



LÓGICAS E ESTRATÉGIAS ESPACIAIS DA GRANDE DISTRIBUIÇÃO INTERNACIONALIZADA EM CIDADES MÉDIAS: PETROLINA/PE E JUAZEIRO/BA

Cláudio Smalley Soares Pereira¹

Universidade Estadual do Ceará (UECE)

E-mail: claudio.smalley@uece.br

Joanna Célia Rodrigues Oliveira²

Universidade Federal da Bahia (UFBA)

E-mail: joannacelia@hotmail.com

Resumo

As redes varejistas globais de alimentos, ao se expandirem pelas cidades médias atuam reestruturando, hierarquizando e redefinindo o espaço urbano. Nesse sentido, o objetivo desse artigo é analisar as lógicas espaciais da grande distribuição internacionalizada na produção do espaço de Juazeiro/BA e Petrolina/PE, visando compreender a relação dessa produção com a lógica da globalização. Evidencia-se, portanto, as estratégias espaciais das grandes empresas comerciais de capital internacional, com destaque para o Carrefour, o Assaí, Cencosud e o Grupo Mateus. Para tanto, a metodologia utilizada combinou pesquisa bibliográfica – baseada em conceitos como produção do espaço, comércio varejista e cidades médias – com trabalhos de campo. Entre os resultados, destacam-se: a expansão de estabelecimentos de grupos varejistas globais, em pontos estratégicos das cidades analisadas e as mudanças nas dinâmicas de interação espacial entre cidades vizinhas. Destarte, conclui-se que as cidades de Juazeiro e Petrolina funcionam como espaços para a reprodução do capital das empresas da grande distribuição internacionalizada que encontraram, nas cidades médias, a possibilidade de ampliar suas operações e consolidar seu domínio no varejo alimentar.

Palavras-chave: Produção do Espaço; Cidades Médias; Globalização; Varejo Alimentar; Urbanização.

LOGICS AND SPATIAL STRATEGIES OF LARGE INTERNATIONALIZED DISTRIBUTION IN MEDIUM-SIZED CITIES: PETROLINA/PE AND JUAZEIRO/BA

Abstract

Global food retail chains, as they expand through medium-sized cities, restructure, hierarchize, and redefine urban space. The objective of this article is to analyze the spatial logic of the large, internationalized distribution in the production of the space of Juazeiro, BA, and Petrolina, PE, to help understand the connection of this production with the logic of globalization. The spatial strategies of large commercial companies with international capital are evident, emphasizing Carrefour, Assaí, Cencosud, and the Mateus Group. The methodology combined bibliographic research – based on concepts such as space production, retail trade, and medium-sized cities – with fieldwork. The following results stand out: the expansion of establishments by global retail groups in

¹ Professor Adjunto dos cursos de bacharelado e licenciatura em Geografia da Universidade Estadual do Ceará (UECE). Docente Permanente do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UECE (PROPGEO).

² Doutoranda em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal da Bahia (UFBA).

strategic points of the analyzed cities and the changes in the dynamics of spatial interaction between neighboring cities. In conclusion, the cities of Juazeiro and Petrolina function as spaces for the capital reproduction of large internationalized distribution companies that found medium-sized cities to be a possible place to expand their operations and consolidate their dominance in food retail.

Keywords: Production of space; Medium-sized cities; Globalization; Food Retailing; Urbanization.

LÓGICAS Y ESTRATEGIAS ESPACIALES DE LA GRAN DISTRIBUCIÓN INTERNACIONALIZADA EN CIUDADES MEDIAS: PETROLINA/PE Y JUAZEIRO/BA

Resumen

A medida que las cadenas mundiales de distribución de alimentos se expanden por las ciudades de tamaño medio, reestructuran, jerarquizan y redefinen el espacio urbano. En este sentido, el objetivo de este artículo es analizar las lógicas espaciales de la gran distribución internacional en la producción del espacio en Juazeiro/BA y Petrolina/PE, con vistas a comprender la relación entre esta producción y la lógica de la globalización. Para ello, se destacan las estrategias espaciales de las grandes empresas comerciales internacionales, especialmente Carrefour, Assaí, Cencosud y Grupo Mateus. Para ello, la metodología utilizada combina la investigación bibliográfica -basada en conceptos como la producción de espacio, el comercio minorista y las ciudades de tamaño medio- con el trabajo de campo. Los resultados incluyen: la expansión de los establecimientos de grupos globales de comercio minorista en puntos estratégicos de las ciudades analizadas y cambios en la dinámica de interacción espacial entre ciudades vecinas. La conclusión es que las ciudades de Juazeiro y Petrolina funcionan como espacios de reproducción del capital de las grandes empresas de distribución internacionalizadas, que han encontrado en las ciudades medias la posibilidad de expandir sus operaciones y consolidar su dominio en el comercio minorista de alimentos.

Palabras-claves: Producción del espacio; Ciudades medias; Globalización; Segmento minorista de alimentos; Urbanización.

Introdução

Nas últimas décadas o mundo passou por muitas transformações. A globalização, modificou a dinâmica social e espacial. Uma nova ordem geopolítica foi instaurada, e as dinâmicas econômicas ganharam novos contornos. As empresas multinacionais, nesse contexto, foram impulsionadas pelo processo de globalização e pela mundialização do capital a se internacionalizarem, alcançando países e regiões diversas ao redor do planeta. No Brasil, a década de 1990 é bastante ilustrativa deste processo em países do capitalismo periférico. As transformações informacionais, a expansão midiática, as mudanças tecnológicas, a redução do tempo de transporte e dos custos, na produção das mercadorias, atuando em conjunto, estabelecem-se contraditoriamente. Nesse bojo, o capital varejista do setor de alimentos, com se expandiram e buscaram novos espaços de lucratividade.

As cidades médias, dentre elas Juazeiro/BA e Petrolina/PE, “cidades do agronegócio” (Elias; Pequeno, 2007), receberam investimentos de capitalistas comerciais a

partir do estabelecimento de empresas multinacionais do varejo alimentar, os quais contribuem para uma reestruturação urbana e da cidade (Sposito, 2007), conectando, por sua vez, as cidades supracitadas à rede econômica global com implicações substanciais na produção espacial mediante as novas lógicas e estratégias empresariais, incluídas aí as empresas de comércio e serviços, notadamente a grande distribuição do varejo alimentar, foco desse artigo.

Este artigo busca analisar os processos e lógicas econômicas que orientam as estratégias espaciais que conduzem empresas como Carrefour, Cencosud, o Assaí e o Grupo Mateus em direção às cidades médias, explicitando, através da investigação, algumas das alterações provocadas por esses agentes na produção do espaço urbano. Dentre elas, a escolha estratégica de determinados pontos da cidade, para a construção dos hipermercados, que evidencia o aumento da renda das classes econômicas mais baixas em períodos recentes da formação socioespacial brasileira; o impacto que esses estabelecimentos de “grande porte” ocasionaram para as cidades vizinhas, alterando a circulação de pessoas e bens (que se locomovem de distintos lugares para consumir a variedade de produtos oferecidos nesses estabelecimentos), a valorização do solo urbano, e a importância das cidades médias para a circulação de capital.

O objetivo deste artigo é analisar as lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada na produção do espaço em Juazeiro/BA e Petrolina/PE. Abordamos como a estruturação do espaço urbano dessas cidades se conecta às lógicas da globalização e as articulações com a produção do espaço urbano regional no contexto da reestruturação econômica. Além disso, identificamos as ações e estratégias das grandes empresas comerciais nas diferentes escalas geográficas, contribuindo para esclarecer as estratégias espaciais dessas grandes empresas de capital internacional nas cidades médias brasileiras.

Produção do espaço urbano e capital comercial

Levando-se em conta que o espaço é uma produção social (Lefebvre, 1976; Santos, 1978; Harvey, 2006; Gottdiener, 2010; Sposito, 1999), é necessário considerar as ações sociais, as estratégias espaciais, as lógicas econômicas e políticas como fundamento básico para a compreensão da racionalidade que permeia o “uso capitalista do território” (Calabi e

Indovina, 1992) pelas grandes empresas da distribuição internacionalizada e sua atuação em cidades médias, dentre elas Juazeiro/BA e Petrolina/PE.

