

II

(Actos jurídicos preparatorios)

COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL

397º PLENO DE 26 Y 27 DE FEBRERO DE 2003

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la «Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones — Estrategia en materia de política de los consumidores 2002-2006»

(COM(2002) 208 final)

(2003/C 95/01)

El 7 de mayo de 2002, de conformidad con el artículo 262 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, la Comisión decidió consultar al Comité Económico y Social Europeo sobre la comunicación mencionada.

La Sección Especializada de Mercado Único, Producción y Consumo, encargada de preparar los trabajos en este asunto, aprobó su Dictamen el 29 de enero de 2003 (ponente: Sra. Davison).

En su 397º Pleno de los días 26 y 27 de febrero de 2003 (sesión del 26 de febrero), el Comité Económico y Social Europeo ha aprobado por 84 votos a favor, 1 voto en contra y 2 abstenciones el presente Dictamen.

1. Introducción

1.1. La Comisión establece tres prioridades en materia de política de los consumidores, centradas en las cuestiones de prácticas comerciales que han quedado recogidas en el Libro Verde sobre la protección de los consumidores y la seguridad de los servicios:

- un alto nivel común de protección de los consumidores;
- la aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores, especialmente por medio de una cooperación administrativa entre los Estados miembros y una mejora de los mecanismos de recurso;
- la participación de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias mediante una revisión de los mecanismos de participación en la elaboración de políticas comunitarias y la elaboración de proyectos de educación y desarrollo de capacidades.

1.2. El Comité apoya las prioridades de la Comisión toda vez que representan una ambiciosa iniciativa para llevar más allá las políticas actuales y reconocer la importancia que la culminación del mercado único reviste de cara a los consumidores. La lista indicativa que adjunta la Comisión incluye más de 80 acciones distintas. Esta estrategia llega en un momento en el que se está produciendo un cambio en las

expectativas de los consumidores y se prevé que el número de los ciudadanos de la UE alcance los 470 millones. Es la continuación del Libro Verde sobre la protección de los consumidores (1) y refleja una situación cada vez más compleja y en constante transformación: las repercusiones de la sociedad de la información, la llegada del euro y la nueva actitud de los consumidores frente a un consumo sostenible y ético que entraña también sus riesgos.

1.2.1. A la luz de la decisión adoptada por el Consejo de Ministros en Sevilla de trasladar las cuestiones relacionadas con los consumidores del Consejo de Mercado Interior, Consumidores y Turismo a un nuevo Consejo de Empleo, Política Social, Sanidad y Consumidores, el Comité solicita al Consejo que garantice que los intereses de los consumidores en el mercado único seguirán estando en el centro de todo debate.

1.2.2. El Comité se muestra favorable a una armonización máxima, aunque también considera que la protección de los consumidores deberá alcanzar su máxima expresión. Cualquier disminución de la protección de los consumidores sería especialmente grave en un momento en el que se prepara la adhesión de nuevos Estados a la UE.

(1) DO C 125 de 27.5.2002.

1.3. En especial:

1.3.1. El Comité apoya los esfuerzos de la Comisión para ampliar y desarrollar la protección de los consumidores, algo que redundaría particularmente en beneficio de aquellos que peor se defienden en un entorno cada vez más complejo y tecnológico. Al mismo tiempo, respalda la necesidad de contar con la información más adecuada⁽¹⁾ (en un contexto favorable en el que los intereses de los consumidores y los ciudadanos presentan un grado cada vez mayor de convergencia y mutua representatividad).

1.3.2. Asimismo, el Comité coincide en que es importante reconocer la imposibilidad de desarrollar las políticas de los consumidores de una manera aislada, y que, de conformidad con el artículo 153 del Tratado de Amsterdam, es esencial lograr su integración sistemática en todos y cada uno de los ámbitos políticos comunitarios relevantes. Por consiguiente, el Comité estima que la integración de la protección de los consumidores en otros ámbitos políticos comunitarios deberá pasar a ser una cuarta prioridad, en igualdad de condiciones con las otras tres anteriormente mencionadas.

