procesos de transformación digital, sino también ha conducido a una evolución en los hábitos del consumidor. De igual manera, las particularidades del entorno venezolano han demandado que las empresas desarrollen una mayor capacidad de reacción y de establecer nuevas estrategias para mantenerse en el mercado siendo competitivas.

En este entorno complejo, el Ejecutivo Nacional ha establecido esquemas de trabajo “flexibles” para ciertos sectores económicos, que ha permitido que las actividades económicas se retomen progresivamente. Sin embargo, las expectativas apuntan a una reanudación de la normalidad a finales de 2022, por lo que es imperativo que las empresas continúen en la evaluación de su estrategia bajo un esquema de continuos cambios durante los próximos meses.

El retorno a las actividades presenciales de trabajo va a tener un esquema distinto, aún en proceso y con nuevos objetivos, tras un duro aprendizaje que resalta la necesidad de construir un escenario laboral híbrido más flexible, saludable y empático. De acuerdo con el estudio, las principales acciones que emprenderán las empresas venezolanas están enfocadas en el talento humano, desde incrementos salariales, entrenamientos en habilidades especializadas y nuevas capacidades requeridas en la nueva realidad, así como mantener medidas de bioseguridad en las oficinas y adoptar la modalidad de trabajo remoto de manera permanente para los roles que así lo permitan.

Como recomendaciones, las empresas venezolanas deben seguir trabajando en la comprensión del mercado y su impacto real en el negocio, mediante la construcción de métricas e indicadores que se adapten a la nueva realidad y la investigación de mercado que permita identificar los cambios en los hábitos del consumidor y los nuevos competidores; actualizar el mapa de riesgos de la empresa; financiar sus operaciones a través de fuentes externas y con capital propio para lograr una optimización de sus recursos; innovar en el desarrollo de capacidades dinámicas que sirvan de impulso para adaptar el portafolio de productos y la estabilidad de su modelo de negocio.

 kpmg.com/ve

 mercados@kpmg.com

 KPMG Venezuela

 @KPMG_VE

 @KPMG_VE

 KPMG en Venezuela

 KPMG en Venezuela



Descarga nuestra app:
KPMG South America Cluster

Caracas

Avenida Francisco de Miranda, Torre KPMG, Chacao, Caracas, estado Miranda, Venezuela.
Telfs.: 58 (212) 277.78.11
Fax: 58 (212) 263.63.50

Barquisimeto

Multicentro Empresarial Crystal Plaza, entre Av. Terepaima y prolongación Av. Los Leones vía urbanización El Pedregal, PH-A, Barquisimeto, estado Lara, Venezuela.
Telfs.: 58 (251) 267.65.66
Fax: 58 (251) 267.55.74

Maracaibo

Centro de Oficinas Torre 13, Avenida 13, entre Calle 78 (Dr. Portillo) y Calle 79 (Dr. Quintero), Maracaibo, estado Zulia.

Maracay

Av. Las Delicias entre calles Los Pinos y Chuao Centro Financiero BANVENEZ, piso 6, oficina número 65, municipio Girardot, Maracay, Venezuela.
Telfs.: 58 (243) 237.14.12 / 49.33
Fax: 58 (243) 233.51.67

Puerto La Cruz

Centro Comercial Plaza Mayor, edificio 6, nivel 2, Ofic. 6C-254 Complejo Turístico El Morro, municipio Urbaneja, Puerto La Cruz, estado Anzoátegui, Venezuela.
Telfs.: 58 (281) 282.08.33 / 01.33
Fax: 58 (281) 282.25.50

Puerto Ordaz

Centro Comercial Orinokia Mall, nivel Titania. piso 1, Ofic. 1, Av. Guayana, Alta Vista, Puerto Ordaz, estado Bolívar, Venezuela.
Telfs.: 58 (286) 922.33.59 / 85.02
Fax: 58 (286) 962.16.92

Valencia

Centro Comercial Concepto La Viña, piso 5, oficinas números 18 a 26; esquina entre Av. 104 La Victoria y calle 149 Uslar, urbanización La Viña, parroquia San José, Valencia 2001, estado Carabobo, Venezuela.

© 2021 Ostos Velázquez & Asociados, una sociedad venezolana y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Ltd, una entidad privada inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados. RIF: J-00256910-7.

La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. No se deben tomar medidas en base a dicha información sin el debido asesoramiento profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

KPMG es una red global de firmas independientes que brindan servicios profesionales de Auditoría, Impuestos y Asesoría. Operamos en 146 países y territorios y tenemos más de 227.000 personas trabajando en firmas miembro a nivel mundial. Cada firma de KPMG es una entidad legalmente distinta y separada y se describe a sí misma como tal.

KPMG International Limited ("KPMG International") es una entidad inglesa privada limitada por garantía. KPMG International Limited ("KPMG International") y sus entidades no prestan servicios a clientes.