O comércio visa a troca e permite o consumo de produtos pelas diversas classes sociais (Ducatel; Blomley, 1990; Corrêa, 2008). É caracterizado pela circulação de mercadorias, inserido no processo de circulação do capital comercial em relação à produção agrícola e industrial. Uma vez que “a lógica dominante do capital de varejo é a da troca”, conforme Ducatel e Blomley (1990, p. 213 - tradução nossa), “o varejista precisa entender com especial atenção a complexidade dos aspectos associados ao consumo final das mercadorias, sempre em dimensão estratégica em relação aos concorrentes” (Silva, 2025, p. 77). O capital comercial, portanto, como Marx (2017) bem analisou, tem um papel fundamental em como o modo de produção se reproduz e a acumulação do capital se realiza (Ducatel; Blomley, 1990; Fine; Saad-Filho, 2021).

Em seu estudo sobre as cidades na economia mundial, Sassen (1998, p. 15) sugere que “o aumento da mobilidade do capital acarreta mudanças na organização geográfica da produção das manufaturas e na rede dos mercados financeiros”. De fato, isso é verdade, porém tais mudanças impactaram a maneira em que a geografia do capital comercial varejista se transformou. Isto é, não apenas na produção de manufaturas e nem somente no âmbito dos mercados financeiros, mas na própria esfera da circulação de mercadorias e da distribuição, redefinindo o papel dos diversos capitais (Fine; Saad-Filho, 2021). Empresas como Walmart (Estados Unidos), Tesco (Reino Unido) e Carrefour (França) ilustram muito bem como o varejo se tornou cada vez mais global, conforme destacou Wrigley (2009). Isso posto, é necessário considerar que:

O varejo [...] é um fenômeno inherentemente geográfico. Suas principais mudanças institucionais estão relacionadas ao emprego de tecnologia na resolução da dificuldade histórica de atender mercados espacialmente dispersos para ampliar a acumulação ou reduzir os custos de circulação [...] O varejoativamente explora e penetra espaços específicos em várias escalas (Ducatel; Blomley, 1990, p. 225 – tradução nossa).

Logo, o capital comercial varejista é fundamental no âmbito do processo de acumulação e reprodução do capitalismo, posto que é um capital localizado entre o capital produtivo e o consumidor (Ducatel; Blomley, 1990; Fine; Saad-Filho, 2021) e se expressa, para fins de nossa análise, na produção do espaço (Lefebvre, 1976). Não podemos, deste modo, perder de vista que o capital comercial varejista e suas expressões (as empresas,

corporações e/ou grupos econômicos do setor varejista) constituem parte de uma totalidade maior que se movimenta por meio das contradições.

O processo de concentração e centralização do capital varejista no território nacional tem implicações geográficas, o que significa elaborar, ao mesmo tempo, uma interpretação que vise articular muitas escalas espaço-temporais (Sposito; Sposito, 2017) e como esses processos produzem o espaço urbano. Ou seja, a concentração econômica e a centralização do capital oferecem a possibilidade de compreender as lógicas que orientam a produção dos espaços urbanos do período contemporâneo (Sposito; Sousa, 2022; Pereira, 2025), em que o consumo assumiu um certo protagonismo no âmbito dos processos sociais, políticos e culturais.

Nas cidades médias, esses processos vêm ocorrendo com grande impacto, modificando o modo como o espaço urbano é produzido, lançando tais cidades, entendidas como aquelas que desempenham papéis de mediação em suas redes urbanas (Sposito, 2010) ao circuito da globalização do capital varejista. A organização dos hipermercados, em rede e espalhados remete a dinâmica promovida e aprofundada pela globalização contemporânea sem, contudo, homogeneizar o espaço geográfico. Pelo contrário, a globalização é um conceito criado como um projeto político que implica exploração e produção dos desenvolvimentos geográficos desiguais (Harvey, 2004).

Nas últimas três décadas, a geografia histórica do varejo tem sido marcada por um processo de intensa expansão e pela redefinição das estratégias e das lógicas capitalistas. Nesse contexto, dinâmicas espaciais e econômicas passaram a transformar significativamente a organização geográfica das empresas varejistas, tanto no que se refere às estratégias de expansão territorial quanto nas articulações com outros capitais, com o Estado e com diferentes agentes econômicos. As corporações transnacionais assumiram papel central na produção do espaço em meio à globalização, reproduzindo unidades empresariais em distintas formações socioespaciais, introduzindo novos formatos de distribuição e integrando o varejo a plataformas digitais, como a Internet, o que provocou alterações profundas na estrutura de mercado do setor. A “modulação de inovações”, como argumentou Silva (2025), tem sido fundamental para a “produção da difusão espacial” pelas corporações varejistas, contribuindo para uma “reestruturação do varejo” (Ducatel; Blomley, 1990). Para compreender como esse processo de internacionalização se consolidou e quais

suas implicações nas cidades médias de Juazeiro e Petrolina, torna-se necessário realizar uma breve análise sobre a geografia histórica dessas cidades.

Petrolina/PE e Juazeiro/BA: urbanização, produção espacial e contexto atual

A geografia histórica da urbanização de Juazeiro e Petrolina (Figura 02) nos remete ao século XIX, quando ambas as cidades foram fundadas e alcançaram o status de vila e, depois, de cidade (Azevedo, 1946, 1950; Santos Filho, 2020). Para os nossos propósitos, é mais importante se ater aos processos pós Segunda Guerra Mundial que, como apontou Andrade (1982) e Santos (1994), reverberaram de modo significativo na urbanização brasileira e, em particular, no Nordeste, incluindo as duas cidades aqui estudadas.

Figura 02. Localização da área de estudo – Juazeiro/BA e Petrolina/PE



Fonte: Os autores, 2021.

A instalação dos Perímetros Públicos Irrigados em 1967 e a implementação do II Plano Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (II PND) na década de 1970 trouxeram significativos investimentos estatais para os municípios de Juazeiro e Petrolina. Esses investimentos tinham como objetivo a modernização do campo e impactaram também a produção espacial urbana (Domingues, 1989). Nesse contexto, o Estado desempenhou um papel crucial na inserção e expansão do modo de produção capitalista na região do Vale do Submédio (Andrade, 1982), atuando como agente na produção do espaço (Lefebvre, 1976).

A região foi alvo de várias intervenções governamentais destinadas a promover o desenvolvimento regional (Lamônica e Guimarães Júnior, 2019).

Como destaca Santos Filho (2020), as cidades de Petrolina e Juazeiro se consolidaram como relevantes centros urbanos do interior nordestino, exercendo forte influência econômica, social e política sobre uma vasta região. Essa centralidade se explica pela significativa concentração de equipamentos públicos e privados, que atendem não apenas suas populações, mas também os municípios de sua área de influência. Segundo o autor, essas cidades estão estrategicamente localizadas em importantes eixos de ligação rodoviária nacional, na confluência das BR-122, BR-235 e BR-407, o que potencializa sua dinâmica econômica.

Não obstante, destacam-se como polos do agronegócio, sobretudo da fruticultura irrigada e da indústria vitivinícola, além de concentrarem atividades diversificadas nos setores de comércio, tanto atacadista quanto varejista, e em serviços especializados, como saúde, educação e finanças (Santos Filho, 2020). Ademais, abrigam importantes instituições públicas estaduais e federais, ofertando os principais bens e serviços e possuindo os melhores índices econômicos de uma vasta região do sertão nordestino, conforme o Atlas do Desenvolvimento Humano nas Regiões Metropolitanas Brasileiras (IPEA, 2017, p. 33-40). O quadro 1 mostra algumas informações econômicas, demográficas e sociais que auxiliam na comparação entre os dois municípios e, portanto, auxiliam na compreensão da produção do espaço urbano.

Quadro 01. Juazeiro e Petrolina – Informações econômicas, demográficas e sociais

Cidade	Hierarquia Urbana (2018)	Região de Influência (2018)	População (2010)	População (2022)	PIB municipal (2021)	PIB Per capita (2021)	IDHM
Juazeiro (BA)	Capital Regional C (2C)	Arranjo Populacional do Recife/PE - Metrópole (1C)	187.965	237.821	5.181.529,247	23.601,32	0,677
Petrolina (PE)	Capital Regional C (2C)	Arranjo Populacional do Recife/PE - Metrópole (1C)	293.962	386.791	7.994.036,417	22.224,46	0,697

Fonte: IBGE Cidades (2022); REGIC/IBGE (2021)

Petrolina, que no passado era considerada “passagem de Juazeiro”, servia como importante ponto de conexão para fluxos populacionais entre estados do Nordeste e Sudeste brasileiro. Originalmente, Juazeiro destacava-se como o principal centro econômico, político e social da região - posição que manteve até meados do século XX. Entretanto, a partir das décadas de 1950 e 1960, Petrolina iniciou um processo gradativo de ascensão regional (Azevedo, 1950; Domingues, 1989; Chilcote, 1991; Cruz, 2013).

