



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA  
DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO – CAMPUS XII  
COLEGIADO DE ADMINISTRAÇÃO**

**MARCOS DANIEL MAGALHÃES TEIXEIRA**

**QUELVE IGOR DA CRUZ PRATES**

**O 7 de setembro como impulsionador da economia, da cultura e desenvolvimento local em Palmas de Monte Alto, BA.**

Guanambi, BA

2025

MARCOS DANIEL MAGALHÃES TEIXEIRA

QUELVE IGOR DA CRUZ PRATES

**O 7 de setembro como impulsionador da economia, da cultura e desenvolvimento local em Palmas de Monte Alto, BA.**

Trabalho apresentado como pré-requisito para conclusão da disciplina TCC II, do curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia - Campus XII como parte das exigências para a obtenção do título de bacharel em administração.

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Roberto Meira de Oliveira

Guanambi, BA

2025

Marcos Daniel Magalhães Teixeira

Quelve Igor da Cruz Prates

**O 7 de setembro como impulsionador da economia, da cultura e desenvolvimento local em Palmas de Monte Alto, BA.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na Universidade do Estado da Bahia - Campus XII como requisito básico para a conclusão do Curso de Administração.

Guanambi, 16 de julho de 2025

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Cláudio Roberto Meira de Oliveira

Universidade do Estado da Bahia

---

Prof. Dr. Antônio Ribeiro Bomfim

Instituto Federal Goiano

---

Prof. MSc. Sayonara Miranda Oliveira

Universidade do Estado da Bahia

## RESUMO

Este trabalho analisa a influência das festividades do 7 de setembro no segmento de bares e restaurantes de Palmas de Monte Alto, Bahia, destacando seu papel como impulsionador econômico e cultural. Adotando abordagem qualitativa e descritiva, com coleta de dados feita por meio de formulários aplicados a cinco estabelecimentos do setor, investigando variações no faturamento, investimentos e estratégias diante da não realização do evento em 2023. Os resultados revelaram perdas superiores a 50% no faturamento, especialmente no mês de setembro, evidenciando a forte dependência sazonal da economia local. A ausência do evento afetou também o relacionamento com fornecedores, gerou redução de pessoal e comprometeu a geração de empregos temporários. Conclui-se que o 7 de setembro transcende o caráter cultural e cívico, configurando-se como um ativo econômico estratégico, cuja manutenção é essencial para a sustentabilidade e o crescimento do comércio local.

Palavras-chave: Cultura; Economia; Eventos; Bares e Restaurantes; Desenvolvimento Local.

## ABSTRACT

This study examines the influence of the September 7th festivities on the bar and restaurant sector in Palmas de Monte Alto, Bahia, highlighting its role as an economic and cultural driver. Using a qualitative and descriptive approach, data were collected through questionnaires applied to five establishments in the sector, investigating variations in revenue, investments, and strategies in the absence of the event in 2023. Results revealed revenue losses exceeding 50%, especially in September, underscoring the strong seasonal dependence of the local economy. The event's absence also affected supplier relationships, led to staff reductions, and hindered the creation of temporary jobs. It is concluded that the September 7th celebrations go beyond their cultural and civic nature, constituting a strategic economic asset whose continuity is essential for the sustainability and growth of local businesses.

**Keywords:** Culture; Economy; Events; Bars and Restaurants; Local Development.

## Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. O EVENTO, A CULTURA E O IMPULSO A ECONOMIA .....	8
2.1 Eventos além do entretenimento.....	8
2.2 A cultura do 7 de setembro em Palmas de Monte Alto .....	11
3. MATERIAIS E MÉTODOS.....	13
3.1 Procedimentos e delineamento da pesquisa.....	13
3.2 Participantes e instrumentos de coleta de dados.....	14
3.3 Análise de dados .....	14
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	15
4.1. Impacto no faturamento anual dos bares e restaurantes .....	17
4.2. Impacto mensal e sazonalidade dos investimentos .....	18
4.3. Estratégias adotadas e a relação com fornecedores .....	19
4.4. Geração de empregos e percepção de reinvestimento .....	21
5. CONCLUSÃO.....	22
REFERÊNCIAS .....	23

## 1. INTRODUÇÃO

O setor de eventos representa um dos grandes propulsores da economia. Seja no âmbito nacional, estadual ou municipal. Nesse aspecto, na parcela menos “visível” (o interior) a situação se torna ainda mais impactante. É comum as cidades interioranas desenvolverem eventos representativos para sua comunidade, juntamente com as tradições e costumes. Esses fenômenos culturais reverberam em todo o seu território e criam uma época de destaque no calendário local, instituindo uma cultura de planejamentos e investimentos para o período. Essas festividades, tidas como tradicionais ocupam um espaço significativo nos negócios do micro/pequeno empreendedor que se prepara para a movimentação da cidade e a consequente atração de pessoas de toda a região.

Palmas de Monte Alto é um município histórico brasileiro, do estado da Bahia. Segundo Ramos (2016), é importante destacar o valor histórico da localidade, tanto por sua origem no período imperial quanto pela trajetória dentro do processo de subdivisão administrativa da antiga província da Bahia. Inserida no contexto de autonomia das províncias para subdividirem seus territórios, conforme permitido pela Constituição outorgada em 1824, a localidade foi elevada à condição de vila em 1840, tornando-se parte ativa do processo de expansão territorial e institucional do sertão baiano.

Uma cidade situada em uma região que remonta à herança histórica, sítios arqueológicos, construções antigas, pinturas rupestres e dentre outras características que enriquecem a cultura material e imaterial do município, como a forte ligação religiosa desde sua formação como povoado, entre 1736 a 1742 (Moura, 1989), quando foi construída uma capela por “Pereirinha”, o português Francisco Pereira de Barros.

Se localiza na região do sudoeste Baiano, a uma distância de 718km da capital Salvador, com população de 20.078 pessoas, segundo censo de 2022 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), com área total de 2562,818 km<sup>2</sup> de extensão territorial. Originada da fé, a partir de uma promessa feita a Nossa Senhora Mãe de Deus e dos Homens; é a porta de entrada principal do Parque Estadual da Serra dos Montes Altos (Tasso, 2012).

Cidade ideal para quem busca turismo ecológico e/ou religioso e “palco” de uma das festas mais conhecidas da região do sertão produtivo. De acordo Pereira (2022, p.09), “as cidades com um patrimônio como Palmas de Monte Alto, tendem a ser um local turístico e histórico quando as políticas públicas de preservação são aplicadas”. O “evento

7 de setembro” é a junção de atrações religiosas, artísticas e cívicas que acontecem normalmente por 3 dias (7, 8 e 9 de setembro).

A realização desse trabalho vem de encontro com a necessidade de valorização do setor de eventos e sua importância para os empreendedores locais, como forma de incremento do faturamento de suas empresas. Especificamente, esse estudo objetivou analisar como a falta de eventos impactam o comércio e a lucratividade desses empreendedores na cidade de Palmas de Monte Alto, BA, tendo como objeto de estudo o “7 de setembro”, sendo a amostra o segmento de bares e restaurantes.