1.3.3. El Comité acoge favorablemente la revisión del Tratado de Niza, que resalta la significación que tiene la representación de los consumidores, a los que se reconoce ahora una gran relevancia representativa como miembros del Comité. Este reconocimiento constituirá un instrumento para acercar la UE a sus ciudadanos, con el consiguiente respaldo en favor de la eficacia, coherencia y relevancia de las políticas.

1.3.4. El Comité llama la atención sobre la escasez de recursos con que —en claro contraste con otras políticas comunitarias— cuentan las iniciativas de la UE específicamente relacionadas con los consumidores y los proyectos de las asociaciones de consumidores, y solicita a las autoridades presupuestarias que aumenten tanto la financiación como la contratación de personal en este ámbito.

2. El proceso de la nueva estrategia

2.1. La Comisión hace hincapié en la necesidad de llevar a cabo una evaluación de impacto y de informar a los consumidores. Como corolario, la Comisión considera que también deben realizarse evaluaciones del impacto que tienen las políticas de los consumidores en las empresas.

2.2. El Comité ya ha expresado su preocupación por la inexistencia en la UE de estadísticas comparativas coherentes en determinados ámbitos. Algunas estadísticas revisten una especial importancia de cara a los consumidores, particularmente las relacionadas con quejas y accidentes derivados del uso de productos. El Comité considera que se debería impulsar tanto en los actuales Estados miembros como en los países candidatos la investigación y el uso de las estadísticas relevantes que facilita el EHLASS (Sistema Europeo de Vigilancia de los Accidentes en el Hogar y en las Actividades de Ocio).

(1) El Comité elaborará en breve un dictamen de iniciativa sobre la educación de los consumidores.

2.3. Asimismo, el Comité apoya enérgicamente que las organizaciones en él representadas lleven a cabo actividades de información y educación a los consumidores sobre cuestiones relacionadas con la UE. La Comisión podría reforzar al mismo tiempo los movimientos de consumidores y garantizar que la información se proporciona de un modo acorde con las necesidades y el buen entendimiento de los consumidores, permitiendo a las organizaciones de consumidores pertinentes que divulguen la información por los medios más populares de que dispongan. Así se complementará la información que facilitan las propias empresas. Existen poderosos vínculos entre protección y educación, y cada vez se percibe con mayor claridad la educación de los consumidores como parte del aprendizaje a lo largo de toda la vida.

2.4. El Comité resalta la importancia de un programa continuo de I+D, que deberá contemplar una investigación que sirva de contexto para la adopción de decisiones en materia de política de los consumidores. Se ha de tener presente la investigación que lleven a cabo las empresas, los colectivos sindicales y las organizaciones de consumidores, ya que es fundamental disponer de una información fiable a escala europea.

2.4.1. La Comisión podría aplicar un programa de I+D de estas características con la creación de una red de investigación académica en materia de política de los consumidores al objeto de establecer una base de datos sobre los perjuicios que sufren los consumidores.

2.4.2. Las organizaciones de consumidores y «otras entidades legales» podrían beneficiarse de las nuevas disposiciones recogidas en el VI Programa de I+D si se les permitiera solicitar financiación en alguno de los seis ámbitos principales, uno de los cuales es la seguridad.

2.4.3. La Comisión debería considerar la posibilidad de crear un Instituto de investigación de la UE para cuestiones relacionadas con los consumidores, siguiendo el ejemplo instituido en el campo medioambiental por la Agencia Europea de Medio Ambiente. Además, el Comité apoya la creación de centros de estudios de ámbito nacional y regional, que podrían contar con ayudas de la Comisión a través de diversos mecanismos de carácter no financiero.

