Dirección General
CONTRATACIONES
PÚBLICAS
Transparencia e Igualdad de Oportunidades

Resultado de la encuesta sobre el mercado público a mujeres micro, pequeñas y medianas empresarias

© Derechos Reservados
Impreso en agosto de 2015.
Dirección General de Contrataciones Públicas
Versión digital descargable en www.dgcp.gob.do
Santo Domingo D.N.
República Dominicana

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
1.1. Compromisos específicos del Gobierno sobre compras públicas

2. ENFOQUE METODOLÓGICO DE LA ENCUESTA

2.1. Universo del estudio
2.2. Selección de muestra y cálculo del tamaño de la muestra
2.3. Período de recolección de la información

3. PERFIL DE LAS MUJERES ENCUESTADAS

3.1. Rangos de edad
3.2. Provincia donde viven
3.3. Nivel educativo
3.4. Cantidad de miembros en la familia

4. PERFIL DE LAS EMPRESAS O ACTIVIDAD ECONÓMICA

4.1. ¿Cómo está organizada?
4.2. Actividad económica
4.3. Ingresos mensuales
4.4. Cantidad de empleados
4.5. Composición por núcleo de trabajo y género de empleados (as)
4.6. Nivel de asociatividad
4.7. Principales gremios

5. EXPERIENCIA EN EL MERCADO PÚBLICO

5.1. Interés en vender al Estado
5.2. Inscripción en el Registro de Proveedores del Estado (RPE)
5.3. Motivos por los cuales el 16% de las mujeres no está inscrita en el RPE
5.4. Participación en procesos de las compras
5.5. Porcentaje de adjudicación de mujeres que dijeron haber participado en procesos de compras
5.6. Aumento de ingresos

6. VALORACIÓN DEL MERCADO PÚBLICO

6.1. ¿Conoce a la Dirección General de Contrataciones Públicas? ¿Qué servicio ha recibido?
6.2. ¿Cómo valora el servicio recibido de la Dirección General de Contrataciones Públicas?
6.3. Valoración de la experiencia en el mercado público
6.4. Valoración de las mujeres sobre la incidencia de corrupción en los procesos de compras y contrataciones
6.5. ¿Recomendaría participar en el mercado público a otras mujeres?
6.6. Áreas de mejoras prioritarias para las mujeres
6.7. Opiniones de las mujeres encuestadas
6.7.1. Opiniones textuales de mujeres inscritas en el RPE
6.7.2. Opiniones textuales de mujeres no inscritas en el RPE

7. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN

Dra. Yokasta Guzmán S.
Directora General
Contrataciones Públicas

En República Dominicana el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs) y de las mujeres, es una prioridad ratificada en los niveles más altos de planificación nacional, en el programa de gobierno y en las metas del Presidente de la República, Licenciado Danilo Medina Sánchez. A partir del 16 de agosto de 2012, se realiza un esfuerzo de coordinación interinstitucional en torno al acceso al mercado público, de ambos sectores, que incluye acciones para generar oportunidades y eliminar barreras de acceso. Uno de estos esfuerzos está dirigido a fomentar la participación de las mujeres como proveedoras del Estado.

En ese contexto, como una actividad que forma parte de la estrategia de desarrollo de oportunidades en el mercado público para mujeres y MIPYMEs, en mayo de 2015 se aplicó una encuesta a 577 mujeres micro, pequeñas y medianas empresarias, para conocer su valoración del mercado público y recibir sus opiniones sobre cuáles medidas deberían adoptarse desde el Gobierno para facilitar su inserción.

La Dirección General de Contrataciones Públicas da a conocer los resultados de esta encuesta, como insumo para el debate y la formulación de políticas públicas dirigidas a contribuir al empoderamiento económico de la mujer y su desarrollo pleno.

1.1. Compromisos específicos del Gobierno en compras públicas.

Asegurar las cuotas para las compras a las MIPYMEs y Mujeres, establecidas en la Ley 488-08 que establece el marco regulatorio para las Mipymes

Utilizar el poder de las compras para el desarrollo de los sectores productivos y satisfacer las necesidades de las personas

Personas en el centro de las políticas públicas

Invitar a personas de la sociedad civil a vigilar los procesos de compras, en especial los proclives a denuncias. Creación de la figura de los testigos sociales

Garantizar la transparencia, elevando el gasto público y cumpliendo con la ley de compras y contrataciones

II. ENFOQUE METODOLÓGICO

2.1. Universo del estudio.

La muestra evaluada extraída de un total de 10,843 mujeres o empresas lidereadas por mujeres inscritas en el Registro de Proveedores del Estado, y otras con las cuáles la Dirección General de Contrataciones Públicas ha tenido contacto en talleres, seminarios, ruedas de negocios, etcétera.

2.2. Selección de la muestra y cálculo del tamaño.

Para la selección se utilizó el muestreo aleatorio simple, en el cual cada muestra tiene la misma posibilidad de ser seleccionada. La distribución de probabilidad utilizada fue la distribución normal.

Para seleccionar la muestra del universo, se aplicó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. La muestra resultante fue de 577 mujeres.

Los datos se recolectaron utilizando dos vías de información:

a) El Registro de Proveedores del Estado (RPE) de la Dirección General de Contrataciones Públicas.

b) Contactos levantados por correo electrónico y redes sociales, talleres, seminarios y ruedas de negocio.

2.3 Período de recolección de la información.

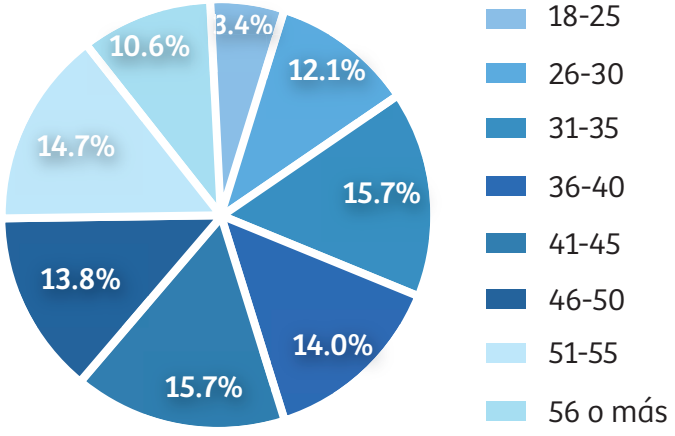
La recolección de la información se llevó a cabo en un período de dos semanas consecutivas durante el mes de mayo del año 2015, utilizando un cuestionario de 37 preguntas.

III. PERFIL DE LAS MUJERES ENCUESTADAS

A continuación se presentan los resultados principales de la encuesta.

