

GACETA OFICIAL

DE LA REPÚBLICA DE CUBA

MINISTERIO DE JUSTICIA

Información en este número

Gaceta Oficial No. 25 Extraordinaria de 4 de noviembre de 2019

MINISTERIOS

Ministerio del Comercio Interior

Resolución 139/2019 (GOC-2019-980-EX25)

Ministerio de Turismo

Resolución 240/2019 (GOC-2019-981-EX25)

INSTITUTOS

Instituto de Planificación Física

Resolución No. 65/2019 (GOC-2019-982-EX25)

GACETA OFICIAL

DE LA REPÚBLICA DE CUBA

MINISTERIO DE JUSTICIA

EXTRAORDINARIA LA HABANA, LUNES 4 DE NOVIEMBRE DE 2019 AÑO CXVII

Sitio Web: <http://www.gacetaoficial.gob.cu/>—Calle Zanja No. 352 esquina a Escobar, Centro Habana

Teléfonos: 7878-4435 y 7870-0576

Número 25

Página 131

MINISTERIOS

COMERCIO INTERIOR

GOC-2019-980-EX25

RESOLUCIÓN de 139

POR CUANTO: El Decreto-Ley 321, de 23 de mayo de 2014, establece en su Artículo 2, que el Ministerio del Comercio Interior es el organismo de la Administración Central del Estado que tiene como misión proponer y, una vez aprobadas, dirigir, controlar y fiscalizar las políticas del Estado y del Gobierno en cuanto al comercio interno mayorista y minorista, la logística de almacenes y la protección al consumidor.

POR CUANTO: Por Resolución Presidencial 4, de 10 de febrero de 2015, se aprobó el “Reglamento Orgánico del Ministerio del Comercio Interior”, el cual en el CAPÍTULO IV, Sección Segunda, de las atribuciones y obligaciones específicas del Ministro establece, en el Artículo 20, numerales 2, 3 y 5 como atribución de su titular, aprobar las normas, regulaciones y procedimientos para las actividades de ventas de mercancías, servicio gastronómicos, servicios personales y técnicos y de uso domésticos y el servicio de alojamiento, así como exigir por el abastecimiento, surtido y calidad de los productos y servicios que se ofertan en el mercado interno.

POR CUANTO: Se manifiesta en la red comercial minorista una gran diversidad de tipos de establecimientos realizando actividades rectoradas por este Ministerio, que no permiten establecer su clasificación y agrupación, tomando en consideración las características y atributos propios de los mismos, así como los complejos mercantiles y grupos de productos que comercializan, establecida en las normas cubanas vigentes.

POR CUANTO: Teniendo en cuenta el POR CUANTO precedente se hace necesario homologar a través de un Clasificador Tipológico de Establecimientos Comerciales de la Red Minorista, contenido de lo establecido y vigente en los documentos normativos, de forma tal que sean de estricto cumplimiento por todas las personas naturales y jurídicas que participan en este mercado, que esté a tono con las exigencias actuales y permita el levantamiento de la red comercial y el cálculo de indicadores de eficiencia actuales y las perspectivas planteadas para los años futuros de esta actividad.

POR TANTO: En el ejercicio de las facultades que me están conferidas en el inciso d), del Artículo 145 de la Constitución de la República de Cuba:

RESUELVO

PRIMERO: Aprobar el “Clasificador Tipológico de Establecimientos Comerciales de la Red Minorista”, el cual se anexa a la presente Resolución formando parte integrante de la misma.

SEGUNDO: El Clasificador Tipológico de Establecimientos Comerciales de la Red Minorista es aplicable a todas las personas naturales y jurídicas que poseen establecimientos para realizar actividades comerciales y de servicios en el mercado interno, rectoradas por el Ministerio del Comercio Interior.

TERCERO: Se concede un plazo de ciento veinte (120) días naturales, contados a partir de la entrada en vigor de la presente Resolución, para que los jefes de los órganos, organismos, organizaciones y demás entidades que participan en el comercio minorista, implementen los procedimientos internos que les permitan clasificar sus establecimientos atendiendo a su estructura organizativa, en correspondencia con lo dispuesto en la presente.

CUARTO: Facultar a los viceministros que atienden las actividades rectoras para emitir, según proceda las disposiciones complementarias que garanticen el cumplimiento de lo que por la presente se dispone.

QUINTO: La Dirección de Inspección Estatal del Comercio, de conjunto con las direcciones que atienden las actividades rectoras y la Dirección de Regulación del Mercado y Mercadotecnia, de este organismo, quedan facultados para controlar el cumplimiento estricto de lo que por la presente se establece.

DISPOSICIONES FINALES

ÚNICA: Esta Resolución entra en vigor a los quince (15) días posteriores a su publicación en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

DESE CUENTA a los jefes de los órganos, organismos de la Administración del Estado y a los presidentes de los consejos de la Administración provinciales y del municipio especial Isla de la Juventud.

PUBLÍQUESE en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

ARCHÍVESE el original de la misma en la Dirección Jurídica de este organismo.

DADA en La Habana, a los 23 días del mes de octubre de 2019.

Betsy Díaz Velázquez

Ministra del Comercio Interior

ANEXO ÚNICO

CLASIFICADOR TIPOLOGICO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DE LA RED MINORISTA

Clasificación de establecimientos en la actividad de comercio minorista.

Para establecer la clasificación y agrupación de los establecimientos comerciales en la red de comercio minorista, se ha tenido en cuenta las características y atributos propios de los mismos, así como los complejos mercantiles y grupos de productos que comercializan, establecida en las normas cubanas vigentes.

El proceso de implementación de este documento posibilita la captación y definición de la red comercial y la información necesaria, para cuando corresponda su reordenamiento, además posibilita la captación de parámetros para el cálculo de indicadores comerciales.

I. Clasificación de los establecimientos minoristas atendiendo a la actividad comercial y de servicios que realizan, en correspondencia con la nomenclatura de productos que comercializan.

Para establecer la clasificación de los establecimientos se tiene en cuenta los indicadores propios de los mismos y no la estructura de dirección administrativa ni contable existente, a la cual están subordinados.

Esta clasificación es la que se aplica en el Sistema de Comercio Interno en el país, con el objetivo de garantizar la agrupación de los establecimientos y el ordenamiento de las áreas de ventas en correspondencia con los complejos mercantiles y grupos de productos que comercializan, que faciliten a los clientes la realización de las compras y la prestación de los servicios con la calidad requerida, garantizando el cumplimiento de la aplicación de las técnicas comerciales y los procedimientos establecidos para la aplicación de las indicaciones para la inocuidad de los alimentos.