Apesar da evidente relevância cultural e simbólica da festa 7 de setembro para o município, a literatura sobre o impacto econômico direto de eventos cívicos em pequenos municípios ainda é restrita, principalmente no que tange à mensuração da sazonalidade e do efeito multiplicador em setores específicos como o de bares e restaurantes. Este trabalho se insere nessa lacuna, buscando quantificar e qualificar a influência da não realização do evento em 2023.

Portanto, a questão norteadora deste capítulo é estudar a influência das festividades do 7 de setembro no segmento de bares e restaurantes, buscando expandir os conhecimentos sobre a temática da importância das festas populares para a economia, cultura e desenvolvimento local.

## 2. O EVENTO, A CULTURA E O IMPULSO A ECONOMIA

### 2.1 Eventos além do entretenimento

Para estabelecer um entendimento inicial no âmbito da relação dos empreendimentos e dos eventos, faz-se necessário compreender alguns dos conceitos envolvidos.

Neste sentido, Britto e Fontes descrevem eventos como:

todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma ideia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo (1997, p.66).

Dessa forma, atribuindo uma conceituação ampla, sem delimitar o seu significado e indo na contramão do “consenso técnico”, com o mesmo propósito, temos a definição apresentada por Cesca (1997, p. 14), que “evento é um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas”, enfatizando o entendimento do fenômeno em seu aspecto de influenciador do ambiente e ressaltando a necessidade de identificar as oportunidades fornecidas.

O setor de eventos é um mercado amplo e diversificado, com inúmeras possibilidades a serem exploradas, não por acaso desempenha um papel significativo no desenvolvimento econômico do país. Assim, Guimarães et al. (2007) destaca sobre os resultados de eventos:

O turismo de eventos, atualmente, é a alternativa para o desenvolvimento econômico e social de um destino que possui uma vocação para sediar eventos. Essa vocação traz muitos benefícios para o destino, como: o aumento de construção de estruturas físicas, crescimento do número de empregos, da renda local, e da arrecadação de impostos, fatores fundamentais para o desenvolvimento econômico de um destino (p.15).

A discussão sobre o potencial econômico dos eventos se aprofunda ao considerar o campo da economia da cultura. Conforme Reis (2008), a cultura não se restringe a um produto de consumo, mas atua como um recurso estratégico capaz de gerar valor, renda e desenvolvimento sustentável. Na mesma linha, Yúdice (2005) argumenta que a cultura se tornou uma “conveniência”, um ativo que mobiliza recursos e legitima políticas, sendo fundamental para o desenvolvimento local. O 7 de setembro, ao ser uma manifestação

cívico-cultural tradicional, transforma-se, para o comércio local, em um ativo econômico tangível.

A área apresentou um avanço recente, com tendência de expansão intensificada após o fim da pandemia do COVID-19. Durante o período pandêmico, a crise do entretenimento destacou-se como um dos pontos mais alarmantes no cenário econômico. Em documento publicado pelo Ministério da Economia (2020), com base em uma análise da variação do faturamento setorial utilizando dados da Receita Federal, constatou-se que os segmentos mais afetados foram aqueles que exigem elevada interação social, como os setores de lazer, eventos e turismo.

Segundo Caramori Júnior (2021), da Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape), neste período 350 mil eventos foram adiados ou cancelados e R\$ 90 bilhões perdidos com a modalidade presencial praticamente inexistente e sendo limitada pelos grandes desafios enfrentados acerca das questões sanitárias, como o isolamento (com o objetivo de evitar a contaminação) e adoção de outras medidas restritivas.

Diante desse cenário, as empresas tiveram que se adequar à novos modelos, houve a expansão de atividades online (lives, shows drive-in etc), com essa sofisticação, o setor de eventos precisou se reinventar, se adaptar a novos métodos, a um novo público a ser abordado e instigado ao consumo de conteúdo. Esse efeito foi inicialmente considerado como uma “sobrevida” do setor.

De acordo com Facuri (2020), presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc), sobre os eventos online e presenciais diz que:

É necessário saber que os eventos presenciais não findarão, ao contrário, sempre continuarão a existir, porém o momento atual requer mudanças e mesmo que o cenário se normalize nos meses seguintes, ainda assim, não haverá espaço e tempo para todos os eventos acontecerem.

Para Ribas (2021), a inserção de métodos alternativos aos eventos presenciais teve apenas um efeito minimizador e não contribuiu significativamente para redução dos prejuízos enfrentados pelas empresas. Em contraponto, cita-se o estudo de Azevedo e Cavalcante (2021), no qual os eventos híbridos representam uma renovação no cenário, e a exigência de reconfiguração estratégica possibilitou a concepção de novos formatos (uma solução que foi muito utilizada pela área acadêmica/profissional e permanece até os dias atuais), essa abordagem abrange uma perspectiva mais ampla do que a mera minimização dos impactos.

À medida que se consolidava a superação da crise pandêmica e se reestabeleciam gradualmente os vínculos sociais presenciais, a retomada das atividades foi marcada por

elevada expectativa e pela crescente demanda da sociedade em relação ao ramo de eventos. Segundo a ABRAPE (2022), houve um aumento de 42,3% no primeiro semestre de 2023, em comparação ao mesmo período do ano anterior, o que representa um crescimento notável, com claros indicativos da influência do setor.

De todo modo, a força do mercado consumidor de municípios menores já vinha sendo exposta antes mesmo do período pós pandemia impulsionar esse movimento. Segundo dados do IBGE (2022), 25% do PIB nacional de 2020 estava concentrado em nove cidades. O cenário é ligeiramente melhor que o registrado em 2019, quando oito cidades detinham cerca de um quarto da economia brasileira ou de 2012, quando apenas 6 cidades representavam essa porcentagem. Além disso, cidades entre 20 mil e 50 mil habitantes foram as que mais cresceram economicamente entre 2010 e 2019 (Valor Investe, 2022).

No entanto, atribuir variações no PIB municipal exclusivamente à perspectiva populacional é uma abordagem limitada, pois outros fatores também desempenham um papel significativo. O peso do Fundo de Participação dos Municípios (FPM), que tende a ser maior em cidades menores, os empreendimentos industriais locais e outras atividades comerciais que impulsionam a economia municipal são exemplos de variáveis que precisam ser consideradas para uma análise mais completa (Vieira; Abrantes; Almeida, 2020).

Além dos fatores citados acima, os eventos também se caracterizam como um desses impulsionadores a entrarem na equação de desenvolvimento das cidades interioranas. Contextualizando essa vertente fomentadora, pode-se destacar diversos exemplos para se buscar compreender com mais profundidade o cenário. No Nordeste, no estado de Pernambuco tem a tradicional Festa de Reis em municípios como Cupira, Brejão, São Bento do Una e São Caetano, no Sudeste há destaques como a Festa de Flores e Morangos em Atibaia no estado de São Paulo e a Festa do Peão Boiadeiro em Barretos, provavelmente a com maior proporção/influência das citadas. A cidade com pouco mais de 122 mil habitantes, é capaz de atrair 936 mil visitantes de todo o país durante o período de 11 dias. Em 2022, de acordo com o Centro de Inteligência e Economia do Turismo (CIET) o evento gerou um impacto de R\$ 1,24 bilhão.

