

III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

15776 *Resolución de 25 de octubre de 2018, de la Secretaría de Estado de Comercio, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de octubre de 2018, por el que se crea el Observatorio del Comercio 4.0.*

El Consejo de Ministros, en su reunión de 11 de octubre de 2018, a propuesta de la Ministra de Industria, Comercio y Turismo, ha adoptado el Acuerdo por el que se crea el Observatorio del Comercio 4.0.

Considerando necesaria la publicidad del mencionado Acuerdo, he resuelto ordenar su publicación en el «Boletín Oficial del Estado», a cuyo efecto figura su texto como anexo a esta resolución.

Madrid, 25 de octubre de 2018.—La Secretaria de Estado de Comercio, Xiana Margarida Méndez Bértolo.

ANEXO

Conforme al Real Decreto 355/2018, de 6 de junio, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales, compete al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, la propuesta y ejecución de la política comercial.

Corresponde a la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, en materia de política comercial y competitividad interior, de acuerdo con el artículo 4.1 b) 14.^a y 15.^a del Real Decreto 988/2018, de 3 de agosto, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo:

14.^a La coordinación, asistencia técnica y administrativa en los Observatorios en materia de distribución comercial y otros comités sectoriales y grupos de trabajo.

15.^a La promoción e impulso de nuevas formas de comercialización.

Es prioridad de este Ministerio la adopción de medidas que impulsen la digitalización del comercio con la colaboración de agentes públicos y privados. El diseño de la planificación comercial tiene entre sus objetivos abordar el reto de la transformación digital y consecuente adopción de las nuevas tecnologías.

En la distribución comercial, la aparición de las denominadas «marketplaces» o plataformas, así como la aparición de los «pure players», empresas que se dedican solo al comercio online, que no cuentan con tienda física, está provocando una transformación de los canales de comercialización y está cambiando los hábitos de los consumidores.

La transformación del comercio es tanto en establecimiento físico como a través de internet, «online» y «offline». Seis de cada diez consumidores compaginan la compra física con internet. La mayoría toma decisiones de compra en internet, pero la materializa en tienda, si bien un 13% de hogares ya hace todo el proceso «online». La omnicanalidad —entendida como la estrategia de la empresa orientada al mix de canales, su interacción y coexistencia dentro de la gestión integral de la relación cliente-producto/servicio—, está entre las principales tendencias del futuro del comercio. El cliente busca una experiencia de compra completa, a través de cualquier canal y en cualquier momento, lo que impulsa a las marcas y a los distribuidores comerciales a apostar por una estrategia omnicanal.

Sin embargo, crear una estrategia omnicanal sigue siendo un desafío para muchos comerciantes, que abordan con desconocimiento la gestión de los datos y su

tratamiento, para brindar experiencias personalizadas a los clientes; la implantación en los negocios de nuevos medios de pago; y la adopción de la tecnología más innovadora y su aplicación a procesos.

Estos cambios apuntan a una fuerte reestructuración del sector en el sentido de avanzar en una definición del comercio 4.0, donde están llamados a tener un papel fundamental como palancas de cambio la omnicanalidad y la internacionalización de la empresa.

En este contexto se plantea la creación del Observatorio del Comercio 4.0, en la sociedad digital, cuyo objetivo es servir de apoyo a los actores del sector en la comprensión de las dinámicas de la transformación digital del comercio, afrontar los retos y orientar la formulación de las estrategias más adecuadas.

Además de ofrecer información útil y agregada a las empresas del sector, el trabajo del referido Observatorio es fruto de un proceso de investigación y de aprendizaje abierto, que cuenta con la colaboración de las voces más autorizadas. Se constituye como un foro abierto en el que los principales actores expondrán los problemas de mayor relevancia, detectarán sus necesidades de información y tendrán la posibilidad de analizarla conjuntamente.

El Observatorio del Comercio 4.0 se orienta a la diversidad comercial, a los nuevos canales que abre el mercado y a las nuevas tecnologías, contando con representación de distintos departamentos ministeriales y organismos públicos, de organizaciones representativas del sector comercial y de la economía digital y de los medios de pago con presencia en el entorno digital.