1. Red de establecimientos de venta minorista de productos alimenticios:

Los establecimientos pertenecientes a esta red son:

- a) Supermercado: establecimientos donde se comercializan la totalidad de los productos alimenticios, además de productos no alimenticios de demanda diaria. El sistema de ventas es fundamentalmente por autoservicio. Brinda atención a más de dos mil (2 000) consumidores en una jornada diaria de trabajo. El radio máximo de influencia es de quinientos metros (500 m) respecto a las viviendas;
- b) minimercado: establecimiento donde se comercializan la totalidad de los productos alimenticios, además de los productos no alimenticios de demanda diaria. El sistema de venta es fundamentalmente por autoservicio. Brinda atención entre seiscientos (600) y dos mil (2 000) consumidores. El radio máximo de influencia es de quinientos metros (500 m) respecto a las viviendas;
- c) bodega: establecimiento donde se comercializan víveres secos y conservas, además de productos no alimenticios de demanda diaria. El sistema de venta es por venta directa. Surge en poblaciones menores de seiscientos (600) habitantes;
- d) bodega mixta: establecimiento donde se comercializan víveres secos y conservas, combinados al menos con uno de los siguientes grupos de productos: lácteos, agrícolas o cárnicos, además de productos no alimenticios de demanda diaria e intermedia. El sistema de venta es directo. Surge para satisfacer la demanda de poblaciones menores de seiscientos (600) habitantes;
- e) combinado alimentario industrial: establecimiento donde se comercializan la totalidad de los productos alimenticios y algunos no alimenticios. Surge en lugares apartados o rurales, donde las condiciones así lo exijan, incorporándose a este tipo de establecimiento la venta de los grupos de productos no alimenticios en correspondencia con la demanda de la localidad por sus características, manteniendo independencia entre sus áreas y cumpliendo con las normas de almacenamiento establecidas, según las características de ambos grupos de productos;
- f) tiendas especializadas de productos alimenticios: establecimientos que comercializan uno, algunos o la totalidad de los subgenéricos, pertenecientes a un único genérico de la sección productos alimenticios. Estos establecimientos pueden ser:
 - 1) Carnicería: es el establecimiento donde se comercializan carnes y sus derivados. El sistema de venta puede ser de autoservicio, semi-autoservicio o de venta directa;
 - 2) pescadería: establecimiento donde se comercializan productos del mar. El sistema de venta puede ser de autoservicio, semi-autoservicio o de venta directa;
 - 3) pollería: es el establecimiento donde se comercializan pollos y huevos. El sistema de venta puede ser de autoservicio, semi-autoservicio o de venta directa;
 - 4) lechería: establecimiento donde se comercializa leche y sus derivados. El sistema de venta puede ser de autoservicio, semi-autoservicio o de venta directa;
 - 5) licorera–confitera: establecimiento donde se comercializan bebidas alcohólicas, no alcohólicas y confituras. El sistema de venta puede ser por autoservicio, semi-autoservicio o venta directa; y
 - 6) placita: establecimiento donde se comercializan productos agrícolas. El sistema de venta es venta directa y en algunos casos en semi-autoservicio.
- g) mixta de productos cárnicos: establecimiento donde se comercializan los productos que se ofertan en las carnicerías y pescadería; carnicería y pollería; carnicería, pescadería y pollería; y pescadería y pollería. El sistema de venta puede ser de autoservicio, semi-autoservicio o de venta directa;
- h) agromercado: establecimiento donde se comercializa la totalidad de los productos agrícolas, puede ofertar además, víveres secos y conservas. El sistema de venta es fundamentalmente en semi-autoservicio, brindándole atención a poblaciones de más de quince mil (15 000) habitantes;
- i) mercado agropecuario: entidad económica destinada a la compra, venta y prestación de servicios para que los productores y sus representantes puedan vender los productos agropecuarios naturales o elaborados a la población;

- j) mercado: establecimiento o conjunto de establecimientos que se encuentran en una misma área y pueden o no comercializar la totalidad de los productos alimenticios y no alimenticios, así como servicios comerciales y gastronómicos. El sistema de venta es de autoservicio o venta directa;
- k) punto de venta no permanente: reciben esta denominación los puntos de venta que comercializan fundamentalmente alimentos, droguería y productos de consumo ocasional, ubicados en contenedores, sombrillas, tarimas, mesas u otro mobiliario que constituyen áreas no construidas de forma permanente, ya sea en áreas exteriores o en el interior de otras edificaciones, que no constituyen propiamente un establecimiento comercial minorista. Generalmente se encuentran ligados a la actividad comercial de la empresa que los tutela. Clasifica en la red de establecimientos de venta minorista de productos alimenticios, cuando más del cincuenta por ciento (50%) de sus ventas corresponda a este grupo de productos.

2. Red de establecimientos de venta minorista de productos no alimenticios:

Los establecimientos pertenecientes a esta red son:

- a) Tienda universal: establecimiento que por su dimensión y organización en el salón de ventas responde a divisiones por departamentos y que sobre los mismos se llevan controles económicos, estadísticos y de inventarios individuales. Por excepción se puede excluir los departamentos siguientes:
 - 1) mueblería; y
 - 2) discos.
- b) tiendas por departamentos: establecimiento que por su dimensión y organización en el salón de ventas responde a divisiones por departamentos y que sobre los mismos se llevan controles económicos y estadísticos y de inventarios individuales. Se puede excluir hasta cinco de los siguientes complejos mercantiles:
 - 1) Efectos fotográficos;
 - 2) mueblería;
 - 3) perfumería;
 - 4) papelería;
 - 5) ferretería;
 - 6) electrodomésticos;
 - 7) discos;
 - 8) deportivos y recreativos;
 - 9) joyería;
 - 10) juguetería;
 - 11) peletería; y
 - 12) adornos y regalos.
- c) tiendas departamentalizada: establecimiento que por su dimensión y organización en el salón de ventas responde a divisiones por departamentos y que sobre los mismos se llevan controles económicos y estadísticos y de inventarios, están en dependencia de la agrupación de departamentos en el salón de ventas. Se puede excluir hasta siete de los siguientes complejos mercantiles:
 - 1) Efectos fotográficos;
 - 2) mueblería;
 - 3) perfumería;
 - 4) papelería;
 - 5) ferretería;
 - 6) electrodomésticos;
 - 7) discos;
 - 8) deportivos y recreativos;
 - 9) joyería;
 - 10) juguetería;
 - 11) peletería; y
 - 12) adornos y regalos.

d) tiendas mixtas: es el establecimiento que por sus dimensiones no puede departamentalizarse y se comercializan diferentes artículos.