A relevância econômica dos eventos está intrinsecamente ligada ao seu papel como multiplicador turístico e econômico. Matias (2013) destaca que grandes e pequenos eventos atuam como catalisadores de receitas, movimentando diversos setores (alojamento, alimentação, transporte) e ajudando a reduzir o impacto negativo da

sazonalidade turística. O evento do 7 de setembro funciona como um 'pico' artificialmente gerado, essencial para compensar os períodos de baixa atividade.

Não são raros os casos de cidades do interior com determinado destaque e alcançando um “status” de cidade polo, mesmo que por um determinado tempo, em consequência de sua atratividade e/ ou festividade. Dentre os exemplos mais próximos envolvendo o Sertão Produtivo da Bahia, temos eventos tradicionais como o São João do Gurutuba em Guanambi, a Festa de Santana em Caetité, o São Pedro em Iuiú e o próprio 7 de setembro em Palmas de Monte Alto.

## 2.2 A cultura do 7 de setembro em Palmas de Monte Alto

O município contém uma rica cultura imaterial, referência religiosa e popular na região, com eventos e tradições que incorporam a linda história da cidade. As festividades do “7 de setembro” são evidenciadas pela diversa gama de atrações e o contexto histórico atribuído a elas. A festa tem início com o desfile cívico e alegórico, que envolve a participação de várias escolas, entidades sociais, grupos culturais e outras instituições do município. O desfile é realizado a mais de 60 anos, objetivando sempre ressaltar valores cívicos e amor à pátria, é tido como uma forte expressão cultural que atrai visitantes de todas as cidades circunvizinhas.

Pioneiramente, as festividades foram desenvolvidas pelo grupo escolar Marcelino Neves (primeira escola da cidade). Hoje em dia sua organização passa principalmente pelo Colégio Municipal Eliza Teixeira de Moura, responsável pela definição de temáticas e ambientação do desfile, abordando diferentes assuntos ao longo dos anos. De acordo com o site Folha do Vale (2023) o desfile cívico é uma das principais atrações do período, integrando as festividades e sendo considerado tradicional e muito aguardado pela região.

A época comemorativa se estende a Festa da Padroeira, Nossa Senhora Mãe de Deus e dos Homens, que é a maior e mais antiga tradição (Costa; Oliveira; Reis, 2023), matriz das festividades de setembro, realizada desde o início do século XVIII, todos os anos no dia oito de setembro (onde a igreja comemora a natividade da santíssima virgem Maria Mãe de Jesus). A festa é cercada de alvoradas, procissão, levada de mastro e neste caso a imagem em tamanho real da padroeira.

Os três dias de comemorações (7, 8 e 9 de setembro), ainda contam simultaneamente com shows artísticos realizados a noite, e que contribuem ainda mais

para vinda das pessoas para a cidade, culminando numa maior movimentação do comércio local em diferentes segmentos.

A cultura pode ser vista como um dos principais potencializadores dessas movimentações, a realização de festividades exerce um papel importante no contexto das cidades pequenas, a atratividade envolve desde a identidade cultural da manifestação que está enraizada em uma tradição de territorialidade e supera as barreiras referentes a distâncias físicas, até o reconhecimento do evento como agente propulsor na geração de oportunidades de investimento e no estímulo ao empreendedorismo. Essas festas passaram a ter uma grande relevância para a economia dos municípios de forma que acabaram despertando o interesse das esferas governamentais e dos agentes econômicos pela sua existência, perpetuação e difusão. Andrade e Borges (2015), evidenciam que o turismo gerado por esses eventos detém uma importância socioeconômica significativa para o país, essa condição desperta o interesse do governo em investir ainda mais em visibilidade.

A análise do evento deve, portanto, estar ancorada na perspectiva do desenvolvimento local, que, segundo Milani (2003), é um processo resultante de interações e cooperações entre atores e interesses, de natureza social, política e cultural. O evento cívico, nesse sentido, não apenas gera fluxo de caixa, mas fortalece a identidade e o capital social da comunidade, corroborando o papel dos eventos no fomento à qualidade de vida dos residentes, conforme discutido por Dalonso e Uvinha (2014). Essa dimensão social justifica a mobilização econômica que permeia o período festivo.

Em síntese, os eventos configuram-se como instrumentos estratégicos de valorização cultural, dinamização econômica e fomento à atividade turística. Em municípios de menor porte, atuam como catalisadores do desenvolvimento local, promovendo a geração de emprego e renda, a ativação do comércio e a atração de investimentos públicos e privados, consolidando-se como vetores de crescimento regional sustentável.

### 3. MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, fundamental para explorar e compreender em profundidade os significados, percepções e experiências dos atores envolvidos no fenômeno em estudo. Essa escolha metodológica é justificada pela natureza complexa da interação entre eventos culturais e economia local, que demanda uma análise interpretativa dos dados, conforme preconizado por Denzin e Lincoln (2006). A pesquisa qualitativa permitiu a imersão no contexto específico de Palmas de Monte Alto, BA, para descrever e interpretar as dinâmicas sociais e culturais que permeiam o segmento de bares e restaurantes em relação ao evento do 7 de setembro.

Complementarmente, o estudo caracteriza-se como de natureza descritiva. Essa modalidade visa observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los (Vergara, 1998), o que se alinha ao objetivo de detalhar o impacto da não realização do evento na lucratividade e nas estratégias dos estabelecimentos.

#### 3.1 Procedimentos e delineamento da pesquisa

Inicialmente, foi realizado um aprofundado levantamento bibliográfico acerca do assunto em diferentes fontes de dados. Esta etapa, crucial para contextualizar o problema e identificar a base teórica para a pesquisa, foi conduzida mediante a consulta de artigos científicos, livros, teses e dissertações em bases de dados como Scielo, Google Scholar e periódicos especializados em economia, turismo e eventos. A pesquisa bibliográfica, conforme Gil (2002, p. 44), “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituindo um enriquecimento cultural e teórico indispensável para abordar a representatividade dos elementos centrais do trabalho”.

Subsequentemente, a pesquisa de campo foi empreendida para coletar dados empíricos diretamente no local do fenômeno. Esta investigação empírica, realizada no município de Palmas de Monte Alto, Bahia, no período de (setembro a novembro de 2024), teve como intuito principal alcançar e descrever a variação na porcentagem anual e mensal do faturamento (perda do lucro) sofrida pelas empresas de bares e restaurantes em decorrência da não realização do evento. Segundo Vergara (1998, p. 45), a pesquisa de campo é uma investigação empírica que ocorre no ambiente real do fenômeno, permitindo uma compreensão contextualizada.

