

**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



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 7.5.2002
COM(2002) 208 final

-

**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

ÍNDICE

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	1
1. Introducción	5
1.1. Contenido	5
1.2. Ámbito de la estrategia.....	6
2. Motivos de la nueva estrategia en materia de consumo.....	6
2.1. Ámbito de la política de los consumidores de la UE	6
2.2. El proceso de la nueva estrategia	8
2.2.1. Evaluación de impacto	8
2.2.2. Una política basada en el conocimiento.....	8
2.3. Factores clave de la nueva estrategia	8
2.3.1. El euro 9	
2.3.2. Cambios sociales, económicos y tecnológicos.....	9
2.3.3. Aprovechar plenamente las ventajas del mercado interior	9
2.3.4. Aplicación de la reforma sobre la gobernanza.....	10
2.3.5. Preparación de la ampliación	11
2.4. Estructura de la nueva estrategia en materia de política de los consumidores.....	11
3. Los objetivos de la nueva estrategia en materia de política de los consumidores	11
3.1. Objetivo 1 a medio plazo: «Un alto nivel común de protección de los consumidores en la UE».....	12
3.1.1. Seguridad de los bienes y servicios de consumo	13
3.1.2. Legislación sobre los intereses económicos de los consumidores.....	13
3.1.2.1. Prácticas comerciales	13
3.1.2.2. Revisión de la legislación comunitaria existente en materia de protección de los consumidores	14
3.1.2.3. Legislación sobre los contratos con los consumidores	14
3.1.3. Servicios financieros	15
3.1.4. Comercio electrónico	16
3.1.5. Servicios de interés general (SIG):	16
3.1.5.1. SIG - Transporte.....	17

3.1.5.2. SIG - Energía.....	17
3.1.6. Aspectos relativos al comercio internacional, la normalización y el etiquetado	18
3.2. Objetivo 2 a medio plazo: Aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores	18
3.2.1. Cooperación en la aplicación de las normas entre los Estados miembros	19
3.2.1.1. La Red internacional de supervisión de las prácticas comerciales (IMSN).....	19
3.2.1.2. La base de datos CLAB sobre «cláusulas contractuales abusivas»	20
3.2.2. Información sobre la seguridad de los bienes y servicios	20
3.2.3. Vías de recurso	21
3.2.3.1. Resolución alternativa de litigios	21
3.2.3.2. Centros europeos del consumidor (Euroventanillas)	21
3.2.3.3. Cooperación judicial en asuntos civiles	22
3.2.4. Apoyo a las asociaciones de consumidores	22
3.3. Objetivo 3 a medio plazo: Participación adecuada de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias	23
3.3.1. Revisión de los mecanismos de participación de las organizaciones de consumidores en la elaboración de políticas comunitarias	23
3.3.1.1. Requisitos de consulta.....	23
3.3.1.2. Participación en organismos consultivos y grupos de trabajo	24
3.3.1.3. Trabajo de normalización.....	24
3.3.1.4. Participación de los consumidores en la labor de otras instituciones de la UE	24
3.3.2. Información y educación de los consumidores	24
3.3.2.1. Información	25
3.3.2.2. Educación.....	25
3.3.3. Apoyo a las organizaciones de consumidores y desarrollo de su capacidad	25
3.3.3.1. Programa de formación para miembros del personal de organizaciones de consumidores	25
3.3.3.2. Revisión del instrumento jurídico por el que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores	26
4. Conclusiones	26
Anexo	27
PROGRAMA RENOVABLE SOBRE LA POLÍTICA DE LOS CONSUMIDORES (2002-2006)	27

LISTA INDICATIVA DE ACCIONES	27
Objetivo 1: Un alto nivel común de protección de los consumidores.....	28
Objetivo 2: Aplicación efectiva de las normas de protección de los consumidores	40
Objetivo 3: participación adecuada de las organizaciones de consumidores en las políticas de la UE.....	45
Acciones destinadas a mejorar la calidad de las políticas en materia de consumo	50
FICHA DE FINANCIACIÓN.....	53

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

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Contenido

En la presente Comunicación, la Comisión expone su estrategia europea en materia de política de los consumidores para los **próximos cinco años** (2002-2006). El año pasado, la Comisión publicó un informe intermedio¹ sobre los avances realizados en el marco del anterior plan de acción (1999-2001) para preparar esta nueva estrategia. Establece **tres objetivos a medio plazo**, realizados a través de **acciones inscritas en un programa renovable a corto plazo**, que se revisará periódicamente por medio de un documento de trabajo de los servicios de la Comisión. Los tres objetivos son:

- Un alto nivel común de protección de los consumidores;
- La aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores;
- La participación de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias.

Estos tres objetivos tienen por objeto contribuir a integrar las preocupaciones de los consumidores en otras políticas de la UE, optimizar las ventajas del mercado interior para los consumidores y preparar la ampliación.

En el caso del primer objetivo, «un alto nivel común de protección de los consumidores», las acciones principales se refieren a un seguimiento de los problemas relacionados con las prácticas comerciales tratados en el Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea² y a la seguridad de los servicios. Las acciones prioritarias correspondientes al segundo objetivo, «aplicación eficaz de las normas de protección de los consumidores», son el desarrollo de un marco de cooperación administrativa entre los Estados miembros y de mecanismos de recurso de los consumidores. Para lograr el tercer objetivo, «participación de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias», las principales acciones consisten en revisar los mecanismos de participación de las organizaciones de consumidores en la elaboración de políticas comunitarias y la elaboración de proyectos de educación y desarrollo de capacidades.

La política europea de los consumidores es un elemento fundamental del objetivo estratégico de la Comisión de contribuir a una mejor calidad de vida para todos³. Es también un elemento fundamental del objetivo estratégico de la Comisión de impulsar un nuevo dinamismo económico y modernizar la economía europea. La creación de una Dirección General de Sanidad y Protección de los Consumidores en 1999 y la reorganización del trabajo científico y regulador para garantizar la independencia, la transparencia y una mejor protección de los

¹ COM(2001) 486 final.

² COM(2001) 531 final de 2 octubre 2001.

³ Comunicación de la Comisión COM(2000) 154 final, de 9 de febrero de 2000; Objetivos estratégicos 2000-2005 «Hacer la nueva Europa».

intereses de los consumidores, son prueba de la importancia concedida a la política de los consumidores.

En esta Comunicación se invita al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, así como a todas las partes interesadas, a apoyar el planteamiento global y los tres objetivos en particular. La Comisión les pide también que impulsen la adopción de las medidas fundamentales propuestas y apoyen su aplicación.

1.2. **Ámbito de la estrategia**

En esta Comunicación, la política de los consumidores abarca la seguridad, las cuestiones económicas y jurídicas que afectan a los consumidores en el mercado, la información y educación de los consumidores, la promoción de organizaciones de consumidores y su contribución, junto con otras partes interesadas, al desarrollo de la política de los consumidores. Las cuestiones de seguridad alimentaria no se incluyen en el ámbito de esta estrategia. Las cuestiones alimentarias se tratan ahora por separado y tienen su propia agenda legislativa. El Libro Blanco sobre seguridad alimentaria⁴, adoptado el 12 de enero de 2000, contiene propuestas relativas a un importante programa de reforma legislativa en este campo.

2. **MOTIVOS DE LA NUEVA ESTRATEGIA EN MATERIA DE CONSUMO**

El desarrollo de la política de los consumidores a nivel comunitario es el corolario indispensable de la creación progresiva del mercado interior. La libre circulación de bienes y servicios exigía la adopción de normas comunes, o al menos convergentes, para garantizar al mismo tiempo una protección suficiente de los intereses de los consumidores y la eliminación de los obstáculos legislativos y las distorsiones de la competencia.

A menudo, se han aplicado medidas que ponen a disposición de los consumidores medios para que puedan proteger sus intereses adoptando decisiones independientes y con conocimiento de causa. En general, ello garantiza que los consumidores dispongan de información suficiente y adecuada antes de realizar una transacción y que éstos tengan algunos derechos legales si la transacción no da los resultados esperados. Estas medidas buscan corregir los desequilibrios estructurales entre las empresas y los consumidores a nivel individual, que no disponen de información, asesoramiento jurídico y recursos económicos suficientes.

No obstante, en algunas situaciones, poder decidir con conocimiento de causa o disponer de recursos legales se considera insuficiente, en particular tratándose de la protección de la salud física y la seguridad. En estos casos, se considera necesario disponer de normas armonizadas para garantizar un nivel de protección adecuado a todos los consumidores, independientemente de que puedan protegerse adoptando decisiones con conocimiento de causa. La decisión de adoptar esa medida depende en gran medida de una valoración política de la importancia de los intereses que deben protegerse y de la posibilidad de los consumidores de protegerse en la práctica adoptando decisiones con conocimiento de causa.

2.1. **Ámbito de la política de los consumidores de la UE**

La política de los consumidores de la UE debería establecer **requisitos fundamentales de salud y seguridad** y proteger los intereses económicos para garantizar un **alto nivel de protección** y cumplir las aspiraciones de los consumidores en toda la UE. Los productos y

⁴ COM(1999) 719 final.

servicios comercializados deberían ser seguros y los consumidores tendrían que estar conveniente informados para poder elegir con conocimiento de causa. Asimismo, debería protegerse a los consumidores contra las prácticas abusivas. Gran parte del trabajo en este ámbito se centra en la legislación y otras acciones que inciden directamente en el comportamiento comercial, como la normalización, los códigos de conducta o las mejores prácticas.

La política de los consumidores de la UE también debería **dar a los consumidores la capacidad** de comprender las políticas que les afectan y de contribuir a las mismas. Los consumidores deberían tener la **capacidad** de promover sus intereses para estar en igualdad de condiciones con otras partes interesadas de la sociedad civil representadas a nivel comunitario.

Es importante que los consumidores dispongan de oportunidades comparables a las de otros sectores de beneficiarse plenamente de las ventajas que ofrece el mercado interior, a saber, mayor oferta, precios más bajos y puesta a disposición de servicios esenciales asequibles. Convendría, pues, eliminar las barreras al comercio transfronterizo para que el componente «consumidores» del mercado interior pueda desarrollarse paralelamente al empresarial. En este sentido, la política de los consumidores de la UE busca crear un **entorno común coherente en el que los consumidores no teman adquirir bienes en cualquier lugar de la UE.**

Además de las normas de protección de los consumidores, éstos se benefician de otras políticas importantes de la UE, como las relativas al mercado interior, el medio ambiente y el desarrollo sostenible, el transporte, los servicios financieros, la competencia, la agricultura o el comercio exterior. La política de los consumidores en sí no puede desarrollarse de manera aislada sin tener en cuenta otros ámbitos que influyen en los consumidores. Es esencial la integración sistemática de las preocupaciones de los consumidores en todos los ámbitos políticos pertinentes de la UE. En los últimos años se ha avanzado considerablemente en esa dirección. De cara al futuro, deberíamos partir de esa base para lograr una integración más sistemática de los intereses de los consumidores en otras políticas.

Asimismo, la política de los consumidores debe tener en cuenta las preocupaciones que se manifiestan en otros ámbitos y garantizar un planteamiento coherente de la política comunitaria en su conjunto. La actitud de los consumidores reviste también gran importancia para esos otros ámbitos, por ejemplo, para el desarrollo sostenible en sus vertientes social, medioambiental y económica.

La política de los consumidores es un campo en la que la UE puede aportar un valor añadido. Es una **responsabilidad compartida** entre la UE y las autoridades públicas nacionales. Las normas comunitarias se aplican a nivel nacional. La integración de los intereses de los consumidores en todas las políticas sólo puede ser eficaz si se adopta un planteamiento similar a nivel nacional. Ello significa que la política de los consumidores es un **esfuerzo colectivo** de todos los sectores políticos de la Unión Europea, a nivel regional, nacional y europeo.

Los principios destacados en este documento están consagrados en los artículos 153 y 95 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea.

2.2. El proceso de la nueva estrategia

2.2.1. Evaluación de impacto

El éxito de una política de los consumidores sólo puede valorarse a la luz de su **impacto** en los consumidores europeos. Es fundamental establecer previamente, con claridad, los motivos de la estrategia, **controlar periódicamente** sus avances, **evaluar** con precisión la eficacia de las acciones individuales y sacar las conclusiones pertinentes para el futuro. Este planteamiento permite proponer cualquier adaptación política necesaria.

2.2.2. Una política basada en el conocimiento

La política de los consumidores debe basarse en información y datos pertinentes para adaptar las acciones y definir las prioridades de la manera más conveniente. Es preciso un esfuerzo más global, sistemático y continuo para desarrollar una base de conocimientos adecuada que se convertiría en un instrumento esencial para los responsables políticos. También es necesario que el público disponga de más información, especialmente desde la introducción del euro, que aumenta la transparencia de precios entre los países que lo han adoptado. Los consumidores necesitan datos precisos sobre la seguridad de los bienes y servicios que les permitan decidir con conocimiento de causa. Muchos de ellos desean también información sobre otros aspectos de los productos, como sus efectos medioambientales. La Comisión seguirá ofreciendo información detallada sobre aspectos de interés para los consumidores a través de las publicaciones *Diálogo con los ciudadanos* y el sitio web <http://europa.eu.int/citizens>.

Debido a la diversidad de los problemas que afectan a los consumidores, una información completa en este campo debe incluir datos cuantitativos generales (por ejemplo, sobre consumo, condiciones de vida y otros aspectos socioeconómicos) e información relativa a las actividades de los consumidores (por ejemplo, acerca de la participación de asociaciones de consumidores) y sus intereses económicos (por ejemplo, sobre los precios). Los responsables políticos deben complementar los datos cuantitativos disponibles con datos cualitativos, que pueden proceder de encuestas de opinión sobre los comportamientos de los consumidores, sus conocimientos y su satisfacción. El seguimiento y tratamiento de las reclamaciones de los consumidores constituyen también un aspecto clave para disponer de una mejor información sobre los intereses de los consumidores y las respuestas del mercado.