Por excepción se pueden incluir algunos de los artículos que se comercializan en las mueblerías y en las tiendas de equipos electrodomésticos.

e) tiendas especializadas de productos no alimenticios: establecimientos que comercializan uno, algunos o la totalidad de los grupos mercantiles, pertenecientes a un único complejo mercantil. Estos establecimientos pueden ser:

- 1) Tiendas de confecciones femeninas: establecimiento que comercializa artículos de uso personal para la mujer y jovencita. Excluye al calzado;
- 2) tiendas de confecciones masculinas: establecimiento que comercializa artículos de uso personal para hombre y jovencito. Excluye al calzado;
- 3) tienda de canastilla y bebito: establecimiento que comercializa artículos para niños hasta 2 años de edad; además puede incluir la venta de muebles para los mismos;
- 4) tienda de artículos de niño y niña: establecimiento que comercializa confecciones para niños y niñas, pudiendo ofertar además perfumes para los mismos;
- 5) peletería: establecimiento que comercializa todo tipo de calzado y opcionalmente otros artículos de piel como billeteras, cintos, carteras y accesorios para el calzado;
- 6) ferretería: establecimiento que comercializa útiles de cocina, locería, cristalería, herramientas y otros artículos y otros productos para el mantenimiento del hogar;
- 7) tienda de tejido: establecimiento que comercializa todo tipo de tejidos, además puede incluir la venta de ajuares y sedería;
- 8) tiendas de equipos electrodomésticos: establecimiento que comercializa los artículos eléctricos y mecánicos para el hogar;
- 9) mueblería: establecimiento que comercializa mobiliario para el hogar y colchones;
- 10) joyería: establecimiento que comercializa artículos de fantasía, adornos y joyería;
- 11) tiendas de discos: establecimiento que comercializa discos, casetes y cintas;
- 12) tiendas de efectos fotográficos: establecimiento que comercializa cámaras fotográficas, películas, accesorios y utensilios de fotografía y cinematografía;
- 13) perfumería: establecimiento que comercializa perfumes, cosméticos, artículos para la higiene personal y demás artículos para la belleza y cuidado del cabello;
- 14) juguetería: establecimiento que comercializa juguetes;
- 15) papelería: establecimiento que comercializa útiles de escritorio, de oficina y de dibujo;
- 16) florería: establecimiento que comercializa flores y adornos florales; y
- 17) tienda de efectos deportivos y recreativos: establecimiento que comercializa los artículos deportivos y recreativos.

f) punto de venta no permanente: reciben esta denominación los puntos de venta que comercializan fundamentalmente productos no alimenticios, droguería y productos de consumo ocasional, ubicados en contenedores, sombrillas, tarimas, mesas u otro mobiliario que constituyen áreas no construidas de forma permanente, ya sea en áreas exteriores o en el interior de otras edificaciones, que no constituyen propiamente un establecimiento comercial minorista. Generalmente se encuentran ligados a la actividad comercial de la empresa que los tutela. Clasifica en la red de establecimientos de venta minorista de productos no alimenticios, cuando más del cincuenta por ciento (50%) de sus ventas corresponda a este grupo de productos.

3. Red de establecimientos gastronómicos.

Los establecimientos pertenecientes a esta red son:

a) Restaurante: aquel que está concebido para el servicio y consumo de alimentos equivalente a un desayuno, un almuerzo y/o una comida. Por lo general, la mayor parte de los platos que conforman el menú son elaborados en el propio establecimiento, aunque en algunos casos, se les da terminación a los productos que proceden de otros centros de producción. Las características del servicio, el mobiliario, las condiciones físico-ambientales, junto a otros factores proporcionan los elementos diferenciadores de estos establecimientos;

- b) cafetería con comida: establecimiento gastronómico que por su actividad se caracteriza por ofertar variedades de platos de poca complejidad en su elaboración, como: pollo, cerdo, pizzas, pescados, entre otros y bebidas. En el caso de las bebidas estas se ofertan en coctelería. Tienen una estructura de ofertas que abarcan platos de elaboración propia y de productos envasados o de pequeño formato. Este tipo de establecimiento se caracterizan por la utilización de mostradores, canchas, mesas y sillas o la combinación de ambos elementos.
- c) cafetería con alimentos ligeros: establecimiento gastronómico que por su actividad se caracteriza por elaborar y ofertar u ofertar productos tales como, fiambres, dulces, entrapanes, pizzas, pastas, pollo y otras elaboraciones culinarias de fácil elaboración, además saladitos, confituras, helados, jugos, néctares, cervezas, infusiones y algunas bebidas alcohólicas según formato que se autorice por este organismo para estos establecimientos. Se incluyen los productos listos para la venta, además incluyen en su venta cigarros, tabacos y fosforeras. Las ventas se realizan a través de mostradores, mesas o la combinación de estos;
- d) punto de venta móvil: establecimiento o instalación diseñados para la venta de hasta tres (tres) productos de la misma familia y que no sean de fácil descomposición, tales como, cangrejos, empanaditas y croquetas. El mismo está provisto de un sistema de rodamiento para su traslación. Su actividad diaria puede realizarse de forma móvil y temporal en lugares que reúnan los requisitos establecidos en las normas referidas;
- e) bar: establecimiento gastronómico fundamentalmente con cancha y conjunto de plazas, dedicado al expendio de bebidas alcohólicas, jugos, refrescos, entremés y otros productos;
- f) comedor: instalación dedicada al servicio y consumo de los alimentos, el cual brinda servicios a los diferentes grupos poblacionales como alimentación social;
- g) cocina comedor: Instalación dedicada a la elaboración de comida, cuya producción es consumida parcial o totalmente en el comedor que forma parte integral de la misma, mientras que una menor parte de la producción es distribuida hacia comedores distantes de ella;
- h) cocina centralizada: instalación dedicada a la elaboración de comida, cuya producción es distribuida parcial o totalmente hacia comedores distantes de la misma, mientras que una menor parte de su producción puede ser consumida en un comedor aledaño a ella;
- i) merendero: establecimiento donde se elabora o no y se sirve meriendas a los diferentes grupos poblacionales como alimentación social;
- j) centro nocturno: establecimiento gastronómico, dedicado al esparcimiento y recreación, por lo general en horario nocturno, siendo su principal atractivo la ambientación musical mecánica o en vivo de pequeño formato, es un lugar íntimo por su privacidad para el disfrute de las parejas, donde se ofertan bebidas alcohólicas, analcohólicas, saladitos, cigarros y tabacos;
- k) cabaret: establecimiento gastronómico que ofrece un conjunto de actividades, encaminadas a lograr el disfrute, esparcimiento y recreación a través de un espectáculo y la música que en el mismo se produce, mientras que el cliente recibe una oferta variada de comidas y bebidas alcohólicas que incluye especialidades nacionales e internacionales, en un ambiente agradable y con una iluminación apropiada; y
- l) centro de elaboración: establecimiento donde se elaboran y distribuyen productos alimenticios con destino a las ofertas de los establecimientos gastronómicos.