### 3.2 Participantes e instrumentos de coleta de dados

Para a coleta das informações, utilizou-se um formulário estruturado, aplicado a cinco estabelecimentos do segmento de bares e restaurantes em Palmas de Monte Alto, BA. A seleção desses cinco estabelecimentos foi realizada por amostragem intencional (Flick, 2009), visando cobrir diferentes portes e localizações dentro do segmento, de modo a obter uma gama representativa de experiências e percepções sobre o impacto do evento. Para Andrade (2007), o formulário constitui um instrumento padronizado de coleta de dados, composto por campos predefinidos que orientam e uniformizam as respostas, sendo adequado para diversos contextos.

O formulário teve como foco levantar informações sobre: a) investimentos realizados para o período do evento; b) variações no faturamento (mensal e anual) em decorrência da ausência do evento em 2023, comparando com anos anteriores; c) a percepção geral sobre a importância do evento para a economia local; e d) as estratégias adotadas pelos empreendedores para lidar com a situação e minimizar prejuízos. A aplicação do formulário foi realizada via Google Forms, sendo os participantes devidamente informados sobre os objetivos da pesquisa e a confidencialidade dos dados, garantindo-se o consentimento livre e esclarecido, em conformidade com os princípios éticos da pesquisa (Brasil, 2012).

### 3.3 Análise de dados

Os dados coletados por meio dos formulários foram compilados e organizados para posterior análise. A interpretação dos dados qualitativos foi realizada por meio de análise temática, que permitiu identificar padrões, categorias e temas recorrentes nas respostas dos participantes (Braun; Clarke, 2006). Os dados quantitativos obtidos, como percentuais de perdas de faturamento, foram tabulados e apresentados de forma descritiva, complementando a compreensão dos impactos econômicos. Essa abordagem integrada possibilitou a triangulação das informações, fornecendo uma visão holística de como as alterações no calendário local das festividades impactam diretamente na gestão, no relacionamento com fornecedores e no faturamento mensal e anual dos empreendimentos, evidenciando a relevância do “7 de setembro” para o setor.

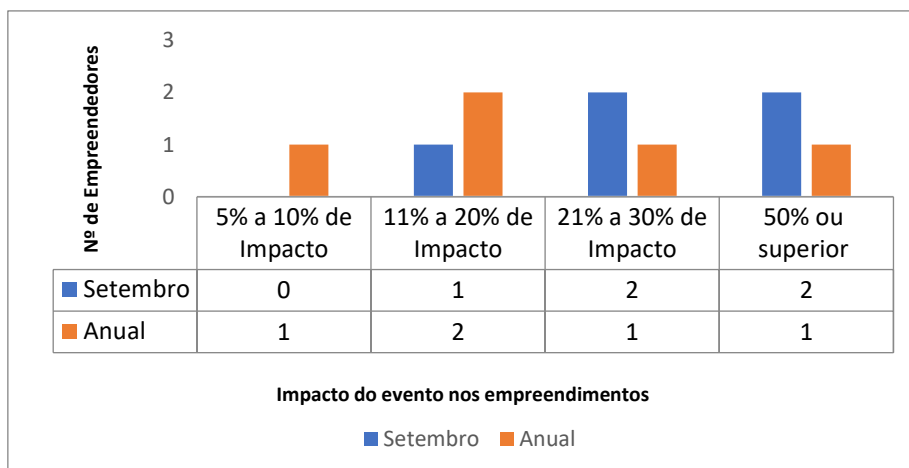
#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A presente pesquisa buscou contribuir para a compreensão da importância dos eventos, um setor que passou por diversas transformações em um período consideravelmente curto de tempo, especialmente influenciado pela pandemia de COVID-19, que comprometeu significativamente o desempenho econômico de diferentes segmentos. Dados da ABRAPE (2022) indicam que o setor de eventos representa cerca de 4% do PIB do Brasil e teve um faturamento de R\$ 230 bilhões perdido durante a pandemia.

Neste contexto, cabe destacar que a relevância do setor de eventos se estende também às regiões interioranas, onde atua como um grande impulsionador da economia local. Na Bahia, essa importância tem sido reconhecida pelo governo, especialmente devido ao poder econômico que essas manifestações culturais exercem, sendo consideradas essenciais para a saúde financeira de diversos negócios locais. A pesquisa evidenciou ainda o papel estratégico desempenhado pelos eventos culturais, em especial o “7 de setembro”, no fortalecimento econômico de municípios de pequeno porte, a exemplo de Palmas de Monte Alto.

O levantamento de dados realizado junto aos empreendimentos do segmento de bares e restaurantes demonstrou que a ausência da festividade em 2023 (a exemplo do período pandêmico), impactou negativamente o faturamento dessas empresas, gerando perdas que variaram entre 5% e mais de 50%, com destaque para o mês de setembro (período em que tradicionalmente ocorrem as comemorações). Segundo Andrade e Borges (2015), os eventos culturais promovem dinamismo econômico ao mobilizar cadeias produtivas locais, gerar empregos temporários e atrair fluxos turísticos.

**Figura 1:** Impacto no faturamento anual e no faturamento mensal em empresas do segmento de bares e restaurantes no ano de 2023 e no mês de setembro.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

A literatura reconhece que eventos dessa natureza (como o 7 de setembro), geram externalidades econômicas positivas ao estimular o consumo, o turismo e diversificar as fontes de receita dos negócios locais (Guimarães et al., et al., 2007).

O resultado de que 80% dos estabelecimentos registraram uma queda superior a 50% no faturamento em 2023, após a não realização do 7 de setembro, confirma a fragilidade da economia local e sua forte dependência do evento como multiplicador de renda, conceito amplamente debatido por Matias (2013). Essa perda significativa revela uma acentuada sazonalidade e evidencia a necessidade de se pensar em políticas de desenvolvimento local que utilizem a cultura como ativo permanente, conforme defendido por Reis (2008) e Milani (2003), e não apenas como um evento isolado.

Sob essa ótica, a ausência das festividades, além dos impactos no faturamento, comprometeu também o relacionamento com fornecedores, exigindo dos empreendedores a adoção de estratégias adaptativas para reduzir os efeitos negativos. Ainda conforme Guimarães et al., os eventos representam uma alternativa concreta para o desenvolvimento econômico e social, sobretudo em localidades com vocação cultural ou turística, pois promovem a movimentação do comércio, a geração de emprego e o aumento da arrecadação pública. Tal constatação corrobora com os dados obtidos, que evidenciam os efeitos diretos da não realização do evento na aquisição de insumos, na contratação de serviços temporários e na limitação de investimentos em infraestrutura. Além disso, a redução da movimentação turística comprometeu significativamente toda a cadeia logística local de bares e restaurantes.

Nesse sentido, em 2016, o Governo do Estado da Bahia lançou um investimento de quase R\$ 40 milhões, por meio do Fundo de Cultura do Estado (FCBA), visando fomentar projetos culturais na capital e no interior. Desse valor total, R\$ 31,6 milhões foram provenientes das empresas Coelba e Oi, e R\$ 8 milhões foram obtidos junto ao governo federal (SECULTBA, 2016). Além disso, a Superintendência de Fomento ao Turismo do Estado da Bahia (SUFOTUR) também se destaca por lançar editais que contemplam municípios com apoio para a realização de festividades, promovendo a cultura local e estimulando o turismo regional. Em 2025, o edital voltado para auxiliar os municípios nos festejos juninos ofereceu repasses que variaram de R\$ 70 mil a R\$ 600 mil, conforme a pontuação obtida pelos projetos (Governo do Estado da Bahia, 2025).