La Comisión seguirá desarrollando su «**base de conocimientos**» sobre los consumidores y el mercado. Prevé mantener la publicación «*Consumers in Europe – facts and figures*» (los consumidores en Europa – hechos y cifras) y realizar estudios sobre precios al consumo, encuestas Eurobarómetro y encuestas específicas sobre servicios de interés general. La Comisión también realizará encuestas Eurobarómetro sobre los problemas transfronterizos de los consumidores y sobre la información y representación de los mismos. Por otro lado, tiene intención de elaborar indicadores sobre el nivel de satisfacción de los consumidores, y pondrá en práctica la iniciativa de elaboración de políticas interactiva, que recurre a mecanismos basados en Internet para recoger información y realizar consultas. La Comisión recurrirá también a la investigación científica cuando proceda, en particular a través de los programas marco de investigación y desarrollo tecnológico.

2.3. Factores clave de la nueva estrategia

En el desarrollo de esta nueva estrategia se han tomado en consideración cinco factores clave.

2.3.1. *El euro*

La tan esperada llegada del euro a los bolsillos de los consumidores está empezando a cambiar fundamentalmente los comportamientos de las empresas y las personas. Al facilitar la comparación de precios, la moneda única ha suprimido un gran obstáculo psicológico a la compra en otros Estados miembros. Permite ver con más facilidad los precios más interesantes en otros países.

2.3.2. *Cambios sociales, económicos y tecnológicos*

Se está incrementando **la utilización de Internet y su implantación en los hogares**. En noviembre de 2001, casi un 50 % de la población (mayor de 15 años) utilizaba Internet en casa, en el trabajo, en el colegio, en los puntos de acceso públicos o de manera itinerante. La presencia de Internet en los hogares de la UE ha pasado del 18 % en marzo de 2000 al 38 % en diciembre de 2001⁵. Estas tendencias sensibilizarán a un mayor número de consumidores sobre las posibilidades que ofrece el comercio electrónico.

El **comercio electrónico** y la sociedad de la información restan importancia a la distancia en la publicidad, la comercialización y la venta al por menor de numerosos productos y, sobre todo, de los servicios.

Los **modelos de consumo** también están cambiando. Se está desarrollando el **sector de los servicios**. En la UE, como mínimo, ya duplica al sector manufacturero en términos de PIB; y lo triplica si se incluyen los servicios sociales y públicos⁶. Ello significa que, cada vez más, la política de los consumidores de la UE deberá tener en cuenta los servicios, y sus aspectos relativos a la seguridad.

2.3.3. *Aprovechar plenamente las ventajas del mercado interior*

Estos cambios hacen del comercio transfronterizo una propuesta más realista. No obstante, siguen existiendo obstáculos que impiden alcanzar todo su potencial al mercado interior del comercio al por menor.

Los estudios ponen de manifiesto que en la UE aún existen grandes diferencias en los precios de numerosos bienes y servicios de consumo que podrían beneficiar a los consumidores si éstos superaran su recelo a comprar en otros países. Por otra parte, sin duda se reducirían los precios si las empresas pudieran vender sus productos en otros países sin necesidad de adoptar disposiciones específicas para ello.

Grandes diferencias de precios

El último informe de la Comisión sobre el funcionamiento de los mercados comunitarios de productos y capitales⁷ revela que los precios al consumo de los alimentos y los bienes siguen variando mucho entre los Estados miembros y que la reducción de esas diferencias se ha frenado considerablemente en los últimos años. En general, los precios varían entre tres y cinco veces más en la UE que dentro de un mismo país. El informe concluye que la combinación de las diferencias en las legislaciones nacionales, el comportamiento de las empresas y los problemas de competencia pueden hacer que persistan las diferencias de precios en la Comunidad.

⁵ Informe de evaluación comparativa de la acción eEurope de 5 de febrero de 2002, COM(2002) 62 final.

⁶ Fuente: Eurostat.

⁷ COM(2001) 736.

Los Estados miembros aplican **normas de protección de los consumidores diferentes**. Ante la incertidumbre acerca del nivel de protección que tienen si compran en otros países, los consumidores se limitan a los productos y servicios disponibles en su propio Estado miembro.

Recelo de los consumidores a comprar en otros países

En el conjunto de la UE, los consumidores se muestran mucho más reacios a comprar en otros países que en el suyo: sólo el 31 % piensan que estarían bien protegidos en un litigio transfronterizo con un proveedor, contra una media del 56 % en un litigio similar en su propio país⁸.

Por otra parte, a menudo las empresas no tienen claro qué prácticas deberían seguir si venden a consumidores de otros Estados miembros. Por consiguiente, es fundamental que la Unión Europea garantice que las normas y prácticas del mercado interior promuevan la **confianza de los consumidores en las transacciones transfronterizas**. Ello implica disponer de normas más comunes y sencillas, aplicadas de forma similar en el conjunto de la UE, facilitar el acceso de los consumidores a la información y la educación y poner a su disposición mecanismos de recurso eficaces.

Las compras transfronterizas no sustituirán a las compras tradicionales, excepto en casos de consumidores que vivan a proximidad de una frontera. Pero el mero hecho de **que las compras transfronterizas se conviertan en una posibilidad realista puede repercutir fuertemente en la competencia** en los mercados locales. Incluso si un pequeño porcentaje de consumidores realiza compras en el extranjero, ello influirá en los precios en el conjunto del mercado de cada Estado miembro. Este efecto ya se observa, por ejemplo, en el sector automovilístico del Reino Unido⁹.

2.3.4. Aplicación de la reforma sobre la gobernanza

El Consejo Europeo de Lisboa, el Libro Blanco sobre la gobernanza¹⁰, adoptado en julio de 2001, y el Plan de acción para una mejor regulación que se presentará en breve a la Comisión, representan una expresión dinámica de voluntad política de reforma. Estas iniciativas abren un importante debate destinado a mejorar la calidad, la eficacia y la claridad de los actos normativos y a mejorar la consulta y participación de la sociedad civil en el proceso de decisión de la UE.

Los consumidores depositan grandes esperanzas en la Unión Europea, su capacidad para garantizar su seguridad, proteger sus intereses y permitirles apreciar directamente algunas de las ventajas de la integración europea. Pero a pesar de ello, los ciudadanos se sienten cada vez más alejados de la UE, de sus procedimientos y de sus instituciones. Ante esta situación, la futura política de protección de los consumidores de la UE debería aportar ventajas concretas a los ciudadanos en su vida diaria y favorecer la participación de los consumidores en la elaboración y aplicación de dicha política. Los cinco principios de buena gobernanza, a saber, apertura, participación, responsabilidad, eficacia y coherencia, revisten un interés directo para la política de los consumidores y deberían formar parte integrante de la futura estrategia.

⁸ «Consumers survey» (encuesta a los consumidores) de EOS GALLUP EUROPE, enero de 2002, el informe completo está disponible en la dirección:
http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/events/event42_es.html

⁹ http://europa.eu.int/comm/competition/car_sector/price_diffs

¹⁰ COM(2001) 428 final.

2.3.5. Preparación de la ampliación

La adhesión de los países candidatos a la UE influirá considerablemente en el funcionamiento del mercado interior, especialmente en el ámbito de la protección de los consumidores, que sentirán directamente los efectos de un mercado ampliado. En la UE aparecerán **nuevas estructuras de regulación y aplicación** y, de manera más general, nuevas actitudes acerca de la protección de los consumidores.

En la actualidad, numerosas normas de protección de los consumidores obedecen más bien a las legislaciones nacionales que a la europea. Aunque el detalle de estas normas varía entre los Estados miembros actuales, sus fundamentos son globalmente similares. No obstante, la adhesión de los actuales países candidatos incrementará significativamente la heterogeneidad de las disposiciones nacionales. Las estructuras de aplicación no siempre tienen la misma solidez en estos países y la experiencia y las exigencias de sus consumidores son también muy diferentes. Aún deben desarrollarse mucho las asociaciones de consumidores de los países candidatos para desempeñar plenamente su papel de informadoras y representantes de los consumidores y de vigilantes del mercado.

El reto consiste en satisfacer las aspiraciones legítimas de los nuevos miembros y, paralelamente, preservar y mejorar el actual nivel de protección de los consumidores, tanto desde el punto de vista de su seguridad como de sus derechos legales y económicos. Esta estrategia tiene en cuenta, pues, la ampliación y la Comisión seguirá haciendo todo lo posible por ayudar a los consumidores, sus representantes y las autoridades nacionales de los países candidatos a prepararse para la adhesión.

2.4. Estructura de la nueva estrategia en materia de política de los consumidores

La presente Comunicación expone la estrategia de la Comisión en materia política europea de los consumidores para los **próximos cinco años** (2002-2006). Establece **tres objetivos a medio plazo**, que se realizan a través de **acciones inscritas en un programa renovable a corto plazo**, que se revisará periódicamente. La actualización periódica del programa renovable se llevará por medio de un documento de trabajo de los servicios de la Comisión. La estrategia a medio plazo dará una orientación coherente, mientras que el plan a corto plazo puede adaptarse más rápidamente a los cambios coyunturales.

La Comisión también tiene previsto combinar mejor la preparación de la estrategia política con el instrumento financiero para las acciones de protección de los consumidores¹¹, que actualmente sigue un calendario diferente.

3. LOS OBJETIVOS DE LA NUEVA ESTRATEGIA EN MATERIA DE POLÍTICA DE LOS CONSUMIDORES

Los factores clave destacados nos han conducido a determinar **tres objetivos a medio plazo**:

Objetivo 1: «Un alto nivel común de protección de los consumidores». Debemos seguir trabajando para que los consumidores y las empresas se beneficien de las ventajas del mercado interior. Un elemento fundamental para ello es el establecimiento de normas y prácticas comunes de protección de los consumidores en toda Europa. Ello significa pasar de

¹¹ Decisión nº 283/1999/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de enero de 1999, por la que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores (DO L 34/1 de 9.2.1999).

la situación actual, con normas diferentes en cada Estado miembro, a una más propicia para la protección de los consumidores en toda la UE.

Objetivo 2: «Aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores». Ninguna ley es buena si no se aplica correctamente. Paralelamente al aumento constante de la integración económica en el mercado interior y de las oportunidades que se ofrecen a los consumidores, éstos deberían gozar en la práctica de la misma protección en el conjunto de la UE, incluso con más razón cuando se produzca la ampliación. A las empresas también les interesa que las normas se apliquen de manera más uniforme. A tal fin, las autoridades públicas deberían disponer de medios prácticos y eficaces de cooperación.

Objetivo 3: «Participación adecuada de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias». Es esencial la contribución de las organizaciones de consumidores a las políticas, tanto desde el punto de vista del contenido como del procedimiento.

Estos objetivos se refuerzan mutuamente. La consecución de un alto nivel de protección de los consumidores facilita la aplicación de las políticas de la UE, pero una aplicación desigual de las normas comunes de la UE crea incertidumbre y perjudica a los consumidores. No se pueden aprovechar plenamente las ventajas de un nivel de protección uniforme si las organizaciones de consumidores no tienen la capacidad de asumir sus funciones aportando datos útiles, y denunciando problemas, a los responsables políticos y contribuyendo a la aplicación de las normas mediante la vigilancia del mercado.

La estrategia da prioridad a las acciones que se complementan y, juntas, forman una masa crítica de medidas que aumenta su eficacia. Estas acciones prioritarias se refieren principalmente a aspectos transfronterizos. Han sido elegidas para optimizar el impacto a nivel comunitario. En algunas de esas acciones se propone poner en común recursos escasos, de la UE o nacionales. A menudo persiguen más de un objetivo. Se da especial relevancia a las acciones que promueven la integración de las preocupaciones de los consumidores en otras políticas y preparan la ampliación.

3.1. Objetivo 1 a medio plazo: «Un alto nivel común de protección de los consumidores en la UE»

Este objetivo no significa que deban regularse detalladamente todos los aspectos de la protección de los consumidores a nivel europeo. No es deseable ni práctico. Significa armonizar, por el medio más apropiado (directiva marco, normas, buenas prácticas), no sólo la seguridad de los bienes y servicios, sino también los aspectos relativos a los intereses económicos de los consumidores que les den la confianza necesaria para realizar transacciones en el conjunto del mercado interior. Ello podría suponer la creación de un conjunto común de normas y requisitos comunitarios, sencillos y claros, sobre seguridad, prácticas comerciales y derechos contractuales de los consumidores. Supondría también colmar los vacíos entre las normas comunitarias existentes, lo cual exigiría una reforma de las directivas en vigor. Conllevaría asimismo, en consonancia con la iniciativa sobre la gobernanza, un incremento de la responsabilidad de los consumidores y las empresas a través de un mejor uso de formas alternativas de regulación, como la autorregulación y la correulación o la normalización. Un alto nivel común de protección de los consumidores requiere también incorporar el principio de protección asegurándose de que otras políticas de la UE, como las relativas al mercado interior, los servicios financieros, los transportes, la energía, el medio ambiente, la competencia, la agricultura o el comercio exterior, tienen en cuenta sistemática y específicamente los intereses de los consumidores. En la elaboración de cada una de las políticas de la UE deberían tenerse en cuenta las disposiciones que sean esenciales para los consumidores y les garanticen un alto nivel de protección en el conjunto de

la UE. Paralelamente, las iniciativas de la política de los consumidores también deberían tomar en consideración su impacto en las empresas y otras partes interesadas. La Comisión está desarrollando también un planteamiento integrado para evaluar el impacto de estas iniciativas en una serie de políticas y grupos.