4) Red minorista de establecimientos de servicios comerciales.

Los establecimientos pertenecientes a esta red son:

- a) Estudio fotográfico: es el establecimiento donde se ofrecen servicios exclusivamente en el local o estudio, se imprime y revela, se da terminación y se efectúa la entrega a los usuarios, además se prestan servicios de impresión de fotografía digital. Puede ofertar el servicio de foto carné.
- b) integral mixta de fotografía: establecimiento que se dedica a la prestación de servicio fotográfico a los usuarios tanto en el local como fuera de este, revelar e imprimir los

- rollos de fotografías, darle terminación y posteriormente entregárselos a los usuarios. También se ofertan los servicios de foto carné, así como recepciona los rollos a los aficionados para procesarlos o enviarlos a los laboratorios.
- c) taller de confecciones femeninas a la medida: establecimiento donde se confecciona y arregla la ropa de mujer y niña a la medida. Es permisible el término de “Atelier”.
 - d) taller de confecciones masculinas a la medida: establecimiento donde se confecciona y arregla la ropa de hombre y niño a la medida. Es permisible el término de “Sastrería”;
 - e) taller de confecciones masculinas y femeninas a la medida: establecimiento donde se confecciona y arregla la ropa de hombre, niño, mujer y niña a la medida; además puede ofertar el servicio de alquiler;
 - f) taller de especialidades: establecimiento donde se confecciona, alquila o venden trajes de boda, quince y actividades sociales de hombre, niño, mujer y niña;
 - g) taller de reparaciones de televisores: establecimiento que brinda el servicio de reparación de televisores en el taller o en el domicilio;
 - h) taller de reparación de radios, tocadiscos, grabadoras: establecimiento que brinda el servicio de reparación a radios, tocadiscos, grabadoras, en el taller.
 - i) taller de reparación de enseres menores: establecimientos donde se reparan planchas, ventiladores, ollas de presión, máquinas de afeitar, máquinas de coser eléctricas o mecánicas, batidoras, licuadoras, cocinas eléctricas y misceláneas;
 - j) taller de refrigeración doméstica, lavadora y aire acondicionado: establecimientos que se dedican a reparar estos equipos, los cuales son remitidos a los talleres cuando la magnitud de su rotura impida repararse en los hogares;
 - k) taller mixto: establecimiento que se dedica a reparar equipos eléctricos, electrónicos, electrodomésticos y enseres menores, los cuales son remitidos a los talleres cuando la magnitud de su rotura impida repararse en los hogares;
 - l) instituto de belleza: establecimiento en el que se realizan distintas técnicas con la finalidad de embellecer el cuerpo humano con o sin la utilización de productos cosméticos;
 - m) peluquería: establecimiento o servicio dedicado al arreglo del cabello de la mujer, además cuidado de las manos y los pies, depilación facial y puede brindar otros servicios especiales;
 - n) barbería: establecimiento dedicado fundamentalmente al arreglo del cabello del hombre, además cuidado de las manos, bigotes, depilación y puede brindar otros servicios especiales;
 - ñ) establecimiento mixto de peluquería y barbería: establecimiento que se dedica al servicio de barbería y peluquería dedicado fundamentalmente al arreglo del cabello las manos y pies ya sea de mujer u hombre y puede brindar otros servicios especiales referidos a su cuidado;
 - o) taller de reparación de cocinas y fogones: establecimiento que brinda el servicio de reparación a las cocinas de keroseno y de gas en el taller o en el domicilio;
 - p) taller de reparación de relojes: establecimiento que se dedica a la reparación de relojes pulseras, despertadores;
 - q) taller de reparación de calzado normal: establecimiento que se dedica a la reparación o reconstrucción del calzado normal prestando servicio de recogida y entrega en su recepción;
 - r) taller de reparación de calzado ortopédico: establecimiento que se dedica a la reparación y adaptación del calzado ortopédico;
 - s) taller de reparación mixta de calzado: establecimiento que se dedica a la reparación del calzado normal y el ortopédico, contando también con el servicio de recogida;
 - t) receptora de calzado: establecimiento que recepciona el calzado para enviarlo al taller de reparación y donde posteriormente se entrega el calzado reparado, además se puede brindar algunas reparaciones fundamentales;
 - u) lavandería de servicio completo: establecimientos donde se brindan servicios de lavado, lavado químico, secado y planchado de la ropa a la población, también puede recepcionar ropa a la población.

- v) lavandería por autoservicio: establecimientos donde se brindan servicios de lavado, secado y a veces planchado de la ropa a la población, mediante la manipulación directa de los diferentes equipos por los usuarios y en el caso del planchado por personal especializado;
- w) receptora de ropa: establecimiento de recepción y entrega de ropas al usuario que se destina a las lavanderías de servicio completo;
- x) tintorería: establecimiento donde se brindan los servicios de teñido a diferentes confecciones; y
- y) taller de reparación de bicicletas: establecimiento donde se presta el servicio de reparación de bicicletas y triciclos no automotores, en talleres específicos o en combinados de servicios.

5. Red de establecimientos del Sistema de Alojamiento.

La clasificación de esta red de establecimientos se fundamenta en el “Manual de Gestión para el Funcionamiento del Sistema de Alojamiento en Casas, Hoteles y Otros Inmuebles”, solo aplicable al sistema de alojamiento que pertenecen al sistema empresarial de los órganos locales del Poder Popular, según lo dispuesto por el Acuerdo 7561, de 16 de mayo de 2014, adoptado por el Consejo de Ministros, donde se dispone que el Ministerio del Comercio Interior es el organismo de la Administración Central del Estado encargado de atender este sistema de alojamiento.

