

ASPECTOS DE INTERESSE SOBRE A TERCEIRA ONDA EXPORTADORA DAS ROCHAS ORNAMENTAIS BRASILEIRAS

Belo Horizonte, junho de 2019
Geól. Cid Chiodi Filho
cidchiodi@abirochas.com.br

1

1 Histórico brasileiro recente no mercado internacional de rochas ornamentais e de revestimento

A partir da década de 1990, o Brasil experimentou um notável adensamento de atividades em todos os segmentos da cadeia produtiva do setor de rochas ornamentais e de revestimento. Os principais avanços foram decorrentes do aumento das exportações, que evidenciaram uma forte evolução qualitativa e quantitativa.

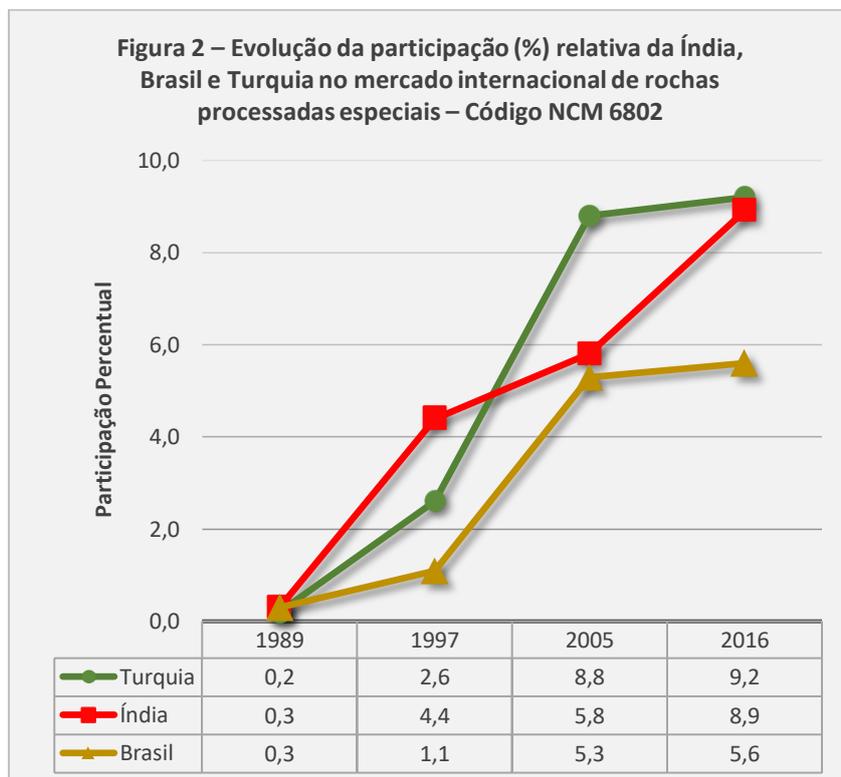
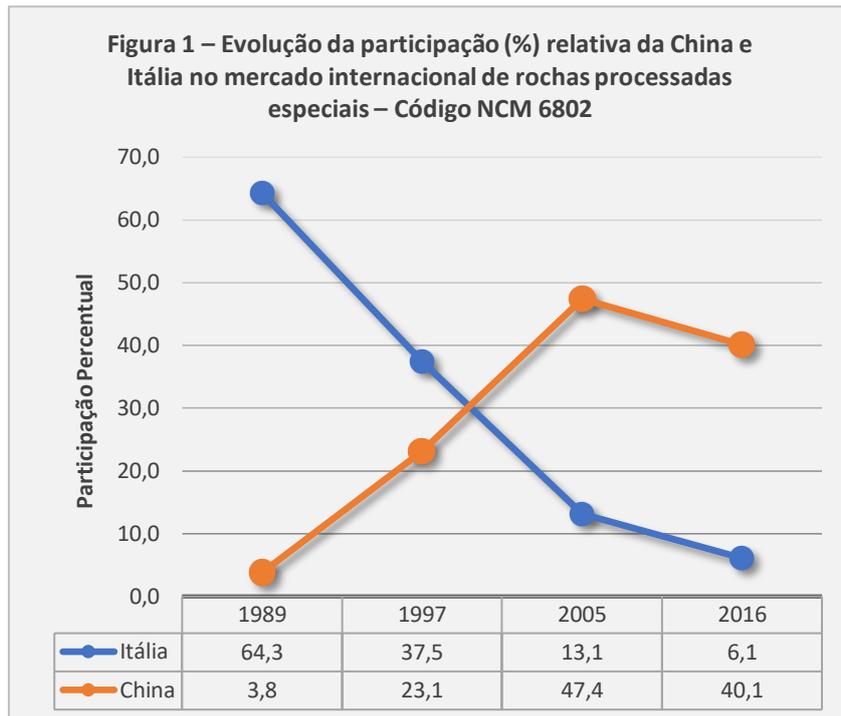
Qualitativamente, foi modificado o perfil das exportações com o incremento da venda de rochas processadas semiacabadas, principalmente chapas polidas de granito, bem como de produtos acabados de ardósias e quartzitos foliados. Quantitativamente, essas exportações evoluíram de 900 mil t em 1997, para 2,5 milhões t em 2007, alavancadas pelas vendas de chapas polidas para os EUA e de blocos para a China.