Este Observatorio del Comercio 4.0 toma en consideración la existencia de otros, de ámbito público y privado, que cuentan entre sus funciones con el seguimiento de la transformación digital de la economía española, y se suprime el Observatorio de Pagos con Tarjeta Electrónica, que ha venido desarrollando sus funciones en el ámbito de la Secretaría de Estado de Comercio desde el año 2006 hasta el año 2018.

Este Acuerdo ha sido informado en Comisión Delegada de Gobierno para Asuntos Económicos en su sesión de fecha 4 de octubre de 2018.

Primero. *Creación, naturaleza y adscripción.*

Se aprueba la creación del Observatorio del Comercio 4.0, conforme a lo previsto en el artículo 22.3 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, como grupo de trabajo, consultivo, asesor y de colaboración entre la Administración General del Estado y las organizaciones representativas del comercio y del ámbito de la economía digital, incluida la representación de los medios de pago en el entorno digital. Sus acuerdos no podrán tener efectos directos frente a terceros.

Este grupo de trabajo está adscrito al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

Segundo. *Objetivos.*

El objetivo general del Observatorio del Comercio 4.0 es analizar, identificar, coordinar y difundir las principales tendencias relacionadas con la estrategia omnicanal del sector comercial español.

Son objetivos específicos del Observatorio los siguientes:

1. El estudio, análisis y difusión de información periódica y sistemática sobre la situación de la transformación digital del comercio y su evolución, con el fin de conocer los cambios que se vayan produciendo en las tendencias de la demanda y la oferta comercial.
2. Servir de foro para proponer o analizar todas las iniciativas públicas y privadas que se desarrollen en el ámbito del Comercio 4.0.
3. La identificación y ejecución de actuaciones de colaboración entre todos los agentes implicados.

Tercero. *Funciones.*

Son funciones del Observatorio del Comercio 4.0:

1. Estudio y análisis de las distintas formas de comercialización, «offline» y «online», basada en internet y en las nuevas tecnologías.
2. Constituir un foro de intercambio y comunicación de información entre organismos públicos y los agentes más relevantes en el sector.
3. Identificar las principales tendencias derivadas de la transformación digital del modelo comercial basado en la diversidad de canales de comercialización.
4. Proponer a los departamentos ministeriales competentes la elaboración de estudios o informes técnicos de diagnóstico, no preceptivos, en colaboración con el Observatorio.
5. Recopilación y difusión de información en términos estadísticos. Formulación de análisis comparativos de la situación en los mercados europeos de nuestro entorno y en los mercados internacionales.
6. Estudiar la problemática relacionada con el marco regulatorio que redundará en la competitividad del sector minorista español.
7. Servir de foro para el intercambio de opiniones entre los diferentes actores que alimente la formación de la postura española en los debates regulatorios que se produzcan, en el marco de la Unión Europea, en relación con las materias del ámbito de este Observatorio.
8. Contribuir en la elaboración de un mapa de ayudas al comercio con un enfoque integral.
9. Verificar el grado de aceptación de las ayudas para el desarrollo digital de las pequeñas y medianas empresas comerciales (en adelante, pymes) y, en su caso, proponer la elaboración de estudios sobre el grado de aceptación y resultados de su implantación, con especial referencia a la verificación de la existencia de obstáculos en el acceso a las ayudas.
10. Trabajar en la formación y capacitación digital de las pymes comerciales.
11. Generar acciones formativas en aquellos elementos del canal comercial donde se detecte una necesidad, de acuerdo a las tendencias de la transformación digital en el comercio.
12. Estudio y análisis de acciones dirigidas a impulsar la utilización de los medios de pago digitales en el comercio.
13. Cualquier otra actuación acordada por el Pleno en el ámbito de sus competencias.

Cuarto. *Composición.*

El Observatorio del Comercio 4.0 actuará en Pleno y en Comisión Permanente.