3.1 Rangos de edad.

Figura 1

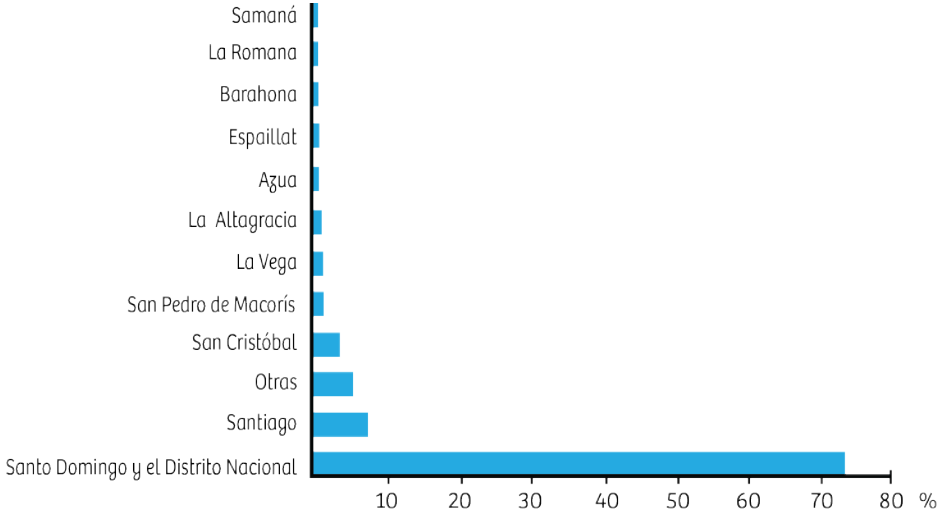


La muestra de mujeres encuestadas se distribuye de forma relativamente equitativa por franja etaria entre los 31-35 años y los 51-55 años, cada rango de 5 años, con aproximadamente entre 14.7% y 15.7%; seguida de la franja entre 26-30 años con 12.1%, y 56 o más con 10.5%.

La que tuvo menos participación fue la franja entre los 18 y 25 años con un porcentaje de 3.4%.

3.2. Provincia donde viven.

Figura 2

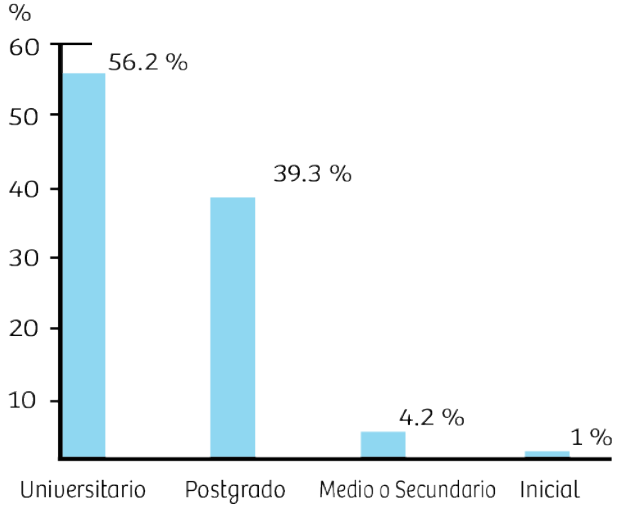


Se destaca la presencia de mujeres de Santo Domingo y el Distrito Nacional con un 74.1% del total, representando en su conjunto casi las tres cuartas partes de las mujeres encuestadas. Sigue Santiago con 7.7% y San Cristóbal con 3.5%.

La distribución geográfica de las mujeres por provincia mantiene la tendencia general del Registro de Proveedores del Estado, donde la mayor parte se ubica en Santo Domingo y el Distrito Nacional.

3.3. Nivel educativo.

Figura 3

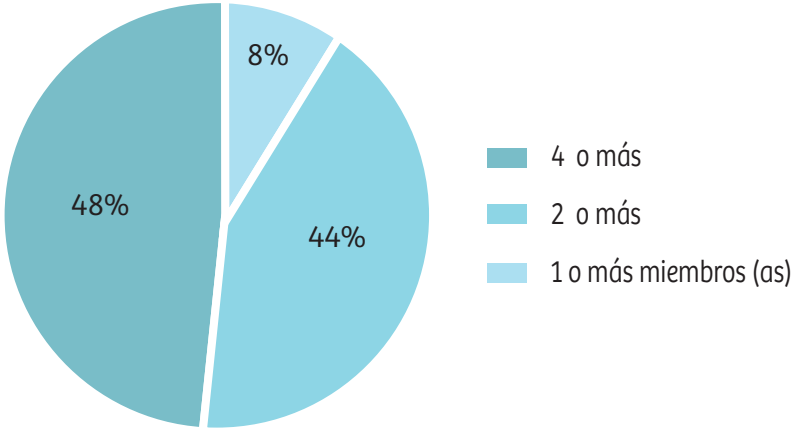


Un aspecto a tener en cuenta es el relativamente alto nivel educativo de las mujeres encuestadas: el 56.2% del total dice tener título universitario y casi un 40% de postgrado, lo que confirma el resultado de estudios previos[1] de empresarialidad femenina, donde se destaca el alto nivel educativo de las mujeres.

[1] Estudio Fondomicro, 2014
Mujeres empresaria: Barreras y oportunidades en el sector privado formal en America Latina y el Caribe, G+Z, BID,BM/2010.

3.4. Cantidad de miembros en la familia.

Figura 4

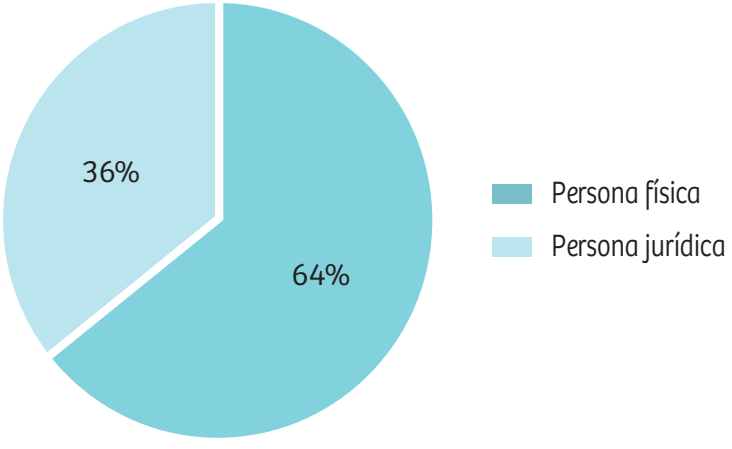


El 48% de las mujeres encuestadas presenta un entorno familiar compuesto por 4 o más miembros. El 44% está compuesto por 2 o más miembros, y apenas el 8% cuenta en su entorno familiar con un miembro (a).

IV. PERFIL DE LAS EMPRESAS O ACTIVIDAD ECONÓMICA

4.1. ¿Cómo está organizada?.