O ponto de inflexão ocorreu com a intervenção estatal no Vale do Submédio São Francisco, quando Petrolina passou a concentrar os principais investimentos públicos e privados (Andrade, 1982; Chilcote, 1991). Essa injecção de recursos resultou na expansão significativa do parque industrial e comercial da cidade, transformando radicalmente sua configuração espacial urbana. Nesse processo, destaca-se o papel central da família Coelho como agentes ativos na produção do espaço urbano. Sua atuação combinou influência política em âmbito regional e nacional com estratégia acumulação de capital em múltiplos setores da economia, tornando-se assim um elemento chave na redefinição das dinâmicas socioeconômicas e socioespaciais (Chilcote, 1991).

É interessante notar que a população urbana teve crescimentos mais expressivos na cidade pernambucana do que na cidade baiana. Ambas foram foco de migração após a década de 1950, porém, como mostra Domingues (1989), o lado baiano teve um maior crescimento da população rural no interregno entre 1960-1970, ao passo que no mesmo período, o lado pernambucano se sobressaiu em termos de população urbana. Apesar dos investimentos do Estado na produção do espaço por meio da criação de infraestruturas para geração de energia, estradas e na agricultura irrigada (Andrade, 1982), os impactos foram maiores na cidade de Petrolina, que viu a pobreza e as desigualdades socioespaciais se ampliarem juntamente com a urbanização.

Esse é um ponto importante para se compreender a produção do espaço nas duas cidades. As desigualdades socioespaciais são expressões do processo histórico-geográfico e da concentração de renda que permanece nos contextos recentes. Pode-se observar por meio das tabelas 1 e 2, e da figura 3 que essa é uma realidade das cidades médias nordestinas, não sendo, portanto, algo específico de Juazeiro e Petrolina. Importante, porém, é observar como sobretudo em Petrolina essa desigualdade é mais ampla, o que reforça a ideia de que a seletividade espacial do ponto de vista dos investimentos públicos e privados é, também, contraditória, já que produz, ao mesmo tempo, pobreza.

A divisão social do espaço nas duas cidades é nítida, quando observamos a tipologia intraurbana das condições de vida na figura 3 e a distribuição espacial das rendas na figura 4. Observa-se que as áreas em que há maior concentração de renda estão em Petrolina, próximo ao rio São Francisco, o que também ocorrem em Juazeiro. Porém, comparando uma cidade à outra, as maiores rendas e as melhores condições urbanas de vida estão do lado Pernambuco, em que pese a maior desigualdade social encontrada em Petrolina.

Tabela 01. Percentual da renda apropriada pelos 20% mais ricos e pelos 20% mais pobres nas cidades médias nordestinas

	Percentual da renda apropriada pelos 20% mais pobres	Percentual da renda apropriada pelos 20% mais ricos
Juazeiro (BA)	3,3	59,9
Feira de Santana (BA)	3	63,8
Vitória da Conquista (BA)	3,3	59,4
Juazeiro do Norte (CE)	3,7	58,3
Sobral (CE)	3,2	59,8
Campina Grande (PB)	3,1	62,9
Mossoró (RN)	3,9	57,7
Caruaru (PE)	3,5	57,6
Petrolina (PE)	2,8	66,1

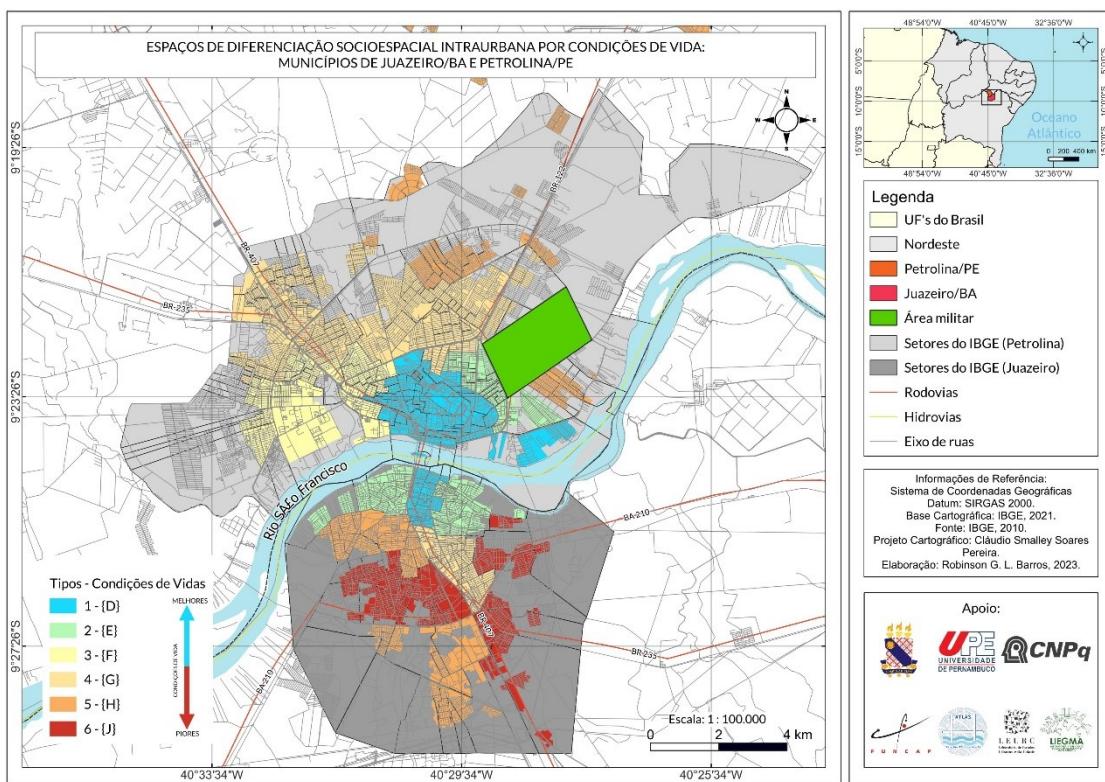
Fonte: IBGE, Censo Demográfico. Elaboração: PNUD, Atlas do Desenvolvimento Humano 2013. Nota*: Indivíduos com renda domiciliar per capita igual ou inferior a R\$ 255,00 mensais, em reais de agosto de 2010, equivalente a 1/2 salário-mínimo nessa data.

Tabela 02. Juazeiro e Petrolina – informações sobre trabalho e rendimento

	Salário médio mensal dos trabalhadores formais [2020]	Pessoal ocupado [2020]	População ocupada [2020]	Percentual da população com rendimento nominal mensal per capita de até 1/2 salário mínimo [2010]
Juazeiro (BA)	2,0	38.662	17,7%	41,7%
Petrolina (PE)	2,0	70.500	19,9%	39,8%

Fonte: IBGE Cidades (2022).