Es necesario un alto nivel común de protección de los consumidores y se tendrá plenamente en cuenta en la definición de otras políticas.

Este objetivo exige acciones en los siguientes ámbitos políticos:

3.1.1. Seguridad de los bienes y servicios de consumo

La acción comunitaria ha conseguido garantizar la libre circulación de productos de consumo en la UE. Se está llevando a cabo una estrategia para obtener resultados similares en el área de los servicios. No obstante, debe reforzarse la acción comunitaria destinada a garantizar un nivel elevado y constante de protección respecto a los bienes de consumo en el conjunto de la UE. En el caso de los servicios, las iniciativas comunitarias destinadas a mejorar la seguridad de los consumidores aún están limitadas a algunos sectores, en particular el transporte. Por consiguiente, es preciso examinar en qué sectores es necesaria una acción comunitaria y poner en marcha las iniciativas pertinentes.

Entre las prioridades de este ámbito político figuran la **aplicación de la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos**¹², en particular el desarrollo de **normas** con arreglo a esta nueva Directiva, la puesta en marcha de iniciativas adecuadas en el campo de la **seguridad de los servicios** prestados a los consumidores y el tratamiento de **problemas de seguridad específicos** cuando se plantean. La preparación de la nueva legislación sobre **productos químicos** permitirá adoptar medidas apropiadas de reducción del riesgo y aumentar el nivel de seguridad de los consumidores.

3.1.2. Legislación sobre los intereses económicos de los consumidores

3.1.2.1. Prácticas comerciales

El Libro Verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea¹³ expone las opciones para una mayor armonización de las normas sobre prácticas comerciales, bien caso por caso, bien complementando este planteamiento con una legislación marco. También es preciso revisar y modificar las actuales Directivas comunitarias sobre la protección de los consumidores, para actualizarlas y adaptarlas progresivamente al paso de medidas de armonización mínima a medidas de «plena armonización». El Libro Verde y la Estrategia de la Comisión para los servicios¹⁴ indican claramente que la simple aplicación del reconocimiento mutuo, sin armonización, no parece la solución apropiada para estas cuestiones de protección de los consumidores. No obstante, si se logra un nivel de armonización suficiente, puede aplicarse el planteamiento del país de origen a las cuestiones restantes.

La Comisión presentará una comunicación relativa al seguimiento del **Libro Verde sobre la protección de los consumidores en 2002**, en la que aclarará sus intenciones a propósito de las iniciativas nuevas y existentes sobre prácticas comerciales y planificará nuevas consultas.

¹² Directiva 2001/95/CE del Parlamento y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos (DO L 11 de 15.1.2002, p. 4).

¹³ COM(2001) 531 final.

¹⁴ COM(2000) 888.

3.1.2.2. Revisión de la legislación comunitaria existente en materia de protección de los consumidores

Los informes de la Comisión¹⁵ sobre las Directivas relativas al régimen de tiempo compartido¹⁶ y a los viajes combinados¹⁷ ponen de manifiesto una serie de deficiencias, que se observan también en las quejas al Parlamento Europeo y la Comisión. Estas dos Directivas ofrecen una combinación de soluciones basadas en el Derecho contractual y normas sobre prácticas comerciales (por ejemplo, sobre técnicas de venta). La reforma de estas últimas podría completarse parcialmente con cualquier iniciativa consecutiva al Libro Verde sobre la Protección de los consumidores en la UE. Una de las prioridades fundamentales de la Comisión a propósito de estas Directivas sería proponer la plena armonización para minimizar las variaciones en las normas de protección de los consumidores en el conjunto de la UE, que fragmentan el mercado interior en detrimento de los consumidores y las empresas.

Por otra parte, la Comisión informará sobre la aplicación de las directivas existentes que lo requieran. Cuando proceda, los informes podrían ir acompañados de propuestas de enmiendas.

La Comisión examinará las Directivas existentes sobre **aprovechamiento por turno de bienes inmuebles, los viajes combinados y la indicación de los precios.**

3.1.2.3. Legislación sobre los contratos con los consumidores

En 2001, la Comisión adoptó una Comunicación sobre Derecho contractual europeo¹⁸ que puso en marcha un proceso de consulta sobre posibles problemas para el mercado interior y la aplicación uniforme del Derecho comunitario a consecuencia de las diferencias de las legislaciones contractuales nacionales. El Derecho contractual en materia de consumo es una parte importante del Derecho contractual de la CE. El Consejo ha pedido a la Comisión que comunique los resultados de la consulta, así como sus observaciones y recomendaciones, si procede, en la forma de un Libro Verde o un Libro Blanco para finales de 2002. El Parlamento Europeo ha pedido a la Comisión que elabore un plan de acción.

La continuación de la Comunicación responderá a las solicitudes del Consejo y del Parlamento Europeo. En ella, podría proponerse una combinación de medidas reguladoras y no reguladoras. Entre las medidas no reguladoras, podría proponerse la coordinación de las actividades de investigación. Estas actividades podrían conducir a la elaboración de un marco general de referencia que establezca principios y terminología comunes. Por otra parte, podría explicarse qué medidas se adoptarían para garantizar la coherencia del acervo actual y futuro, teniendo en cuenta el marco de referencia general. En este contexto, podría estudiarse una **revisión del Derecho contractual vigente en materia de consumo** para suprimir posibles incoherencias, colmar sus vacíos y simplificarlo. Dicha revisión incluiría la **armonización de los plazos de reflexión** de varias Directivas¹⁹.

¹⁵ SEC(1999) 1795 final y SEC(1999) 1800 final.

¹⁶ Directiva 94/47/CE del Parlamento Europeo y el Consejo (DO L 280/83 de 1994).

¹⁷ Directiva 90/314/CEE del Consejo, de 13 junio de 1990, relativa a los viajes combinados, las vacaciones combinadas y los circuitos combinados (DO L 158 de 23.6.1990).

¹⁸ COM(2001) 398 final.

¹⁹ Directiva 94/47/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de octubre de 1994, relativa a la protección de los adquirentes en lo relativo a determinados aspectos de los contratos de adquisición de un derecho de utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido (DO L 280 de 29.10.1994, p. 83), Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia (DO L 144 de 4.6.1997, p. 19), Directiva 85/577/CEE del Consejo, de 20 de diciembre de 1985, referente a la protección de los

3.1.3. Servicios financieros

El Plan de acción para los mercados financieros²⁰ establece un programa de iniciativas destinadas a completar el mercado interior de los servicios financieros al por menor. Ya se han adoptado numerosas medidas, como el Reglamento sobre pagos transfronterizos en euros²¹, que beneficiará considerablemente a los consumidores y contribuirá a potenciar el comercio transfronterizo al equiparar las comisiones bancarias de las transacciones transfronterizas y nacionales. No obstante, como se indica en el plan de acción, son necesarias otras medidas. Concretamente, se trata de acciones para facilitar la prestación de servicios financieros transfronterizos, proteger adecuadamente a los consumidores, independientemente del lugar de la UE en que se encuentren, y aumentar su confianza en las transacciones transfronterizas. La Comisión reforzará un planteamiento regulador en el ámbito de los servicios financieros basado en una consulta previa, amplia y sistemática de todas las partes interesadas, incluidos los consumidores y usuarios finales.

A tal fin, la Comisión propondrá, en particular, la revisión y actualización de la **Directiva sobre crédito al consumo**²².

La Comisión elaborará una **propuesta relativa a un marco jurídico global para los pagos en el mercado interior**. El dinero y los pagos están cambiando rápidamente: moneda de plástico, moneda electrónica. La introducción del euro está acelerando esos cambios. En un mercado interior que funciona correctamente es indispensable disponer de instrumentos y redes de pago seguros. Los legisladores deberán tener en cuenta los cambios que se producen en cuanto a precios, plazos y relaciones entre los que ponen a disposición esas nuevas formas de pago y sus usuarios. Asimismo, deberá revisarse la legislación existente.

Por lo que se refiere a los valores, la Comisión ha aprobado propuestas de directivas sobre el abuso del mercado²³ y el prospecto²⁴, que permiten un alto nivel de protección de los consumidores. La revisión de la Directiva relativa a los servicios de inversión permitirá la armonización de la aplicación de las normas de conducta de las empresas. La Comisión también tiene previsto elaborar una propuesta sobre las obligaciones de transparencia de las empresas que cotizan en bolsa. Estas propuestas beneficiarían a los consumidores puesto que crearían un mercado interior de los servicios financieros más justo y transparente.

3.1.4. Comercio electrónico

Los consumidores aún desconfían de la compra en línea, que representa menos del 2 % de la venta al por menor. En el contexto de del Plan de acción eEurope adoptado en 2000²⁵, la Comisión ha desarrollado un estrategia para promover la confianza de los consumidores en las compras en línea que consta de cuatro elementos: una alta calidad de los códigos de comercio

consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales (DO L 372 de 31.12.1985, p. 31).

²⁰ COM(1999) 232 final.

²¹ Reglamento (CE) n° 2560/2001 de 19 de diciembre de 2001 (DO L 344/13 de 28.12.2001).

²² Directiva 87/102/CEE del Consejo, de 22 de diciembre de 1986, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros en materia de crédito al consumo, modificada por la Directiva 90/88/CEE del Consejo de 22 de febrero de 1990; Directiva 98/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 16 de febrero de 1998 (DO L 42 de 12.2.1987, DO L 61 de 10.3.1990, DO L 101 de 1.4.1998).

²³ COM(2001) 281 final.

²⁴ COM(2001) 280 final.

²⁵ http://europa.eu.int/information_society/europe/action_plan/index_en.htm

electrónico; mecanismos de resolución alternativa de litigios (RAL) de calidad; normas claras y coherentes y una aplicación eficaz.

Si bien existen numerosos códigos, marcas de confianza y otros planes, la propia cantidad y variedad de los mismos hace que los consumidores tengan dificultades para determinar si pueden confiar en un sitio de Internet determinado. La iniciativa *e-confidence* se puso en marcha en mayo de 2000. Unía a numerosas partes interesadas, incluidos consumidores y representantes de empresas, en un intento de llegar a un acuerdo sobre requisitos comunes de buenas prácticas. En diciembre de 2001, éstas presentaron un amplio acuerdo a la Comisión en el que proponían los requisitos de una marca de confianza europea y una estructura para vigilar su aplicación en la práctica.

Sobre la base de este acuerdo, la Comisión tiene previsto aprobar una **recomendación sobre la confianza de los consumidores en el comercio electrónico** y trabajar con las partes interesadas para controlar la aplicación del acuerdo.

La existencia de redes seguras, la garantía de acceso y la protección de la privacidad son elementos vitales para incrementar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico. El Informe de evaluación comparativa de la acción eEurope 2002²⁶ resalta que los avances en la mejora de la protección contra los riesgos para la seguridad siguen siendo lentos a pesar de varias iniciativas de los sectores público y privado, como la adopción de la Directiva sobre la firma electrónica²⁷. En los dos últimos años, han aumentado las amenazas y los incidentes en el campo de la seguridad, por ejemplo los ataques de virus. En este contexto, el planteamiento sobre seguridad de eEurope ha evolucionado hacia un enfoque más global de la seguridad de las redes y de la información.

La Comisión y los Estados miembros adoptarán una serie de **medidas para mejorar la seguridad del comercio electrónico** que incluirán la sensibilización, el apoyo tecnológico, la regulación y la coordinación internacional²⁸.

3.1.5. *Servicios de interés general (SIG):*

Los servicios de interés general se definen en la Comunicación de la Comisión sobre «los servicios de interés general en Europa»²⁹ como aquéllos que las autoridades públicas clasifican como de interés general y sujetos a obligaciones específicas de servicio público. Abarcan sectores como el **transporte, la energía (electricidad, gas), las telecomunicaciones³⁰ y los servicios postales³¹**. La garantía de **acceso universal, alta calidad y asequibilidad** de estos servicios constituye la base de las necesidades de los consumidores, junto con otras obligaciones que deben acompañar el proceso de liberalización. El informe de la Comisión al Consejo Europeo de Laeken sobre el interés general de los

²⁶ Informe de evaluación comparativa de la acción eEurope, de 5 de febrero de 2002, COM(2002) 62 final.

²⁷ Directiva 1999/93/CE del Parlamento y del Consejo, de 13 diciembre 1999, relativa a la seguridad general de los productos (DO L 13 de 19/01/2000, p. 4), en vigor desde el 19.7.2001.

²⁸ Comunicación de la Comisión COM(2001) 298 final, de 6 junio 2001; Resolución 14378/01 del Consejo de 6 de diciembre de 2001.

²⁹ COM(2000) 580 de 20 septiembre 2000.

³⁰ Directiva 2002/22/CE del Parlamento y del Consejo, de 7 marzo 2002, relativa al servicio universal (DO L 108 de 24 abril 2002, p. 51).

³¹ No obstante, no todas las actividades de estos sectores están sujetas a obligaciones de servicio público y algunas siguen las condiciones normales del mercado, por ejemplo en los sectores del transporte y la energía, aunque algunas medidas de protección de los consumidores se aplican al conjunto de estos sectores.

servicios³² anunciaba la intención de la Comisión de presentar informes periódicos relativos al seguimiento del funcionamiento del mercado en este campo. El primero de estos informes ya se ha elaborado y ha identificado la **calidad** de los servicios como un gran objetivo para el futuro.

En la actualidad se deplora la escasez de indicadores suficientemente desarrollados para poder evaluar esos servicios. La Comisión tiene intención de elaborar una **comunicación en la que definirá una metodología para realizar evaluaciones horizontales de los servicios de interés general**. Esta metodología tendrá especialmente en cuenta las opiniones de los consumidores sobre el funcionamiento de estos servicios.