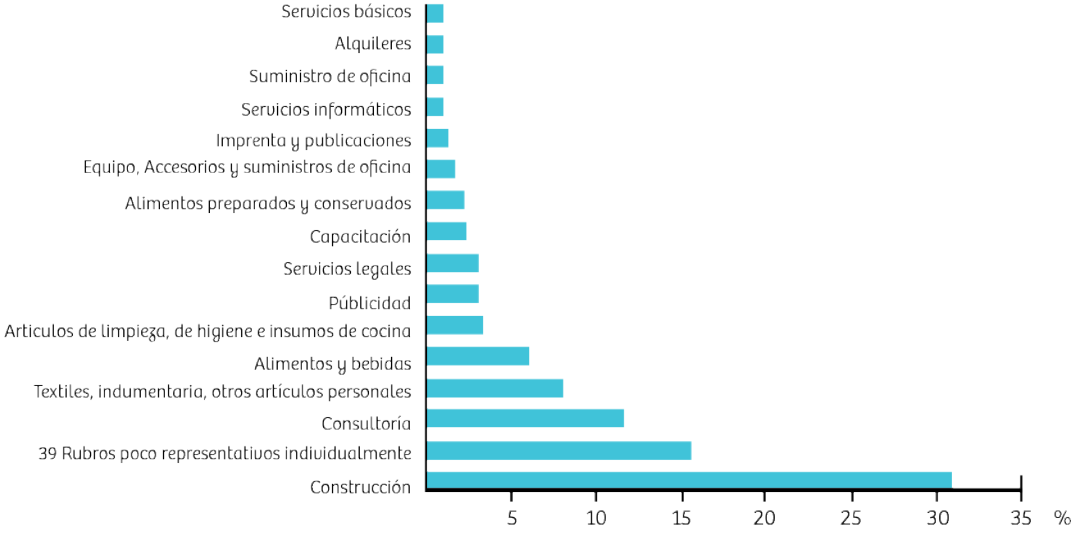
Figura 5



El 64% de las mujeres encuestadas ejerce su actividad económica como persona física y el 36% como persona jurídica.

4.2. Actividad económica.

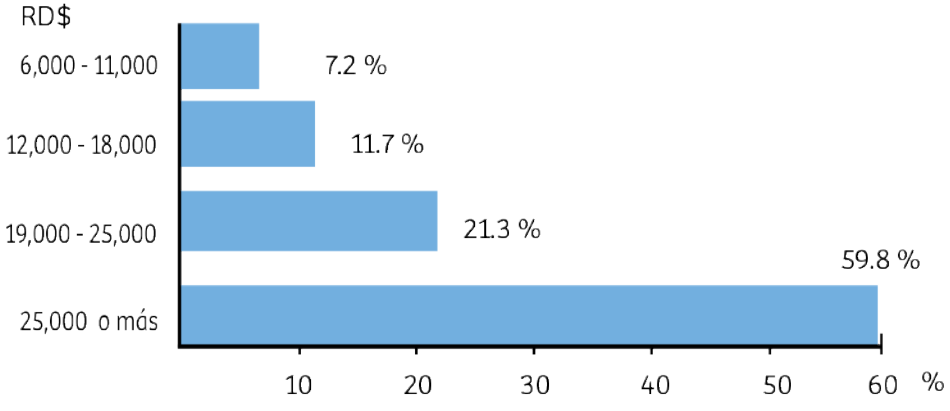
Figura 6



Las mujeres encuestadas representan un abanico muy amplio de rubros, aunque algunas se destacan por su peso relativo sobre el resto. El principal es el de la construcción y edificación, donde se encuentra el 31% de las mujeres encuestadas; seguido por consultoría 12%; textiles e indumentaria y otros artículos personales con 8%, continuando con alimentos y bebidas con un 6%.

4.3. Ingresos mensuales.

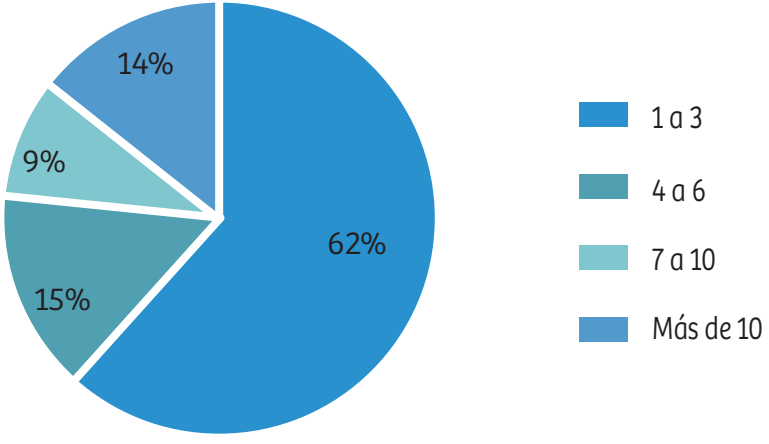
Figura 7



El 59.8% de quienes contestaron la encuesta declararon ganar RD$25 mil o más por mes. El 21.3% gana entre RD$19,000 y RD$25,000, y el 18.9% dijo tener un ingreso entre RD$6,000 y RD$18,000 pesos mensuales.

4.4. Cantidad de empleados (as).

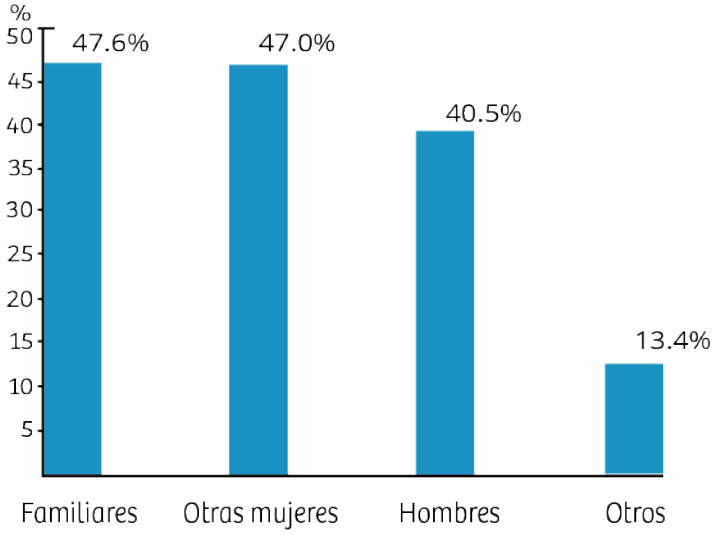
Figura 8



En cuanto al tamaño de la empresa, la mayoría corresponde a micro empresas: el 62% indicó contar entre 1 y 3 empleados y el 15% dijo tener entre 4 y 6 empleados. Un 9% entre 7 y 10 empleados. Un 14% manifestó contar con más de 10 empleados, lo que indica la presencia de algunas pequeñas empresas.

4.5. Composición por núcleo de trabajo y género de empleados (as).

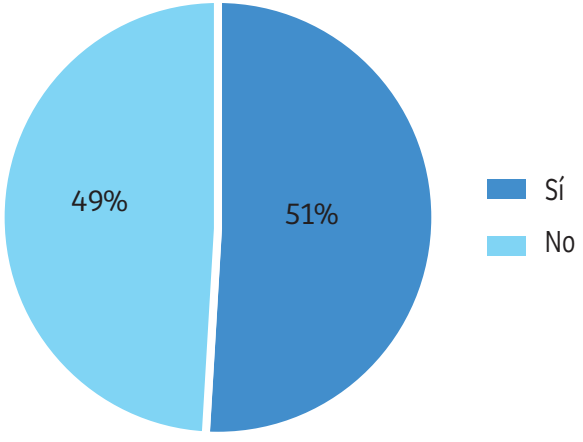
Figura 9



La forma de organización de las mujeres en su actividad empresarial o profesional se caracteriza por ser de tipo familiar. El 47.6 % indicó contar con familiares empleados. La distribución por género es equitativa teniendo tanto empleados de uno u otro sexo, con una ligera proporción mayor de mujeres 47% vs. 40.5% hombres.

