



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

Departamento de Economía y Ciencias Sociales

**Análisis de áreas comerciales mediante técnicas SIG:
Aplicación a la distribución comercial y centros tecnológicos**

TESIS DOCTORAL

Presentada por:

NORAT ROIG TIERNO

DIRECTORES

Dr. Juan M. Buitrago Vera

Dr. Francisco Mas Verdú

Julio 2013

El objetivo general de esta Tesis ha sido profundizar en la investigación de la distribución espacial y la localización tanto de establecimientos comerciales como de centros tecnológicos mediante la utilización de Sistemas de Información Geográfica (SIG).

La Tesis se ha estructurado en tres capítulos. Cada uno de ellos corresponde a un artículo publicado en una revista internacional y aborda un aspecto específico con el fin de cumplir el objetivo general que se acaba de señalar.

El primer artículo tiene como título ***“Business opportunities analysis using GIS: the retail distribution sector”***. Este trabajo se centra en la distribución minorista y la búsqueda de una estrategia de localización apropiada como factor diferenciador y de creación de ventajas competitivas. En este estudio se ha desarrollado un proceso que permite detectar nuevas oportunidades comerciales.

El segundo de los artículos se titula ***“The retail site location decision process using SIG and the analytical hierarchy process”***. En este artículo se desarrolla una metodología para determinar la localización de un establecimiento minorista aunando la aplicación de los SIG y los modelos de decisión multicriterio, particularmente, el proceso AHP (Analytical Hierarchy Process). La metodología utilizada ha permitido identificar los principales factores que influyen en el éxito de un supermercado que son los relacionados con el emplazamiento y la competencia para, posteriormente, aplicar la metodología desarrollada a la apertura de un nuevo establecimiento comercial.

El tercer artículo es ***“Comparing Trade Areas of Technology Centres using Geographical Information System”***. Esta investigación se centra en el análisis de la distribución espacial de las empresas asociadas a dos centros tecnológicos de diferentes sectores: AINIA (Asociación de Investigación de la Industria Agroalimentaria) y AIJU (Asociación de Investigación de la Industria del Juguete, Conexas y Afines). Se ha observado que la distribución de las empresas asociadas a los centros tecnológicos siguen patrones espaciales de agrupación y no son fruto de la aleatoriedad. Los resultados obtenidos en este artículo pueden contribuir al diseño de las estrategias de marketing de los centros tecnológicos.