3.1.5.1. SIG - Transporte

En ámbito del **transporte**, algunos servicios han dado lugar a un alto nivel de insatisfacción de los consumidores, tal como se pone de manifiesto en la encuesta Eurobarómetro³³ y en encuestas cualitativas a determinados grupos. Se está avanzando considerablemente en el ámbito de los derechos de los pasajeros en el transporte aéreo. No obstante, este progreso debe extenderse a otros modos de transporte.

El Libro Blanco de la Comisión «La política Europea de transportes de cara al 2010: la hora de la verdad»³⁴ anuncia la intención de la Comisión de **ampliar, a ser posible para 2004, las medidas de protección de los consumidores del transporte aéreo a otros modos de transporte**, en particular el transporte ferroviario y marítimo y, en la medida de lo posible, el transporte urbano.

3.1.5.2. SIG - Energía

En el sector de la **energía**, la Comisión ha hecho propuestas³⁵ para incrementar la competencia en los mercados de la **electricidad** y el **gas**. En estas propuestas se incluye la posibilidad para todos los consumidores de elegir su suministrador para el 1 de enero de 2005.

Las propuestas contienen una detallada serie de **derechos básicos de los consumidores** que en el caso de la electricidad incluyen el derecho al servicio universal. También establecen condiciones mínimas para los contratos, la transparencia de la información sobre los precios y las tarifas aplicables, medidas para proteger a los clientes vulnerables y la puesta a disposición de mecanismos de tramitación de las reclamaciones y de resolución de litigios baratos y transparentes.

La Comisión seguirá controlando la aplicación de las normas relativas al mercado interior de la electricidad y el gas, en particular por lo que respecta a su efecto sobre los consumidores, y continuará promoviendo la investigación sobre una amplia serie de opciones energéticas para el futuro.

³² COM(2001) 598 de 17 de octubre de 2001.

³³ Eurobarómetro sobre los SIG, septiembre de 2000, disponible en: http://europa.eu.int/comm/dgs/health_consumer/library/surveys/facts_euro53_en.pdf

³⁴ COM(2001) 370 final de 12 septiembre 2001.

³⁵ Propuesta de directiva por la que se modifican las Directivas 96/92/CE y 98/30/CE sobre normas comunes para los mercados interiores de la electricidad y del gas – Comunicación de la Comisión COM(2001) 125 de 13 de marzo de 2001.

3.1.6. Aspectos relativos al comercio internacional, la normalización y el etiquetado

El comercio mundial se rige por los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio. Al margen de la propia liberalización comercial, varios aspectos de estos acuerdos tienen interés para los consumidores.

En noviembre de 2001, en Doha, se inició una nueva ronda de negociaciones comerciales de la OMC que, entre otras cosas, busca una mayor liberalización comercial y la elaboración de nuevas normas. Muchos aspectos de esas negociaciones de la OMC tienen interés para los consumidores, como por ejemplo, las negociaciones sobre los servicios, incluidos los financieros, el etiquetado, la seguridad de los productos y las prácticas abusivas en el contexto del acuerdo sobre los OTC³⁶, el uso del principio de cautela y los aspectos relativos a la propiedad intelectual.

Además de los acuerdos de la OMC, la CE ha negociado o está negociando acuerdos comerciales con varios países y regiones, que también afectan a los intereses de los consumidores.

Las normas internacionales, en particular las establecidas por ISO³⁷, ocupan un lugar importante en el acuerdo sobre los OTC y pueden influir en la seguridad y los intereses de los consumidores europeos. De ahí la importancia de la transparencia y la representación adecuada de los intereses de los consumidores en el proceso de normalización internacional.

Los sistemas privados, como los códigos de conducta, las directrices y el etiquetado privado y voluntario, destinado a informar a los consumidores sobre el origen, la producción y el posible impacto del producto en cuestión, pueden completar las medidas públicas para favorecer un desarrollo sostenible.

La Comisión **promoverá y protegerá los intereses de los consumidores** en la OMC, así como en el marco de relaciones comerciales bilaterales y en otros foros. A tal fin, mantendrá un diálogo con las organizaciones de consumidores. Promoverá también la participación de los consumidores en el proceso de normalización internacional.

3.2. Objetivo 2 a medio plazo: Aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores

El segundo objetivo de esta estrategia es lograr una cooperación eficaz en la aplicación de las normas sobre protección de los consumidores. En la actualidad, obstáculos tanto jurídicos como prácticos se oponen a esta cooperación. Debemos superarlos si queremos conseguir una aplicación eficaz en la práctica de los principios de protección de los consumidores. Aunque la UE tiene una función coordinadora, dicha aplicación sigue siendo básicamente una competencia nacional, regional o local. Deberían estudiarse acciones en los ámbitos siguientes para lograr este objetivo a medio plazo.

3.2.1. Cooperación en la aplicación de las normas entre los Estados miembros

La cooperación entre las autoridades públicas responsables de la aplicación de las normas sobre prácticas comerciales y la seguridad de los productos es fundamental para el funcionamiento del mercado interior. La posibilidad de que comerciantes deshonestos puedan actuar libremente a través de las fronteras tendría un efecto negativo en la confianza de los

³⁶ Acuerdo de la OMC sobre los obstáculos técnicos al comercio.

³⁷ *International Standards Organisation* (Organización internacional de normalización).

consumidores y las empresas. El Libro verde sobre la protección de los consumidores en la Unión Europea³⁸ expone los argumentos a favor de un instrumento jurídico, similar al que existe en otras políticas comunitarias, para formalizar esta cooperación. Este instrumento jurídico también podría servir de base para acuerdos de cooperación con terceros países. Las ideas contenidas en el Libro Verde a este respecto fueron objeto de un consenso muy amplio.

En la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos ya se prevén estructuras reforzadas, como la Red sobre la seguridad de los productos de consumo, para poner en práctica la cooperación sobre la seguridad de los productos.

La Comisión tiene previsto proponer un **marco legislativo sobre cooperación en materia de aplicación** de las normas sobre protección de los consumidores por parte de los Estados miembros, que incluirá la creación de un comité de representantes de órganos de aplicación nacionales.

Instrumentos *ad hoc* o informales vigentes, como la Red internacional de supervisión de las prácticas comerciales (IMSN) o la Base de datos sobre cláusulas contractuales abusivas (CLAB), han sido precursores de esta forma de cooperación y seguirán siendo importantes.

3.2.1.1. La Red internacional de supervisión de las prácticas comerciales (IMSN)

La IMSN es una organización integrada por las autoridades responsables de la aplicación de las normas de 29 países. En principio, estas autoridades son miembros de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). El mandato de esta red es compartir información sobre las actividades comerciales transfronterizas que pueden afectar a los intereses de los consumidores y fomentar la cooperación internacional entre los organismos responsables de la aplicación de las normas. La Comisión Europea participa como observador en las conferencias bianuales de la IMSN. La división europea de la Red internacional de supervisión de las prácticas comerciales (IMSN Europa) integra autoridades gubernamentales que participan en la aplicación de normas sobre prácticas comerciales justas y otras actividades de protección de los consumidores de los países del Espacio Económico Europeo.

Para garantizar un intercambio de información permanente y sistemático entre los países participantes en IMSN Europa, la Comisión tienen previsto desarrollar su actual **sitio web** con fines informativos, así como la **base de datos**, que recoge información sobre la aplicación de las normas.

3.2.1.2. La base de datos CLAB³⁹ sobre «cláusulas contractuales abusivas»

La Directiva sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores⁴⁰ fue adoptada para eliminar estas cláusulas en los contratos entre un profesional y un consumidor. La Comisión creó la base de datos CLAB para disponer de un instrumento de control de la aplicación práctica de la Directiva en la forma de una base de datos de la «jurisprudencia nacional» sobre cláusulas abusivas. La «jurisprudencia», a efectos de la base de datos CLAB, abarca no sólo las sentencias judiciales sino también las decisiones de órganos administrativos, los acuerdos voluntarios, las resoluciones extrajudiciales y los laudos arbitrales.

³⁸ COM(2001) 531 final.

³⁹ CLAB hace referencia a los términos franceses «clauses abusives», esto es, cláusulas contractuales abusivas.

⁴⁰ Directiva 93/13/CEE (DO L 95 de 21.4.1993).

La Comisión tiene previsto **completar y mejorar la base de datos CLAB** en los próximos años.

3.2.2. Información sobre la seguridad de los bienes y servicios

Los sistemas vigentes en la UE destinados a garantizar un alto nivel de protección de la salud y la seguridad de los consumidores deberían controlarse muy de cerca para detectar posibles deficiencias, determinar las prioridades para reforzar o completar las normas de seguridad aplicables, intervenir rápidamente en los casos de emergencia y ayudar a los responsables políticos a definir nuevas orientaciones políticas. Ello supone, en particular, recoger y evaluar información relativa a los productos de consumo peligrosos, los riesgos que entrañan algunos servicios y los accidentes relacionados con los productos y servicios de consumo.

Es también importante recoger e intercambiar esa información a nivel comunitario para contribuir a garantizar una aplicación coherente de las disposiciones comunitarias sobre la seguridad de los productos y los servicios.

Convendría seguir desarrollando el «**sistema de alerta rápida**» (RAPEX) y los programas de recogida e intercambio de datos sobre las lesiones relacionadas con productos. **El sistema RAPEX se reforzará** en el marco de la aplicación de la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos⁴¹. En el marco de la iniciativa sobre la seguridad de los servicios puede estudiarse la **elaboración de un plan para recoger, evaluar e intercambiar información sobre la seguridad de los servicios** y los accidentes en determinados sectores de servicios. Por otra parte, el actual plan de recogida y evaluación de información sobre lesiones relacionadas con los productos del Programa de prevención de lesiones⁴² seguirá desarrollándose en el marco del nuevo Programa sanitario y, si es preciso, se reforzará con iniciativas específicas apropiadas.

La ampliación añadirá la dificultad de integrar mecanismos de aplicación menos sólidos en el sistema comunitario. Para facilitar esta integración, la Comisión está ayudando a los países candidatos en la difícil tarea de **organizar progresivamente las estructuras administrativas y las autoridades responsables de la aplicación de las normas**, para aplicar y controlar el *acervo* sobre protección de los consumidores.

Los países candidatos intervendrán en la aplicación de la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos, en particular a través de su **participación en el «sistema de alerta rápida» reforzado** (RAPEX).

3.2.3. Vías de recurso

Para que los consumidores tengan suficiente confianza en las compras realizadas fuera de sus Estados miembros de origen y pueden beneficiarse del mercado interior, deben tener la seguridad de que si surge algún problema dispondrán de vías de recurso eficaces. Debe mejorarse y facilitarse el acceso de los consumidores a la justicia, esto es, a los tribunales y los mecanismos extrajudiciales de resolución de litigios transfronterizos.

⁴¹ Directiva 2001/95/CE del Parlamento y del Consejo, de 3 de diciembre de 2001, relativa a la seguridad general de los productos (DO L 11 de 15.1.2002, p. 4).

⁴² http://europa.eu.int/comm/health/ph/programmes/injury/index_en.htm

3.2.3.1. Resolución alternativa de litigios

Cuando surgen litigios transfronterizos, recurrir a las vías de recurso tradicionales no siempre resulta práctico ni rentable, tanto para los consumidores como para las empresas. La Comisión ha puesto en marcha diversas iniciativas para promover medios de resolución de los litigios transfronterizos sencillos, baratos y eficaces, como la resolución alternativa de litigios (RAL)⁴³.

Para coordinar los procedimientos de resolución extrajudicial en toda Europa, en octubre de 2001 se puso en marcha la Red extrajudicial europea (Red EJE). La Red EJE ofrece una estructura de comunicación y apoyo integrada por puntos de contacto nacionales (o «cámaras de compensación») creados por cada uno de los Estados miembros. La cámara de compensación ayudará al consumidor con información y apoyo para la presentación de una reclamación ante un sistema de resolución extrajudicial de litigios adecuado. La Red EJE se completa con la Red FIN, la red extrajudicial de ámbito europeo creada en febrero de 2001 para tratar las reclamaciones transfronterizas relacionadas con los servicios financieros.

La Comisión desarrollará la **Red EJE** en colaboración con los Estados miembros. Promoverá una serie de garantías mínimas sobre las **resoluciones alternativas de litigios (RAL)** fomentando la aplicación de los principios enunciados en las Recomendaciones de la Comisión de 1998 y 2001. La Comisión seguirá desarrollando y mejorando la Red FIN y promoverá el desarrollo de **sistemas de RAL, en particular en línea, para el conjunto de la UE**. La Comisión también ha adoptado un Libro Verde sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos⁴⁴ para tomar en consideración la situación actual y establecer futuras prioridades, y propondrá una comunicación sobre la resolución de litigios en línea.

3.2.3.2. Centros europeos del consumidor (Euroventanillas)

La Red de centros europeos del consumidor (Red CEC) actúa como intermediario entre la Comisión y los consumidores europeos para apoyar un mejor uso del mercado interior y suministrar información a la Comisión sobre los problemas que se plantean en el mercado. Los centros europeos del consumidor facilitan información sobre la legislación y la jurisprudencia tanto a nivel europeo como de los Estados miembros. Dichos centros facilitan también ayuda y asesoramiento sobre mediación, información sobre los procedimientos, ayuda jurídica inicial y orientación hacia otras autoridades. También cooperan estrechamente con su propia red y con otras redes europeas, como la Red EJE y la Red FIN. La Comisión desea que exista un centro europeo del consumidor en cada Estado miembro y, lo antes posible, en cada país candidato.