4.6. Nivel de asociatividad.

Figura 10



La pertenencia a asociaciones o gremios empresariales es elevada. El 51% de mujeres indicó ser parte de alguna asociación o gremio, y el 49% indicó no estar asociada.

4.7. Principales Gremios.

Entre los principales gremios y asociaciones se encuentran los siguientes:

Colegio Dominicano de Ingenieros, Arquitectos y Agrimensores (CODIA),con un 22%.

Colegio de Notarios de la República Dominicana, con 3.8%.

Colegio de Abogados de la República Dominicana, con el 5%.

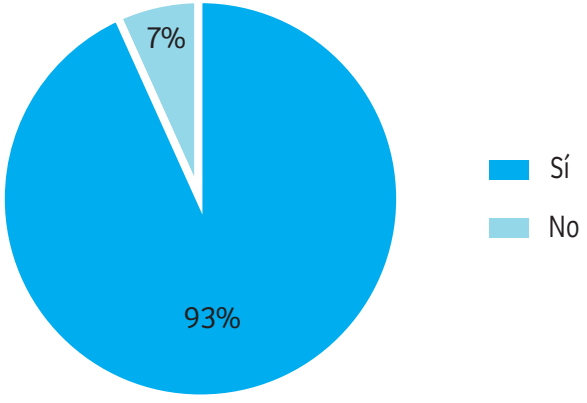
COOPROHARINA, con el 2%.

Asociación Dominicana de Mujeres Empresarias (ADME) con el 4.5%.

V. EXPERIENCIA EN EL MERCADO PÚBLICO

5.1. Interés en venderle al Estado.

Figura 11



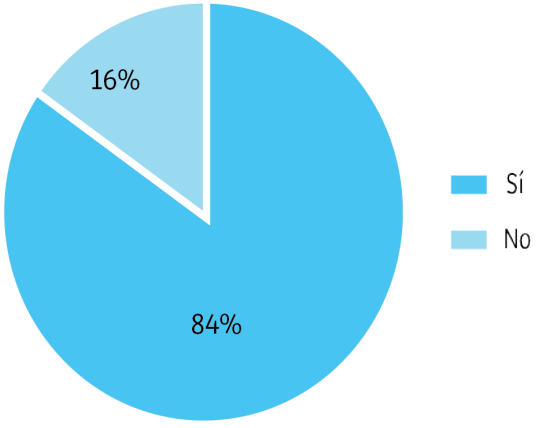
De las que respondieron la encuesta, el 93% dijo estar interesada y el 7% dijo no estar interesada en venderle al Estado.

Las no interesadas en venderle al Estado, identificaron las siguientes razones:

1) Demora en los pagos
2) Burocracia
3) Corrupción
4) No han tenido la oportunidad de hacerlo
5) Desconocen el procedimiento

5.2. Inscripción en el Registro de Proveedores del Estado.

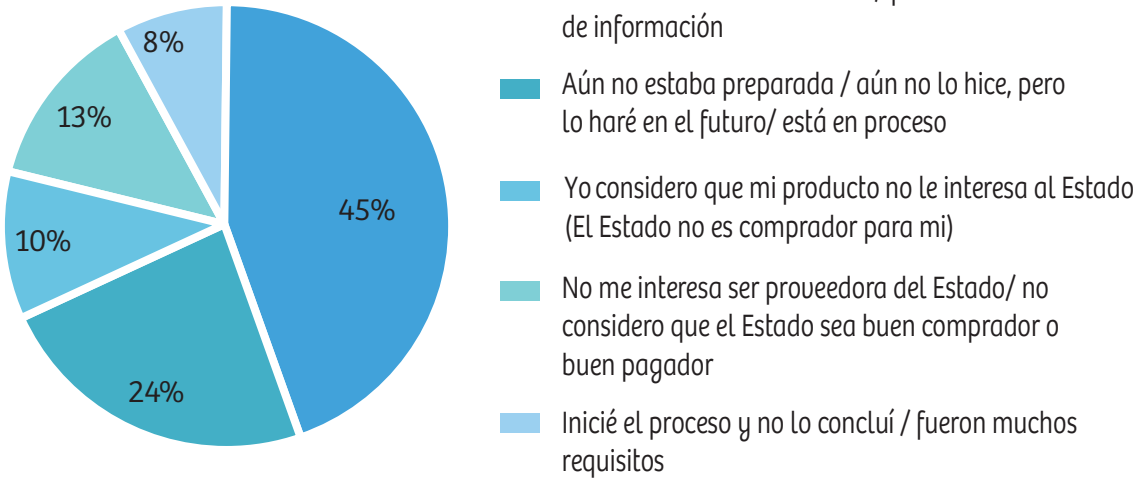
Figura 12



Del 93% que mostró interes, el 84% dijo estar inscrita como Proveedora del Estado.

5.3. Motivos por los cuales el 16% de las mujeres dicen no estar inscritas en el Registro de Proveedores del Estado (RPE).

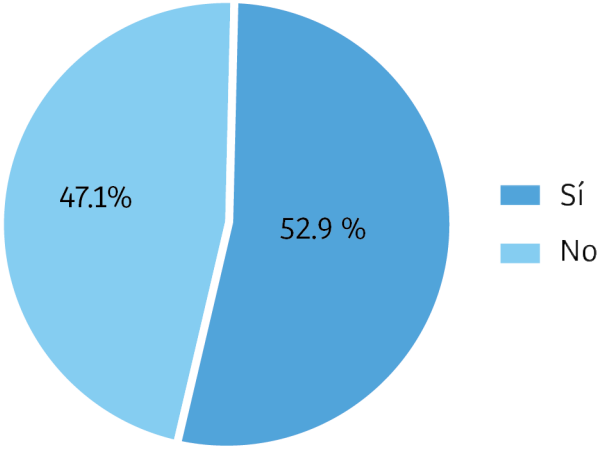
Figura 13



Del 16% de mujeres no inscritas, el 45% dice no estarlo por desconocer el trámite o por falta de información; el 24% manifestó no estar preparada para inscribirse; el 13% consideró que el Estado no es un buen comprador y por tanto no le interesa venderle y el 10% considera que su producto no le interesa al Estado. Por último, el 8% dijo no estar inscrita porque iniciaron el proceso y no lo concluyeron por considerar que eran muchos requisitos.