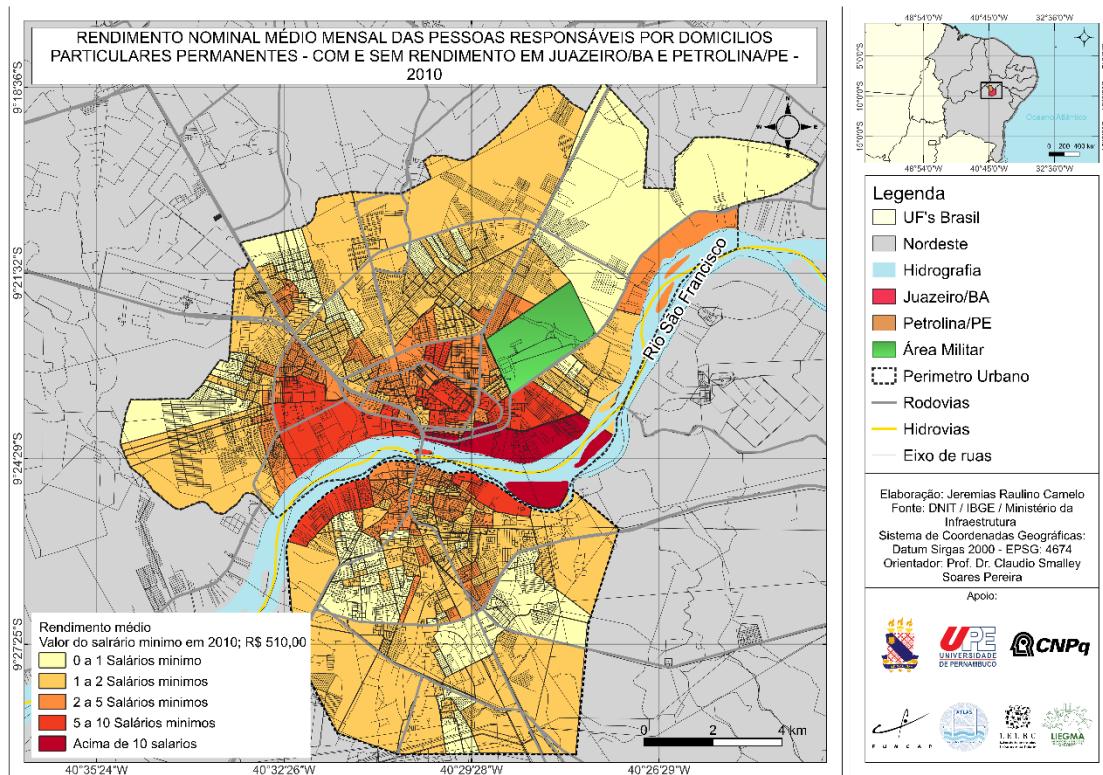
Figura 03. Condições de vida da RIDE Petrolina/PE – Juazeiro/BA a partir do IBGE (2017)



Fonte: Pereira et al (2026).

Esse fenômeno exemplifica a divisão social do espaço, na qual as classes sociais de alto poder aquisitivo se concentram nas áreas centrais das cidades, que oferecem melhor infraestrutura. Tal configuração se deve à capacidade econômica desses grupos de arcar com os altos custos para usufruir das vantagens proporcionadas pela localização central (Corrêa, 2013). Por outro lado, a população de menor renda é empurrada para as bordas urbanas, ocupando as áreas periféricas. Esse padrão centro-periferia se mantém também pelas vantagens associadas à proximidade do rio São Francisco, que agrega valor ao oferecer atributos como paisagem, contato com a natureza e facilidade de acesso aos serviços. A Figura 4 ilustra a concentração de riqueza predominante nas áreas centrais, evidenciando um padrão de segregação socioespacial que, embora ainda bastante presente, vem passando por transformações.

Figura 04. Renda média por setor censitário urbano– Petrolina/PE e Juazeiro/BA



Observa-se a expansão de condomínios de alto padrão localizados próximos ao rio São Francisco, porém afastados do centro urbano. Esse processo reflete as dinâmicas do modo de produção capitalista contemporâneo, que proporciona às camadas mais abastadas maior mobilidade e liberdade de escolha quanto ao local de moradia. Em Petrolina, como aponta Cruz (2013), essa nova configuração tem se sobreposto ao modelo tradicional, manifestando-se na forma de uma “autossegregação” (Corrêa, 2013; Sposito; Goés, 2013). Essa dinâmica, igualmente perceptível em Juazeiro, revela uma reestruturação da cidade orientada pelas lógicas econômicas que operam em diferentes escalas, provocando mudanças significativas na morfologia urbana (Sposito, 2007).

Nesse sentido, observa-se que as estruturas urbanas se tornam mais complexas na medida em que os processos econômicos incidem nas cidades médias, o que ocorre nas duas cidades aqui analisadas. As desigualdades socioespaciais se ampliam no bojo das contradições que resultam da lógica de funcionamento do capitalismo e em múltiplas escalas (Smith, 2020; Sposito, 2007). Como cidades médias nordestinas, Petrolina e Juazeiro “apresentam uma concentração e centralização econômicas expressivas, provocadas pela confluência de

Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.

transportes, podendo ser reconfiguradas pela incorporação de novas atividades do setor agropecuário que, por sua vez, redefinem a indústria, o comércio e os serviços” (Maia, 2010, p. 23).

Os espaços da “grande distribuição internacionalizada” nas cidades de Petrolina e Juazeiro”

A modernização capitalista do território está diretamente vinculada à reestruturação produtiva e à integração dos mercados locais às cadeias globais de distribuição (Pereira, 2020a). Em Juazeiro e Petrolina, a chegada de grandes redes varejistas intensificou a circulação de mercadorias e consolidou novos padrões de consumo. Esses espaços comerciais modernos não apenas atendem às demandas locais, mas também simbolizam a inserção dessas cidades no circuito econômico internacionalizado, alterando as dinâmicas urbanas e reafirmando o papel dessas cidades como nós estratégicos na rede urbana nordestina (Pereira, 2020a).

Um processo de “modernização capitalista do território” caracteriza essa expansão geográfica das empresas. Ela é visível, levando-se em consideração a presença de uma maior quantidade de unidades de comércio controladas pelas empresas principais. Essa expansão geográfica, que de fato não foi aleatória, ocorreu com as empresas privilegiando diversos pedaços do território, ainda que seletivos. Essas “escolhas espaciais” (se é que assim podemos chamar) por parte dos capitalistas, ocorreram em função de uma melhora considerável da economia brasileira em termos de crescimento econômico, com resultados importantes em termos de Produto Interno Bruto (PIB) aliados a políticas sociais voltadas para a distribuição de renda, elevação de salário mínimo e concessão de créditos, que juntas contribuíram para a redução das desigualdades sociais entre 2004 e 2014 (Pereira, 2020a, p. 151).

Tais varejistas são, de fato, verdadeiros “espaços da globalização” (Santos, 1996) ou “espaços do capitalismo global” (Harvey, 2021; Pereira, 2020b). Esse processo articula a concentração econômica, a centralização do capital e a expansão territorial em escala nacional (Sposito e Sousa, 2022; Pereira, 2025), produzindo impactos significativos sobre a classe trabalhadora, os agricultores e a saúde pública, especialmente em função do sistema alimentar imposto por essas empresas (Peres; Matioli, 2020). No Brasil, apenas as redes Carrefour e Casino, mediante os empreendimentos Atacadão e Assaí, respectivamente, operam em todo o território nacional, estando presentes nas principais regiões do país, o que evidencia tanto a concentração quanto a internacionalização desse setor (Sposito; Sousa, 2022; Pereira, 2025; Silva, 2025). Paralelamente, o Grupo Mateus, em constante expansão, tem intensificado suas *Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.*

estratégias territoriais, alcançando 112 cidades e operando aproximadamente 254 lojas no país. Na sequência, serão analisados os aspectos históricos e econômicos da grande distribuição internacionalizada no Brasil, destacando o período da pandemia de Covid-19, além das estratégias espaciais adotadas nas cidades médias que constituem o foco deste artigo.

O Carrefour, fundado na França em 1959, expandiu sua atuação para o Brasil em 1975, consolidando-se como a maior varejista alimentar do país e operando em mais de 130 países (SBVC, 2024). Com aproximadamente 1.188 lojas e 134.000 funcionários, a empresa atua por meio de diferentes segmentos e bandeiras, como Carrefour Hiper, Carrefour Bairro, Carrefour Express, Super Bom Preço, SAM's Club, Carrefour.com e Atacadão (SBVC, 2024). Seu desempenho financeiro tem mostrado crescimento consistente, com faturamentos de R\$ 74,749 milhões em 2020, R\$ 81 bilhões em 2021 e R\$ 108 bilhões em 2022, 115 bilhões em 2023 (SBVC, 2022, 2023, 2024).

Durante a pandemia de COVID-19, as vendas do Carrefour cresceram 12,5% no primeiro trimestre de 2020, movimentando cerca de R\$ 15,9 bilhões, enquanto a estratégia de *e-commerce* alimentar aumentou os lucros em 75% no segundo trimestre, beneficiada pelo status de atividade essencial durante o isolamento (SuperHiper, 2020; Mello, 2020). Em Juazeiro e Petrolina, o Carrefour opera, principalmente, através do Atacadão – adquirido em 2007 e uma das principais bandeiras do grupo – e com um hipermercado Carrefour no River Shopping, que fora adquirido do Grupo Big em operação em 2021.