O atendimento da demanda do mercado externo exigiu que novos materiais fossem continuamente colocados em produção, destacando-se as denominadas rochas exóticas, de alto valor agregado, que hoje constituem um importante grupo de produtos brasileiros de exportação. Como resultado desse processo, o Brasil tornou-se conhecido pela sua excepcional “geodiversidade”, tendo comercializado no mercado internacional, ao longo dos últimos 30 anos, uma variedade de materiais maior do que toda a Europa nos últimos 500 anos.

No ano de 2006 o Brasil chegou assim a posicionar-se como o quinto maior produtor e exportador mundial de rochas ornamentais e de revestimento, superando vários *players* europeus tradicionais. O crescimento brasileiro foi simpático a uma expressiva rearticulação mundial do setor, marcada pelo deslocamento de atividades de lavra e beneficiamento para países extra-europeus, como China, Índia, Turquia e o próprio Brasil (Fig. 1 e 2).

A partir de 2008, primeiro com a crise do mercado imobiliário dos EUA e, posteriormente, já em 2009, com a recessão da economia mundial, recuaram tanto a produção quanto, sobretudo, as exportações brasileiras de rochas ornamentais. O volume físico dessas exportações regrediu de 2,5 milhões t em 2007 para 1,99 milhões t em 2008 e 1,67 milhões t em 2009, enquanto o faturamento caiu respectivamente de US\$ 1,1 bilhão para US\$ 955 milhões e US\$ 724 milhões.

Também a partir de 2008 e, principalmente, em 2009, por outro lado, registrou-se um expressivo aquecimento no mercado imobiliário brasileiro, que se tornou um alvo interessante para os grandes fornecedores mundiais de revestimentos, bem como uma alternativa real para as exportações.



As exportações avançaram mais do que o esperado em 2010, com faturamento de US\$ 959,19 milhões e um volume físico comercializado de 2,24 milhões t. Frente a 2009,

essas exportações tiveram variação positiva de 32,47% no faturamento e de 33,90% no volume físico, retornando ao patamar de 2008 (US\$ 954,5 milhões), porém com menor participação de rochas brutas no total exportado (Fig. 3). As vendas externas continuaram muito polarizadas nos EUA, que compraram chapas polidas para recomposição de estoques, e na China, cujo mercado da construção civil, bem como a economia em geral, não parou de crescer e demandar blocos de granitos brasileiros.

O ano 2011 foi marcado pelo início da “desaceleração” da economia chinesa e pelo aprofundamento da crise econômica dos países da zona do euro. Apesar do fraco desempenho de sua economia, permaneceu ativo o mercado de recompra e reforma de imóveis usados nos EUA, o que novamente posicionou o Brasil como principal fornecedor de rochas para esse país. As exportações brasileiras de rochas ornamentais totalizaram US\$ 999,8 milhões e 2,19 milhões t em 2011. Registrou-se ainda o início de uma profunda mudança tecnológica no parque brasileiro de beneficiamento de chapas, pela substituição dos teares multilâmina de aço por teares multifio diamantados.