5.4. Participación en procesos de compras.

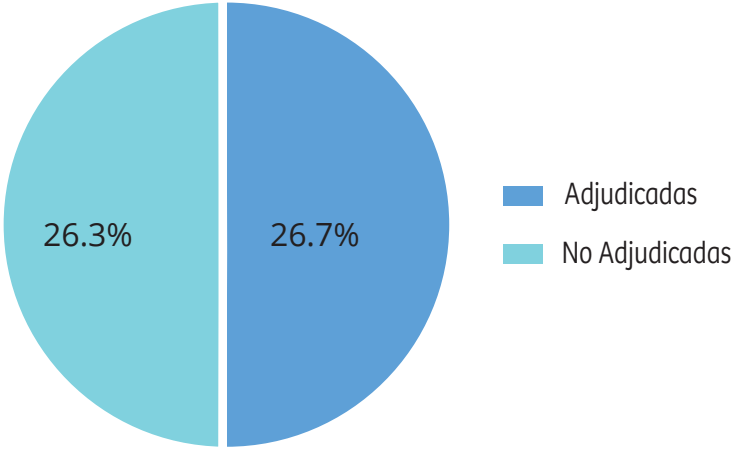
Figura 14



Del 84% inscritas, el 52.9% dijo haber sido parte de algún proceso de compra, lo que indica un importante nivel de participación.

5.5. Porcentaje de adjudicación de las mujeres que dijeron haber participado en procesos de compras.

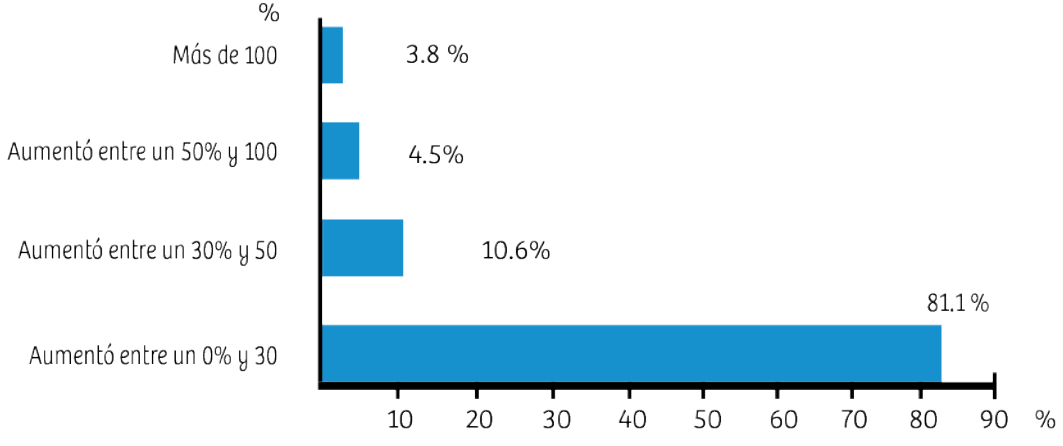
Figura 15



Del 52.9% de las mujeres que respondieron haber participado en procesos de compras, el 26.7% dijo haber sido adjudicada y el 26.3 % respondió que no. Es decir que entre las mujeres que respondieron haber participado en procesos de compras existe una posibilidad del 50% de adjudicación con sólo participar en un proceso.

5.6. Aumento de ingresos.

Figura 16

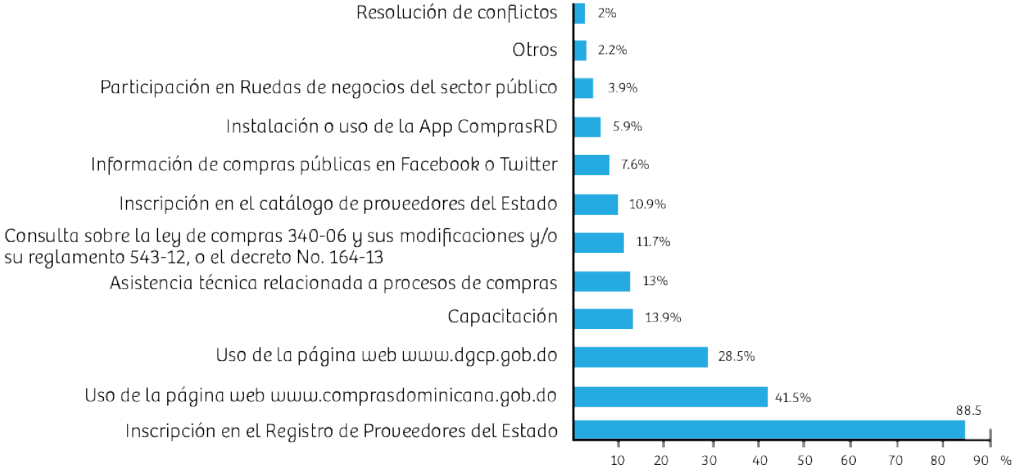


En el 52.9% que dijo haber participado en procesos de compras se evidencian variaciones, aunque moderados, sobre su nivel de ingresos. De éstas, el 81.1% indicó que gracias a ser proveedora del Estado su ingreso se incrementó de 0% a 30%, y el otro 10.6% indicó que se incrementó entre un 30% y un 50%.

VI. VALORACIÓN DEL MERCADO PÚBLICO

6.1. ¿Conoce la Dirección General de Contrataciones Públicas? ¿Qué servicio ha recibido?.

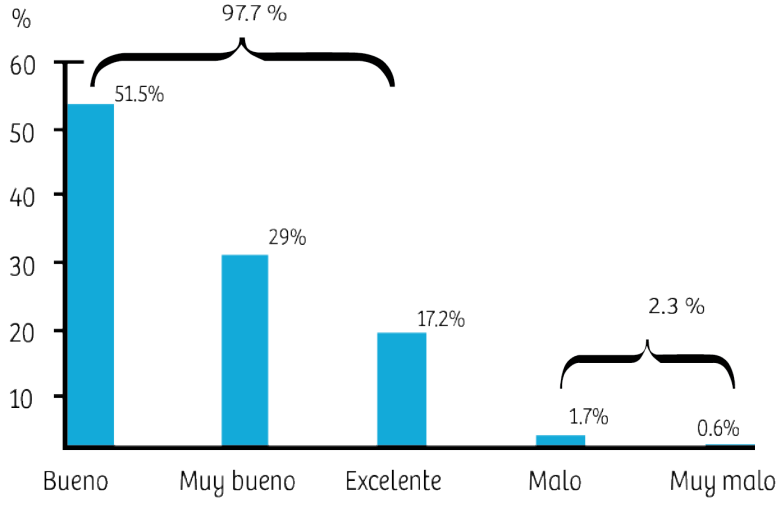
Figura 17



El 88.5% de las mujeres encuestadas indicó conocer a la Dirección General de Contrataciones Públicas. Entre los principales servicios recibidos, tal como se muestra en la figura, están la inscripción en el Registro de Proveedores del Estado (RPE); uso del portal web de compras dominicana www.comprasdominicana.gob.do y la página web de la Dirección General de Contrataciones Públicas www.dgcp.gob.do.

6.2. ¿Cómo valora el servicio recibido de la Dirección General de Contrataciones Públicas?.