O Atacadão, na cidade de Petrolina, foi inaugurado em janeiro de 2020, ocupando uma área de 13,9 mil metros quadrados (Figura 5). Segundo reportagem publicada em um blog local (Santos, 2020), o investimento inicial foi de aproximadamente de R\$ 50 milhões, movimentando cerca de 800 empregos diretos e indiretos na região. Em Juazeiro, o Atacadão é ainda mais antigo, foi inaugurado em 2008 (Figura 6). Há aí um interregno de aproximadamente 12 anos entre a instalação da primeira e a segunda unidade na região do Vale do Submédio.

Figura 05. Atacadão na cidade de Petrolina



Fonte: Os autores.

As lojas do Bompreço, na cidade de Petrolina, passaram por um processo de revitalização, intitulado “Super Nova Geração do Grupo Big”, no ano de 2021. Essa reestruturação dos serviços de identidade visual, fez com que as lojas passassem a adotar a bandeira “Super Bompreço”, além de uma expansão na variedade de produtos, que passou a corresponder às necessidades da população regional (Folha de Pernambuco, 2021). Porém, a partir da compra do Carrefour e da transferência dos ativos para a empresa francesa, as lojas aos poucos foram reformuladas para assumir novas identidades visuais, em alguns casos, e em outros as lojas foram negociadas e/ou vendidas. A unidade de Petrolina, por exemplo, já está funcionando com a marca Hipermercado Carrefour no River Shopping.

O GBarbosa é outra empresa de varejo com presença em Juazeiro e Petrolina. Fundada no estado de Sergipe por Noel Rosa e Gentil em 13 de julho de 1955, a empresa expandiu suas operações para incluir produtos farmacêuticos e eletrodomésticos (Eletroshow GBarbosa) a partir dos anos 2000. Desde 2007, a rede faz parte do grupo chileno Cencosud que também possui as bandeiras Bretas, Mercantil, Perini, Prezunic, Giga Atacado e Spid (Cencosud, [s.d]). Sob o controle da Cencosud, o GBarbosa opera na Bahia, Alagoas, Ceará e Pernambuco, com mais de 383 lojas e 18.502 funcionários (SBVC, 2024).

Em Juazeiro e Petrolina, a primeira unidade do GBarbosa foi inaugurada em 2012 com o Mercantil Rodrigues (RedeGN, 2012). A rede atua nos segmentos de supermercados, hipermercados e lojas de eletrodomésticos. A diversidade de produtos, que inclui enlatados, frutas e legumes, movimenta uma ampla rede de produção, seja por meio de fornecedores

ou pela própria rede. Esse dinamismo na produção, armazenamento e entrega demonstra a complexidade da circulação do capital (Harvey, 2004).

A rede Assaí Atacadista, por sua vez, uma das principais representantes do segmento de atacarejo no Brasil, tem ampliado significativamente sua presença no território nacional. No município de Juazeiro, a rede está presente desde maio de 2013 (Figura 06), resultado de um investimento aproximado de R\$ 35 milhões para a implantação do hipermercado que ocupa uma área de 14 mil m², configurando-se como um marco relevante da expansão da empresa na região nordeste (RedeGN, 2013). Em âmbito nacional, a partir de 2021, após a separação com o grupo GPA (Grupo Pão de Açúcar), diversas lojas anteriormente compartilhadas foram repassadas ao Assaí, que as transformou em unidades do modelo atacarejo (SBVC, 2022). Naquele ano, a rede contava com 212 lojas e cerca de 60.000 funcionários, em 2023, esses números cresceram expressivamente: o Assaí passou a operar 288 lojas, empregando aproximadamente 80.350 pessoas e atingindo um faturamento de cerca de R\$72 bilhões (SBVC, 2024). Cabe destacar que em 2023, o Casino, grupo francês que controlava o Assaí, vendeu suas ações e deixou de controlar a rede de atacarejo (Silva, 2025).

Figura 06. Assaí Atacadista em Juazeiro



Fonte: Os autores.

A mais recente empresa a se instalar nas duas cidades foi o Grupo Mateus. Empresa de capital nacional, abriu seu capital em 2020 e, desde então, vem intensificando suas operações, com a inauguração de diversas unidades, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. Atuando por meio de diferentes bandeiras — como Mix Atacarejo, Supermercado Mateus, Hiper Mateus, Eletro Mateus e Camiño —, o Grupo Mateus contava, em 2023, com 258 lojas e cerca de 57.391 funcionários (SBVC, 2024). No ranking mais recente da

Lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada em cidades médias: Petrolina/PE e Juazeiro/BA.

Cláudio Smalley Soares Pereira & Joanna Célia Rodrigues Oliveira

Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS, 2024), a empresa alcançou a terceira posição no setor supermercadista nacional, com um faturamento de R\$ 30,3 bilhões, ficando atrás apenas do Carrefour e do Assaí Atacadista.

Em 2021 o Grupo Mateus anunciou investimentos da ordem de R\$ 1,7 bilhões em Pernambuco, e é aí que as unidades de Petrolina e Juazeiro se encaixam como parte da estratégia de expansão territorial. Nesse processo destaca-se, também, como resultado da aquisição do Big pelo Carrefour, a compra efetuada pelo Mateus de lojas que eram do BIG Bompreço em algumas cidades, como Juazeiro do Norte, no Ceará, e Maceió, incluindo, também, três lojas no Recife nos bairros de Boa Viagem, Caxangá e Casa Forte e uma em Olinda (Castilho, 2023), reforçando as estratégias fundiárias e imobiliárias que também começaram a fazer parte das ações do capital varejista (Pereira, 2020a, 2020b, 2020c). São duas unidades do Mix Mateus, uma em cada cidade (Figuras 07 e 08), e um centro de distribuição, em Petrolina.

Figura 07. Mix Mateus na cidade de Petrolina



Fonte: Mix Mateus (2023).

Figura 08. Mix Mateus na cidade de Juazeiro



Fonte: G1 Bahia (2022).

Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.

ISSN: 2176-5774

Apesar de os atacarejos terem sido pensados para abranger as populações de menores rendimentos, o contexto de crise social e política iniciado com o golpe de 2016 teve impactos significativos no que se refere ao empobrecimento da população. De acordo com reportagem publicada no Jornal do Comércio (2021), as dinâmicas de produção e consumo de mercadorias, no contexto da crise econômica vivenciada no cenário brasileiro, nos últimos anos, evidenciou que os consumidores mais pobres, com renda média de R\$ 1,3 mil, eram minoria nesses estabelecimentos. Cerca de 54% dos clientes pertenciam a núcleos familiares com renda mensal que variava entre R\$ 1,9 e R\$ 3,6 mil e outros 35%, possuem renda mensal entre R\$ 6,1 mil e R\$ 17,3 mil. Em 2022, os atacarejos continuaram a ser uma alternativa amplamente procurada pelas classes médias, que buscavam amenizar os efeitos da inflação, especialmente no que diz respeito ao aumento dos preços dos alimentos. Esse comportamento foi confirmado pela pesquisa realizada pela consultoria Nielsen, a qual revelou que “o atacarejo passou de 47% para 67%, ganhando 20 pontos percentuais em penetração no consumo no ano de 2022”. Ainda segundo a Nielsen, em 2024, 75% dos consumidores anuais desses estabelecimentos pertenciam às classes de maior poder aquisitivo (Cardoso, 2022; Mattos, 2024).