La clasificación de los establecimientos del Sistema de Alojamiento es la siguiente:

- a) Hotel: establecimiento que presta servicio de alojamiento en unidades habitacionales amuebladas, cuenta con servicio de recepción, servicio sanitario privado, servicios de alimentos y bebidas y otros servicios adicionales;
- b) aparthotel: establecimiento que presta servicio de alojamiento en apartamentos amueblados con servicio sanitario privado, cocina debidamente equipada, con servicios de alimentos y bebidas y otros adicionales;
- c) villa: establecimiento compuesto por una o varias áreas de servicios en que se agrupan las facilidades requeridas. Su subsistema de alojamiento se caracteriza por desarrollarse de forma independiente, pudiendo estar constituido por habitaciones, cabañas, casas, apartamentos o bungaloes; en edificaciones de no más de tres niveles de altura e integrado a la naturaleza. Debe lograrse privacidad para cada célula habitacional y vinculación entre el subsistema de alojamiento y las áreas de servicio a través de jardines, caminos peatonales y vías internas de muy poca circulación y de uso exclusivo;
- d) motel: establecimiento de alojamiento ubicado cerca o junto a una carretera o autopista, con estacionamiento para cada habitación contiguo o próximo a esta. Se caracteriza, además, por contar básicamente con los subsistemas de alojamiento, público-comercial, administrativo y técnico-mantenimiento. Puede en algunos casos facilitar servicios gastronómicos y de atención al vehículo;
- e) casa de alojamiento: establecimiento independiente o aislado, generalmente de hasta dos (2) niveles, que ofrece servicio de alojamiento por un periodo no inferior a una pernoctación, otrora entendido como casa de visita;
- f) casa de tránsito: establecimiento de alojamiento independiente o aislado, donde el servicio se brinda y se cobra, por las horas que el cliente solicita; y
- g) albergue: establecimientos donde el servicio de alojamiento se manifiesta por un periodo no inferior a una pernoctación cuyas habitaciones poseen cuatro o más camas.

Los establecimientos anteriormente clasificados por las normas vigentes, también se deben agrupar atendiendo a otros principios; tales como, el sistema de venta utilizado, a la complejidad comercial, a su organización estructural, entre otros, los cuales resultan de gran importancia para la organización de la red comercial y son captados en la información que se solicita para el control de la red comercial minorista.

II. Clasificación de los establecimientos minoristas atendiendo al sistema de venta utilizado.

- a) Venta directa o tradicional: el consumidor no tiene libre acceso a los productos, adquiere los mismos mediante el dependiente;

Principales características:

- 1) Presencia del vendedor;
 - 2) hay un mostrador que separa la mercancía del comprador;
 - 3) poca o nula visibilidad del producto;
 - 4) muchos de los artículos requieren la manipulación del vendedor para servirlos;
 - 5) el almacén constituye casi la mitad del establecimiento, mientras que la otra mitad se destina en partes iguales a mostrador y a la zona destinada al cliente;
 - 6) los clientes viven cerca del establecimiento; y
 - 7) se requiere de pocas inversiones en el punto de venta.
- b) venta de libre servicio o autoservicio: el consumidor tiene libre acceso a los productos adquiriendo los mismos directamente.

Principales características:

- 1) Disminución de los costos de personal;
 - 2) se producen ventas no previstas e instantáneas;
 - 3) incremento de la rotación de los inventarios;
 - 4) el comprador elige libremente los artículos que tiene a su alcance;
 - 5) acercamiento del comprador al producto, sin tener obstáculos;
 - 6) plena visibilidad de los artículos, carteles y etiquetas informativas sobre precios, ofertas;
 - 7) aplicación de nuevas tecnologías en las cajas (escáner, código de barras) que aportan exactitud y rapidez en la información;
 - 8) reducción del tiempo en el acto de compra;
 - 9) la mayoría de los artículos se encuentran expuestos perfectamente en el área de ventas;
 - 10) requiere grandes inversiones en mercancías, mobiliario y decoración; y
 - 11) ofrece servicios añadidos.
- c) otros sistemas de ventas:
- 1) Venta por semi-autoservicio o mixto: en estos establecimientos se combina el libre servicio con la presencia del vendedor, pues en determinadas ocasiones el comprador puede requerir su presencia para que le ayude en el acto de comprar;
 - 2) venta automática: en este sistema, el cliente adquiere el producto introduciendo monedas o una tarjeta en una máquina, comprando el producto directamente en ausencia del vendedor. Ejemplo: una máquina expendedora de refrescos, o de bolsas de aperitivos, o de cigarros; y
 - 3) venta a distancia: entre ellas distinguimos las que se realizan mediante un catálogo que se le entrega al cliente, el cual elige el artículo y lo recibe más tarde en su casa, y las que se realizan a través de sistemas telemáticos o mediante el comercio electrónico.

III. Clasificación de los establecimientos minoristas atendiendo a la complejidad de actividad comercial que desarrollan.

- a) Establecimientos especializados: son aquellos que comercializan uno, algunos o la totalidad de los grupos mercantiles, pertenecientes a un único complejo mercantil;
- b) establecimientos mixtos: son aquellos que comercializan más de un complejo mercantil, sin llegar a la totalidad de los mismos; y
- c) establecimientos universales: son aquellos que comercializan la totalidad de los complejos mercantiles de productos alimenticios o de productos no alimenticios.

IV. Por el nivel de calidad y confort.**1. Establecimiento de Alto Nivel.**

Los requisitos para la clasificación son los siguientes:

- a) Las dimensiones del establecimiento están en correspondencia con el tipo de producto y que permita la atención personalizada al cliente;
- b) se ubican en las cabeceras provinciales y municipios del país, donde se demuestre su factibilidad;
- c) La oferta es altamente especializada en la venta del universo de los productos que poseen, con una calidad de excelencia, son selectas y de marcas de reconocido prestigio;

- d) los productos poseen precios elevados, correspondiéndose con la relación calidad-precio, y las ofertas de rebajas de precios que se realicen por los diferentes conceptos, se exhiben en un espacio determinado en la propia área de venta de cada tipo de producto;
- e) el confort del establecimiento, que incluye su entorno inmediato, debe ser de máxima excelencia, debiendo estar pulcros, totalmente climatizados, con un olor agradable, cuyo mobiliario, iluminación y decoración creen un ambiente de elegancia, y el soporte para su señalética sea electrónico o en su defecto, se usan los convencionales con una calidad e imagen superior al del resto de los niveles. Las nuevas construcciones tienen rampas, ascensores o escaleras rodantes, cuando sean mayores de dos niveles de altura, y áreas de parqueo para facilitar el acceso a los clientes, velando también que no existan barreras arquitectónicas que impidan el acceso al establecimiento;
- f) se habilitan probadores para confecciones y cosméticos y todos los elementos requeridos para la ayuda al cliente como espejos, calzadores, cestas y carritos, cuya imagen se distingue por su superioridad, del resto de los niveles del mercado;
- g) los productos se entregan en jabas personalizadas, con la imagen de la tienda o de la propia red y se prestan servicios de empaquetamiento y envoltura de la mercancía vendida, ya sea para regalos o para su transportación a larga distancia. Se puede prestar el servicio de la entrega a domicilio a solicitud del cliente;
- h) existen variantes en las formas de pagos de los clientes, facilitando el proceso de compra y venta, ya sea por tarjetas de créditos, pago en efectivo u otras formas de pago autorizadas;
- i) la fuerza de venta es altamente capacitada, preparada acerca de las características y bondades de los productos que se ofertan en su área y con aptitud para interactuar con el público de forma muy agradable en función de garantizar la gestión de venta personalizada;
- j) el personal debe tener buena presencia física; permanecen uniformados usando, adecuadamente, todas las prendas del atuendo que se diseñe para este nivel de excelencia;
- k) se pueden realizar actividades promocionales con el fin de mostrar los nuevos productos y promover las ventas;
- l) los sistemas de venta que se emplean son:
 - 1) Venta directa;
 - 2) venta por semi-autoservicio; y
 - 3) combinación de ambos sistemas.
- m) están establemente abastecidas, en función de una imagen de tienda de primer nivel y el reaprovisionamiento no puede afectar el servicio; y
- n) las tiendas de exclusividades (Boutiques) que existen en el momento de efectuar la clasificación, cumplen con estos requisitos para mantener este nivel.