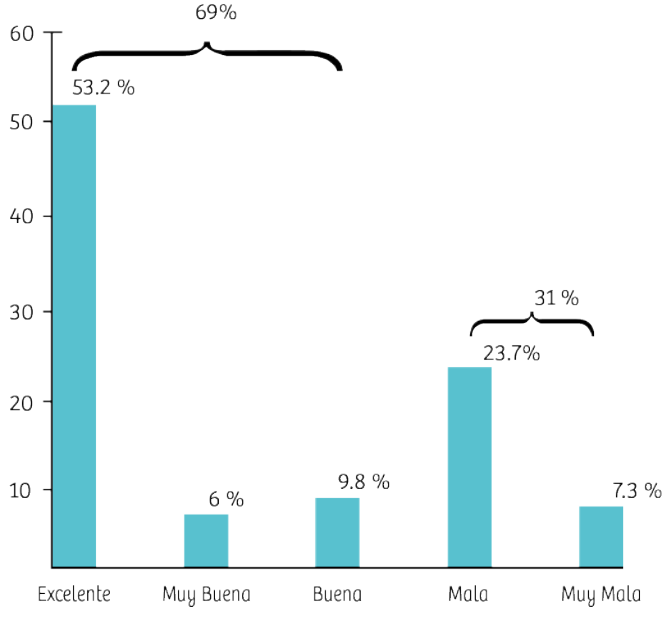
Figura 18



El 97.7% califica el servicio como bueno, muy bueno y excelente, y el 2.3 % lo califica como malo o muy malo.

6.3. Valoración de la experiencia en el mercado público.

Figura 19

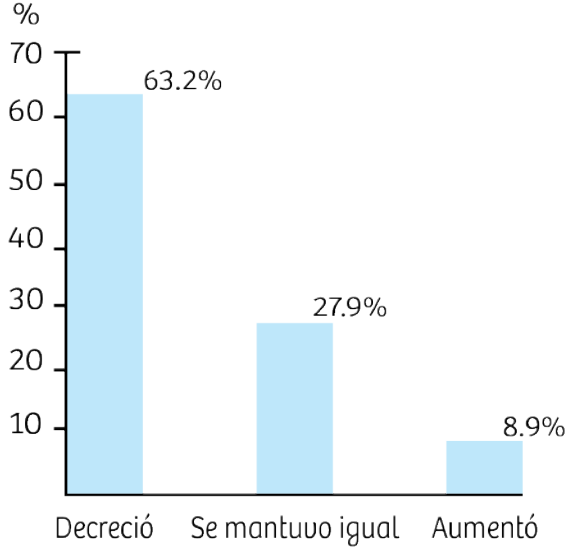


Del 52.9% de las mujeres que respondieron haber participado en procesos de compras (ver figura No. 14), el 53.2% califica como excelente la experiencia; el 6% como muy buena; y el 9.8% como buena, representando un total de 69%.

El 23.7% calificó la experiencia como mala y un 7.3% como muy mala, para totalizar 31%.

6.4. Valoración de las mujeres sobre la incidencia de corrupción en los procesos de compras y contrataciones.

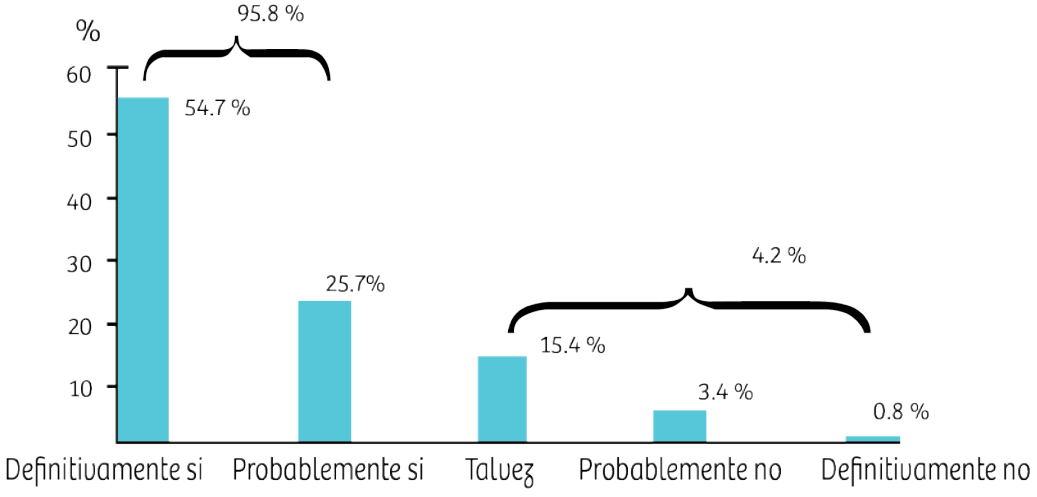
Figura 20



El 63.2% de las mujeres encuestadas considera que la corrupción decreció en las compras publicas en los últimos años.

6.5. ¿Recomendaría la participación en el mercado público a otras mujeres?.

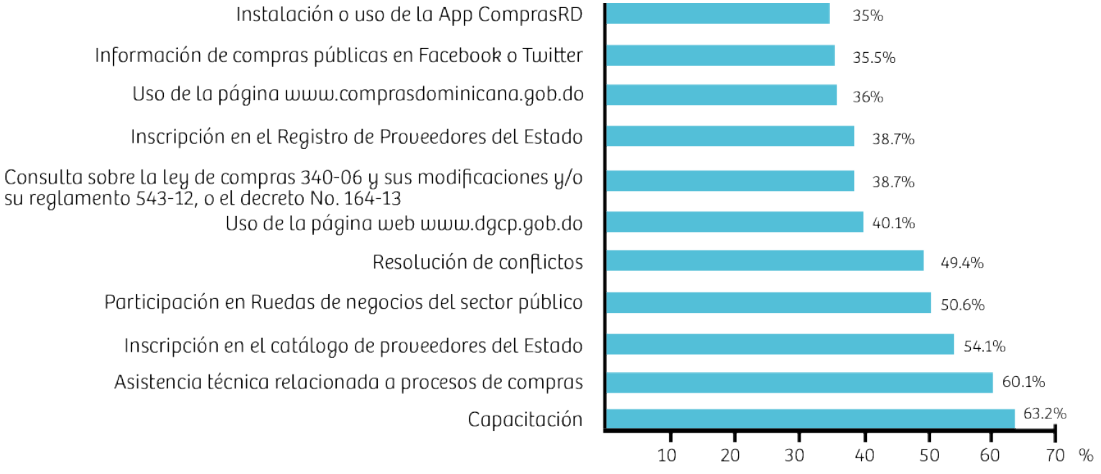
Figura 21



La encuesta arrojó que del 52.9% de las mujeres que respondieron ser proveedoras del Estado que dijo haber participado en un proceso de compras (ver figura No.14), más de la mitad indicó que definitivamente lo haría un 54.7%, y un 25.7% indicó que probablemente sí lo haría; el 15.4% manifestó que tal vez; y menos del 5% indicó que no lo haría o posiblemente no lo haría.

6.6. Áreas de mejora prioritarias para las mujeres.

