



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

L'objectiu general d'aquesta Tesi ha sigut aprofundir en la recerca de la distribució espacial i la localització tant d'establiments comercials com de centres tecnològics mitjançant la utilització de Sistemes d'Informació Geogràfica (SIG).

La Tesi s'ha estructurat en tres capítols. Cadascun d'ells correspon a un article publicat en una revista internacional i aborda un aspecte específic amb la finalitat de complir l'objectiu general que s'acaba d'assenyalar.

El primer article té com a títol ***“Business opportunities analysis using GIS: the retail distribution sector”***. Aquest treball se centra en la distribució minorista i la cerca d'una estratègia de localització apropiada com a factor diferenciador i de creació d'avantatges competitius. En aquest estudi s'ha desenvolupat un procés que permet detectar noves oportunitats comercials.

El segon dels articles es titula ***“The retail site location decision process using SIG and the analytical hierarchy process”***. En aquest article es desenvolupa una metodologia per a determinar la localització d'un establiment minorista conjuminant l'aplicació dels SIG i els models de decisió multicriteri, particularment, el procés AHP (Analytical Hierarchy Process). La metodologia utilitzada ha permès identificar els principals factors que influeixen en l'èxit d'un supermercat que són els relacionats amb l'emplaçament i la competència per a, posteriorment, aplicar la metodologia desenvolupada a l'obertura d'un nou establiment comercial.

El tercer article és ***“Comparing Trade Areas of Technology Centres using Geographical Information System”***. Aquesta recerca se centra en l'anàlisi de la distribució espacial de les empreses associades a dos centres tecnològics de diferents sectors: AINIA (*Asociación de Investigación de la Industria Agroalimentaria*) y AIJU (*Asociación de Investigación de la Industria del Juguete, Conexas y Afines*). S'ha observat que la distribució de les empreses associades als centres tecnològics segueixen patrons espacials d'agrupació i no són fruit de la aleatorietat. Els resultats obtinguts en aquest article poden contribuir al disseny de les estratègies de màrqueting dels centres tecnològics.