3. Principales cuestiones abordadas por la Comisión y que son objeto de observaciones por parte del Comité

El Comité se hace eco en especial de los siguientes ámbitos de interés:

3.1. El euro

3.1.1. Convendría que la Comisión extrajera lecciones de las experiencias de todo tipo que se han registrado entre los consumidores de los distintos Estados miembros con motivo de la adopción del euro, al objeto de ofrecer un mejor asesoramiento a los futuros países integrantes de esta zona. Además, debería verificar los costes de las transferencias internacionales.

3.2. Seguridad

3.2.1. El Comité señala con satisfacción que el programa evolutivo de la Comisión aborda numerosos aspectos de seguridad, con una lista indicativa de las acciones correspondientes a los tres objetivos.

3.2.2. En sus dictámenes ⁽¹⁾, el Comité ha otorgado también una importancia primordial a las propuestas en materia de seguridad, bien indirectamente —como en lo relacionado con el embalaje resistente a los niños—, bien directamente —por ejemplo, en materia de seguridad de los productos y los juguetes, cuando desempeñó un papel significativo a la hora de impulsar la revisión de la Directiva sobre la seguridad general de los productos (DSGP)—.

3.2.2.1. Teniendo presente la importancia de esta Directiva sobre la seguridad general de los productos, actualmente en fase de transposición tanto en los Estados miembros como en los países en vías de adhesión —como una incorporación más del acervo comunitario—, el Comité pide a la Comisión que reconozca que la mayoría de las muertes y lesiones graves que son motivo de discapacidades en la UE está relacionada con accidentes en el hogar y en las actividades de ocio. Esta cifra es más de catorce veces mayor que las muertes que se producen en el puesto de trabajo, y casi el doble de las muertes por accidentes de circulación. Por lo tanto, es prioritario concentrarse ahora en la seguridad de los productos, haciendo especial hincapié en los países en vías de adhesión, donde la tasa de accidentes es todavía mucho más elevada que la que se registra en los actuales Estados miembros.

3.2.2.2. El Comité insta a la Comisión a llevar a cabo una ampliación de un instrumento crucial para la recopilación de datos como es el EHLASS (Sistema Europeo de Vigilancia de los Accidentes en el Hogar y en las Actividades de Ocio), algo que ya se menciona brevemente por primera vez en el anexo, en el marco del tercer objetivo. Un sistema exhaustivo y coordinado de estas características para recopilar datos sobre las lesiones constituiría la piedra angular de una política en materia de seguridad de los consumidores.

3.2.2.3. El Comité también exhorta a la Comisión a que establezca un plan para respaldar campañas orientadas a concienciar a la opinión pública acerca de las cuestiones relacionadas con la seguridad de los consumidores. Los estudios muestran que se podría evitar el 80 % de los accidentes ⁽²⁾. Existe además una necesidad cada vez mayor de formación en métodos de gestión de riesgos y evaluación.

3.2.3. El Comité acoge con satisfacción las acciones que se proponen por lo que se refiere al desarrollo de normas y a la seguridad de los servicios, que —con unas pocas excepciones como pueden ser, por ejemplo, las instalaciones— no están cubiertas por la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos. Con vistas a presentar sus observaciones, el Comité queda a la espera de la Comunicación de la Comisión sobre la seguridad de los servicios, ya sean éstos de carácter sectorial o general.

⁽¹⁾ DO C 51 de 23.2.2000; DO C 117 de 26.4.2000; DO C 367 de 20.12.2000; DO C 125 de 27.5.2002.

⁽²⁾ Asociación europea para la seguridad de los consumidores (ECOSA).

