

**ORDEN DE 22 OCTUBRE DE 1.996 POR LA QUE SE MODIFICA LA DE 14 DE FEBRERO DE 1.996, MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO, POR LA QUE SE REGULA LA CREACION DEL OBSERVATORIO DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL**

El Plan Marco de Modernización del Comercio Interior, aprobado por el Consejo de Ministros en su reunión de 12 de mayo de 1.995, prevé la creación de un Observatorio de la Distribución Comercial, para realizar un adecuado seguimiento de la evolución del sistema de distribución comercial en España y que, a su vez, elabore estudios, evalúe la información existente y valore la evolución del sector.

Este Organismo Consultivo, formado por expertos de las distintas Administraciones Públicas, Instituciones y sectores implicados, deberá analizar todos los procesos que se vienen desencadenando en el mundo de la Distribución Comercial: integración y concentración de los sectores de distribución y fabricación, centros de compra, especialización, asunción de nuevas tecnologías, problemática del sector con relación a la incorporación a la Unión Europea, etc., y emitir los correspondientes informes y dictámenes.

Para mayor eficacia el Observatorio de la Distribución Comercial deberá centrarse en temas muy concretos y prioritarios que deben ser distintos a aquellos que puedan conocerse suficientemente por medio de Estudios tradicionales y que, además, precisen de una toma de pulso continuo para su conocimiento y control, proponiendo en cada momento las medidas que la situación requiera.

La permanencia de los vocales deberá ser tal que permita una plantilla variada y variable en función de la optimización de resultados.

Deberá constituir un nuevo elemento de confianza y estímulo para el sector, el cual podrá sentirse así corresponsable de la gestión de la Administración Pública en lo que a Comercio Interior se refiere.

La Orden de 14 de febrero de 1.996, no contemplaba en su composición la debida representación de los agentes intervinientes en el proceso de la distribución comercial española, tanto por lo que respecta al tejido sectorial como a las distintas Administraciones Públicas, que hasta ahora estaban excluidos y cuya participación resulta imprescindible para la comprensión del Comercio Interior Español.

Ello ha hecho necesario, establecer una nueva composición que asegure la integración en este nuevo Organismo de dichos representantes, haciendo así del Observatorio de la Distribución Comercial, un instrumento verdaderamente eficaz y adaptado a la realidad sectorial.

En su virtud, previa aprobación del Ministro de las Administraciones Públicas,

**DISPONGO**

**PRIMERO.**

El Observatorio de la Distribución Comercial creado por Orden del 14 de febrero de 1.996 como un órgano consultivo, asesor y de colaboración en materia de comercio, adscrito entonces al Ministerio de Comercio y Turismo y cuyas funciones han sido asumidas por el Ministerio de Economía y Hacienda, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pyme, (Dirección General de Comercio Interior), y que actuará como órgano de información, consulta y asesoramiento en materia de distribución comercial, se regulará por lo establecido en la presente Orden.

**SEGUNDO.**

Son funciones del Observatorio de la Distribución Comercial:

- a) Elaborar los informes sobre política comercial que le sean solicitados por la Dirección General de Comercio Interior.
- b) Elevar a la Dirección General de Comercio Interior propuestas de interés para la política de comercio interior en el Estado Español.
- c) Producir información, mediante el encargo a sus componentes de la aportación de datos en informes sobre problemas concretos.
- d) Evaluar la información existente.
- e) Valorar la evolución del sector comercial, realizando comunicaciones sobre los distintos aspectos que configuran el sistema de distribución comercial, y más concretamente, elaborando un informe de síntesis sobre la Distribución Comercial en cada año.

### **TERCERO.**

El Pleno del Observatorio se compondrá de un presidente, diecinueve vocales y un secretario, que se distribuyen de la manera siguiente:

- a) El Presidente, que será el Secretario de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa y que podrá delegar en el Director General de Comercio Interior
- b) El Director General de Comercio Interior.
- c) Otros dieciocho Vocales que deberán ser expertos de reconocido prestigio en el ámbito del comercio interior, de todo el territorio nacional, elegidos entre las Administraciones Públicas, Instituciones, y miembros de los sectores implicados.

Los dieciocho vocales mencionados procederán de:

- Seis por las Comunidades Autónomas.
- Uno por la Administración Local.
- Tres por las Grandes Empresas de Distribución Comercial.
- Tres por la pequeña y mediana empresa comercial.
- Uno por las Asociaciones de Consumidores.
- Dos Catedráticos de Universidad.
- Uno por el Consejo Superior de Cámaras.
- Uno por la industria vinculada al sector de la distribución comercial de detalle.

d) Un Secretario, no vocal, que será nombrado por el Director General de Comercio Interior entre los funcionarios titulares de un puesto de trabajo ya existente en la Relación de Puestos de Trabajo de esa Dirección General, que tendrá voz pero no voto en las deliberaciones.

### **CUARTO.**

El nombramiento de vocales se realizará por el Ministro de Economía y Hacienda. En el caso de las Comunidades Autónomas este nombramiento se hará a propuesta de la Comunidad Autónoma respectiva.

El procedimiento de elección de los 6 representantes se decidirá en reunión en la que se haya convocado a todos los Directores Generales de dichas Comunidades.

El nombramiento será por el plazo de un año renovable por periodos iguales. En caso de cese se podrá nombrar un sustituto por el mismo procedimiento.

Las causas de cese serán: cumplimiento de mandato, renuncia voluntaria, fallecimiento o enfermedad y falta de asistencia a dos Plenos consecutivos sin la debida justificación.

#### **QUINTO.**

El Pleno del Observatorio de Distribución Comercial se reunirá con carácter ordinario cada dos meses y con carácter extraordinario cuando lo convoque el Presidente, a iniciativa propia o a solicitud de, al menos, la mitad más uno de los miembros del Observatorio.

Compete al Presidente convocar las reuniones del Pleno del Observatorio con, al menos, diez días de antelación y fijar el orden del día.

El plazo de la convocatoria podrá reducirse en caso de urgencia.

El Pleno del Observatorio podrá constituir comisiones o grupos de trabajo para el estudio de temas concretos de interés en materia de comercio.

Podrá acordarse la comparecencia, en los grupos de trabajo, de representantes de los sectores afectados, y/o de los expertos que se estimen necesarios.

El Observatorio podrá establecer sus propias normas de funcionamiento, sin perjuicio de las peculiaridades previstas en la presente Orden Ministerial y de la Ley 30/92, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en lo que a Órganos Colegiados se refiere, concretamente al Capítulo II del Título II.

#### **SEXTO.**

Los gastos derivados de su funcionamiento y elaboración de estudios no supondrán, en ningún caso, aumento del gasto público y se financiarán con cargo al Presupuesto de Gastos del Ministerio de Economía y Hacienda.

#### **SEPTIMO.**

La primera sesión del Observatorio de la Distribución Comercial se llevará a cabo estando nombrados todos sus componentes y se convocará por el Secretario de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa, en un plazo no superior a treinta días.

#### **OCTAVO.**

Queda derogada la Orden de 14 de febrero de 1.996 por la que se regula la creación del Observatorio de la Distribución Comercial, así como la Orden comunicada de 19 de febrero de 1.996, por la que se nombra vocales del Pleno del Observatorio de la Distribución Comercial.

#### **NOVENO.**

La presente Orden entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el "Boletín Oficial del Estado".