El Pleno del Observatorio estará compuesto por un Presidente, un Vicepresidente, veinte Vocales y un Secretario.

Presidente: El/la Secretario/a de Estado Comercio quién será sustituido por el vicepresidente en caso de vacante, ausencia, enfermedad u otra causa legal.

Vicepresidente: El Director General de Política Comercial y Competitividad, que podrá ser sustituido por un Subdirector General del ámbito de esa Dirección General.

Un Secretario, el Subdirector General de Apoyo a la Competitividad del Pequeño Comercio de la Dirección General de Política Comercial y Competitividad, que actúa con voz y voto.

Serán Vocales del Observatorio:

a) Del ámbito de la Administración General del Estado y del sector público institucional:

1. El Subdirector General de Regulación del Comercio Interior de la Dirección General de Política Comercial y Competitividad del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

2. El Subdirector General de Comercio Internacional de Servicios y Comercio Digital Dirección General de Política Comercial y Competitividad del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

3. El Subdirector General de Estudios, Análisis y Planes de Actuación de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

4. El Subdirector General de Digitalización de la Industria y Entornos Colaborativos de la Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

5. El Director del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI).

6. El Subdirector General de Servicios de la Sociedad de la Información, de la Secretaría de Estado para el Avance Digital del Ministerio de Economía y Empresa.

7. El Subdirector General de Estadísticas y Recursos Documentales de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

8. La Subdirectora General de Estadísticas de Turismo y Ciencia y Tecnología del Instituto Nacional de Estadística.

9. El Subdirector General de Gestión Aduanera del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria (AEAT).

10. El Subdirector General de Estructura de la Cadena Alimentaria, de la Dirección General de Industria Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

11. El Subdirector General de Arbitraje y Derechos del Consumidor de la Dirección General de Consumo del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

12. El Subdirector General de Coordinación de Unidades TIC del Ministerio de Política territorial y Función Pública.

b) De organizaciones y asociaciones:

13. Un representante de la Confederación Española de Comercio (CEC).

14. Un representante de la Asociación Española de Economía Digital (ADIGITAL).

15. Un representante de la Asociación Nacional Grandes de Empresas de Distribución (ANGED).

16. Un representante de la Federación Española de Hostelería (FEHR).

17. Un representante del Consejo de Consumidores y Usuarios.

18. El Secretario de la Comisión de Consumo y Comercio de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP).

19. Una representante del Consejo de Participación de la Mujer, de entre las vocalías representativas de las organizaciones y asociaciones de mujeres.

c) De organizaciones representativas de medios de pago y banca:

20. Un representante del Sistema de tarjetas y medios de pago, S.A.

Podrán asistir a las reuniones del Observatorio del Comercio 4.0, cuando así se solicite en función de los temas a tratar y con carácter puntual, personalidades invitadas por sus especiales condiciones de experiencia o conocimientos. En este caso, participarán con voz pero sin voto.

Los miembros titulares, podrán ser sustituidos, acreditándolo ante el Secretario del Observatorio.

La designación de los y las titulares de las vocalías se promoverá de acuerdo con el principio de presencia equilibrada de mujeres y hombres, salvo por razones fundadas y objetivas, debidamente motivadas.

El Pleno del Observatorio, adoptará los acuerdos que estime convenientes y formulará, en su caso, las recomendaciones que considere oportunas, dentro del marco de las funciones que tiene atribuidas y para la consecución de los objetivos establecidos.

Quinto. *Comisión Permanente.*

La Comisión Permanente estará compuesta por el Vicepresidente del Pleno, que actuará como Presidente de la misma, el Secretario y cinco Vocales: el Subdirector General de Regulación del Comercio Interior, el Subdirector General de Comercio Internacional de Servicios y Comercio Digital, el Subdirector General de Estudios, Análisis y Planes de Actuación de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, el Director del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) y uno correspondiente a la Asociación Española de Economía Digital (ADIGITAL).

Será Secretario el Secretario del Pleno.

