

**Objetivo:** Analisar o turismo como fator de inovação na cadeia produtiva de pedras preciosas.

**Fundamentação Teórica:** A inovação sempre despertou o interesse de estudiosos, economistas e políticos, especificamente em relação à indústria do turismo, uma vez que a estratégia de inovação tem se mostrado um fator crítico para a competitividade das empresas turísticas. Portanto, a análise de uma cadeia produtiva a partir das ações e estratégias adotadas pelas instituições e atores inseridos nesta cadeia torna-se relevante para compreender os determinantes de inovação do setor do turismo local.

**Método:** O presente estudo trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório objetivando identificar como as inovações contribuíram para a cadeia produtiva alcançar vantagens competitivas, tendo como estudo de caso a cadeia produtiva de pedras preciosas do Rio Grande do Sul. A coleta dos dados foi realizada por meio de um roteiro de entrevista semiestruturado tendo como público-alvo garimpeiros, proprietários de garimpos e proprietários de terra, tal roteiro foi construído à luz do referencial teórico, as mesmas foram gravadas e transcritas, posterior a análise dos dados utilizou-se a técnica de análise de conteúdo.

#### Resultados e Discussão:

- As empresas e atores vêm buscando ganhar espaço no mercado nacional e principalmente no mercado internacional, e muito disso se deve a grande diversidade e qualidade de pedras preciosas extraídas em nosso solo.
- Na cadeia produtiva de pedras preciosas no estado do Rio Grande do Sul, muitas vezes a inovação não é incorporado nos produtos extraídos, industrializados e comercializados localmente.
- O aumento das exportações vem crescendo anualmente, novos países estão adquirindo as pedras preciosas brasileiras, e com isso, aumenta o nível de emprego e economia das empresas, fazendo com que o Brasil se torne um país altamente competitivo.
- Entretanto, alguns problemas enfrentados citados são: o alto custo logístico, baixo capital de investimentos, burocracia para exportar, elevados impostos e preços não competitivos, e alta tecnologia de outros países que superam a do Brasil.
- A inovação alinhada ao empreendedorismo fez com que os empresários e órgãos públicos pudessem implementar espaços turísticos com o objetivo de dar visibilidade ao município, mostrar seu potencial a partir das pedras preciosas e ainda, obter renda por meio do turismo.
- A região atrai turistas de diversas partes do Brasil e do mundo, pois a comercialização de pedras preciosas e semipreciosas, joias, artesanato local, vinhos, espumantes, uvas, sucos e licores, além de outros produtos rurais, fazem um destino turístico imperdível.



A partir dos dados coletados, é possível observar que como vantagem competitiva e inovadora os agentes envolvidos na cadeia produtiva da pedra preciosa utilizam o turismo, desenvolvem as belezas naturais, investem nos empreendimentos, pode-se dizer que o turismo ali faz parte do patrimônio cultural local.

**Conclusão:** A presente pesquisa revelou que a inovação é baseada na troca humana de competência, experiência, informação, intuições e abordagens criativas, logo, os empreendimentos locais têm investido no turismo, utilizando das minas desativadas, as pedras preciosas e todo seu potencial local para atrair pessoas de todas as partes do país bem como do mundo. Portanto, pode-se dizer que a região busca inovar a partir do empreendedorismo e também como estratégia competitiva frente a outros mercados e segmentos do setor mineral, sendo destaque nacional e internacional, tanto na extração, produção, beneficiamento e comercialização, alinhado a tudo isso, o seu “carro chefe”, inovação turística. Em conclusão, o estudo reforça o conhecimento teórico e empírico da literatura existente sobre inovação no turismo, isso foi alcançado através do desenvolvimento de uma estrutura conceitual que incorpora características únicas da atividade turística. Embora o estudo contribua de forma significativa para o conhecimento, apresenta algumas barreiras que podem ser abordadas em estudos futuros, e referente as limitações decorrem principalmente a acessibilidade a população-alvo participante neste estudo.

#### Referências:

- Benjamin, S., Dillette, A., & Alderman, D. H. (2020). “We can’t return to normal”: committing to tourism equity in the post-pandemic age. *Tourism Geographies*, 22(3), 476-483.
- Coogamai. Cooperativa dos garimpeiros do Médio Alto Uruguai. Disponível em <http://www.coogamai.com.br/sobre/>.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development* (16th ed, 2012 ed.). New Jersey: Transaction Publishers.
- Williams, A. M., & Shaw, G. (2011). Internationalization and innovation in tourism. *Annals of tourism research*, 38(1), 27-51.