Figura 22



* Se refiere a las calificadas como de alta prioridad (valor 1 en una escala de 1 a 3)

En cuanto a posibilidades de mejora, las mujeres encuestadas indicaron como prioritario trabajar en materia de capacitación y asistencia técnica para participar en los procesos de compras; seguido por la inscripción en el catálogo de proveedores del Estado; la participación en ruedas de negocio y la resolución de conflictos.

6.7. Opiniones de las mujeres encuestadas.

6.7.1. Opiniones textuales de mujeres inscritas en el RPE.

- "Es necesario generar mecanismos de preferencia para las mujeres, como el establecimiento de cuotas de contratación por género; ofrecer mayores oportunidades, facilidades o disponer la preferencia de la mujer ante igualdad de calificaciones técnicas".

- "Se debería trabajar en materia de transparencia y provisión de información sobre procesos, y brindar capacitación específica a las mujeres para acceder al mercado público".

- "Se debería mejorar el sistema de pago del Estado, para reducir los plazos y generar algún tipo de ayuda financiera".

- "Bastaría con que el mercado público sea más equitativo e igualitario con la mujer, para que ésta incremente su participación en el mismo".

6.7.2. Opiniones textuales de mujeres no inscritas en el RPE.

- "Que tengan un trato igualitario, ofreciéndoles la oportunidad, sin importar si es hombre o mujer".

- "Los pagos deberían ser definitivamente puntuales, pues sino se afecta el capital de trabajo".

- "Acciones puntuales para mujeres y facilidades, como capacitación orientada a ellas; definición de cuotas de mercado para mujeres; requisitos más accesibles; conferencias; mesas de trabajo dirigidas a mujeres, encuentros con organizaciones de mujeres que tienen negocios o ideas de negocio".

- "No soló a las mujeres, en sentido general deben publicar las licitaciones con tiempo, algunas lo hacen que se vencen el mismo día, dejando mucho que pensar".

- "Si realmente el Estado quiere que las empresas pequeñas avancemos, que nos paguen a tiempo, eso garantizaría buen servicio y satisfacción".

- “Flexibilidad del mercado, redes de mujeres para compartir experiencias, posibles centros de incubadoras de empresas con servicios comunes, guarderías comunes, información sobre procesos”.

- “Igualdad de condiciones. Creo que debe haber siempre mejoría general de funcionamiento dentro del Estado, debería ser la principal fuente de trabajo y que el pueblo en general esté detrás de participar”.

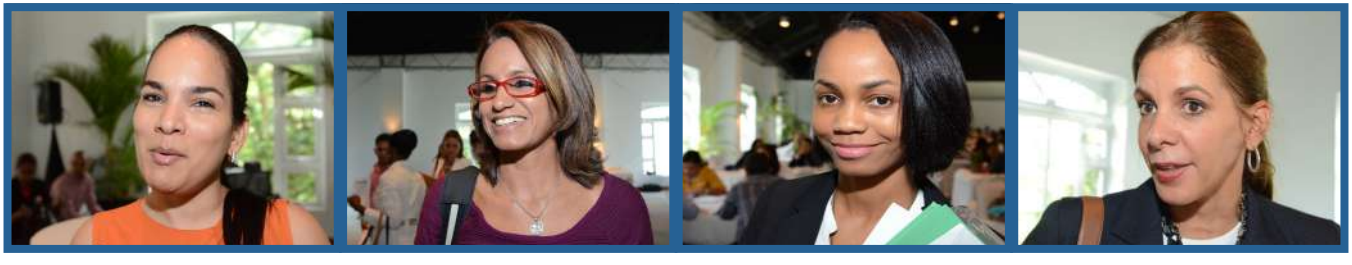
- “Me gustaría participar pero también hay ciertas trabas con los impuestos al día y la TSS al día. A veces no es tan fácil buscar dinero para participar dado que no se sabe si serán suyas (sí resultaran adjudicadas). Creo que debe existir un sistema que debite del pago gubernamental la mitad o un porcentaje del impuesto de manera que el proveedor tenga rejuego al manejarse”.

- “La eliminación de la retención del 5% de anticipo al I/R, ya que este impuesto descapitaliza a las pyme y micro empresas, va en detrimento directo contra el flujo de efectivo y normalmente las micro y pyme nos financiamos en la banca comercial a tasas poco competitivas.

Este impuesto anticipado, junto al hecho de que el ITBIS hay que pagarlo a la DGII antes que los clientes salden las facturas, lo que también es descapitalizante, hace que sea menos atractivo venderle al Estado, ya que hay que esperar hasta el año siguiente cuando llegue el cierre del ejercicio para compensarlo; si es que hubo beneficio, de lo contrario, en términos del flujo de caja, es pérdida porque no se compensa con ningún otro impuesto y no devuelven".

- "Darle más facilidades y oportunidad para el crecimiento tanto personal como económico, implementar actividades donde la mujer pueda trabajar y a la vez tener tiempo de calidad en familia. Cuando una mujer buena madre tiene sus hijos estables y seguros, rinde más en el trabajo, a veces el empleador solo piensa en la producción y no en la persona".

- "Trabajar con los hombres y concientizarlos sobre el machismo, lo malo que es, y la violencia psicológica y física que trata de ejercer día a día".



7. CONCLUSIONES

La encuesta realizada por la Dirección General de Contrataciones Públicas, arroja datos interesantes que vinculados a otras informaciones que presenta el Sistema Nacional de Contrataciones Públicas puede ser utilizado por el gobierno y por las mujeres, para mejorar su acceso al mercado público. A continuación se presentan algunas conclusiones derivadas de la encuesta y de la observación y análisis del (SNCP).

1. Necesidad de mejorar el sistema de pago.

✓ La mejora en el sistema de pago ha sido el problema fundamental que han identificado las mujeres. Lo anterior indica que el acceso ya no constituye un problema lo que es refrendado por la cantidad de mujeres que participan en procesos y resultaron adjudicadas. La certidumbre en los tiempos de pago debe contribuir a que éstas se interesen por ser proveedoras y también al desarrollo de herramientas financieras que vayan en su apoyo con tasas razonables y adecuadas a su condición de Mipymes.

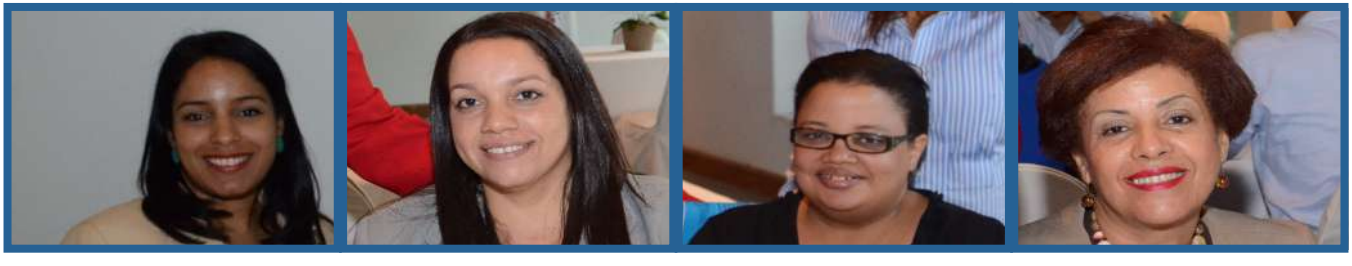
2. Tratamiento impositivo diferenciado.

