

CONVOCATORIA DE ARTÍCULOS

El futuro del comercio y el consumo en las ciudades: reestructuración económica y políticas urbanas

Convocatoria para el envío de artículos para el séptimo número monográfico del *Boletín de la Asociación Española de Geografía* (BAGE) titulado “El futuro del comercio y el consumo en las ciudades: reestructuración económica y políticas urbanas” (BAGE nº 107, diciembre 2025)

1. Editores:

Dra. Maria Encarnação Beltrão Sposito, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Campus de Presidente Prudente, belatro.sposito@unesp.br

Dra. Libera D'Alessandro, Università degli studi di Napoli "L'Orientale", ldalessandro@unior.it

Dr. Lluís Frago Clols, Universitat de Barcelona, lfrago@ub.edu

2. Contextualización y relevancia

El giro neoliberal iniciado en la década de 1970 fomentó nuevas formas de competencia internacional a través de la globalización. Sin embargo, la situación actual en muchos sectores económicos revela una fuerte tendencia hacia el oligopolio e incluso el monopolio empresarial, especialmente fuerte entre las empresas del sector tecnológico de EUA (Google, Apple, Facebook y Amazon) y la República Popular de China. Este proceso ha significado el aumento de la concentración de la riqueza en manos de las grandes empresas, a expensas de las pequeñas, que se han visto abocadas a la destrucción (Stiglitz, 2013) y a una competencia interempresarial inasumible. Este proceso ha sido especialmente disruptivo en el sector del comercio al por menor y los servicios al consumidor, especialmente influenciados por la acelerada revolución técnico científico informacional de 2008-2012 que ha impactado en el sector a partir de la denominada economía de plataforma y la revolución de la logística a distintas escalas. Estos retos han afectado a todos los formatos comerciales, sean grandes centros comerciales o pequeños negocios a pie de calle, los cuales han tenido que reconceptualizarse (omnicanalidad y comercio *phygitalization*) o cerrar, modificándose de esta manera los paisajes comerciales de las ciudades contemporáneas.

En el caso de las actividades comerciales a pie de calle, el oligopolio empresarial de las empresas GAFA (Google, Amazon, Facebook, Apple), así como de la logística y la distribución, han marginado al tejido empresarial menos capitalizado que no ha podido soportar esta competencia interempresarial. A pesar del extraordinario crecimiento del consumo, estos cambios han precipitado el cierre de miles de espacios comerciales, tanto por la quiebra de las empresas, como de la emigración al canal on-line de aquellas más capitalizadas. El cierre masivo de empresas del sector comercial a lo largo de los últimos 12 años ha tenido distintas conceptualizaciones: *retail apocalypse* entendido como el colapso de las empresas de distribución que no han aguantado la presión del comercio on-line, *death malling* o *demalling*, entendido como el cierre de los centros comerciales por causa de las nuevas lógicas de las empresas de distribución o *el retail-less cities*. En paralelo a este cambio se ha producido una difusión masiva de las actividades de restauración o *foodification*, especialmente acelerada después de la pandemia de la COVID- 19, así como un cambio en las estrategias empresariales del sector de la gran distribución alimentaria que han ayudado a reestructurar las centralidades de las ciudades a distintas escalas.

La planificación urbana y territorial no ha sido ajena a estos cambios y a lo largo de los últimos años se han diseñado políticas y herramientas urbanísticas encaminadas a intentar regular y dirigir desde el poder del Estado estas transformaciones. La comprensión de todos estos cambios urbanos y comerciales, tanto de manera aislada como integrada, así como el análisis de las distintas formas con las que actúa el Estado para intentar regularlos, se hace imprescindible para alcanzar una ciudad más sostenible tanto social como ambientalmente.

3. Temáticas de estudio y áreas de análisis:

- Análisis de los procesos de cambio de las actividades económicas en planta baja (comercio, restauración servicios de salud, servicios financieros, etc.) en todo tipo de asentamientos urbanos: áreas metropolitanas y ciudades medias, tanto áreas centrales como periféricas, del Sur de Europa como del Sur Global así como de los países más centrales de la economía global.
- Análisis del proceso de desertización comercial en distintos asentamientos urbanos teniendo en cuenta los distintos sectores y actividades, así como su nivel de capitalización (empresa transnacional o minifundismo empresarial).
- Análisis de estrategias empresariales del sector del comercio y los servicios al consumidor para hacer frente a la reestructuración económica global y aproximarse a los consumidores.
- Análisis de la relación entre actividades comerciales y procesos de fragmentación socio espacial en todo tipo de asentamientos urbanos.
- Análisis de las políticas comerciales y la planificación urbanística directamente relacionada con las actividades comerciales y de servicios al consumidor, teniendo en cuenta la diferencias a escala internacional como dentro de España según las distintas comunidades autónomas.

4. Calendario

| | |
|---------------------|--|
| 30 septiembre, 2024 | Publicación de la convocatoria de artículos |
| 15 noviembre, 2024 | Recepción de resúmenes |
| 1 diciembre, 2024 | Notificación a las/os autoras/es principales |
| 15 mayo, 2025 | Recepción de artículos completos |
| 15 julio, 2025 | Finalización de la evaluación por pares |
| 15 septiembre, 2025 | Versión final de los artículos |
| 30 diciembre, 2025 | Publicación del monográfico (BAGE, nº107) |

5. Envío de resúmenes:

El envío se hará a través de e-mail indicando en el asunto "Resumen monográfico BAGE" a: llfrago@ub.edu. Para cualquier duda, no dude en ponerse en contacto con las/os editoras/es.

ABSTRACT SUBMISSION FOR BAGE Nº 107

ENVÍO DE PROPUESTA DE ARTÍCULO PARA EL BAGE Nº107

Suggested title / Título sugerido:

Language / Idioma:

Authors / Autoras/es:

Abstract (max. 500 words) / resumen (máx. 500 palabras):

Key words / Palabras clave (3-5):