La Comisión seguirá **desarrollando la Red CEC** en los Estados miembros de la UE y los países candidatos. Para ayudar a la Comisión a determinar de manera más precisa las necesidades de los consumidores, los centros europeos del consumidor participarán en la iniciativa de la Comisión **«Elaboración interactiva de políticas»**, que constituye un nuevo mecanismo de recogida de información útil sobre el mercado.

⁴³ La Comisión ha adoptado una Recomendación relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo (98/257/CE, DO L 115 de 17.4.1998, p. 31) y una Recomendación relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo (2001/310/CE, DO L 109 de 19.4.2001, p. 56).

⁴⁴ COM(2002) 196 final.

3.2.3.3. Cooperación judicial en asuntos civiles

El principal objetivo de la cooperación en materia de Derecho civil es conseguir una mejor colaboración entre los Estados miembros para fomentar la libre circulación de ciudadanos. El Consejo Europeo de Tampere (15 y 16 de octubre de 1999) elaboró un mapa sobre la aplicación eficaz, entre otras cosas, de las disposiciones de cooperación en el ámbito civil introducidas por el Tratado de Amsterdam. Las tres prioridades en este ámbito son un mejor acceso a la justicia, el reconocimiento mutuo de las decisiones judiciales y una mayor convergencia en el ámbito del Derecho procesal.

La Comisión perseguirá los objetivos fijados para lograr una **aplicación eficaz de las disposiciones de cooperación en el ámbito civil introducidas por el Tratado de Amsterdam y desarrolladas en las conclusiones del Consejo Europeo de Tampere**. Seguirá actualizando periódicamente un «cuadro de progresión» para controlar los avances realizados en la adopción y aplicación de una serie de medidas necesarias para cumplir esos objetivos.

Un Reglamento comunitario relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil⁴⁵, que entró en vigor el 1 de marzo de 2002, establece una serie de normas que interesan directamente a los consumidores. Se están elaborando también nuevas normas relativas al Derecho aplicable a las obligaciones contractuales y no contractuales⁴⁶.

La Comisión tendrá en cuenta los intereses de los consumidores **en el proceso de elaboración de normas comunitarias sobre Derecho internacional privado**.

3.2.4. Apoyo a las asociaciones de consumidores

Las asociaciones de consumidores pueden aportar una gran contribución a la correcta aplicación de las medidas políticas en materia de consumo, tanto por el uso que hagan de las acciones de cesación como por su función de vigilancia general del mercado. Están en disposiciones de identificar los productos y servicios de consumo que, por ejemplo, no son seguros o cuya calidad es inaceptable. En este sentido, complementan las funciones de aplicación y vigilancia del mercado de las autoridades públicas. Su trabajo requiere importantes recursos y a menudo importantes conocimientos.

Muchas de las acciones previstas en apoyo del Objetivo 3, como el programa de formación para profesionales de las asociaciones de consumidores o la plataforma de educación en línea, permitirán reforzar la capacidad de las asociaciones de consumidores, y de los propios consumidores, de contribuir a la vigilancia del mercado. Por otra parte, la Comisión pondrá en marcha algunas iniciativas específicas sobre la seguridad general de los productos.

En 2003, la Comisión organizará un **curso de formación especial para asociaciones de consumidores sobre la vigilancia del mercado** en el contexto de la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos. También explorará la posibilidad de poner en marcha nuevas iniciativas coordinadas con los Estados miembros cuando entre en vigor la Directiva.

⁴⁵ Reglamento (CE) n° 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil (DO L 12 de 16.1.2001, p. 1).

⁴⁶ Revisión de la Convención de Roma de 1980 sobre el Derecho aplicable a las obligaciones contractuales («ROMA I») y creación de un instrumento complementario para dirimir los conflictos entre normas relativas a los aspectos no contractuales de las transacciones comerciales («ROMA II»).

3.3. Objetivo 3 a medio plazo: Participación adecuada de las organizaciones de consumidores en las políticas comunitarias

Para que las políticas de protección de los consumidores sean eficaces, los propios consumidores deben poder participar en el desarrollo de las políticas que les afectan. Este aspecto desborda el alcance inmediato de la política de los consumidores y constituye un elemento fundamental para lograr la integración de los requisitos de protección de los consumidores en todas las políticas de la UE. Por ejemplo, aumenta constantemente la variedad de los servicios públicos y de otros servicios de interés general prestados a través de algún tipo de estructura del mercado. En esos sectores deberían tomarse en consideración los intereses de los consumidores. La participación de las organizaciones de consumidores es también una «prueba real» muy útil de las medidas propuestas. Deberían desarrollarse acciones específicas en los ámbitos siguientes:

3.3.1. *Revisión de los mecanismos de participación de las organizaciones de consumidores en la elaboración de políticas comunitarias*

3.3.1.1. Requisitos de consulta

Para lograr una legislación comunitaria más eficaz y transparente, en el Libro Blanco sobre la gobernanza europea⁴⁷ se propone que el procedimiento de consulta en su conjunto se desarrolle según normas acordadas en común. En el Libro Blanco se reconoce también el impacto que este procedimiento tendrá en los recursos de la sociedad civil, aspecto que deberán tener en cuenta en el futuro todas las administraciones públicas afectadas.

Las organizaciones de consumidores disponen de un foro, el Comité de los consumidores, a través del cual contribuyen a la propia política de los consumidores. El Comité de los consumidores es un órgano consultivo integrado por representantes de los consumidores de todos los Estados miembros y de organizaciones de ámbito europeo. El reto actual de las organizaciones de consumidores es tener la posibilidad y capacidad de aportar su contribución a iniciativas comunitarias más amplias, que puedan incidir en los consumidores, en todas las fases del proceso de decisión de la UE.

En breve se presentará a la Comisión una Comunicación sobre **requisitos mínimos** de los procedimientos de consulta de la Comisión.

3.3.1.2. Participación en organismos consultivos y grupos de trabajo

La participación de los consumidores en organismos consultivos y grupos de trabajo contribuirá también a la integración de sus preocupaciones en todas las políticas de la UE. La mayoría de estos organismos pertenecen al sector agrícola. También se han creado nuevos órganos consultivos en sectores como el del transporte, la energía, las telecomunicaciones o la pesca. La representación de los consumidores en estos organismos ha ido aumentando aleatoriamente a lo largo de los años y no corresponde a un planteamiento general coordinado.

La Comisión trabaja por una mayor transparencia de las actividades de los **diferentes organismos consultivos**. En este contexto, estudiará si las organizaciones de consumidores están adecuadamente representadas en el conjunto de políticas que les afectan.

⁴⁷ COM(2001) 428 final.

3.3.1.3. Trabajo de normalización

Las normas voluntarias, establecidas por organismos europeos de normalización, desempeñan una función importante en la aplicación concreta de numerosas medidas comunitarias relacionadas con la protección de los consumidores. La transparencia del proceso de normalización y la participación plena y eficaz de todas las partes interesadas, incluidos los consumidores, da mayor legitimidad al uso de normas para lograr objetivos políticos públicos. La participación de los consumidores en la normalización europea es aún insuficiente y no es comparable con la posición dominante de los productores y de otros sectores económicos.

La Comisión estudiará cómo lograr **una mayor participación de los consumidores** en el trabajo de los organismos de normalización. La normalización europea incluye actividades a nivel comunitario y en los comités nacionales de normalización. Por ello, la Comisión y los Estados miembros deberían cooperar para lograr una buena coordinación de las actividades realizadas a nivel comunitario y una participación adecuada de los representantes de los consumidores a nivel nacional.

3.3.1.4. Participación de los consumidores en la labor de otras instituciones de la UE

La participación adecuada de las organizaciones de consumidores en las políticas de la UE es un aspecto que incumbe a todas las instituciones de la UE. En el Parlamento y el Consejo ya se consulta a las organizaciones de consumidores europeas y nacionales. El Tratado de Niza añade específicamente los «consumidores» a la lista de representantes de la sociedad civil en el Comité Económico y Social⁴⁸. No obstante, la participación de los consumidores podría ser más sistemática.

La Comisión **insta a otras instituciones de la UE** a estudiar cómo mejorar la participación de los consumidores en la elaboración de las políticas.

3.3.2. Información y educación de los consumidores

El principio de subsidiariedad implica que buena parte de la responsabilidad en materia de información y educación de los consumidores recae sobre las autoridades nacionales, regionales y locales.

3.3.2.1. Información

La creciente aspiración de los ciudadanos a acceder plenamente y con facilidad a la información sobre asuntos europeos requiere una política informativa moderna, eficaz y fiable, que integre los últimos avances en materia de investigación y conocimientos. Constituye un reto permanente para la Comisión y otras instituciones de la UE, que asumen el compromiso de una política de apertura y responsabilidad. Es especialmente importante para los consumidores, puesto que las políticas y actividades comunitarias de protección de sus intereses tienen un impacto directo en sus vidas. En los últimos años, la Comisión ha desarrollado diversos instrumentos de información destinados al público en general, a los consumidores o a grupos específicos. Entre ellos figuran su sitio web, el boletín *Consumer Voice* y diversas campañas informativas. La Red de centros europeos del consumidor (Euroventanillas) desempeña un importante papel informando directamente a los consumidores sobre las iniciativas de la UE.

⁴⁸ Artículo 257 del TCE.

La Comisión seguirá trabajando para mejorar su **política de información** a los consumidores. Entre las futuras acciones se llevarán a cabo campañas de prevención del tabaquismo para los jóvenes.

3.3.2.2. Educación

En los últimos años, especialmente en el contexto del mercado único, es cada vez más evidente la necesidad de potenciar la educación de los consumidores para que puedan comprar en confianza con pleno conocimiento de sus derechos. Las medidas a nivel comunitario deberían abordar problemas específicos relacionados con las transacciones transfronterizas, la dimensión europea de los derechos de los consumidores y el intercambio de experiencia y buenas prácticas entre Estados miembros. La ampliación hace aún más necesarias este tipo de medidas.

La Comisión desarrollará **instrumentos de educación interactiva en línea** que puedan ser utilizados por las asociaciones de consumidores para perfeccionar la formación de su propio personal en aspectos específicos de las transacciones transfronterizas, por ejemplo los servicios financieros, y de los derechos de los consumidores de la UE en el mercado interior. A tal fin, la Comisión aprovechará plenamente las mejores prácticas desarrolladas por los Estados miembros y las organizaciones de consumidores.

3.3.3. *Apoyo a las organizaciones de consumidores y desarrollo de su capacidad*

3.3.3.1. Programa de formación para miembros del personal de organizaciones de consumidores

Las organizaciones de consumidores varían sustancialmente en el conjunto de la UE, en términos de fortaleza, estructura y capacidad. La Comisión concentrará sus esfuerzos en el desarrollo de su capacidad (gestión, *lobbying*, Derecho de los consumidores) y animará a los Estados miembros a seguir el mismo camino.

Se ha puesto en marcha un ambicioso programa de formación de los profesionales del sector del consumo que se desarrollará en los próximos años. En principio este programa ayudará a los profesionales de las organizaciones de consumidores a contribuir eficazmente a la elaboración de políticas de la UE en los principales ámbitos de interés para los consumidores. Este esfuerzo se combinará con medidas, ya en curso, de apoyo a las organizaciones de consumidores.

3.3.3.2. Revisión del instrumento jurídico por el que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores

A nivel comunitario, la Decisión del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores⁴⁹ establece la base financiera legal para poner en marcha iniciativas destinadas a apoyar y reforzar las organizaciones de consumidores. Esta Decisión expirará a finales de 2003. El nuevo marco general reflejará y apoyará los objetivos destacados en esta estrategia.

La Comisión tiene previsto aprobar una **propuesta relativa al establecimiento de un nuevo marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores** en 2002.

⁴⁹ Decisión nº 283/1999/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de enero de 1999, por la que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores (DO L 34/1 de 9.2.1999).

Esta propuesta permitirá también a los países candidatos participar en estas actividades, de conformidad con las normas generales de participación de los países candidatos en los programas comunitarios.

4. CONCLUSIONES

La política de los consumidores de la UE se encuentra en un momento decisivo. En los próximos años, el mercado interior y el euro deberían ofrecer ventajas tangibles a los consumidores. Éstos deberían apreciar también los resultados concretos de la integración de sus intereses en todas las políticas de la UE. En una Unión Europea ampliada de 470 millones de ciudadanos, todos los consumidores deberían beneficiarse del mismo nivel de protección.

En su estrategia en materia de política de los consumidores para los próximos cinco años la Comisión ofrecerá orientación permanente. Los objetivos se refuerzan mutuamente y se realizarán por medio de un programa renovable a corto plazo que se revisará periódicamente. En cada revisión se evaluarán las acciones realizadas a la luz de nuevos datos y de indicadores de evolución para ajustar las acciones en curso, según proceda, y determinar otras nuevas.

En esta Comunicación se invita al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social, al Comité de las Regiones y a todas las partes interesadas a apoyar el planteamiento global y los tres objetivos en particular. La Comisión les pide también que impulsen la adopción de las medidas propuestas y apoyen su aplicación.