2. Establecimiento de Nivel Medio.

Los requisitos para la clasificación son los siguientes:

- a) Ubicados fundamentalmente en las zonas urbanas de los municipios;
- b) comercializan hasta el universo de los productos, con una oferta extensa y variada;
- c) tienen una buena imagen y su identidad visual debe resaltar los elementos de decoración y estética acorde a su clasificación, con una señalética en correspondencia a la ubicación de los productos;
- d) se habilitan probadores para confecciones, calzado, perfumería, espejos, calzadores, cestas y carritos, entre otros elementos de ayuda al cliente.
- e) la fuerza de venta está capacitada y preparada para brindar una correcta atención al cliente, aplicando las técnicas para la gestión de venta que se requiere para este tipo de establecimiento. Se encuentra uniformada según los patrones de identidad diseñados por su entidad;
- f) los sistemas de venta que se emplean son:

- 1) Venta directa;
 - 2) venta por semi-autoservicio;
 - 3) autoservicio; y
 - 4) combinación de algunos sistemas.
- g) están establemente abastecidas y el reaprovisionamiento al área de venta se efectúa solo con la cantidad de productos requeridos, de forma tal que no queden almacenados en la misma y sin afectar el adecuado flujo tecnológico, ni la calidad en la prestación del servicio al cliente; y
- h) se pueden realizar actividades promocionales con el fin de mostrar los nuevos productos y promover las ventas.
3. Establecimiento de cercanía o del barrio.
Los requisitos para la clasificación son los siguientes:
- a) Son tiendas, contenedores o kioscos, que pueden estar en áreas exteriores o en el interior de otras edificaciones;
 - b) se ubican a nivel de barrios, vecindarios de las ciudades o poblados;
 - c) se ofertan productos preferentemente económicos (bajo costo) de alta demanda, de consumo diario, y otros de acuerdo a las necesidades del entorno;
 - d) se cumplen las técnicas comerciales, logrando una buena imagen y propiciando al cliente la adecuada visualización de todos los productos que se ofertan;
 - e) la fuerza de venta tiene profesionalidad y conocimientos sobre los productos que se ofertan, mantienen una buena imagen y el uso correcto del uniforme;
 - f) el sistema de venta que se emplea es el de venta directa y autoservicio, por lo que se requiere de una esmerada atención por parte del vendedor; y
 - g) tienen un abastecimiento estable y en el reaprovisionamiento al área de venta se evita la afectación de la prestación del servicio a los clientes y que exista un cúmulo excesivo de mercancías, teniendo en cuenta las dimensiones del establecimiento.

V. Por la ubicación respecto a la planta hotelera.

- a) Intrahoteleras: Se consideran tiendas intrahoteleras aquellas que están ubicadas dentro de cualquiera de las áreas de un hotel, aparthotel, motel o villa. Pueden ser especializadas (nunca mercados) o no especializadas. Pueden presentarse con cualquier tipo de agrupación; y
- b) extrahoteleras: Las tiendas extrahoteleras están ubicadas en polos turísticos o zonas de interés turístico, teniendo en cuenta el segmento poblacional y turístico que concurre a las mismas. Pueden estar ubicadas en zonas de playa, aparthoteles, moteles, villas casas con cocinas y bases de campismo. Pueden ser de carretera o de aeropuerto.

VI. Por su organización estructural.

En este tipo de clasificación se toma en consideración el grado de integración que presenta el establecimiento, en correspondencia a la red de establecimientos a la que se integra, pudiendo estar agrupada a una red de establecimientos pertenecientes a igual o diferente subordinación o ser un establecimiento independiente.

1. Agrupadas:

- a) Centro Comercial: Es una agrupación de tiendas individuales, cada una de ellas con una imagen, productos o marcas diferentes, que pueden ser de exclusividades, especializadas o mixtas. Por lo general, se complementa con otros servicios al cliente como son: cafeterías, restaurantes, servicios de fotografías, farmacias, ópticas, entre otros, siempre como ofertas complementarias para el ocio y el recreo. Son extrahoteleras y constituyen de por sí edificaciones monolíticas;
- b) Galería Comercial: Es una agrupación de tiendas que individualmente especializan su oferta, en productos o marcas diferentes, esencialmente ubicadas en instalaciones hoteleras o en un conjunto arquitectónico de interés social o cultural; y
- c) Plaza Comercial: Es una agrupación de tiendas con una imagen repetitiva en su diseño estructural, donde coexisten tiendas individuales o departamentales y pueden existir otros servicios complementarios, especializados o mixtos. Son extrahoteleras y no constituyen edificaciones monolíticas.

2. Individuales:

- a) Tienda Individual: Este tipo de producto se presenta en un solo local de forma individual, aun cuando forme parte de una edificación en particular.

VII. Por el tiempo de permanencia.

- a) Permanente: tienda o punto de venta que opera durante todo el año y solo cierra ocasionalmente;
- b) temporal: tienda o punto de venta que opera menos de treinta (30) días, motivado por: ventas promocionales, estudio de mercados, ferias, exposiciones, eventos deportivos, culturales, científicos, o de cualquier otro carácter; y
- c) móvil: Cuando el punto móvil constituye una instalación independiente y puede funcionar de forma temporal o permanente.

TURISMO**GOC-2019-981-EX25****RESOLUCIÓN 240**

POR CUANTO: El Acuerdo del Consejo de Ministros de 3 de octubre de 2019, número 8689, establece el régimen especial al que están sometidas las viviendas que se construyan en los desarrollos inmobiliarios vinculados al turismo y encarga al Ministro de Turismo dictar el procedimiento para el conocimiento y solución de las aprobaciones complementarias que se establecen en el referido Acuerdo.