3.3. Prácticas comerciales

3.3.1. En su Dictamen sobre el «Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea» ⁽³⁾, el Comité valoraba satisfactoriamente el nuevo enfoque de la Comisión para establecer una legislación general apoyada en códigos, a la vez que solicitaba una mayor claridad de la propuesta. Por todo ello, cabe dar la bienvenida a la Comunicación de seguimiento que ahora se propone por cuanto representa una oportunidad en aras de la simplificación y de la protección de los consumidores. El Comité coincide en que es necesario evitar una regulación excesivamente meticulosa, que no redonda ni en interés de los consumidores ni de las empresas, y buscar una serie de alternativas prácticas, como la corregulación. Además, señala la necesidad de introducir gradualmente el máximo nivel posible de armonización en el ámbito legislativo de la protección de los consumidores recurriendo a los medios más adecuados, ya sea mediante directivas marco o recomendaciones de mejores prácticas. Este método podría solventar el problema que supone para los consumidores la aplicación del principio de reconocimiento mutuo y de país de origen. Consiguientemente, el Comité espera el momento de presentar sus observaciones a una propuesta de Directiva marco de la Comisión, tal como se recomienda en el Libro Verde sobre la protección de los consumidores. Esta medida brindará un marco jurídico sencillo y respaldado por códigos de prácticas.

3.3.2. El Comité reitera una vez más la importancia de integrar sistemáticamente las políticas de consumidores en la legislación comunitaria y solicita la asunción de responsabilidades por parte de la Dirección General correspondiente (por ejemplo, transporte, energía, medio ambiente y competencia), así como información acerca de las repercusiones de estas políticas tanto en los consumidores como en las actividades empresariales. Asimismo, resalta la necesidad de establecer procedimientos claros para la consulta o la designación de consumidores en comités y grupos de trabajo, así como para la financiación de instrumentos de apoyo a este fin.

3.3.3. A este respecto, el Comité recomienda que se revisen y modifiquen diversas directivas, entre las que se incluyen las relativas a la venta a distancia, el régimen de tiempo compartido, los viajes combinados, la indicación de los precios y la garantía de los bienes de consumo.

3.4. Contratos con los consumidores

3.4.1. El Comité coincide en que es necesario revisar y aclarar el actual Derecho contractual a fin de eliminar las incoherencias existentes, y desea llamar la atención sobre la importancia que reviste un período de reflexión común a escala de la UE para alentar el comercio transfronterizo y la transparencia. Es preciso lograr las cotas más elevadas en este sentido para permitir a los consumidores mantener contactos en países diferentes al suyo.

⁽³⁾ DO C 125 de 27.5.2002.

3.5. *Servicios financieros*

3.5.1. Apenas se ha comenzado a explotar el potencial que tiene el comercio transfronterizo por parte de los consumidores. Es indispensable un entorno seguro y transparente. El nuevo marco legal debería alentar la protección adicional que ofrecen a los consumidores algunas compañías emisoras de tarjetas de crédito en caso de transacciones indebidas, asegurar la seguridad de las tarjetas de crédito y bancarias en la red (recurriendo, por ejemplo, a un uso más eficiente de contraseñas y firmas electrónicas) e incluir las cuentas en la red con «dinero de bolsillo» perteneciente a niños.

3.6. *Comercio electrónico*

3.6.1. Se necesita una rápida aplicación de la Directiva sobre comercio electrónico. Aunque acoge con satisfacción el acuerdo de las partes interesadas sobre las marcas de confianza, el Comité aboga por una mayor protección de los niños, habida cuenta del intenso uso que éstos hacen de Internet, también para realizar compras. Si lo que se pretende es instaurar la confianza en el comercio electrónico, es necesario que los consumidores tengan un rápido acceso a la justicia⁽¹⁾. La colaboración entre el mundo empresarial y las organizaciones de consumidores sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos en línea es una iniciativa digna de apoyo. Y siempre quedará, naturalmente, la opción de recurrir a los tribunales cuando ello sea necesario.

3.7. *Servicios de interés general*

3.7.1. El Comité desea hacer hincapié en el principio de representación de los consumidores y señala que es necesario tener presentes las necesidades específicas de los consumidores con pocos ingresos y los de países en vías de adhesión que deban afrontar un período especialmente convulsivo a medida que la privatización vaya dando lugar a cambios en la tarificación y la naturaleza de los servicios. Los Estados miembros pueden aprender los unos de las mejores prácticas de los otros a la hora de mantener el acceso de los consumidores con menos recursos a los servicios esenciales, como la electricidad. Un estudio acerca de esta cuestión sería de gran utilidad.