A categoria de eventos desempenha papel relevante no estímulo às micro e pequenas empresas e atua como instrumento de desenvolvimento econômico, também para as cidades de pequeno e médio porte. Seu efeito multiplicador sobre esses municípios é expressivo, atingindo diferentes segmentos produtivos como empresas de comunicação visual, locadoras de

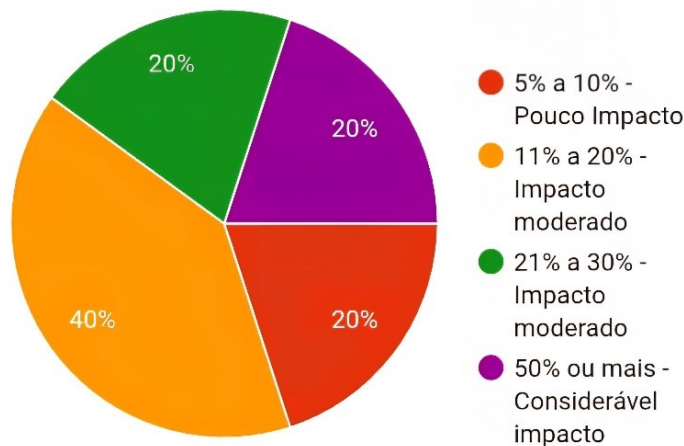
equipamentos audiovisuais, rede hoteleira, bares e restaurantes e etc. Diversas áreas são impactadas por essa dinâmica, desde o profissional responsável pela organização, até as atividades mais secundárias na cadeia de oportunidades. Nesse contexto, a indústria de eventos assume papel estratégico nas políticas públicas voltadas à promoção das atividades econômicas, à geração de empregos e conseqüentemente aumento da arrecadação de tributos. (Coutinho e Coutinho, 2007).

Cidades do interior, devido ao volume naturalmente menor de movimentações comerciais, desenvolvem uma dependência sazonal em relação a períodos específicos do ano, quando há um maior estímulo às atividades. A esse respeito, Emílio Santos (2012) destaca que a comunidade se adapta inteiramente a festas, impulsionando setores como o hoteleiro, de prestação de serviços e de bares e restaurantes, que ampliam seu horário de atendimento.

#### 4.1. Impacto no faturamento anual dos bares e restaurantes

A análise do impacto no faturamento anual e mensal dos bares e restaurantes revelou que a maioria dos estabelecimentos entrevistados (80%) reportou perda de faturamento anual que variam entre 11% com alguns empreendimentos reportando perdas até mesmo superior a 50% quando o evento não ocorreu, essa variação percentual, embora os dados da Figura 2 apontem diferentes níveis de "Impacto moderado" e "Considerável impacto", representa uma fatia considerável do lucro, especialmente para micro e pequenos negócios que operam com margens mais ajustadas.

Figura 2: Impacto no faturamento anual das empresas pela ausência de eventos em 2023.

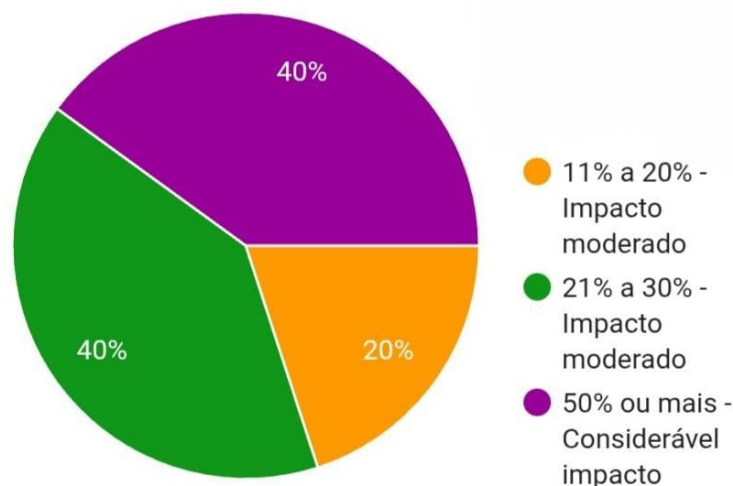


A heterogeneidade das perdas entre os estabelecimentos pode estar ligada a fatores como o porte do negócio, a diversificação de serviços já existente ou a capacidade de adaptação. O SEBRAE (2024) aponta que pequenas empresas representam uma parcela fundamental do PIB brasileiro, e qualquer redução em seu faturamento pode ter consequências diretas na sua sustentabilidade e capacidade de investimento. A dependência dessas empresas em relação a eventos sazonais, como o 7 de setembro, ressalta a vulnerabilidade do comércio local a fatores externos que alteram o calendário de festividades.

#### 4.2. Impacto mensal e sazonalidade dos investimentos

A ausência do evento também se reflete no impacto mensal no faturamento dos estabelecimentos, conforme demonstrado na Figura 3. A totalidade dos participantes (100%) afirmou que a não realização do 7 de setembro tem impacto superior a 11%, sendo relatado por 40% dos entrevistados uma perda superior a 50% do faturamento mensal no período do evento. Essa unanimidade sublinha a relevância do evento como um pilar econômico para o mês de setembro em Palmas de Monte Alto.

Figura 3: Impacto da não realização do evento do “7 de setembro” no faturamento mensal das empresas.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

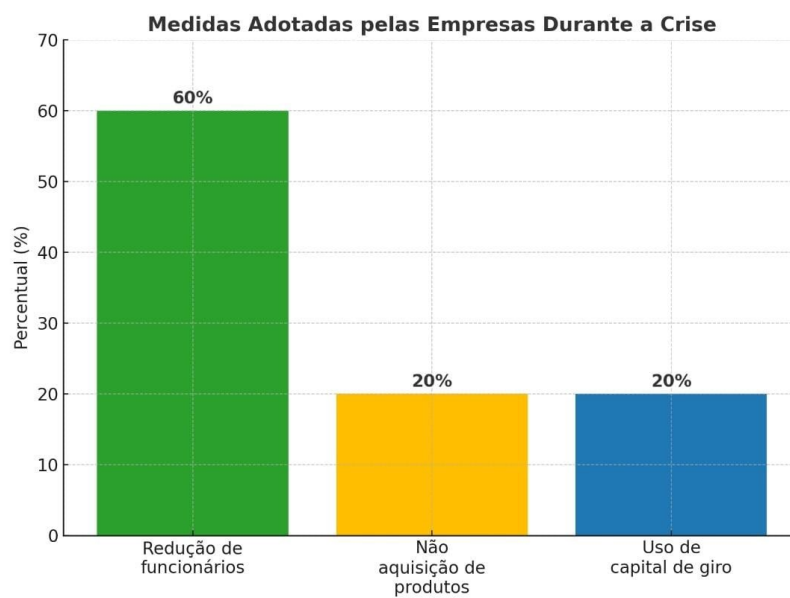
Adicionalmente, os resultados indicam que 80% dos estabelecimentos realizam investimentos específicos para o período do 7 de setembro, preparando-se para a alta demanda

esperada. Isso inclui a aquisição de novos produtos, reforço de estoque e, por vezes, contratação de mão de obra temporária. A não ocorrência do evento, portanto, não apenas impede a concretização das vendas esperadas, mas também resulta em prejuízos decorrentes desses investimentos antecipados. Como menciona Britto e Fontes (1997), eventos são acontecimentos previamente planejados; a interrupção desses planos gera um efeito cascata que afeta toda a cadeia produtiva e de suprimentos dos negócios locais.