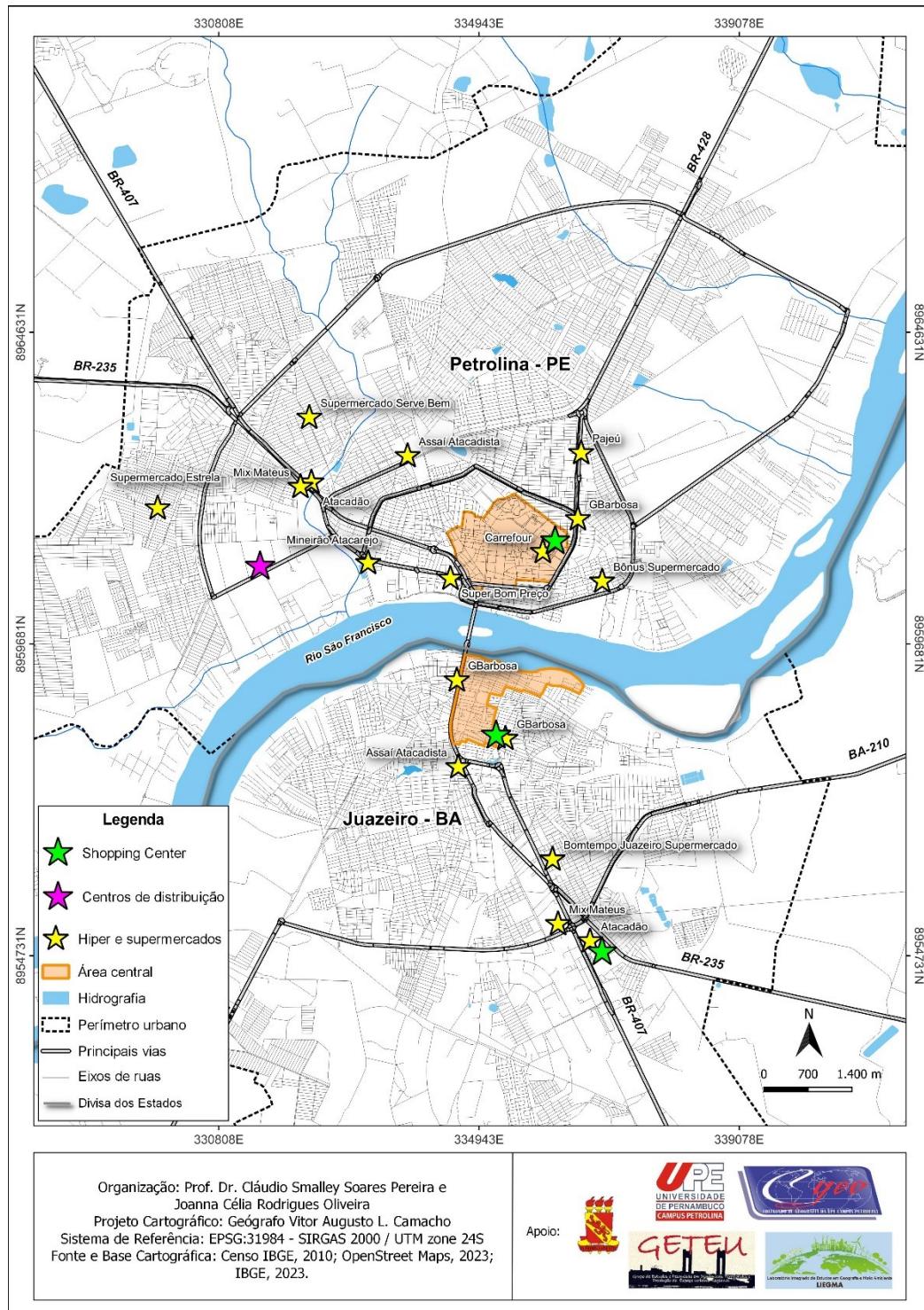
Nas duas cidades pesquisadas, a proximidade com vias de circulação rápida é fundamental, reforçando a relação entre cidade, comércio e automóvel, onde a “fluidez territorial” (Santos, 1994) é crucial. Em Petrolina, a distribuição espacial mostra uma preferência por áreas relativamente próximas ao centro e vias rápidas. Os grandes varejistas alimentares estão localizados em áreas densamente povoadas e já urbanizadas, não atuando como vetores de expansão. O hipermercado Carrefour, por exemplo, é uma loja âncora do River Shopping, situado no centro da cidade. As unidades do Assaí, Atacadão e Mix Mateus estão em bairros populares e densamente povoados, facilitando o acesso dos principais consumidores: a população de baixa renda e classe média baixa que vive nas proximidades.

Em Juazeiro, a influência das rodovias federais é ainda mais evidente. O Assaí e o Mix Mateus estão localizados próximos ao centro da cidade, enquanto o Atacadão e o Shopping JuáGarden ficam na periferia urbana (Figura 9). Nessas áreas, observa-se uma valorização do solo e expansão urbana, com diversos investimentos privados surgindo ao redor do Atacadão e do JuáGarden Shopping. Entre esses investimentos, destacam-se residenciais fechados para médio e alto padrão, bem como unidades de ensino superior privado.

Lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada em cidades médias: Petrolina/PE e Juazeiro/BA.

Cláudio Smalley Soares Pereira & Joanna Célia Rodrigues Oliveira

Figura 09. Localização dos atacarejos e demais espaços comerciais nas cidades de Petrolina e Juazeiro



Fonte: Trabalho de campo

*Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial:
Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.
ISSN: 2176-5774*

A chegada desses capitais fixos às cidades médias de Petrolina e Juazeiro constituem exemplos do movimento mais geral do capital e das estratégias espaciais das empresas, que tem buscado esse estrato da rede urbana, principalmente Capitais Regionais e Centros Subregionais (IBGE, 2020). Como destacou Silva (2025, p. 315).

Para a difusão do modelo *cash and carry* no Brasil, o Carrefour privilegiou os estratos médios das redes urbanas e o Casino focou nos estratos mais elevados. Assim, 60% das lojas Atacadão estavam concentradas nas Capitais Regionais e nos Centros Subregionais. No Casino, esse percentual foi de 41%. Em contrapartida, 38% das lojas Assaí estavam localizadas na Grande Metrópole Nacional e nas Metrópoles Nacionais, contra apenas 13% do Atacadão.

Nesse contexto, em que as grandes superfícies comerciais adotam estratégias espaciais para otimizar sua reprodução econômica, é inevitável lembrar a crítica de Guy Debord (2015) à lógica do automóvel e ao hipermercado na sociedade do espetáculo. Os resultados da investigação mostram que esses espaços comerciais se organizaram nas áreas urbanas de Juazeiro e Petrolina, tornando-se polos atrativos para diversos grupos sociais. Isso impulsiona a reprodução do capital através do consumo local e intermunicipal, com pessoas de cidades vizinhas se deslocando para realizar suas compras em ambas as cidades. A atuação dessas empresas na produção do espaço e na reorganização da geografia comercial das cidades insere esses espaços urbanos na dinâmica econômica global. A expansão crescente de empresas do varejo internacional sobre o espaço urbano demonstra que Juazeiro e Petrolina são “lugares rentáveis” (Santos, 1996, p. 197, Pereira, 2020a, p. 339) para o capital comercial varejista, contribuindo para o processo global da produção capitalista (Marx, 2017).

Considerações finais

A estrutura geográfica do varejo no mundo atual ajuda a entender os movimentos econômicos e espaciais de concentração do varejo, a mobilidade do capital, além das próprias contradições se desdobram na maneira como opera o capital comercial varejista em múltiplas escalas, incluindo a escala urbana. As novas dinâmicas comerciais, observadas nas cidades médias de Juazeiro e Petrolina, apontam que elas se efetivam enquanto espaços urbanos para a expansão dos supermercados e hipermercados e demais grandes superfícies comerciais. Isso revela que as cidades supracitadas estão diretamente interligadas à rede econômica global, exercendo os seus papéis de intermediação direta, com as cidades pequenas, vizinhas,

que tiveram as suas dinâmicas de consumo alteradas com estabelecimento do Carrefour, do Assaí, do Cencosud e do Grupo Mateus.

Os processos que produzem o espaço no período contemporâneo tem grande contribuição das atividades varejistas, isto é, do capital comercial, o que torna o consumo e as lógicas econômicas e espaciais elementos importantes para a compreensão da urbanização. Nesse sentido, os super e hipermercados são importantes para compreender as relações entre cidade, comércio e consumo (Silva, 2005). No artigo discutimos como Petrolina e Juazeiro tornaram-se alvo das empresas estrangeiras do capital internacionalizado do setor varejista apenas recentemente, mudando os conteúdos espaciais e imprimindo na paisagem urbana formas que até pouco tempo não se faziam presentes.