3.7.2. El Comité aprovecha para reiterar la importancia de integrar este aspecto en las distintas DG, habida cuenta de la implicación de muchos servicios públicos distintos en sectores como la energía, las telecomunicaciones y el transporte.

3.7.2.1. La integración del transporte es un objetivo cada vez más importante, y el Comité desearía que la protección de los consumidores que se propone para el sector aéreo se ampliara también a otras modalidades de transporte. Acoge con satisfacción las propuestas de compensación a los consumidores por anulación de vuelos y exceso de reserva, así como la especial atención que merecen los pasajeros discapacitados⁽²⁾.

3.7.3. El Comité se muestra a favor de emitir una recomendación sobre los derechos de los consumidores en los servicios de interés general previamente a la publicación de una propuesta de directiva.

3.8. *La Organización Mundial del Comercio*

3.8.1. El Comité desea hacer hincapié en la importancia que revisten los aspectos sociales, medioambientales, de salud pública y de los consumidores en la agenda comercial. En las cuestiones de carácter comercial, la OMC debería recurrir a los servicios de especialistas en aspectos no comerciales como el medio ambiente y los consumidores⁽¹⁾. Si bien existen ya órganos internacionales en el ámbito laboral, medioambiental o sanitario, aún es necesario uno que aborde la protección de los consumidores.

El CESE señala que ésta es la única parte de la Comunicación de la Comisión en la que se abordan cuestiones globales como el comercio, el etiquetado y la estandarización. Habida cuenta de que los consumidores no actúan en un contexto meramente europeo, el CESE insta a la Comisión a que haga todo lo necesario para contraer un mayor compromiso con las cuestiones de alcance mundial.

3.9. *Aplicación*

Hasta los reglamentos y directivas más minuciosos son de poca utilidad si no se transponen y aplican con éxito. Instamos a la Comisión a que cumpla su compromiso de dar prioridad a la aplicación efectiva de la legislación existente y a la cooperación entre los órganos encargados de su aplicación, como primer paso para mejorar los actuales niveles de protección transfronteriza del consumidor. El Comité —que aborda plenamente esta cuestión en su Dictamen sobre el Libro Verde sobre la protección de los consumidores— resalta los puntos fundamentales para garantizar el éxito de su aplicación:

3.9.1. la importancia de desarrollar sistemas de recopilación de datos y de evaluación sobre una base de investigación (por ejemplo, sobre la seguridad de los servicios o EHLASS);

(¹) Véanse por ejemplo las directrices de la OCDE para la protección de los consumidores en el contexto del comercio electrónico.

(²) DO C 155 de 29.5.2001.

3.9.2. la necesidad de desarrollar el «Sistema de Intercambio Rápido de Información» (RAPEX) para que las autoridades competentes designadas por los Estados miembros puedan intercambiar información y comunicar avisos urgentes con prontitud;

3.9.3. la dependencia de sistemas de aplicación nacionales firmemente estructurados y gestionados por autoridades competentes y cualificadas pertenecientes a una sola organización administrativa, y no a varias. El Comité muestra su preocupación por la posibilidad de que los países en vías de adhesión hayan incorporado legislación comunitaria sin disponer aún de infraestructuras para aplicarla. Valora positivamente el apoyo activo que están ofreciendo algunos Estados miembros con carácter voluntario. Las cuestiones en materia de aplicación se abordan también en el Dictamen del Comité sobre el Libro Verde sobre la protección de los consumidores;

3.9.4. un ágil acceso de los consumidores a la justicia. Aunque esta circunstancia ha de desarrollarse de una manera sencilla y rápida, los recursos en litigios transfronterizos carecen de ambas cualidades. Así pues, el Comité acoge con satisfacción los esfuerzos realizados por la Comisión a través de la red EEJ-NET y las ADR.