#### 4.3. Estratégias adotadas e a relação com fornecedores

Diante da ausência do evento, os empreendedores adotaram diversas estratégias para tentar mitigar os impactos negativos no faturamento. A Figura 4 detalha as medidas tomadas: a redução do quadro de funcionários foi a mais comum, adotada por 60% dos estabelecimentos. Outras estratégias incluíram a não aquisição de produtos (20%) e o uso de capital de giro para cobrir as perdas (20%). A redução de pessoal, embora uma medida de contenção de custos, acentua a preocupação com a geração de empregos locais, um benefício normalmente associado à realização de grandes eventos (Guimarães et al., 2007).

Figura 4: Estratégias adotadas pelos empreendedores para lidar com a ausência do evento.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2024.

Verificou-se, ainda, que empresas que adotaram medidas proativas, como a realização de eventos próprios e divulgação com o uso das redes sociais como ferramenta de marketing e

a diversificação de serviços, apresentaram maior capacidade de mitigar os impactos da ausência das festividades. Essas "medidas proativas" incluíram a organização de pequenos shows ou noites temáticas nos próprios estabelecimentos, a criação de promoções exclusivas divulgadas intensivamente em plataformas como Instagram e WhatsApp, e a expansão do cardápio para atrair diferentes nichos de clientes, evidenciando uma adaptação estratégica. Essa atitude evidencia a importância de uma gestão orientada ao planejamento estratégico e à adaptabilidade, sobretudo em contextos de incerteza.

Além dessas ações, observou-se que os empreendedores também buscaram fortalecer a presença digital e a interação com o público, utilizando redes sociais para divulgação de promoções, eventos internos e novos produtos, o que ampliou o alcance dos estabelecimentos mesmo fora do período da festividade. Paralelamente, houve uma diversificação dos serviços oferecidos, incluindo a expansão do cardápio, criação de combos temáticos e implementação de delivery, estratégias que contribuíram para manter o fluxo de clientes e reduzir a dependência do movimento gerado exclusivamente pelo 7 de setembro.

De acordo com Bouças da Silva et al. (2021), a adoção de estratégias proativas e adaptativas é um dos principais diferenciais para a sobrevivência de micro e pequenas empresas do setor de turismo e alimentação em períodos de crise.

Por outro lado, observou-se que a relação com os fornecedores também foi impactada. Para 80% dos entrevistados, a ausência do evento resultou em dificuldades na relação com os fornecedores, enquanto 20% afirmaram que não houve alteração. Essas dificuldades podem envolver a renegociação de prazos, a devolução de produtos ou a redução de pedidos futuros, o que demonstra a interdependência entre os negócios locais e seus fornecedores, bem como a fragilidade da cadeia de suprimentos diante de eventos inesperados.

Segundo McManus et al. (2007), organizações resilientes são aquelas capazes de responder rapidamente a mudanças e adversidades, mantendo a capacidade de operação mesmo em cenários desfavoráveis. Além disso, Kotler e Armstrong (2012) destacam que uma gestão eficaz, baseada em planejamento e construção de cenários, é essencial para lidar com situações de instabilidade e incerteza, especialmente em mercados com forte sazonalidade, como o de eventos e o de alimentação. A adaptação da cadeia de suprimentos também foi um desafio, pois a redução de pedidos ou a renegociação com fornecedores, como indicado por 80% dos entrevistados, demonstra a interdependência e a fragilidade do relacionamento diante de interrupções. Porter (1989) já apontava a relevância da gestão de fornecedores e da cadeia de valor para a competitividade das empresas, aspecto que se torna crítico em momentos de crise.

#### 4.4. Geração de empregos e percepção de reinvestimento

A relevância do evento do 7 de setembro para a economia local também se manifesta na geração de empregos. Todos os estabelecimentos entrevistados (100%) afirmaram que a realização do evento contribui para a geração de empregos na cidade. Embora sejam predominantemente vagas temporárias, elas englobam desde garçons e cozinheiros adicionais até seguranças e equipes de limpeza, injetando renda e dinamizando a economia local em um município com economia tipicamente sazonal. A geração de empregos, mesmo que sazonal, contribui para a dignidade e subsistência de muitas famílias na comunidade, um ponto reforçado por Amartya Sen (2000) em suas discussões sobre desenvolvimento e capacidade.

Kotler e Keller (2013) também destacam que a construção de cenários e a identificação de variáveis externas críticas são essenciais para a tomada de decisões estratégicas, especialmente em setores altamente sensíveis a fatores externos, como o de alimentação. Nesse contexto, a capacidade de antever flutuações sazonais e reagir de forma inovadora torna-se um diferencial competitivo para os empreendimentos de bares e restaurantes.

O estudo reforça a estreita correlação entre manifestações culturais tradicionais e o dinamismo do setor de serviços, confirmando o papel dos eventos como agentes propulsores da geração de renda, emprego e reinvestimento local. Andrade e Borges (2015) ressaltam que as festividades tradicionais, ao mobilizarem turistas e moradores, ativam diversos setores da economia e contribuem para o fortalecimento da identidade cultural e da coesão social. O “7 de setembro”, em particular, configura-se como um ativo cultural de valor econômico, cuja presença no calendário municipal contribui significativamente para o estímulo ao desenvolvimento local e regional. Segundo Silva Júnior e Silva (2019), o turismo associado a eventos contribui para a criação de territórios de interesse econômico e cultural, promovendo desenvolvimento local sustentável.

Por fim, percebe-se que o investimento público na realização de eventos, especialmente o 7 de setembro, traz retorno ao município, fato corroborado por 100% dos empreendimentos analisados. Essa percepção sublinha o reconhecimento do evento como um catalisador de crescimento econômico para toda a comunidade. Esse dado está em linha com o que Caramori Júnior (2021) e a ABRAPE (2022) apontam sobre a contribuição do setor de eventos para a economia e estão em linhas com as informações coletadas para a cidade de Palmas de Monte Alto, reforçando a ideia de que o investimento em eventos culturais e tradicionais pode ter um efeito multiplicador, beneficiando não apenas os setores diretamente envolvidos, mas toda a economia local com aumento da arrecadação municipal e diversificação econômica.