Anexo

PROGRAMA RENOVABLE SOBRE LA POLÍTICA DE LOS CONSUMIDORES (2002-2006)

LISTA INDICATIVA DE ACCIONES

OBJETIVO 1: UN ALTO NIVEL COMÚN DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Acción	Descripción	Calendario
Seguridad de los bienes y servicios de consumo		
Comunicación de la Comisión sobre la seguridad de los servicios	Determinar las necesidades, posibilidades y prioridades de la acción comunitaria en materia de seguridad de los servicios y preparar un informe al respecto.	4º trimestre de 2002
Propuestas de la Comisión sobre la seguridad de los servicios	Finalizar las propuestas de acción comunitaria pertinentes en materia de seguridad de los servicios.	4º trimestre de 2003
Directrices para garantizar una buena coordinación entre la Directiva sobre la seguridad general de los productos (DSGP) y legislación comunitaria vertical sobre la seguridad de los productos	Finalizar un documento de orientación sobre las relaciones entre la DSGP y la legislación comunitaria vertical en materia de seguridad de los productos.	2º trimestre de 2003
Directrices sobre la notificación por parte de los productores y distribuidores de productos peligrosos	Preparar una guía sobre los contenidos, los criterios y los formularios de notificación de productos peligrosos que, de acuerdo con la DSGP, los productores y distribuidores deben presentar a las autoridades competentes.	2º trimestre de 2003
Decisión de iniciar la evaluación de algunas normas de seguridad de los productos	Determinar las prioridades de publicación de normas de seguridad con arreglo a la nueva DSGP.	4º trimestre de 2002
Decisión de publicar la referencia de algunas normas de seguridad de los productos y emitir nuevos mandatos de normalización	Publicar las referencias de algunas normas de seguridad vigentes y emitir mandatos de normalización de acuerdo con la nueva DSGP.	4º trimestre de 2003
Taller sobre las sustancias químicas en los	Determinar los problemas de seguridad y posibles preguntas para	2º trimestre de 2002

productos o artículos	los comités científicos a propósito de la liberación de sustancias químicas de productos o artículos.	
Revisión de la Directiva sobre juguetes	Finalizar una propuesta relativa a la revisión de la Directiva sobre juguetes.	2003
Revisión de la Directiva «baja tensión»	Finalizar una propuesta relativa a la revisión de la Directiva «baja tensión» para regular la seguridad de los productos eléctricos.	2003
Revisión de la Directiva sobre productos cosméticos	Finalizar una propuesta relativa a la revisión de la Directiva sobre la seguridad de los productos cosméticos.	2003
Propuesta revisada de Directiva sobre los ftalatos en los juguetes	Garantizar una prevención permanente de los riesgos para la salud de los niños por la presencia de ftalatos en los juguetes.	2002
Propuesta de Recomendación revisada del Consejo sobre la seguridad de los hoteles contra los riesgos de incendio	Finalizar una propuesta para actualizar y reforzar la Recomendación del Consejo sobre la seguridad de los hoteles contra los riesgos de incendio.	3º trimestre de 2003
Legislación sobre los intereses económicos de los consumidores		
<i>Prácticas comerciales</i>		
Propuestas consecutivas al Libro Verde de la Comisión sobre la protección de los consumidores en la UE	Comunicación consecutiva al Libro Verde y acciones conexas. Proseguir la investigación relativa a las actitudes de los consumidores y las empresas respecto al mercado interior.	2º trimestre de 2002
<i>Revisión del acervo vigente</i>		
Modificación de la Directiva relativa al régimen de aprovechamiento por turno de bienes inmuebles	Presentar propuestas de modificación de la Directiva relativa al régimen de tiempo compartido para actualizarla y proteger a los consumidores ante los cambios en el mercado de la utilización de inmuebles en régimen de tiempo compartido desde la adopción de la	2003

	Directiva.	
Modificación de la Directiva sobre viajes combinados	Presentar una propuesta de modificación de la Directiva sobre viajes combinados para actualizarla y mejorar la protección de los consumidores en este campo.	2003-2004
Elaboración de un informe relativo a la Directiva sobre indicación de los precios	Elaborar un informe acerca de la aplicación de la Directiva sobre indicación de los precios (98/6/CE), acompañado de una propuesta, como exige la Directiva.	1º trimestre de 2003
Elaboración de un informe acerca de la Directiva sobre las acciones de cesación	Elaborar un informe sobre la Directiva relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores (98/27/CE) y proponer las revisiones que se consideren oportunas.	3º trimestre de 2003
Elaboración de un informe acerca de la Directiva sobre la venta a distancia	Elaborar un informe acerca de la Directiva relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia (97/7/CE) y proponer las revisiones que se consideren oportunas.	2º trimestre de 2001
Elaboración de un informe relativo a la Directiva sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo.	- Elaborar un informe relativo a la Directiva sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo (99/44/CE); en particular, por lo que respecta al uso que hacen los Estados miembros de la obligación del consumidor de señalar la falta de conformidad en un plazo de tiempo determinado.- Elaborar un informe acerca de la aplicación de esta Directiva, examinando en particular los argumentos favorables a una introducción de la responsabilidad directa del productor, acompañado, si procede, de una propuesta.	1º trimestre de 2003 (exigencia de notificación) 3º trimestre de 2006

Legislación sobre los contratos con los consumidores		
Acciones consecutivas a la Comunicación sobre Derecho contractual europeo	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los ámbitos en los que las diferencias entre los Estados miembros en materia de Derecho contractual pueden entorpecer el buen funcionamiento del mercado interior y la aplicación uniforme de la legislación comunitaria. - Describir más detalladamente la opción, u opciones, en el ámbito del Derecho contractual seleccionado después de la consulta. En este contexto, se seguirá el trabajo de mejora de la legislación comunitaria vigente. - Desarrollar un plan de acción para la aplicación cronológica de las conclusiones políticas de la Comisión. - Proponer actividades de coordinación e investigación. Estas actividades podrían conducir a la elaboración de un marco general de referencia que establezca principios y terminología comunes. 	4º trimestre de 2002
Revisión del Derecho contractual vigente	Revisar el Derecho contractual vigente para detectar incoherencias y vacíos, con vistas a simplificar y completar el acervo del Derecho contractual en materia de consumo.	2004- 2006
Servicios financieros		
Aplicación de las medidas establecidas en el Plan de acción sobre servicios financieros y el plan de trabajo	Muchas de las propuestas legislativas incluyen, o incluirán, la protección de los consumidores. Ello exige una amplia consulta de las partes interesadas, incluidos los consumidores.	2002-2006
Los pagos de poco valor y el plan de acción para la prevención del fraude en los medios	Trabajar, en particular, sobre aspectos relativos a la seguridad de los pagos de poco valor y la difusión de nuevos métodos de pago. Los	2002-2006

de pago distintos del efectivo	aspectos jurídicos y técnicos de la seguridad se abordan en el Plan de acción para la prevención del fraude en los medios de pago diferentes del efectivo y en la revisión de algunos actos legislativos vigentes. El objetivo es crear una línea de teléfono única en la UE para anular las tarjetas (en caso de pérdida o robo). Se propone también incluir varios proyectos de educación y sensibilización de los consumidores.	
Sustitución de la Directiva sobre crédito al consumo (87/102), y sus dos modificaciones, por una nueva directiva netamente actualizada	Modificar la Directiva vigente para ampliar su ámbito de aplicación de forma que cubra todas las formas de crédito al consumo y todos los proveedores de crédito al consumo; lograr un mejor equilibrio entre los derechos y las obligaciones de los consumidores y los proveedores de crédito, y aumentar el grado de armonización.	2º trimestre de 2002
Propuesta de un marco legislativo global para los pagos en el mercado interior (que incluya disposiciones sobre los reembolsos)	Transformar la Recomendación 97/489/CE sobre los instrumentos electrónicos de pago en legislación vinculante; actualizar la Directiva 97/5/CE sobre pagos transfronterizos para añadir nuevos aspectos jurídicos relativos a los pagos de poco valor en el mercado interior.	2º trimestre de 2002
Creación de un foro de usuarios de los servicios financieros (FINUSE).	Obtener una contribución de los consumidores y otros usuarios de los servicios financieros a las iniciativas de la UE.	4º trimestre de 2002
Comercio electrónico		
Recomendación de la Comisión sobre la confianza de los consumidores en el comercio electrónico	Contribuir a la introducción de directrices comunitarias sobre buenas prácticas del comercio en línea y contribuir a fomentar la confianza de los consumidores en el comercio electrónico transfronterizo mediante una recomendación que establezca principios de buenas prácticas del comercio en línea y su aplicación efectiva.	2º trimestre de 2002
Medidas para mejorar la seguridad del	Adoptar una serie de medidas relativas a la sensibilización, el apoyo	2002

comercio electrónico	tecnológico, la reglamentación y la coordinación internacional.	
----------------------	---	--

Servicios de interés general (SIG)		
Fomento de la participación de los representantes de los consumidores en la elaboración de políticas relativas a los SIG y la evaluación y seguimiento de dichos servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar mecanismos comunitarios para favorecer la participación de los representantes de los consumidores en el desarrollo de políticas sobre los SIG y garantizar su participación en el seguimiento y la evaluación de los servicios a resultados ofrecidos a los consumidores. - Promover, en cooperación con los Estados miembros y los grupos de consumidores, la creación de organismos que defiendan los intereses de los consumidores en los diferentes SIG. 	2002-2006
Mejora de los informes sectoriales y mayor énfasis en los consumidores	Trabajar en cooperación con las DG y los grupos de consumidores sectoriales para resaltar los problemas de los consumidores en los informes sectoriales.	2002-2006
Comunicación sobre una metodología para realizar evaluaciones horizontales e Informe anual de la Comisión sobre evaluación horizontal	Elaborar una metodología coherente y sistemática de evaluación del funcionamiento de los sectores de los SIG, que incluya una evaluación de la calidad de los servicios y de la satisfacción de los consumidores, y elaborar un informe anual al respecto.	2002-2006
Elaboración de un sistema de evaluación comparativa para determinadas áreas de los servicios de interés general	Trabajar con los Estados miembros y otras autoridades públicas en la elaboración de un sistema de evaluación comparativa para determinadas áreas de los SIG que no estén cubiertas por los informes sectoriales o la evaluación periódica horizontal.	2002-2006
Seguimiento de la satisfacción de los consumidores respecto a los servicios de interés general	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar encuestas Eurobarómetro periódicas y sondeos cualitativos específicos para determinar el nivel de satisfacción de los consumidores respecto a los SIG. - Elaborar indicadores más rigurosos sobre el nivel de satisfacción 	2002-2006

	de los consumidores respecto a los SIG.	
<i>SIG – Transporte</i>		
Propuesta de la Comisión relativa a un reglamento sobre los requisitos de los contratos de transporte aéreo	Aclarar los contratos de transporte aéreo de pasajeros y mejorar los derechos de los consumidores.	2003
Elaboración de informes sobre la calidad del transporte aéreo	Centrarse en indicadores de calidad del servicio, en particular sobre la puntualidad, las anulaciones, la imposibilidad de embarcar debido a una sobrerreserva, la pérdida y el deterioro del equipaje y la presentación de reclamaciones por parte de los pasajeros.	2002-2006
Propuestas de la Comisión para ampliar las medidas comunitarias de protección de los derechos de los pasajeros aéreos a otros medios de transporte	Ampliar al máximo las medidas comunitarias de protección de los derechos de los pasajeros para aplicarlas a otros medios de transporte diferentes del aéreo, en particular el transporte ferroviario y marítimo, y, en la medida de lo posible, los servicios de transporte urbano. Esta acción se refiere en particular a la calidad de los servicios y el desarrollo de indicadores de calidad, las condiciones contractuales, la transparencia informativa y los mecanismos de resolución extrajudicial de litigios.	2002-2004
Propuesta de la Comisión relativa a un reglamento sobre los derechos internacionales de los pasajeros del transporte ferroviario	Comprende disposiciones sobre contratos justos; consulta de los consumidores; tramitación de las reclamaciones y mecanismos de resolución de los litigios; y compensación por los retrasos.	Para finales de 2002 – principios de 2003
Promoción de la organización de usuarios del transporte ferroviario	Promover la creación de una plataforma europea de organizaciones de usuarios del transporte ferroviario con fines de negociación y consulta.	2002-2004
Promoción de acciones voluntarias por parte de empresas ferroviarias para mejorar la calidad del servicio y la información.	Animar a los operadores ferroviarios a elaborar una carta voluntaria sobre la calidad del servicio que incluya aspectos como la puntualidad, la puesta a disposición de información por medios electrónicos, el acceso de grupos con necesidades particulares,	2002-2003

	como las personas con movilidad reducida o las personas que viajan con una bicicleta, y la protección de los no fumadores.	
--	--	--

SIG - Energía		
Seguimiento de la aplicación de las normas del mercado interior de la electricidad y el gas	Seguir controlando la aplicación de las normas del mercado interior de la electricidad y el gas, en particular su efecto en los consumidores.	En curso
SIG - Telecomunicaciones		
Seguimiento de la aplicación de las normas del mercado de las telecomunicaciones	Seguir controlando la aplicación de las normas del mercado de las telecomunicaciones, en particular su efecto en los consumidores.	En curso
Competencia		
Estudios sobre la eficacia y el funcionamiento de los mercados	Identificar los mercados «menos eficaces» con vistas a adoptar medidas favorables a los consumidores.	2002-2003
Acciones de información de los consumidores acerca de la política de competencia y sus consecuencias para ellos	Permitir a los consumidores detectar las actividades que vulneran la competencia y ayudarles a notificarlas a la Comisión.	2002-2003
Organización del «Día europeo de la competencia», que se celebra cada dos años	Organizar en colaboración con la Presidencia el «Día europeo de la competencia», que se celebra cada dos años, que se centrará en temas que ilustran las ventajas de la competencia para los consumidores.	2002-2006
Medio ambiente		
Comunicación sobre medio ambiente y salud	La Comunicación establecerá una estrategia basada en un planteamiento global que integrará aspectos sanitarios en diversas políticas medioambientales con el propósito de limitar el impacto de los riesgos medioambientales en la salud humana, con especial	2002

	atención a los niños.	
Libro Blanco sobre la política de productos integrada	Intentar elaborar una estrategia para aplicar la PPI a nivel comunitario. Partiendo de los problemas medioambientales causados por los productos a lo largo de su ciclo de vida, se intentará reducir su impacto medioambiental. Se buscará la participación de todos los agentes que tienen influencia en esta cuestión (diseñadores, fabricantes, distribuidores, vendedores al por menor, consumidores y expertos en residuos.	2002
Desarrollo y difusión de la etiqueta ecológica de la UE	Los consumidores tienen la seguridad de que todo producto portador de la etiqueta ecológica de la UE que compren en cualquier lugar de la UE cumple las normas medioambientales comunitarias más severas. Se establecerán criterios para otros grupos de productos y se intensificarán las actividades de difusión para aumentar la visibilidad de la etiqueta ecológica.	2002
Propuesta de la Comisión sobre sustancias químicas	Se elaborará una nueva propuesta legislativa sobre sustancias químicas, puesto que la gran mayoría de estas sustancias se comercializan desde hace muchos años sin un conocimiento adecuado de sus riesgos. La propuesta establecerá medidas adecuadas de reducción del riesgo, e incrementará el nivel de protección de la salud humana y del medio ambiente. Todas las partes interesadas, incluidos los consumidores, podrán acceder con más facilidad a la información sobre sustancias químicas para que puedan adoptar decisiones con mayor conocimiento de causa sobre las sustancias que utilizan y a las que se exponen.	4º trimestre de 2002
Iniciativas de la Comisión sobre consumo sostenible	Como continuación del Sexto programa de acción en materia de medio ambiente, se impulsarán iniciativas de acción comunitaria oportunas sobre promoción de modelos viables de producción y consumo.	4º trimestre de 2004

