

## UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUÑA

ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA DE BARCELONA (ETSAB)  
CENTRO DE POLÍTICA DE SUELO Y VALORACIONES (CPSV)

MASTER UNIVERSITARIO EN ESTUDIOS AVANZADOS EN ARQUITECTURA-BARCELONA (MBArch)  
LÍNEA DE GESTIÓN Y VALORACIÓN URBANA Y ARQUITECTÓNICA

### RESUMEN PROPUESTA DE TESIS

Autor de la Propuesta de Tesis: **Oleg Dudarev**

Director de la Tesis: **Rolando Biere Arenas**

Título de la Propuesta de tesis: **Impacto del comercio electrónico sobre áreas urbanas comerciales. Pérdida de actividad en los espacios públicos asociados al comercio urbano**

Desde la aparición de Internet (1969), cada vez más, esta herramienta influye en el comportamiento de las personas; las páginas web, la mensajería electrónica, los buscadores, las redes sociales, las visualizaciones en *streaming*, son elementos que hace unos años, no existían en el lenguaje cotidiano y que en su uso diario han revolucionado el comportamiento de los individuos y de la sociedad. Entre éstos, el comercio electrónico ha modificado la manera tradicional de comerciar y de hacer negocios. Los flujos del dinero electrónico contribuyen a que la economía se esté transformando.

En este contexto esta tesis persigue explorar qué impacto en el desarrollo de los puntos de venta tiene el comercio electrónico, y luego el impacto de los puntos de venta en el espacio público.

Junto con el crecimiento de la red global, los bienes y servicios en Internet, la cantidad y la frecuencia de uso de Internet está aumentando y las personas pasan cada vez más tiempo en Internet.

El incremento del comercio electrónico, aunque positivo desde la perspectiva de los consumidores, afecta negativamente al comercio tradicional y al uso de los espacios urbanos comerciales.

Por otra parte, los Estados, a su vez, contribuyen a reducir la rotación del dinero en efectivo en favor del dinero electrónico, vinculándolo con la lucha contra la economía sumergida.

En este contexto, de incremento del comercio electrónico y de las influencias negativas de esto en los espacios urbanos, este trabajo se plantea el objetivo general de; *Determinar cómo y en qué medida, afecta el comercio electrónico al desarrollo de la ciudad y a la disminución de la actividad de los espacios urbanos, sobretudo en ciertos usos como lugares de venta de ropa o puntos de venta de servicios bancarios.*

Y la hipótesis que plantea es que: *El incremento del comercio electrónico, aunque positivo desde la perspectiva de los consumidores, afecta negativamente al comercio tradicional y al uso de los espacios urbanos comerciales.*

Esto anterior sobre todo en casos de algunos tipos de comercios específicos. Y cuáles son estos es algo que también se pretende llegar a descubrir con esta tesis.