## CONCLUSÕES

A partir do estudo de caso realizado, a principal conclusão é a evidente e significativa dependência dos estabelecimentos de bares e restaurantes de Palmas de Monte Alto em relação à realização de festividades anuais, em particular o evento cívico cultural "7 de setembro". Os achados empíricos demonstram que a sua não realização em 2023 resultou em perdas substanciais de faturamento anual para o segmento, forçando os empreendedores a adotarem medidas de enfrentamento como a redução de pessoal e a suspensão da aquisição de produtos, afetando diretamente a geração de empregos e a cadeia de suprimentos local. Desta forma, o "7 de setembro" transcendeu seu caráter meramente cívico-cultural, consolidando-se como um vetor econômico essencial para a sustentabilidade e crescimento dos negócios locais.

A ausência do evento, portanto, não representa apenas uma lacuna festiva, mas configura uma ruptura estrutural na dinâmica econômica do município, comprovando a relevância da festividade como catalisador de desenvolvimento local.

Os resultados desta investigação sugerem importantes implicações para a formulação de políticas públicas de fomento à cultura e ao turismo em municípios de pequeno porte. O reconhecimento do evento como um "ativo cultural de valor econômico" e um vetor estratégico de estímulo ao desenvolvimento implica a necessidade de planejamento e apoio contínuos para garantir sua perpetuação, protegendo a saúde financeira dos empreendimentos. Além da dimensão econômica, a sustentabilidade do evento deve ser abordada em sua totalidade, englobando a preservação das tradições e da identidade local (sustentabilidade cultural) e a gestão responsável dos impactos da aglomeração e do consumo (sustentabilidade ambiental), aspectos que merecem atenção contínua (Hawkins, 2004; Russo, 2002).

Recomenda-se a continuação desta pesquisa com a inclusão de outros segmentos comerciais para conhecer os reais impactados causados pelos eventos, bem como a realização de um estudo comparativo com outros municípios que possuem festividades de relevância econômica similar, buscando aprofundar a compreensão sobre os mecanismos de impacto e as melhores práticas de fomento a esses eventos. A exploração de modelos de gestão de eventos que incorporem a resiliência e a adaptabilidade em cenários de incerteza, como os experienciados durante a pandemia, seria igualmente valiosa para fortalecer a economia local.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Amanda Faleiros; BORGES, Mayara Abadia Delfino dos Anjos. **A importância da festa de Nossa Senhora da Abadia de Romaria-MG para a economia local e regional.** GETEC – Revista de Gestão, Tecnologia e Empreendedorismo Criativo, v. 11, n. 36, p. 49–65, 2022.

BANDEIRA, Adriano. **7 de setembro: o brasileiro sabe amar o Brasil?** Cobrapol. 6 set. 2023. Disponível em: <https://cobrapol.org.br/artigo-7-de-setembro-o-brasileiro-sabe-amar-o-brasil-2/#:~:text=N%C3%A3o%20podemos%20permitir%20que%20o,cometam%20os%20equ%C3%ADvocos%20da%20atualidade>. Acesso em: 27 nov. 2023.

BOUÇAS DA SILVA, Davi Leonardo; MIRANDA, Anderson Lourenço; HOFFMANN, Valmir Emil. **Viva ou Deixe Morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhão, Brasil.** *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1-18, 2021.

BRASIL. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução n. 466, de 12 de dezembro de 2012.** Dispõe sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 13 jun. 2013. Disponível em: <<https://www.gov.br/conselho-nacional-de-saude/pt-br/atos-normativos/resolucoes/2012/resolucao-no-466.pdf/view>>. Acesso em: 04 de jul. 2025.

BRAUN, Virginia; CLARKE, Victoria. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção De Estratégia de Marketing.** Turismo em Análise. São Paulo, 1997.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. (1997). **Organização de eventos: manual para planejamento e execução.** São Paulo, Brasil. Grupo Editorial Summus.

CHALEGRA, Jessica. **Consumidor moderno. Setor de eventos movimentou mais de R\$ 291 bilhões e gera 6,6% dos empregos no Brasil.** 11 ago. 2023. Disponível em: <https://consumidormoderno.com.br/2023/08/11/setor-de-eventos-movimentou-mais-r-291-bilhoes-e-gera-66-dos-empregos-no-brasil> Acesso em: 24 nov. 2023.

CIDADES DO MEU BRASIL. **Palmas de Monte Alto, Bahia: Guia Completo sobre a Cidade.** Disponível em: [https://www.cidadesdomeubrasil.com.br/ba/palmas\\_de\\_monte\\_alto#google\\_vignette](https://www.cidadesdomeubrasil.com.br/ba/palmas_de_monte_alto#google_vignette). Acesso em 21 nov. 2023.

CNN BRASIL, 2022. **Com retomada no entretenimento, produtores de eventos projetam “2 anos em 1”** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/com-retomada-no-entretenimento-produtores-de-eventos-projetam-2-anos-em-1/> Acesso em: 13 de nov. 2023.

CNN BRASIL, 2023. **Com números estrondosos, Festas do Peão movimentam a economia e fomentam turismo no interior de SP.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/viagemgastronomia/noticias/com-numeros-estrondosos-festas->

do-peao-movimentam-a-economia-e-fomentam-turismo-no-interior-de-sao-paulo/ Acesso em: 12 de nov. 2023.

CNN BRASIL, 2023. **Setor de eventos foi um dos principais geradores de emprego no Brasil no primeiro semestre, diz associação.** Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/setor-de-eventos-foi-um-dos-principais-geradores-de-emprego-no-brasil-no-primeiro-semester-diz-abrape/> Acesso em: 20 de nov. 2023.

CNN BRASIL. 2024. **Estados brasileiros impõem dificuldades aos empreendedores, mostra Banco Mundial.** 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/estados-brasileiros-impoem-dificuldades-aos-empresarios-mostra-banco-mundial/>. Acesso em: 10 fev. 2025.

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Turismo de eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística.** Revista Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo, edição 03, 2007.

CRESWELL, John. W. *Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa: Escolhendo Entre Cinco Abordagens.* 3. ed. Porto Alegre: Artmed (ou outra editora brasileira, dependendo da tradução), 2013.

COSTA, Elisa Mara Lima; OLIVEIRA, Danilo Lopes de; REIS, Joseni Pereira Meira. **Educação patrimonial no município de Palmas de Monte Alto – Bahia: o tradicional desfile cívico do 7 de setembro.** Resumo Expandido, UNEB – Campus XII, 2024.

CULTURA. **Palmas de Monte Alto-Ba. A festa do divino.** Disponível em: <https://palmasdemontealto.blogspot.com/p/cultura.html?m=1>. Acesso em: 21 nov. 2023.

DALONSO, Yona S. et al. Tourism experience, events and public policies. **Annals of Tourism Research**, v. 46, p. 181-184, 2014.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Ed.). **The SAGE Handbook of Qualitative Research.** 3. ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2006.

FERREIRA, A. G.; DOMICIANO, L. G. O.; LESCURA, C.; KNUPP, M. E. C. G. O impacto da pandemia da COVID-19 no setor de eventos de Ouro Preto-MG. *Revista Iberoamericana de Turismo, Maceió*, v. 11, n. 2, p. 42-68, 2021. Disponível em: <https://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/12559>. Acesso em: 06 jul. 2022.