3.10. Consulta a las organizaciones de consumidores

3.10.1. Es importante que se consulte a las organizaciones de consumidores en todas las cuestiones relacionadas con ellos, y no únicamente en materia de política de los consumidores. La Comisión señala acertadamente que esto tendrá una incidencia financiera. Las personas que dedican su tiempo a asistir a los comités consultivos exigen rapidez en el desembolso de sus gastos. Las organizaciones de consumidores patrocinadoras han de estar en posición de brindar un apoyo político, de investigación y administrativo. Cabría la posibilidad de desarrollar un modelo para recolectar fondos suplementarios, que ofrece a las empresas la oportunidad de hacer donaciones a una fundación destinada a financiar actividades de los consumidores.

3.10.2. Por su parte, el Comité apoya las actividades de su grupo de consumidores y medio ambiente. Las organizaciones de consumidores son sometidas periódicamente a consulta por parte del Comité sobre aquellas cuestiones que las afectan —como la OMC— y el Comité las ha consultado también con motivo de la Convención sobre el futuro de Europa.

3.10.3. El Comité espera lograr un mayor apoyo para poner de manifiesto el papel que desempeña el Comité consultivo de los consumidores y mejorar la organización de otros órganos consultivos, lo cual permitiría un funcionamiento más eficaz de dichos órganos en defensa de los consumidores. Además, se deben prever las disposiciones necesarias para garantizar la representación de miembros de los países en vías de adhesión.

3.11. Información y educación de los consumidores

El Comité admite que, hasta la fecha, la información y la educación han correspondido en gran medida a los Estados miembros. Sin embargo, es preciso impulsar la información al consumidor a escala de la UE, por ejemplo mediante proyectos, y reconocer debidamente la dimensión europea ⁽¹⁾. El Comité respalda la idea de crear una página web común a todas las organizaciones de consumidores de la UE, cuyo objetivo estribaría en facilitar información y servir de portal para sus respectivos sitios en Internet.

3.11.1. El Comité reconoce la importancia de la información, que en una sociedad tecnológica se transmite a través de un número cada vez mayor de medios. Aun siendo obvias sus grandes ventajas, éstas también van acompañadas de peligros nuevos y desconocidos. A pesar de que reconoce el papel de las organizaciones de consumidores como fuente fidedigna de información especialmente para una audiencia «popular», el Comité también aprecia la contribución de la industria y su papel en el desarrollo de unas comunicaciones de fácil utilización (gracias, por ejemplo, a las instrucciones de uso, los folletos en los puntos de venta o la publicación de avisos y advertencias). El Comité ha realizado un llamamiento conjunto a la industria y a las organizaciones de consumidores para que incluyan también esta información en los ordenadores por lo que respecta, por ejemplo, a la seguridad infantil en la red. La mejora de la información a los consumidores permite también un margen para la cooperación de este tipo. Habida cuenta de las barreras lingüísticas a que debe hacer frente la actividad comercial en la UE, el Comité considera positiva la atención que está prestando la Comisión a las cuestiones relacionadas con el etiquetado.

3.11.2. El Comité considera que las opiniones de la Comisión sobre la educación de los consumidores son limitadas y deben ampliarse. Se ha de integrar la educación a los consumidores en los programas educativos ya existentes en la UE, como es el caso de la seguridad de Internet en los programas eLearning. La limitación se pone de manifiesto de dos formas en el texto actual: ciñéndose a los conocimientos y haciendo hincapié exclusivamente en los derechos.