Son funciones de la Comisión Permanente:

1. Coordinar los trabajos encomendados por el Pleno y velar por el cumplimiento de los acuerdos adoptados por el mismo.
2. Resolver las cuestiones de urgencia que se planteen al Observatorio en el periodo entre sesiones, dando cuenta de sus actuaciones al Pleno en la primera reunión que se celebre.
3. Proponer al presidente del Pleno del Observatorio el orden del día de las sesiones.
4. Cuantos asuntos le sean encomendados por el Pleno.

Sexto. *Áreas de trabajo.*

El Observatorio se organiza en cuatro áreas de trabajo diferenciadas:

1. Análisis de fuentes estadísticas, métricas y variables de referencia.
2. Análisis del marco regulatorio.
3. Ayudas al comercio.
4. Formación y capacitación en competencias digitales.

El Secretario del Observatorio se encargará de la gestión de los grupos correspondientes a cada área de trabajo.

Cada grupo de trabajo podrá elaborar un informe que contendrá las conclusiones y las consiguientes propuestas de actuación, que serán elevadas al Pleno del Observatorio, previo análisis, en su caso, de la Comisión Permanente.

Séptimo. *Funcionamiento.*

El Pleno del Observatorio se reunirá con carácter ordinario, como mínimo, una vez al año y en todo caso, cuando lo convoque el presidente por propia iniciativa o a solicitud de un mínimo de ocho Vocales.

Corresponde al Presidente acordar la convocatoria de las sesiones ordinarias y extraordinarias con, al menos, diez días de antelación y fijar el orden del día. El plazo de convocatoria podrá reducirse a cinco días en caso de urgencia.

La Comisión Permanente se reunirá cuando la convoque su Presidente y en todo caso, antes de la convocatoria del Pleno para proponer el orden del día.

Los acuerdos del Pleno se tomarán por mayoría de votos.

Por acuerdo del Pleno o de la Comisión Permanente podrán constituirse ponencias o comités especializados para el mejor cumplimiento de sus fines.

El Observatorio podrá establecer sus propias normas de funcionamiento y se regirá por el presente Acuerdo y por lo dispuesto en la sección tercera del capítulo II del título preliminar (artículos 19 a 22) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Octavo. *Nombramiento y cese.*

1. Las personas titulares de las vocalías del Observatorio, mencionadas en el apartado cuarto letra a) 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12 y letra b) 18 lo serán por razón de su cargo.

2. Las personas titulares de las vocalías del Observatorio, contempladas en el apartado cuarto letra b) 13, 14, 15, 16 y 19 y letra c) 20, serán nombradas por el Presidente del Observatorio, a propuesta de las respectivas organizaciones, en función del cargo que ocupen.

3. La persona titular de la vocalía del Observatorio, mencionada en el apartado cuarto letra b) 17 será nombrada por el Presidente del Observatorio, a propuesta del Consejo de Consumidores y Usuarios.

4. En caso de ausencia, vacante o enfermedad el Secretario podrá ser sustituido por un funcionario nivel 30 de la Dirección General de Política Comercial y Competitividad.

5. El cese de los miembros del Observatorio se producirá por alguna de las siguientes causas:

- a) Por iniciativa de quien propuso su nombramiento.
- b) Por renuncia voluntaria.
- c) Por la pérdida de la condición de miembro.
- d) Por fallecimiento o enfermedad.
- e) Por cualquier otra causa conforme a derecho.

Noveno. *No incremento de gasto público.*

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo atenderá con sus medios personales y materiales la constitución y funcionamiento del Observatorio, sin que pueda suponer un aumento del gasto público.

Décimo. *Constitución del Pleno Observatorio.*

El Pleno del Observatorio del Comercio 4.0 se constituirá en el plazo de un mes a partir de la aprobación de este Acuerdo.

Undécimo. *Supresión del Observatorio de Pagos con Tarjeta Electrónica.*

Se suprime el Observatorio de Pagos con Tarjeta Electrónica, creado por Acuerdo del Consejo de Ministros, de 2 de junio de 2006, conforme a lo previsto en el artículo 22.4 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.