POR TANTO: En el ejercicio de las atribuciones que me están conferidas en el inciso e) del Artículo 145, de la Constitución de la República de Cuba,

RESUELVO

ÚNICO: Aprobar el siguiente:

**PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL O LA APROBACIÓN DE TRÁMITES
SOBRE LAS VIVIENDAS QUE SE CONSTRUYAN EN LOS DESARROLLOS
INMOBILIARIOS VINCULADOS AL TURISMO****CAPÍTULO I****DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1. La presente Resolución tiene por objeto establecer el procedimiento para el conocimiento y solución de las aprobaciones complementarias a las solicitudes de permutas, compraventas, donaciones y acciones constructivas en relación con las viviendas ubicadas en los desarrollos inmobiliarios vinculados al Turismo.

Artículo 2. Esta Resolución es de aplicación a las viviendas ubicadas en las áreas declaradas como zona con regulaciones especiales, en la categoría para Desarrollo Inmobiliario Asociado al Turismo.

Artículo 3. A los efectos de lo dispuesto en la presente Resolución, se entenderá como entidad que administra el desarrollo inmobiliario, aquella que da continuidad a la administración del desarrollo una vez extinguida la empresa mixta.

CAPÍTULO II**SOBRE LA PERMUTA**

Artículo 4. La solicitud de permuta se presenta por el propietario interesado al Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario donde estén enclavadas dichas viviendas.

Artículo 5. Al escrito de solicitud de permuta se acompañan los documentos siguientes:

- a) Generales de los propietarios: nombre y apellidos, número de identidad o de pasaporte, ciudadanía, estado civil y ocupación;
- b) títulos de propiedad o contratos de compraventa de las viviendas que se pretenden permutar; y
- c) certificación acreditativa del pago total del monto de la vivienda o estado de cumplimiento del cronograma de pago, si fuera el caso.

Artículo 6. Una vez recibida la solicitud y la documentación requerida para su valoración por la empresa mixta inmobiliaria vinculada al turismo o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, se procede a su análisis. De resultar necesarias precisiones adicionales, se solicitan a los interesados.

Artículo 7.1. El Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, aprueba o deniega la solicitud, según corresponda, mediante comunicación escrita dirigida al solicitante, para que de ser favorable realice los trámites correspondientes.

2. El Director General aprueba la solicitud sobre la base de que ambas viviendas se encuentren ubicadas en los desarrollos inmobiliarios vinculados al turismo sometidos al régimen especial.

CAPÍTULO III SOBRE LA COMPRAVENTA

Artículo 8. La solicitud de venta se presenta por el propietario interesado ante el Director General de la empresa mixta o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario donde esté enclavada la vivienda, de conformidad a lo acordado en el contrato de compraventa.

Artículo 9. Al escrito de solicitud de venta se acompañan los documentos siguientes:

- a) Generales del propietario y del comprador propuesto: nombre y apellidos, número de identidad, de pasaporte, ciudadanía, estado civil y ocupación;
- b) título de propiedad de la vivienda que se pretende vender; y
- c) certificación acreditativa del pago total del monto de la vivienda o estado de cumplimiento del cronograma de pagos, si fuera el caso.

Artículo 10.1. Una vez recibida la solicitud por el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario con los documentos requeridos, se procede a su análisis y se aprueba sobre la base de que se cumplan las mismas condiciones que dieron origen a la compraventa inicial.

2. Si el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, considera que no es procedente autorizar la compraventa por no concurrir las condiciones requeridas, solicita al propietario le presente otro comprador o ejerce el derecho de tanteo.

Artículo 11.1. Antes de emitir la aprobación, el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario informa de la solicitud de compraventa al Ministerio de Turismo, a los efectos de conocer si existe algún interés estatal.

De existir interés, dicho Organismo lo informa al Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, con el fin de participar en el proceso de compra.

2. Se entiende que no existe interés estatal si el Ministerio de Turismo no responde en el plazo de treinta (30) días, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud en dicho Organismo.

Este plazo interrumpe el concedido a la mixta o entidad que administra el desarrollo inmobiliario para tramitar y resolver la solicitud.

CAPÍTULO IV SOBRE LA DONACIÓN

Artículo 12. La solicitud de donación se presenta por el propietario interesado en donar el inmueble ante el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario vinculado al turismo donde esté enclavada la vivienda.

Artículo 13. Al escrito de solicitud a que se refiere el Artículo anterior se acompañan los documentos siguientes:

- a) Número de identidad, ciudadanía, estado civil y ocupación de la persona a la que pretende donar;
- b) título de propiedad de la vivienda que se pretende donar;

- c) certificación acreditativa del pago total del monto de la vivienda o estado de cumplimiento del cronograma de pagos, si fuera el caso;
- d) en caso de existir parentesco, presentar los documentos que así lo acrediten.

Artículo 14.1. Una vez recibida la solicitud por el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, con los documentos requeridos, se procede a su análisis y aprueba sobre la base de que se cumplan las mismas condiciones que dieron origen a la compraventa inicial.

2. Si el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, considera que no es procedente autorizar la donación por no concurrir las condiciones requeridas, esta es denegada.

CAPÍTULO V

SOBRE LA AMPLIACIÓN O REMODELACIÓN

Artículo 15.1 La solicitud para ampliación o remodelación de la vivienda que se pretenda realizar por el propietario, se presenta por este ante el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario vinculado al turismo.

2. La solicitud a que se refiere el Apartado anterior contiene los documentos siguientes:

- a) Escrito de solicitud expresivo de los motivos que fundamentan la ampliación o remodelación a ejecutar;
- b) título de propiedad de la vivienda que se pretende ampliar o remodelar;
- c) propuesta de alcance de la ampliación o remodelación a ejecutar y dictamen técnico de su viabilidad; y
- d) aprobación de la Dirección Municipal de Planificación Física.

Artículo 16.1 El Director General de la empresa mixta inmobiliaria o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario realiza la evaluación de rigor para aprobar la solicitud, si las obras que se pretenden ejecutar se corresponden con el diseño y concepción general del desarrollo y no entrañan contradicción, daño o perjuicio a esta, otros propietarios o a terceros.

2. No se autoriza la división de la vivienda a los fines funcionales o de su conversión en otro inmueble.

CAPÍTULO VI

DE LA APROBACIÓN Y LA RECLAMACIÓN

Artículo 17.1. Las aprobaciones a que se refiere la presente Resolución son tramitadas y resueltas por el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario, en el plazo de noventa (90) días, contados a partir de la recepción de la solicitud.