Pode-se, portanto, concordar com Harvey (2018, p. 131) que as duas cidades aqui analisadas fazem parte da “remodelação das geografias de produção e consumo à imagem e semelhança do capital”. É importante destacar, também, que no contexto de isolamento e restrição, vivenciado no Brasil pelo avanço da pandemia de COVID-19, as formas comerciais modernas que se sobressaíram foram os atacarejos, tanto em termos de expansão quanto de lucro. Isso esteve associado à redução dos gastos com alimentos e a dificuldade de mobilidade impostas pela necessidade de isolamento e que, também impactados pela inflação e o aumento da pobreza e das desigualdades, acarretou mudanças nas práticas espaciais de consumo da classe média.

O artigo procurou analisar como as dinâmicas espaciais das cidades médias sofreram alterações a partir do estabelecimento de grandes empresas de capital internacional, em seu território, bem como as transformações socioespaciais oriundas das novas possibilidades de consumo produzidas por esses hipermercados e quais os fatores que tornaram as cidades supracitadas, polos atrativos para o comércio global. Mais análises são necessárias para aprofundar o debate, incluindo a dimensão regional de alcance desses capitais e das mudanças da estrutura de comércio em cidades pequenas polarizadas por Petrolina e Juazeiro.

Referências bibliográficas

- ANDRADE, Manoel Correia. **Tradição e mudança:** a organização do espaço rural e urbano na área de irrigação do submédio São Francisco. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.
- ASSAÍ ATACADISTA. **Quem Somos?**. Disponível em: <https://www.assai.com.br/quem-somos>. Acesso em: 20 de Jul. 2021.

Lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada em cidades médias: Petrolina/PE e Juazeiro/BA.

Cláudio Smalley Soares Pereira & Joanna Célia Rodrigues Oliveira

ASSAÍ Atacadista Inaugura Loja em Juazeiro. **REDEGN**. Publicado em: 2013. Disponível em:https://www.redegn.com.br/?sessao=noticia&cod_noticia=38444#:~:text=A%20cida%20de%20Juazeiro%20ganhou,diretos%20e%20indiretos%20na%20regi%C3%A3o. Acesso em: 12 de agost. 2021.

Associação Brasileira de Supermercados – ABRAS. **Ranking ABRAS 2024**: Conheça as maiores empresas do varejo alimentar. Publicado em 12 de abril de 2024. Disponível em: <https://www.abras.com.br/clipping/noticias-abras/116521/ranking-abras-2024-conheca-as-maiores-empresas-do-varejo-alimentar>. Acesso em: 24 de mai. 2024.

AZEVEDO, Aroldo de. Juazeiro e Petrolina, cidades gêmeas. **Revista do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo**, São Paulo, 1950.

CALABI, Donatella; INDOVINA, Francesco. Sobre o uso capitalista do território. **Orientação**, São Paulo, n. 9, p. 37{66, 1992 [1973]

CARDOSO, Daniela Hana. Atacarejo é nova aposta da classe alta para driblar inflação. **Estado de Minas**, Economia e Negócios, 16/04/2022. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/economia/2022/04/16/internas_economia,1360371/atacarejo-e-nova-aposta-da-classe-alta-para-driblar-inflacao.shtml. Acesso em: 16 mar. 2023.

CARREFOUR Brasil anuncia compra do Grupo BIG. **G1.COM**. Publicado em: 24/03/2021. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/03/24/carrefour-brasil-anuncia-compra-da-rede-grupo-big.ghtml>>. Acesso em: 25 de maio de 2021.

CASTILHO, Fernando. **Grupo Mateus, fundado por ex-garimpeiro de Serra Pelada, chega ao Recife ocupando lojas do Hiper Bompreço**. Jornal do Comercio. 04/04/2023. Disponível em: <https://jc.ne10.uol.com.br/columnas/jc-negocios/2023/04/15433814-mateus-rede-fundada-por-ex-garimpeiro-de-serra-pelada-chega-ao-recife-ocupando-lojas-do-hiper-bompreco.html> Acesso em: 7 jun. 2023.

CENCOSUD. **Nuestra Historia**. Sem data. Disponível em: <<https://www.cencosud.com/nuestra-historia>>. Acesso em: 19 de jun. 2025.

CHILCOTE, Ronald. **Transição Capitalista e a Classe Dominante no Nordeste**. São Paulo: Hucitec, 1991.

CLASSE C descobre o atacarejo. **Jornal do Comércio**. Porto Alegre, 24 de Setembro de 2021. Disponível em: https://www.jornaldocomercio.com/conteudo/2017/05/cadernos/empresas_e_negocios/563080-classe-c-descobre-ao-atacarejo.html. Acesso em: 23 de set. 2021.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Caminhos pela Geografia**: o urbano, as redes e as formas simbólicas. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

CORRÊA, Roberto Lobato. Segregação residencial: classes sociais e espaço urbano. In: VASCONCELOS, Pedro de Almeida; CORRÊA, Roberto Lobato; PINTAUDI, Silvana Maria. (Org.). **A cidade contemporânea segregação espacial**. São Paulo: Editora Contexto, 2013. p. 39-60.

Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.

ISSN: 2176-5774

Lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada em cidades médias: Petrolina/PE e Juazeiro/BA.

Cláudio Smalley Soares Pereira & Joanna Célia Rodrigues Oliveira

DOMINGUES, Rita de Cássia Alcântara. **Petrolina**: crescimento urbano e intervenção do Estado. Recife, 1989. Dissertação (mestrado). Departamento de Ciências Geográficas, Universidade Federal de Pernambuco.

DUCATEL, Ken; BLOMLEY, Nicholas. Rethinking Retail Capital. **International Journal of Urban and Regional Research**, n. 14, p. 207-227, 1990.

ELIAS, Denise; PEQUENO, Renato. Desigualdades socioespaciais nas cidades do agronegócio. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, v. 9, n. 1, p. 25-39, 2007.

FINE, Ben; SAAD-FILHO, Alfredo. **O capital de Marx**. São Paulo: Editora Contracorrente, 2021.

GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. 3 ed. São Paulo: EDUSP, 2010.

GRUPO CARREFOUR BRASIL. **Uma História de Encontros**. Disponível em: <https://www.grupocarrefourbrasil.com.br/grupo/historia/>. Acesso em: 09 de Mar. 2021.

GRUPO PÃO DE AÇÚCAR. **O Nosso Propósito**. Disponível em: <https://www.gpabr.com/pt/conheca-o-gpa/nosso-propósito/>. Acesso em: 10 de Mar. 2021.

HARVEY, David. **Espacios del capitalismo global**: Hacia una teoría del desarrollo geográfico desigual. Akal, 2021.

HARVEY, David. **Espaços de Esperança**. São Paulo: Loyola, 2004.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. 18 ed. São Paulo: Loyola, 2008.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Loyola, 2006.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades: Petrolina – PE**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/petrolina/panorama>>. Acesso em: 04 de jun. 2021.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades: Juazeiro– BA**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/juazeiro/panorama>>. Acesso em: 04 de maio de 2021.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Regiões de Influência das Cidades**, 2018. Rio de Janeiro: IBGE, 2020. Disponível: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101728> Acesso em: 16 jun. 2025.

IPEA. **Atlas do desenvolvimento humano nas regiões metropolitanas brasileiras** Florianópolis, Sorocaba, Rio Grande Teresina, Rio Petrolina-Juazeiro. Brasília: IPEA: PNUD: FJP, 2017.

LAMONICA, Marcos Tostes; GUIMARAES JUNIOR, José Valdecy. Uma Perspectiva do Desenvolvimento Econômico da Região do Submédio São Francisco. **Cadernos do Desenvolvimento**, Rio de Janeiro, vol. 14, n. 24, p. 11-31, jan.-jun. 2019.

LEFEBVRE, Henri. L'espace: produit social et valeur d'usage. **La Nouvelle Revue Socialiste**, Paris, n. 18, p. 11-20, 1976.

Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.

ISSN: 2176-5774

Lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada em cidades médias: Petrolina/PE e Juazeiro/BA.

Cláudio Smalley Soares Pereira & Joanna Célia Rodrigues Oliveira

MATTOS, Adriana. **Ricos vão mais ao atacarejo do que os mais pobres, mostra pesquisa.** Valor exame. Publicado em: 12 de Setembro de 2024. Disponível em: <https://valor.globo.com/empresas/noticia/2024/09/12/ricos-vo-mais-ao-atacarejo-do-que-os-mais-pobres-mostra-pesquisa.ghtml>. Acesso em: 19 de jun. 2025.