FLICK, Uwe. **Introdução à Pesquisa Qualitativa.** 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FOLHA DE SÃO PAULO. 2023. **Marcas consolidadas buscam cidades pequenas para expandir seu mercado.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/amp/mpme/2023/06/marcas-consolidadas-buscam-cidades-pequenas-para-expandir-seu-mercado.shtml> Acesso em: 25 nov. 2023.

G1, 2012. **Festa do Peão transforma cidade do interior de SP em capital 'country'.** Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/festa-do-peao-de-barretos/2012/noticia/2012/08/festa-do-peao-transforma-cidade-do-interior-de-sp-em-capital-country.html> Acesso em: 12 de nov. 2023.

G1. 2020. **Ministério da Economia publica lista de setores mais afetados pela pandemia.** Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/g1.globo.com/google/amp/economia/noticia/2020/09/15/ministerio-da-economia-publica-lista-de-setores-mais-afetados-pela-pandemia.ghtml> Acesso em: 20 de nov. 2023.

G1. 2021. **A crise do entretenimento na pandemia: 350 mil eventos adiados ou cancelados e R\$ 90 bilhões perdidos.** Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/g1.globo.com/google/amp/pop-arte/noticia/2021/02/17/a-crise-do-entretenimento-na-pandemia-350-mil-eventos-adiados-ou-cancelados-e-r-90-milhoes-perdidos.ghtml> Acesso em: 20 de nov. 2023.

G1. **População de Palmas de Monte Alto (BA) é de 20.078 pessoas, aponta o Censo do IBGE.** 28 jun. 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2023/06/28/populacao-de-palmas-de-monte-alto-ba-e-de-20-078-pessoas-aponta-o-censo-do-ibge.ghtml> Acesso em: 21 nov. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA. **Governo do Estado publica edital para apoiar municípios baianos nos festejos juninos 2025.** Salvador, 15 maio 2025. Disponível em: [https://www.ba.gov.br/comunicacao/noticias/2025-05/368748/governo-do-estado-publica-edital-para-apoiar-municipios-baianos-nos?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.ba.gov.br/comunicacao/noticias/2025-05/368748/governo-do-estado-publica-edital-para-apoiar-municipios-baianos-nos?utm_source=chatgpt.com). Acesso em: 6 jun. 2025.

GUIMARÃES, Indira; et al. **Turismo de eventos ferramenta de desenvolvimento de um destino.** Fortaleza: Pouchain Ramos, 2007.

HAWKINS, Donald E. Sustainable Tourism: Global Summit and Global Forum for Tourism Policy Makers and Practitioners. In: **Encyclopedia of Tourism.** Berlin, Heidelberg: Springer, 2004. p. 883-885.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Palmas de Monte Alto. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ba/palmas-de-monte-alto.html>. Acesso em: 24 jul. 2025.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: Planejamento, execução e resultados.** 4. ed. São Paulo: Manole, 2013.

MCMANUS, Stephen et al. Resilience in organizations: an integrative framework. **European Journal of Management**, v. 7, n. 2, p. 1-13, 2007.

MILANI, Carlos R. S. O desenvolvimento local e a questão da governança na América Latina. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 18, n. 53, p. 53-70, out. 2003.

MINAYO, Maria Cecília de Souza; SANCHES, Odécio. Quantitativo-qualitativo: oposição ou complementaridade? **Cadernos de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 239-262, jul./sep.1993.

MOURA, Waldemar Teixeira de. **História da formação e vida de Monte Alto**. 1989.

OLIVEIRA, Djalma. **Planejamento estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 32. Ed. São Paulo: Atlas, 2014.

PALKOVSKY, Belém. Segmento de restaurantes: Dados atuais e um panorama para expansão. **Linkages**, 14 fev. 2023. Disponível em: <https://linkages.com.br/2023/02/14/segmento-de-restaurantes-dados-atualizados-e-um-panorama-para-a-expansao>. Acesso em: 25 nov. 2023.

PEREIRA, Bruna Silva. **A importância da preservação da memória e do patrimônio histórico-cultural da cidade de Palmas de Monte Alto – BA**. UNINTER. 2022.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando um Desempenho Superior**. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

RAMOS, Danielle da Silva. **“O mundo aqui é largo demais”: produção e comércio no termo de Monte Alto – alto sertão da Bahia (1890-1920)**. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o Caleidoscópio da Cultura**. 2. ed. São Paulo: Manole, 2008.

RUSSO, Antonio P. The 'Vicious Circle' of Urban Tourism Development: An Analysis of Local Tourism Planning in Barcelona. **European Planning Studies**, v. 10, n. 4, p. 487-508, 2002.

SEBRAE. **O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios**. 6 maio 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-dapandemia-de-coronavirus-nos-pequenosnegocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD> Acesso em: 21 nov. 2023

SEBRAE. **Bares e restaurantes: um setor em expansão**. 31 ago. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/bares-e-restaurantes-um-setor-em-expansao,1038d53342603410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso em: 24 nov. 2023.

SEBRAE. **As pequenas empresas e o paradoxo do PIB brasileiro**. 2024. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/economia-e-politica/as-pequenas-empresas-e-o-paradoxo-do-pib-brasileiro/>. Acesso em: 12 fev . 2025.

SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA (SECULTBA), 2016. **Fundo de Cultura do Estado investe R\$ 40 milhões em novos editais**. Salvador, 12 jul. 2016. Disponível em: <https://www.ba.gov.br/cultura/noticia/2024-02/52521/fundo-de-cultura-do-estado-investe-r-40-milhoes-em-novos-editais>. Acesso em: 14 jun. 2025.

SEN, Amartya. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA JÚNIOR, Francisco Xavier da; SILVA, Rodrigo Cardoso da. **Interiorização e regionalização do turismo potiguar: Avaliação dos investimentos públicos no polo Serrano**. *Turismo em Foco*, v. 21, Poisson, 2019.

TASSO, Maria Angélica de Lima. **Caracterização dos sedimentos superficiais e avaliação ambiental da Serra de Monte Alto entre os municípios de Palmas de Monte Alto e Sebastião Laranjeiras, BA**. Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Rio Claro, 2012.

UOL, 2022. **Cidade de São Paulo perde participação no PIB nacional**. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2022/12/16/pib-dos-municipios-ibge.htm> Acesso em: 19 de nov. 2023

VALOR INVESTE. 2022. **PIB cresce mais em cidades menores**. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/google/amp/mercados/brasil-e-politica/noticia/2022/11/04/pib-cresce-mais-em-cidades-menores.ghtml> Acesso em: 25 nov. 2023

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998.

VIEIRA, Michelle Aparecida; ABRANTES, Luiz Antônio; ALMEIDA, Fernanda Maria de. **Desenvolvimento socioeconômico dos municípios brasileiros: uma análise do Fundo de Participação dos Municípios (FPM)**. *Revista Eletrônica Gestão & Sociedade*, v. 14, n. 38, p. 3480-3506, maio/ago. 2020.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2005.