3.11.2.1. En el primer caso, los conocimientos son sin duda importantes, en la medida en que aumentan y evolucionan a lo largo de toda la vida, pero también lo son las aptitudes prácticas en general, así como las relacionadas con el buen criterio a la hora de elegir y tomar decisiones. En el segundo caso, los derechos —y un buen entendimiento y ejercicio de los mismos— son esenciales, pero también lo es la asunción cada vez mayor de responsabilidades, incluidas las relacionadas con asuntos más amplios como el medio ambiente y el desarrollo sostenible. A este respecto, cabe acoger satisfactoriamente el programa de información de la DG Medio Ambiente y la DG Desarrollo. En particular, el CESE ha ofrecido su respaldo a programas comunitarios de carácter voluntario en materia de etiquetado ecológico y de comercio justo ideados para alentar el consumo responsable.

⁽¹⁾ El Comité elaborará en breve un dictamen de iniciativa sobre la educación de los consumidores.

3.11.3. El Comité acoge favorablemente la contribución de la Comisión a la formación de profesionales en materia de consumidores, y reconoce que aunque la formación no equivale a la educación proporciona los medios prácticos para conseguirla.

4. Conclusión

El Comité acoge con satisfacción la Comunicación de la Comisión sobre la «Estrategia en materia de política de los

consumidores 2002-2006». Aunque apoya el máximo nivel de armonización, el CESE considera que la protección de los consumidores deberá alcanzar también su máxima expresión. Se requiere una rápida aplicación de la Directiva sobre comercio electrónico que permita proteger a los consumidores en la red. El Comité apoya una aplicación más enérgica de la legislación existente y una mayor cooperación entre los órganos encargados de su ejecución. Asimismo, propugna la integración de las políticas de consumidores en otros ámbitos políticos relevantes, incluido el educativo.

Bruselas, 26 de febrero de 2003.

*El Presidente
del Comité Económico y Social Europeo
Roger BRIESCH*

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la «Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre precursores de drogas»

(COM(2002) 494 final — 2002/0217 (COD))

(2003/C 95/02)

El 14 de octubre de 2002, de conformidad con el artículo 95 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, el Consejo decidió consultar al Comité Económico y Social Europeo sobre la propuesta mencionada.

La Sección Especializada Mercado Único, Producción y Consumo, encargada de preparar los trabajos del Comité en este asunto, aprobó su dictamen el 29 de enero de 2003 (ponente: Sra. Le Nouail).

En su 397º Pleno de los días 26 y 27 de febrero de 2003 (sesión del 26 de febrero), el Comité Económico y Social Europeo ha aprobado el presente Dictamen por 106 votos a favor, 2 votos en contra y 3 abstenciones.

1. Introducción

1.1. La lucha contra el tráfico organizado de drogas es una prioridad para los Estados miembros. Actualmente, en varios países se trabaja para mejorar los sistemas de bases de datos y las técnicas criminológicas y se destinan recursos suplementarios a este ámbito. Paralelamente, la cooperación internacional sigue desarrollándose, y en ella participan ya algunas organizaciones internacionales, así como INTERPOL y la Organización Mundial de Aduanas.

1.2. En la UE, la producción y el tráfico de drogas siguen siendo la principal actividad de las bandas criminales (Europol, 2001/OEDT, 2002), que se aprovechan plenamente de las posibilidades que les ofrecen la mundialización de la economía de mercado y, en particular, las nuevas tecnologías.

1.3. Uno de los aspectos de esta cooperación internacional mejorada es la lucha contra el desvío de sustancias químicas y precursores controlados. El control que se aplica en la actualidad permite calcular que, de una producción mundial anual de 2,5 millones de toneladas de anhídrido acético, 1 500 toneladas son desviadas hacia la fabricación de heroína. Aproximadamente un 20 % de la producción mundial de anhídrido acético se lleva a cabo en la Unión Europea.

1.3.1. Gracias a un sistema para combatir el desvío de anhídrido acético que permite identificar el origen de las sustancias químicas se han podido detener once envíos de aproximadamente 230 toneladas de anhídrido acético, que habrían podido utilizarse para producir entre 55 y 230 toneladas de heroína.