

Política Económica Europea

Práctica Informática 1



Judith Clifton

Marcos Fernández Gutiérrez

Departamento de Economía

Este tema se publica bajo Licencia:

[Creative Commons BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

PRÁCTICA INFORMÁTICA 1

Aula de informática: EUCITLAB

Objetivo de la clase:

- **Seleccionar un sector/mercado problemático (bien o servicio), por parte de los grupos de trabajo.**
- **Iniciar el análisis de fuentes de información primaria para el trabajo.**

La idea es crear un EUCITLAB por parte de los estudiantes. Pronto tendremos una página web, donde la idea es cargar vuestros informes, vídeos y resto de material relevante.

Pasos a seguir:

1. Los estudiantes formaréis grupos de 4 ó 5 personas y seleccionaréis el sector con problemas que vais a estudiar en vuestro trabajo.
2. Las políticas europeas pueden ser evaluadas de diversas formas, las cuáles iremos explorando a lo largo de la asignatura.
 - Una de las formas (muy importante) es preguntar a los ciudadanos / consumidores por su opinión.
3. ¿Por qué tiene la Comisión Europea competencias sobre el tema de los consumidores?:

http://ec.europa.eu/consumers/index_en.htm

Hace unos 20 años, la Comisión Europea comenzó a preguntar a ciudadanos y consumidores qué opinan acerca de diferentes cuestiones ligadas a las políticas de la UE.

4. Comenzaremos con la encuesta Monitoring Consumer Markets in the European Union 2013 PART I:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/market_monitoring/docs/consumer_market_monitoring_2013_part_1.pdf

- Tabla de contenidos.
- Resumen ejecutivo.
- Introducción.
- Descripción de la encuesta: temas analizados, países, mercados y conceptos utilizados.
- Table of contents: the countries included in the survey, the concepts (how opinion is measured in the MPI), Structure of the report (EU-28 – I, Market reports – II, Country Reports III, and interactive dashboards IV).

- El Market Performance Indicator (MPI), indicador compuesto:
 - o Comparabilidad, confianza, expectativas y problemas/quejas.
 - o MPIs, incorpora además “switching” (cambio de proveedor), para los 14 mercados que lo contemplan (p.e.: coches nuevos, no; telefonía móvil, sí).
 - o MPIc, incorpora además “choice” (elección), para los mercados donde esto es pertinente (p.e.: combustibles para vehículos, sí; ferrocarriles, no).
 - o MPIsc, incorpora tanto información sobre “switching” como sobre “choice”.
- Estructura del informe.
- Evidencia sobre diferencias entre sectores. P.22:
 - o ¿Qué sectores tienen resultados por debajo de la media?
 - o En general, ¿se trata de mercados de bienes o de servicios?
 - o ¿Por qué algunos bienes o servicios tienen peores resultados que otros?
- Desagregación por componentes:
 - o ¿Resultados en “comparabilidad” (“comparability”)?
 - o ¿En “confianza” (“trust”)?
 - o ¿En “quejas” (“complaints”)?
 - o ¿En “expectativas” (“expectations”)?
 - o ¿En “switching”?
 - o ¿En “elección” (“choice”)?
- Resultados por tipo de mercado, por características sociodemográficas, por características macroeconómicas, etc.
- Conclusiones.
- Anexo: metodología, etc.

A partir de ahora es vuestra tarea ir trabajando en vuestros informes. Cada grupo tendrá que seleccionar un sector “problemático”.

- **Seminario 4** (próxima semana). En clase, abordaremos cuál ha de ser el formato del informe: extensión, estructura, expectativas, etc.
- **Seminario 5**. En el aula de informática, continuaremos el trabajo en el informe:
 - Información relevante sobre el sector.
 - Monitoring Consumer Markets in the European Union Part II -Market reports:
http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/market_monitoring/docs/consumer_market_monitoring_2013_part_2.pdf
 - Diferencias entre países
Monitoring Consumer Markets in the European Union Part III - Country reports:
http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/consumer_scoreboards/market_monitoring/docs/consumer_market_monitoring_2013_part_3.pdf
 - Informes en profundidad sobre determinados sectores:
http://ec.europa.eu/consumers/consumer_evidence/market_studies/index_en.htm