MARX, Karl. **O Capital**, livro III. São Paulo, Boitempo, 2017.

MERCANTIL Inaugura Loja em Juazeiro. **RedeGN.** 2012. Disponível em: https://www.redegn.com.br/?sessao=noticia&cod_noticia=30781. Acesso em: 12 de Jul. 2021.

MELLO, Gomes. Lucro do Carrefour Brasil sobe 75% no 2º trimestre com alta das vendas na pandemia. **CNN BRASIL.** Publicado em: 27 de Julho de 2020. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2020/07/27/lucro-do-carrefour-brasil-sobe-75-no-2-tri-com-alta-das-vendas-na-pandemia>. Acesso em: 22 de ago. 2021.

SANTOS FILHO, Antônio Muniz. Juazeiro (BA) e Petrolina (PE) - cidades médias fronteiriças no Sertão do São Francisco, Brasil. **TERR@ PLURAL** (UEPG. ONLINE), v. 14, p. 1-21, 2020.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. **A nova condição urbana:** espaços comerciais e de consumo na produção e reestruturação da cidade. 1. ed. Curitiba: Appris, 2020a.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. **Os espaços do capitalismo global:** empresas varejistas, uso do território e transformação urbana no Brasil. Teresina: **Conexão Política**, v. 9, n. 1, p. 139-165, 2020b.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. **The production of space and the transformations of contemporary capitalism:** real estate strategies of retail companies. MERCATOR (FORTALEZA. ONLINE), v. 19, p. 1-15, 2020c.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares. Concentration and centralization of capital in Brazilian food retail: economic strategies, territorial expansion, and the production of urban space in medium-sized cities. In: Tiana Bakic Hayden; Joaquín Pérez Martín. (Org.). **Urban Food Systems in Latin America:** Territories, Mobilities and Governance. 1ed.Londres: Routledge, 2025, v. 1, p. 161-179.

PEREIRA, Cláudio Smalley Soares; OLIVEIRA, Renata Sibéria; PEREIRA, Sidclay Cordeiro; ALBUQUERQUE, Ana Maria; LYRA, Luiz Henrique de Barros; VALÉZIO, Everton Vinícius; PROENÇA, André Luiz; CALDEIRA, Maria Silu; BARROS, Robinson Guaniere de Lima. **Atlas das dinâmicas sociais e ambientais de Petrolina-PE e Juazeiro-BA.** Fortaleza: EdUECE, 2026. (no prelo).

PREFEITURA MUNICIPAL DE PETROLINA. **Informações e consulta:** Centro de atendimento ao turista em Petrolina. Disponível em: <https://www.prefeituradepetrolina.org/centro-de-atendimento-ao-turista-em-petrolina/>. Acesso em: 23 de set. 2021.

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova.** São Paulo: Hucitec, 1978.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço:** técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996

SASSEN. Sásksia. **As cidades na economia mundial.** São Paulo: NOBEL, 1998

Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.

ISSN: 2176-5774

Lógicas e estratégias espaciais da grande distribuição internacionalizada em cidades médias: Petrolina/PE e Juazeiro/BA.

Cláudio Smalley Soares Pereira & Joanna Célia Rodrigues Oliveira

SILVA, Carlos Henrique Costa da. O Papel dos Supermercados e Hipermercados nas relações entre cidade, comércio e consumo. **Geografia**, São Paulo, v. 30 n. 3, p. 610-265, 2005.

SILVA, Marlon Lima. **Inovações, produção do espaço e estratégias corporativas:** a difusão espacial do modelo *cash and carry* nas múltiplas escalas do Brasil. 450p. (Tese de Doutorado em Geografia). Universidade Federal do Pará, Belém, 2025.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO (SBVC). **Ranking um estudo completo sobre o setor: 300 maiores empresas varejo brasileiro.** São Paulo: SBVC, 2020.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO (SBVC). **Ranking um estudo completo sobre o setor: 300 maiores empresas varejo brasileiro.** São Paulo: SBVC, 2021.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO (SBVC). **Ranking um estudo completo sobre o setor: 300 maiores empresas varejo brasileiro.** São Paulo: SBVC, 2022.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO (SBVC). **Ranking um estudo completo sobre o setor: 300 maiores empresas varejo brasileiro.** São Paulo: SBVC, 2023.

SOCIEDADE BRASILEIRA DE VAREJO E CONSUMO (SBVC). **Ranking um estudo completo sobre o setor: 300 maiores empresas varejo brasileiro.** São Paulo: SBVC, 2024.

SOJA, Edward. **Geografias pós modernas.** Rio de Janeiro: Zahar, 1993.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. O centro e as formas de expressão da centralidade urbana. **Revista Geografia**, São Paulo, UNESP, n. 10, p. 1-18, 1991a.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão; SPOSITO, Eliseu Savério. Articulação entre múltiplas escalas geográficas: lógicas e estratégias espaciais de empresas. **GEOUSP (USP)**, v. 21, p. 462-479, 2017b.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. A urbanização da sociedade: reflexões para um debate sobre as novas formas espaciais. In: DAMIANI; Amélia Luisa; CARLOS, Ana Fani Alessandri; SEABRA, Odette Carvalho de Lima. (Org.). **O Espaço no Fim de Século:** a nova raridade. São Paulo: Contexto, 1999c. p. 83-99.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. As cidades médias e os contextos econômicos contemporâneos. In: SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. (Org.). **Urbanização e cidades:** perspectivas geográficas. Presidente Prudente: GAsPERR, 2001d, v. 1, p. 609-643.

WRIGLEY, Neil. Retail geographies. In: KITCHIN, Rob; THRIFT, Nigel (eds.) **International Encyclopedia of Human Geography.** Oxford, UK. Elsevier, 2009. p. 398-405.

Sobre os autores:

CLÁUDIO SMALLEY SOARES PEREIRA  

E-mail institucional: claudio.smalley@uece.br

Doutor e Mestre em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Estadual Paulista (UNESP), campus de Presidente Prudente/SP. É graduado em Geografia pela Universidade Regional do Cariri (UECE). É professor adjunto dos cursos

Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente, n. 48, v. 2, p. 148-172(2026) - Volume especial: Cidades Médias e Pequenas no Brasil: múltiplos olhares, 2026.

ISSN: 2176-5774

de bacharelado e licenciatura em Geografia da Universidade Estadual do Ceará (UECE), e professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UECE (PROPGEO). É vice-coordenador do Laboratório de Estudos Urbanos e da Cidade (LEURC), e Editor-Chefe da Revista de Geografia – GeoUECE. É membro da Rede de Pesquisadores sobre Cidades Médias (ReCiMe). Coordenou o Projeto Universal Atlas das dinâmicas sociais e ambientais em Petrolina-PE e Juazeiro-B; (CNPq Processo: 409930/2021) entre 2022 e 2025. É pesquisador do projeto Economia política da urbanização e produção do espaço urbano no estado do Ceará, apoiado pelo CNPq (Chamada Universal - Processo: 406836/2023-0).



JOANNA CÉLIA RODRIGUES OLIVEIRA

E-mail: joannacelia@hotmail.com

Graduada em Licenciatura em Geografia pela Universidade de Pernambuco (UPE), Campus Petrolina. Mestra em Geografia, com ênfase em Geografia Humana e especialidade em Geografia Urbana, pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGG) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Atualmente é doutoranda em Geografia pelo Programa de Pós- Graduação em Geografia da Universidade Federal da Bahia (UFBA), vinculada à linha de pesquisa Análise Urbana e Regional. Integra o Núcleo de Estudos Regionais e Agrários (NERA/UFBA), desenvolvendo pesquisas voltadas às dinâmicas socioespaciais urbanas e regionais, com foco nas relações entre cidade, campo e processos de reestruturação territorial.

Outras informações aplicáveis:

- Aprovação ética: não se aplica.
- Financiamento: Esse artigo é resultado dos projetos “Atlas das dinâmicas sociais e ambientais de Petrolina/PE e Juazeiro/BA” (CNPq - Processo [409930/2021-0]) e “Produção do espaço urbano em Petrolina/PE: reestruturação econômica, dinâmica urbana e globalização” (Universidade de Pernambuco, sem financiamento).