Propuesta de la Comisión sobre una directiva para reducir las emisiones de compuestos orgánicos volátiles (COV) durante la utilización de productos	<i>Posible</i> elaboración de una propuesta de directiva para reducir las emisiones de compuestos orgánicos volátiles (COV) durante la utilización de productos. Abarcaría determinados bienes de consumo, como las pinturas.	3º trimestre de 2002
Recomendaciones de la Comisión relativas a la información del consumidor sobre la economía del combustible y las emisiones de CO2 de turismos nuevos	De acuerdo con la Directiva 1999/94/CE ⁵⁰ , la Comisión debe adoptar las medidas oportunas para aplicar las disposiciones sobre impresos de promoción a los materiales no impresos. Dichos materiales pueden incluir anuncios por Internet, radio y televisión.	2003
Comercio internacional		
Promoción de los intereses de los consumidores en las posiciones de la CE durante la próxima ronda de negociaciones de la OMC, en negociaciones bilaterales y en los procesos de normalización	Se promoverán y protegerán los intereses de los consumidores en la OMC en general y en la ronda de negociaciones iniciada en Doha en particular, así como en el contexto de relaciones comerciales bilaterales. A tal fin, se mantendrá un diálogo con las organizaciones de consumidores. También se promoverá la participación de los consumidores en las actividades de normalización internacional.	En curso
Examen de los sistemas privados de etiquetado en vigor	Examinar los sistemas privados de etiquetado en funcionamiento, como el etiquetado orgánico o las medidas de comercio justo y responsabilidad social de las empresas, para evaluar su eficacia y la necesidad de adoptar nuevas medidas para lograr los objetivos de transparencia e información de los consumidores con vistas a un desarrollo sostenible.	2002-2003

⁵⁰ Directiva 1999/94/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de diciembre de 1999, relativa a la información sobre el consumo de combustible y sobre las emisiones de CO2 facilitada al consumidor al comercializar turismos nuevos (DO L 12 de 18.1.2000, p. 16).

OBJETIVO 2: APLICACIÓN EFECTIVA DE LAS NORMAS DE PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

Acción	Descripción	Calendario
Cooperación en la aplicación de las normas entre los Estados miembros		
Propuesta de la Comisión relativa a una base jurídica para la cooperación administrativa entre los Estados miembros	Está previsto incluir en esta propuesta la creación de un comité de representantes de las administraciones nacionales.	4º trimestre de 2002
Creación de un sitio web y una base de datos para la Red internacional de supervisión de las prácticas comerciales - Europa (IMSN Europa)	Crear un sitio web para intercambiar información y una base de datos que recogerá información relativa a la aplicación de las normas.	Fase piloto: 4º trimestre de 2002; primera revisión: 4º trimestre de 2003
Actualización de la base de datos CLAB («cláusulas contractuales abusivas»)	Actualizar la base de datos europea de jurisprudencia sobre cláusulas abusivas en los contratos, creada para controlar la aplicación práctica de la Directiva 93/13/CEE.	Convocatoria de ofertas para los años 2000 y 2005
Aspectos de la aplicación de las normas de seguridad de los productos y los servicios		
Marco europeo para la recogida y evaluación de información sobre lesiones relacionadas con productos	Finalizar las iniciativas apropiadas para garantizar la recogida y evaluación sistemáticas de información sobre lesiones relacionadas con productos.	3º trimestre de 2003
Directrices para garantizar un funcionamiento eficaz del Sistema de alerta rápida (RAPEX) de la DSGP	Finalizar y aplicar las directrices sobre el funcionamiento del sistema RAPEX reforzado.	4º trimestre de 2002
Creación de una red sobre la seguridad de los productos con arreglo a la DSGP	Poner en marcha actividades de cooperación administrativa entre las autoridades de vigilancia del mercado y de aplicación de las normas para facilitar una aplicación efectiva y coherente de la nueva DSGP.	1º trimestre de 2003

Mejora de la aplicación de las normas de seguridad de los productos en los países candidatos	Aplicar la Directiva revisada sobre la seguridad general de los productos, en particular con la participación de los países candidatos en el «sistema de alerta rápida» reforzado (RAPEX).	2º trimestre de 2003
--	--	----------------------

Vías de recurso		
<i>Resolución alternativa de litigios (RAL)</i>		
Apoyo y desarrollo de la red EJE	Completar la primera fase piloto de un año y elaborar un informe sobre la eficacia de la red. En la segunda fase seguirá mejorándose la cooperación y el servicio que la red EJE ofrecerá a sus usuarios.	2002
Apoyo y desarrollo de la red FIN	La red FIN sobre reclamaciones relativas a los servicios financieros de ámbito comunitario fue creada en 2001 para facilitar el acceso de los consumidores a la resolución extrajudicial de litigios con proveedores de servicios financieros de otros Estados miembros.	En curso
Promoción de los principios de las Recomendaciones de la Comisión de 1998 y 2001 sobre resolución alternativa de litigios	Se realizará una actualización de la actual base de datos sobre órganos de resolución extrajudicial de litigios de la Recomendación de 1998 ⁵¹ . Por otra parte, se ha invitado a los Estados miembros a que notifiquen a la Comisión los detalles relativos sus sistemas nacionales de resolución extrajudicial de litigios que respetan los principios de la Recomendación de 2001, con vistas a crear una segunda base de datos para controlar la aplicación efectiva de las dos Recomendaciones sobre órganos de resolución extrajudicial de litigios. El público podrá acceder a ambas bases de datos en el sitio web Europa.	En curso
Comunicación sobre la promoción de la resolución de litigios en línea (RLL) en la	En el marco de la iniciativa eEurope, la Comisión adoptará una comunicación sobre el incremento de la confianza en los servicios de resolución de litigios en línea para la resolución de litigios	2002-2003

⁵¹ La Comisión ha adoptado una Recomendación relativa a los principios aplicables a los órganos responsables de la solución extrajudicial de los litigios en materia de consumo (98/257/CE, DO L 115 de 17.4.1998, p.31) y una Recomendación relativa a los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución consensual de litigios en materia de consumo (2001/310/CE, DO L 109 de 19.4.2001, p.56).

sociedad global de la información	transfronterizos en la sociedad de la información. Su objetivo es buscar un consenso con las partes interesadas a nivel mundial sobre criterios y directrices para sistemas de certificación de la resolución de litigios en línea.	
Creación de sistemas de resolución alternativa de litigios en línea de ámbito comunitario «ECODIR»	ECODIR ofrecerá a los consumidores un servicio de mediación en línea de ámbito europeo.	4º trimestre de 2002
<i>Centros europeos del consumidor (Euroventanillas) CEC</i>		
Desarrollo de la red	<ul style="list-style-type: none"> - Disponer de un centro en cada Estado miembro y ampliar la red a los países candidatos. Los países del EEE pueden participar si lo desean. - Desarrollar un sistema de registro. 	<p>2º trimestre de 2004</p> <p>4º trimestre de 2002</p>
Elaboración de políticas interactiva – «su voz en Europa»	La iniciativa EIP supone desarrollar dos mecanismos basados en Internet para que la Comisión pueda evaluar el impacto de las políticas de la UE sobre el terreno. Se trata de un mecanismo de información para recoger reacciones espontáneas en el mercado y un mecanismo de consulta para recoger las opiniones de las partes interesadas acerca de nuevas propuestas legislativas y otras iniciativas políticas. Los centros europeos del consumidor se convertirán en socios activos en la iniciativa EIP.	2002-2006

<i>Resolución Eficaz de Problemas en el Mercado Interior - SOLVIT</i>		
Resolución Eficaz de Problemas en el Mercado Interior - SOLVIT	SOLVIT, que en principio será plenamente operativa en junio de 2002, es una nueva red de centros de coordinación y puntos de contacto en los Estados miembros en los que intervienen funcionarios activos en la administración diaria del mercado interior. Contribuirá a la resolución de problemas transfronterizos derivados de la mala aplicación de normas del mercado interior beneficiando así a los ciudadanos y las empresas. Una base de datos y la utilización de medios de comunicación electrónicos para contactar a las administraciones de los Estados miembros son dos aspectos clave de esta red.	2002-2006
<i>Cooperación judicial en asuntos civiles</i>		
Propuesta de la Comisión de una Directiva del Consejo destinada a mejorar el acceso a la justicia en los litigios transfronterizos mediante el establecimiento de normas mínimas comunes relativas a la justicia gratuita y a otros aspectos económicos de los juicios civiles	<p>La propuesta tiene por objeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> – mejorar el acceso a la justicia en los litigios transfronterizos estableciendo normas mínimas comunes sobre la asistencia jurídica; – garantizar un nivel adecuado de asistencia jurídica, bajo ciertas condiciones, a personas que, debido a su situación económica, no pueden financiar el coste de los procedimientos; y, – facilitar la compatibilidad de las legislaciones nacionales en este campo y crear mecanismos de cooperación entre las autoridades de los Estados miembros. 	Propuesta adoptada el 18 de enero de 2002 ⁵²

⁵²

COM(2002) 13 final.

Libro Verde sobre medidas para crear un procedimiento europeo uniforme de orden de pago y medidas para simplificar y agilizar la resolución de litigios transfronterizos en torno a reclamaciones menores	Examinar los sistemas vigentes en los Estados miembros con vistas a proceder a una consulta sobre posibles medidas a nivel comunitario.	4º trimestre de 2002
Libro Verde sobre las modalidades alternativas de solución de conflictos	Hacer balance de la situación actual y realizar una amplia consulta con vistas a definir futuras prioridades en este ámbito.	Libro Verde adoptado el 19 de abril de 2002 ⁵³
Apoyo a las asociaciones de consumidores		
Organización de un curso de formación para asociaciones de consumidores	Organizar un curso de formación especial para organizaciones de consumidores orientado a la vigilancia del mercado en el contexto de la DSGP revisada. Se estudiará también la posibilidad de poner en marcha nuevas iniciativas de cooperación con los Estados miembros cuando entre en vigor la Directiva.	2003

OBJETIVO 3: PARTICIPACIÓN ADECUADA DE LAS ORGANIZACIONES DE CONSUMIDORES EN LAS POLÍTICAS DE LA UE

Acción	Descripción	Calendario
Revisión de los mecanismos de participación de las organizaciones de consumidores en la elaboración de políticas comunitarias		
<i>Normas de consulta</i>		
Propuesta de la Comisión sobre normas mínimas aplicables a los procedimientos de	En el marco del Libro Blanco sobre la gobernanza y del Plan de acción para una mejor regulación, la Comisión	2º trimestre de 2002

⁵³ COM(2002) 196 final.

consulta	tiene previsto establecer normas mínimas aplicables a los procedimientos de consulta.	
<i>Participación en comités y grupos de trabajo de la CE</i>		
Evaluación de la participación de los consumidores en los comités consultivos de la UE	El Grupo interservicios sobre la política de los consumidores evaluará y coordinará la participación de los consumidores en los comités consultivos de la UE para determinar si se carece de contribución de los consumidores en determinados sectores y, en caso afirmativo, cómo podría potenciarse dicha contribución.	2º trimestre de 2002
<i>Trabajo de normalización</i>		
Puesta en marcha de un proyecto de cooperación para promover la participación de los consumidores en las actividades de normalización	Poner en marcha una acción coordinada a nivel comunitario y nacional para garantizar una participación efectiva de los representantes de los consumidores en las actividades de normalización y en los procedimientos de decisión de los organismos europeos de normalización.	2003
<i>Desarrollo de la cooperación entre Direcciones Generales de la Comisión</i>		
Organización de reuniones periódicas del Grupo interservicios sobre la política de los consumidores	Reforzar la cooperación entre las Direcciones Generales de la Comisión en materia de política de los consumidores para mejorar la integración de las preocupaciones de los consumidores en otros ámbitos políticos de la UE.	2002-2006
Información y educación de los consumidores		
<i>Información</i>		
Desarrollo de instrumentos de la política de	La Comisión seguirá trabajando para mejorar su política de información de los consumidores. Centrará sus	2002-2006

información de los consumidores	futuras campañas informativas en la prevención del tabaquismo en los jóvenes.	
---------------------------------	---	--