✓ Se destacan aspectos impositivos como es el anticipo del ISR, la retención del 5% y el pago del ITBIS. Indican que el gobierno no considera la debilidad financiera de las mujeres y las Mipymes y requieren el establecimiento de un régimen impositivo diferenciado por tipo de empresa.

3. Acceso al mercado público.

✓ Aunque la cantidad de mujeres proveedoras del Estado ha incrementado de menos de 2,000 en agosto de 2012 a más de 11, 000, un número importante de entrevistadas indicó que desconocía las oportunidades del mercado público. Expandir las informaciones y continuar con las capacitaciones y las asistencias técnicas resulta indispensable, al igual que llevar estos apoyos a mujeres del interior del país.

✓ Los niveles de inscripción en el Registro de Proveedores del Estado, el aumento de la participación de la mujer en los procesos de compras y la cantidad de adjudicaciones a mujeres

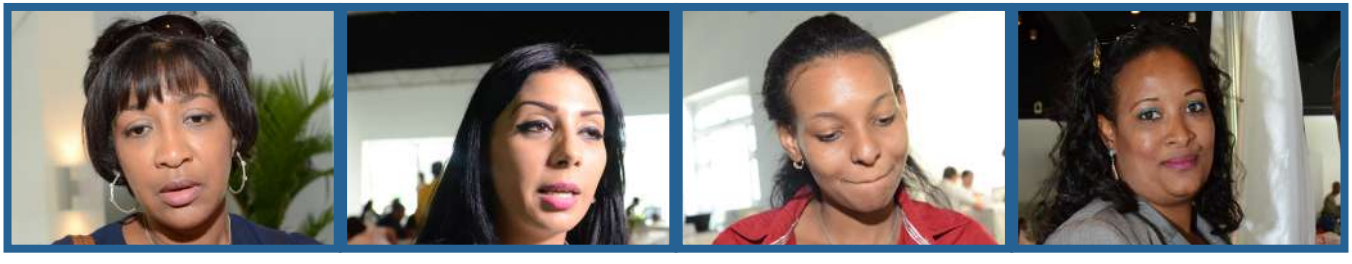


y a empresas lideradas por éstas, que alcanza durante el período agosto 2012-mayo 2015 los RD$ 25,000 millones, ha evolucionado satisfactoriamente, aunque existen importantes oportunidades de mejora. Trabajar en un plan de acción focalizado previa definición de una agenda común, resulta prioritario.

✓ Se evidencia que aunque más mujeres tienen acceso al mercado público, permanece un grupo importante que aun considera el trámite muy burocrático. La mejora continua, la simplificación de procesos y la eliminación de trámites que no agregan valor debe ser abordada de manera integral, abarcando todas las instituciones vinculadas al apoyo de sectores productivos.

4. Sobre el fomento de las asociaciones de mujeres y mejora de capacidades.

✓ Al Estado, por su tipo de organización, le resulta difícil llegar a cada mujer individualmente. Además, por su naturaleza está llamado a velar por el interés general, no por el individual. De lo anterior se colige que resulta necesario fomentar las asociaciones y mejorar sus capacidades. El hecho de que más de la mitad de las mujeres entrevistadas haya expresado que no pertenece a una asociación muestra las oportunidades.



✓ Se destaca una brecha importante entre jóvenes mujeres emprendedoras y el acceso a informaciones y oportunidades. La encuesta refleja que la menor cantidad de mujeres interesadas en el mercado público es la franja etarea de 18 a 25 años. Trabajar el sector de mujeres jóvenes emprendedoras para acercarlas al mercado público debe ser asumido como un reto.

✓ Hay poca evidencia de que existan asociaciones de mujeres por tipo de oficio, clúster u otro tipo de organización al tenor de lo que establece la Ley No.488-08, lo que permitiría mejorar sus capacidades al participar. A manera de ejemplo, habría que analizar el beneficio que traería integrar clústeres integrados por mujeres que ofrezcan un tipo de servicio con mucha demanda y que a la vez constituyan actividades que normalmente desarrollan mujeres.

Por ejemplo, servicios de catering, de confección de uniformes, de consultoría, de organización y montaje de eventos, de artesanas, de limpieza de oficinas, de ingenieras, arquitectas, de desarrolladoras de software, de informática, etcétera no habría límites.

5. Importancia de las redes.

✓ La vinculación de las mujeres a redes a nivel nacional e internacional resulta indispensable. Las redes de negocio llevan información, apoyo, sinergias, que deben ser utilizadas a favor del desarrollo de la mujer.

✓ Analizar y difundir los estudios realizados sobre empresarialidad femenina a nivel nacional e internacional, y documentar y difundir casos de éxito, puede aportar a la búsqueda de soluciones diferenciadas por país en la región pero también a identificar problemas comunes y aprender de las soluciones que han funcionado en otros lugares.

6. Sobre la formalización.

✓ Una parte importante de las mujeres entrevistadas suple al Estado como persona física. Lo anterior parece indicar que aún no encuentran valor al formalizarse como sociedades comerciales lo que aparenta ser un indicador que corrobora la información levantada en otros estudios, en lo que respecta a que las mujeres deciden permanecer como microempresarias para poder administrar mejor su tiempo disponible para cumplir con sus responsabilidades

familiares. Este punto ameritaría una reflexión acerca de cómo mantenerse como microempresarias limita el desarrollo de la mujer y su familia.

7. Fomento del liderazgo femenino en el sector de las Mipymes, como contraparte especializada.

✓ El análisis del sector, evidencia que hasta el momento las mujeres y las asociaciones de mujeres han tenido escasa participación en la agenda pública a favor de las mujeres, sus condiciones de trabajo o para demandar su inclusión en las compras públicas, mejores condiciones de pago o acceso al crédito. En la encuesta se destacan recomendaciones que indican la necesidad de desarrollar este liderazgo activo para presentar propuestas.

✓ Es tiempo de que las mujeres reflexionemos juntas y decidamos la agenda pública que en el sector de las compras debe continuar ejecutándose a su favor. Podemos tener grandes diferencias y algunas coincidencias. La inteligencia está en identificar esos puntos y trabajar juntas por el desarrollo de la mujer empresaria-proveedora, donde el mercado público tiene muchas oportunidades que ofrecer a favor de la mujer.

¡Construyamos juntas una alianza y trabajemos para obtener resultados!

Dirección General
CONTRATACIONES
PÚBLICAS
Transparencia e Igualdad de Oportunidades

C/ Pedro A. Lluberes esq. Manuel Rodríguez Objío,
Gazcue.Santo Domingo,
República Dominicana

@ComprasRD

Tel.: 809.682-7407
www.comprasdominicana.gob.do | www.dgcp.gob.do
manufactura@dgcp.gob.do

Horario de atención: lunes a viernes de 8:00 am a 4:00 p.m.

Santo Domingo, D.N.
República Dominicana