Em 2012 essas exportações brasileiras somaram US\$ 1,06 bilhão e 2,24 milhões t, marcando variação positiva de respectivamente 6,08% e 2,27% frente a 2011. Acentuou-se, por outro lado, a queda do faturamento e da participação das vendas de ardósias e quartzitos foliados nas exportações.

Uma nota também importante para o ano 2012 foi o aumento da participação de rochas processadas nas exportações do setor, o que representou uma inversão da tendência assinalada desde 2008. A agregação dos teares multifio diamantados e o início de desvalorização do real, a partir do 1º semestre de 2012, resultaram em uma ampliação das margens de lucratividade e melhoria da competitividade das empresas.

No ano 2013, as exportações brasileiras de rochas somaram US\$ 1,3 bilhão e 2,73 milhões t, marcando incremento de respectivamente 22,8% e 21,8% frente a 2012. Foram assim superados os recordes históricos de 2006 (volume físico) e 2007 (faturamento), com vendas muito fortes para os EUA e China, além da efetiva incorporação da tecnologia de fios diamantados para lavra e beneficiamento de blocos.

Assistiu-se, a partir de 2014, ao desaquecimento do mercado imobiliário brasileiro e a uma queda sensível das exportações para a China. Um ligeiro incremento das vendas para os EUA, mesmo frente à forte concorrência, permitiu que quase se repetisse o faturamento das exportações de 2013, ampliando a participação de rochas processadas no total exportado.

Esse quadro dos mercados interno e externo persistiu em 2015, com o câmbio favorecendo a rentabilidade dos exportadores. A queda do faturamento (-15,1%) das exportações gerais brasileiras, foi muito maior que aquela do setor de rochas (-5,3%). O preço médio das exportações de rochas elevou-se 3,8% frente a 2014, devido à queda de participação de rochas brutas (blocos) nessas exportações. Com dólar médio de R\$ 2,35, os exportadores brasileiros de rochas faturaram R\$ 3,0 bilhões em 2014. Com dólar médio de R\$ 3,33 em 2015, o faturamento foi de R\$ 4,0 bilhões, ou seja, 34,1% a mais do que em 2014, compensando a inflação (10%), o aumento de custo dos insumos importados e o aumento do custo de trabalho no período.

No ano 2016, as exportações somaram US\$ 1,1 bilhão e 2,46 milhões t, com variação respectivamente negativa de 5,85% no faturamento e positiva de 5,82% no volume físico frente a 2015. As rochas processadas compuseram 80,15% do faturamento e 55,94% do volume físico das exportações. O preço médio das exportações recuou 11,03% frente a 2015, mais pelo aumento da participação de rochas brutas do que de rochas processadas.

O faturamento alcançado em 2016 foi também inferior ao das três projeções para ele simuladas no presente trabalho. Mesmo com uma variação positiva de 5,82% no volume físico, acentuou-se a queda do preço médio dos produtos exportados (-11,3%), o que levou ao recuo registrado para o faturamento.