Educación		
Desarrollo de instrumentos educativos interactivos en línea	La Comisión desarrollará instrumentos de educación interactiva en línea que puedan ser utilizados por las asociaciones de consumidores para perfeccionar la formación de su propio personal en aspectos específicos de las transacciones transfronterizas y de los derechos de los consumidores de la UE en el mercado interior. Desarrollará también instrumentos específicos por sectores para artículos de consumo con más posibilidades de ser objeto de intercambios comerciales, como los servicios transfronterizos y, en particular, los servicios financieros. La Comisión estudiará con los Estados miembros cómo aprovechar trabajos similares realizados por los Estados miembros o las organizaciones de consumidores, de manera que puedan elaborarse herramientas de intercambio de las mejores prácticas.	2002
Apoyo a las organizaciones de consumidores y desarrollo de su capacidad		
Formación		
Programa de formación para miembros del personal de organizaciones de consumidores	<ul style="list-style-type: none"> - En la primera fase (año 2002) el contratista creará material pedagógico, seleccionará a los formadores y los formará en tres áreas diferentes: gestión, relaciones públicas y <i>lobbying</i> y Derecho de los consumidores de la CE; - En la segunda fase (desde principios de 2003 a finales de 2004) los formadores elegidos en la primera fase 	<p>2002-2004</p> <p>Desde principios de 2003 a finales de 2004</p>

	formarán al personal de las organizaciones de consumidores en esas tres áreas.	
--	--	--

<i>Revisión del instrumento jurídico por el que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores</i>		
Propuesta de la Comisión por la que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores	Propuesta de un marco general, que reflejará y apoyará los objetivos y las acciones de esta estrategia y que servirá de base para la adopción de proyectos específicos y su financiación con fondos comunitarios. Se propondrán disposiciones que permitan la participación de los países candidatos.	3º trimestre de 2002

ACCIONES DESTINADAS A MEJORAR LA CALIDAD DE LAS POLÍTICAS EN MATERIA DE CONSUMO

Acción	Descripción	Calendario
Evaluación de impacto		
Comunicación de la Comisión por la que se establece un mecanismo global de evaluación de impacto	Para cumplir las obligaciones derivadas del apartado 2 del artículo 153 del Tratado, en la legislación correspondiente y las iniciativas políticas es fundamental tener debidamente en cuenta el impacto en los intereses económicos de los consumidores (en términos de precio, oferta, calidad, asequibilidad, accesibilidad y justicia). Por ello, es esencial desarrollar	2º trimestre de 2002

	un mecanismo global de evaluación de impacto, como se reconoce en el Libro Blanco sobre la gobernanza ⁵⁴ y la Comunicación de la Comisión sobre la mejora del marco regulador ⁵⁵ .	
Desarrollo de una política basada en el conocimiento		
Organización de una conferencia con la autoridad de los consumidores danesa sobre estadísticas de la política de los consumidores	En esta conferencia se destacaría este ámbito particular de las estadísticas (que combinan datos cuantitativos y cualitativos) y se haría balance del mismo, resaltando los estudios sobre los perjuicios económicos de los consumidores.	3º trimestre de 2002
Continuación de la publicación <i>Consumers in Europe</i> con Eurostat	Basarse en la primera edición (2001) para hacer de esta publicación un elemento esencial de la base de conocimientos utilizada para el desarrollo de la política de los consumidores.	2002-2006
Realización de una encuesta Eurobarómetro sobre la información y representación de los consumidores	Realización de una encuesta Eurobarómetro cuya publicación coincide con el Día del consumidor (15 de marzo de 2002), así como de encuestas similares en años sucesivos.	2002-2006
Estudios sobre precios a partir de datos de escáner sobre «artículos de supermercado»	Continuar el trabajo realizado durante la fase piloto (que incluía los datos de 1999-2000) relativo a la elaboración de datos que permitan comparar los precios de los artículos de los supermercados en toda Europa.	2002-2006
Estudios de las actitudes de las empresas y los consumidores acerca de la compraventa	Se realizarán dos estudios de análisis de las actitudes de las empresas y los consumidores acerca de la	3º trimestre de 2003

⁵⁴ COM(2001) 428 final.

⁵⁵ Comunicación de la Comisión «Simplificar y mejorar el marco regulador», de 5 de diciembre de 2001, COM(2001) 726 final.

transfronteriza	compraventa transfronteriza en el mercado interior.	
Encuesta sobre los precios y los servicios, como complemento de las encuestas periódicas coordinadas por Eurostat	Si es necesario, se realizarán encuestas complementarias sobre los precios y los servicios.	2002-2006
Desarrollo de sistemas de información más amplios y elaboración de datos sobre la seguridad de los bienes y servicios, basándose en RAPEX y EHLASS	<ul style="list-style-type: none"> - Continuar y mejorar la recogida y evaluación de datos sobre lesiones relacionadas con productos y estudiar su ampliación a las lesiones relacionadas con servicios. - Mejorar el funcionamiento del sistema RAPEX introduciendo nuevas directrices operativas y un marco de intercambio basado en Internet. - Completar el sistema RAPEX con un marco para el intercambio directo de información entre las autoridades responsables de la vigilancia del mercado, en el marco de la creación de la red sobre la seguridad de los productos de la Directiva sobre la seguridad general de los productos. 	2002-2006

FICHA DE FINANCIACIÓN

1. Denominación de la medida

Estrategia en materia de política de los consumidores 2002-2006

2. Línea(s) presupuestaria(s) afectada(s)

B5-100

B5-100A

3. Fundamento jurídico

Fundamento jurídico de la estrategia en materia de política de los consumidores: artículos 153 y 211 del TCE.

Fundamento jurídico para los gastos del programa: Decisión nº 283/1999/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de enero de 1999, por la que se establece un marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores 1999-2003. El gasto realizado a partir de 2004 corresponderá a un marco establecido por una propuesta de la Comisión que se elaborará en 2002.

4. Descripción de la medida

4.1 Objetivo general

En la presente Comunicación, la Comisión expone su estrategia europea en materia de política de los consumidores para los **próximos cinco años** (2002-2006). Establece **tres objetivos a medio plazo**: un alto nivel común de protección de los consumidores, la aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores y la participación de las organizaciones de consumidores en las políticas de la UE. Estos tres objetivos tienen por objeto optimizar las ventajas del mercado interior para los consumidores, contribuir a integrar las preocupaciones de los consumidores en otras políticas de la UE y preparar la ampliación.

4.2 Duración de la acción y modalidades previstas para su renovación

La nueva estrategia en materia de política de los consumidores ofrece orientaciones generales para el periodo 2002-2006, con acciones específicas definidas en un documento de trabajo de los servicios de la Comisión que se revisará periódicamente durante ese periodo. No obstante, esta ficha financiera se refiere sólo a los gastos de 2002 y 2003, periodo cubierto por el actual fundamento jurídico (Decisión 283/1999/CE). En 2002, la Comisión presentará una propuesta relativa al establecimiento de un nuevo marco para las actividades comunitarias en favor de los consumidores. Será una continuación de la Decisión 283/1999/CE y se basará en las orientaciones políticas de la nueva estrategia en materia de política de los consumidores. La ficha financiera que acompaña la nueva propuesta incluirá, pues, los gastos que se realicen a partir de 2003.

5. Clasificación de los gastos o los ingresos

5.1 Gastos obligatorios/no obligatorios

Gastos no obligatorios

5.2 Créditos disociados/no disociados

Créditos disociados

5.3 Tipo de ingresos previstos

Ninguno

6. Naturaleza de los ingresos o gastos

Los tipos de gastos que se realicen en el marco de la nueva estrategia dependerán de las acciones específicas que se lleven a cabo. Cada acción será objeto de propuestas específicas que incluirán los detalles de los gastos correspondientes, en particular la propuesta relativa a un nuevo marco general para las actividades comunitarias en favor de los consumidores (Decisión 283/1999/CE), que creará un marco general para los gastos financieros relacionados con la puesta en práctica de la nueva estrategia en materia de política de los consumidores.

7. Incidencia financiera

7.1 Método de cálculo del coste total de funcionamiento de la acción (relación entre los costes unitarios y el coste total)

7.2 Desglose del coste por elementos

Créditos de compromiso, millones de euros (a precios corrientes)

Desglose	2002	2003	
Objetivo 1: Un alto nivel común de protección de los consumidores	6,95	5,4	Los años posteriores se definirán en la propuesta del marco que sustituirá a la Decisión 283/1999/CE.
Objetivo 2: Aplicación eficaz de las normas sobre la protección de los consumidores	4,64	6,4	
Objetivo 3: Participación adecuada de las organizaciones de consumidores en las políticas de la UE.	10,21	10	
Total	21,8	21,875	

7.3 Gastos de funcionamiento para estudios, expertos, etc. de la Parte B del presupuesto

Créditos de compromiso, millones de euros (a precios corrientes)

Gasto correspondiente a la partida B5-100A	2002	2003	-	-	-	-	Total
– Estudios	0,360	0,4					0,76
– Reuniones de expertos ⁵⁶	0,180	0,2					0,38
– Información y publicaciones	0,1575	0,175					0,3325
Total	0,6975	0,775					1,4725

7.4 Calendario de vencimiento de los créditos de compromiso y de pago

Millones de euros

	2002	2003	2004	2005	-	-	Total
Créditos de compromiso	22,5	22,65					45,15
Créditos de pago							
Año n: 2002	6,75	9	6,75				22,5
Año n+1: 2003		6,795	9,06	6,795			22,65
Total	6,75	15,795	15,81	6,795			45,15

8. Disposiciones antifraude

La verificación de las subvenciones, de la realización de las prestaciones o de la recepción de los estudios la llevan a cabo los servicios de la Comisión antes de efectuar los pagos, teniendo en cuenta las obligaciones contractuales y los principios de economía y buena gestión financiera y general. Las medidas antifraude (por ejemplo, controles o informes) forman parte de los acuerdos y contratos celebrados entre la Comisión y los beneficiarios de los pagos.

9. Elementos para el análisis de la rentabilidad

9.1 Objetivos específicos y cuantificables; población destinataria

Esta estrategia se centra en **tres objetivos a medio plazo**: un alto nivel común de protección de los consumidores, la aplicación eficaz de las normas sobre protección de los consumidores y la participación de las organizaciones de consumidores en las políticas de la UE. Se establecen acciones específicas en un documento de trabajo de los servicios de la Comisión que se revisará periódicamente durante ese periodo. Los beneficiarios en general de esta estrategia serán los consumidores europeos. No

⁵⁶ Costes que satisfagan los criterios de la Comunicación de la Comisión de 22.4.1992 (SEC(92) 769).

obstante, las poblaciones destinatarias de los diferentes componentes de la estrategia varían según las acciones previstas y su orientación hacia los agentes que pueden contribuir a lograr los mejores resultados para los consumidores (principalmente los legisladores nacionales, las autoridades responsables de la aplicación de las normas, las empresas y los representantes de los consumidores).

9.2 Justificación de la acción

La base fundamental de esta estrategia es el artículo 153 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (TCE):

1. Para promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección, la Comunidad contribuirá a proteger su salud, su seguridad y sus intereses económicos, así como su derecho a la información, la educación y a organizarse para preservar dichos intereses.

...

3. La Comunidad contribuirá a lograr los objetivos mencionados en el apartado 1 por medio de:

- (a) Medidas adoptadas con arreglo al artículo 95 en el contexto de la realización del mercado interior;
- (b) Medidas para apoyar, completar y controlar las políticas aplicadas por los Estados miembros.

Este documento define la estrategia de la Comisión a medio plazo para lograr esos objetivos en el periodo 2002-2006. Las acciones específicas que se realicen en el marco de esta estrategia global serán objeto de propuestas individuales.

9.3 Supervisión y evaluación de la acción

La supervisión y evaluación de la estrategia son elementos fundamentales del nuevo planteamiento estratégico elaborado en torno a los tres objetivos, a saber, un alto nivel común de protección de los consumidores, la aplicación efectiva de las normas de protección de los consumidores y la participación de las organizaciones de consumidores en las políticas de la UE. Se ha elaborado una serie de 18 posibles indicadores de impacto y de eficacia de la estrategia en materia de política de los consumidores en el marco de una evaluación de impacto *ex-ante* de la estrategia. Los indicadores más prácticos servirán de base para nuevas acciones de supervisión y evaluación.

10. Gastos administrativos (Sección III, Parte A del presupuesto)

La movilización efectiva de los recursos administrativos necesarios dependerá de la decisión anual de la Comisión relativa a la asignación de los recursos; se tendrán en cuenta además el personal y las cantidades adicionales concedidas por la autoridad presupuestaria.

10.1 Incidencia en el número de empleos

Tipo de puesto		Personal asignado a la gestión de la acción		Procedencia		Duración
		Puestos permanentes	Puestos temporales	Recursos existentes en la DG o en el servicio pertinente	Recursos adicionales	
Funcionarios o personal temporal	A	31	1	32		
	B	11		11		
	C	16		16		
Otros recursos - Expertos nacionales destacados			5	5		
Total		58	6	64		

En caso de que se precisen recursos adicionales, indique cuándo deberán estar disponibles.

10.2 Incidencia financiera general de los recursos humanos adicionales

En euros

	Importes	Método de cálculo
Funcionarios	6 264 000	58 x € 108 000
Personal temporal	108 000	1 x € 108 000
Otros recursos (expertos nacionales destacados)	214 080	5 x € 42 816
Total	6 586 080	

Las cantidades facilitadas deben expresar el coste total de los puestos adicionales para toda la duración de la operación, si se conoce de antemano, o para un periodo de 12 meses si es indefinida.

10.3 Aumento de otros gastos administrativos como consecuencia de la acción

En euros

Línea presupuestaria	Importes	Método de cálculo
	-	
	-	
Total	-	

Las cantidades facilitadas deben corresponder al gasto total derivado de la operación si se conoce de antemano su duración, o al gasto correspondiente a un periodo de 12 meses si es indefinida.