2. Dichas decisiones son aprobadas previamente en el órgano de gobierno de la empresa mixta inmobiliaria o en el Consejo de Dirección de la entidad que administra el desarrollo inmobiliario.

3. La respuesta a las solicitudes se notifica al solicitante mediante una carta del Director General de la empresa mixta inmobiliaria o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario.

Artículo 18. Si falta alguno de los documentos que en la presente se establece para las solicitudes de permuta, compraventa, donación, ampliación o remodelación de la vivienda, no se admite el trámite.

Artículo 19. Los actos de permuta, compraventa, donación, ampliación o remodelación de viviendas se autorizan ante el notario público.

Artículo 20. Contra las decisiones que adopte el Director General de la empresa mixta inmobiliaria o la entidad que administra el desarrollo inmobiliario vinculado al turismo, puede establecerse reclamación ante el Delegado del Ministerio de Turismo del territorio donde esté enclavado el desarrollo inmobiliario, en el plazo de treinta (30) días a partir de la fecha de la notificación de la decisión del Director General.

Artículo 21. Contra lo resuelto por el Delegado del Ministerio de Turismo, la parte inconforme puede establecer reclamación ante la Sala de lo Civil y Administrativo del Tribunal Provincial Popular correspondiente, conforme al procedimiento establecido en la Ley.

DISPOSICIÓN FINAL

ÚNICA: Encargar al Director General de la Dirección de Desarrollo del Turismo de este Organismo la implementación y control de lo dispuesto en la presente.

PUBLÍQUESE en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

ARCHÍVESE el original en el protocolo de resoluciones de la Dirección Jurídica de este Ministerio.

DADA en La Habana, a los 23 días del mes de octubre de 2019. “AÑO 61 DE LA REVOLUCIÓN”.

Manuel Marrero Cruz

INSTITUTO

INSTITUTO DE PLANIFICACIÓN FÍSICA

GOC-2019-982-EX25

RESOLUCIÓN No. 65/2019

POR CUANTO: La Resolución No. 44 de 14 de agosto de 2018 de quien suscribe, establece el procedimiento para formar, aprobar y modificar los precios mayoristas y las tarifas de los servicios técnicos que presta el Sistema de la Planificación Física, a personas jurídicas y en consecuencia a emitir los procedimientos técnicos y metodología a tales efectos.

POR CUANTO: Las experiencias obtenidas en la aplicación de la Resolución mencionada en el Por Cuanto anterior y la importancia que tiene para el país la inversión extranjera aconsejan su modificación, para adecuar el monto del cobro de los servicios técnicos de la localización de inversiones en función de recuperar el valor total del trabajo realizado.

POR TANTO: En el ejercicio de las facultades que me han sido conferidas en la Resolución No. 92, de 12 de marzo de 2015, de la Ministra de Finanzas y Precios, para formar, aprobar y modificar las tarifas de los servicios técnicos que presta el Sistema de la Planificación Física, a personas jurídicas,

RESUELVO:

Único: Modificar los apartados Primero y Segundo de la Resolución No. 44 de 14 de agosto de 2018, los que quedan redactados de la forma siguiente:

PRIMERO: Aprobar los indicadores para la formación de las tarifas de los servicios técnicos que presta el Sistema de la Planificación Física a las personas jurídicas, conforme a lo establecido en el Anexo No. 1 que forma parte de esta Resolución.

SEGUNDO: La presente se aplica a las personas jurídicas, sociedades mercantiles ciento por ciento cubanas, empresas mixtas, asociaciones económicas internacionales y empresas de capital totalmente extranjero.

PUBLÍQUESE en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

ARCHÍVESE el original en el protocolo que obra en el Departamento Jurídico de este Instituto.

DADA en La Habana, a los 28 días del mes de octubre de 2019. “Año 61 de la Revolución”

Samuel C. Rodiles Planas

ANEXO No. 1

INDICADORES PARA LA FORMACIÓN DE LAS TARIFAS A PARTIR DE LOS GASTOS QUE INTERVIENEN EN LA EJECUCIÓN DE LOS SERVICIOS TÉCNICOS QUE SE PRESTAN POR LAS DIRECCIONES PROVINCIALES Y MUNICIPALES DE PLANIFICACIÓN FÍSICA																		
Descripción de las operaciones	Gasto directo Fuerza de Trabajo				Más gastos asociados a la Fuerza de Trabajo				Gasto total de la Fuerza de Trabajo				Gastos semifijos			Margen de utilidad hasta el 15 %	Valor total a facturar	
	Cantidad de operadores por operación	Categoría ocupacional	Salario escala	Salario por hora	Cantidad de horas	Gasto directo FT	12,5% seguridad social	1,5% seguridad social	5% impuesto FT	Total gastos de personal	Gasto de Trabajo	Gasto material	Depreciación equipos	Otros	Total semifijos			
-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	-8	-9	-10	-11	-12	-13	-14	-15	-16	-17	-18	-19
Instrucciones para su llenado																		
1-Se anotará la denominación de la operación que se realiza en función del servicio contratado																		
2-Cantidad de trabajadores por operación. Cuando sea superior a uno es porque tienen igual calificación y salario escala																		
3-Especificar la categoría ocupacional(Directivo, Técnico u Obrero)																		
4-Importe del salario escala																		
5-Importe del salario por hora(Se obtiene dividiendo la columna 4 entre 190.6 horas																		
6-Cantidad de horas que se utilizaron en la acción que se describe																		
7-Importe resultante de multiplicar el salario por hora(columna 5)																		
8-Se obtiene multiplicando el 12,5%(aporte a la Seguridad Social) por el gasto directo de la FT como base de cálculo																		
9-Se obtiene multiplicando el 1,5%(provisión para pagos de enfermedad a corto plazo) por el gasto directo de la FT como base de cálculo																		
10- Se obtiene multiplicando el 5%(impuesto por la utilización de la FT) por el gasto directo de la FT como base de cálculo																		
11- sumatoria de las columnas 8,9, y 10																		
12- Sumatoria del Gasto Directo de la FT; columna 7 más el Total del gasto de personal columna 11																		
13-Gasto material importe promedio del insumo material empleado en la actividad																		
14- importe de la depreciación de los equipos empleados en la actividad																		
15- Incluye gastos de telefonía, electricidad y bancarios entre otros																		
16- Sumatoria de las columnas 13,14 y 15																		
17- Sumatoria de los gastos de la FT columna 12 más el total de gastos semifijos de la columna 16																		
18- Se obtiene multiplicando el margen de utilidad acordado con el cliente de hasta el 15% en correspondencia con la complejidad por el total de gastos de elaboración, columna 17																		