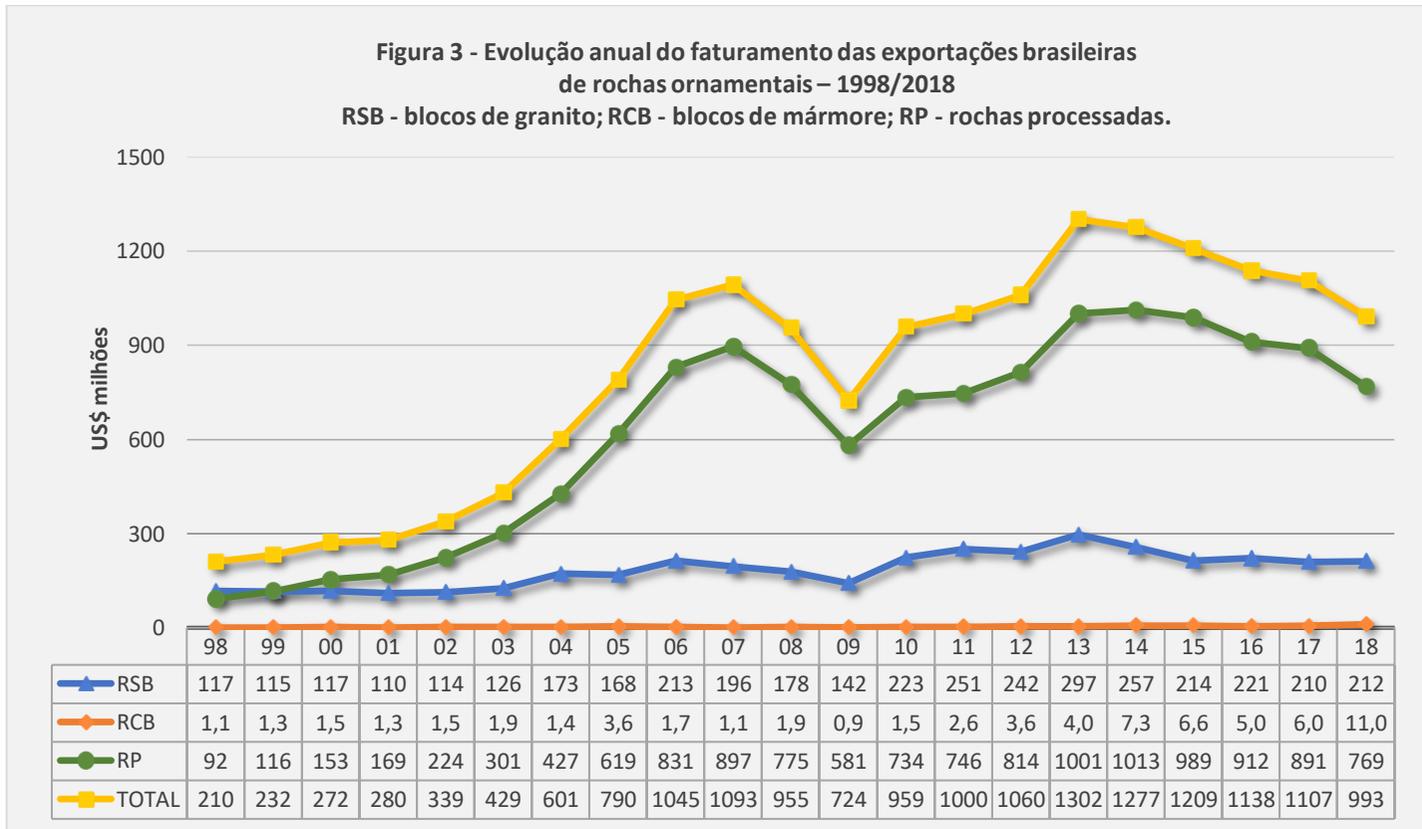
As exportações realizadas em 2017 somaram US\$ 1,1 bilhão e 2,36 milhões t, com retração de, respectivamente, 2,74% e 4,10% frente a 2016. As rochas processadas compuseram 80,45% do total do faturamento e 55,62% do volume físico das exportações. O preço médio das exportações evoluiu 1,41% frente a 2016, com variação positiva de 2,38% para rochas processadas e negativa de 0,98% para blocos de granitos e quartzitos, bem como também negativa de 8,02% para blocos de rochas carbonáticas. O aumento do preço médio geral das exportações – e principalmente das exportações de rochas processadas – foi devido ao crescimento da participação de produtos com maior valor agregado, destacando-se as chapas de quartzito, pela posição 6802.99.90, e as chapas de mármore branco, pelas posições 6802.91.00 e 6802.92.00.

As exportações brasileiras dos diversos produtos comerciais de rochas ornamentais somaram US\$ 992,5 milhões e 2,20 milhões t em 2018, com retração de 10,35% no faturamento e 6,88% no volume físico frente a 2017. O preço médio dessas exportações recuou 3,73%, passando de US\$ 469,5/t para US\$ 452,0/t. Pela primeira vez o preço médio das exportações de rochas foi inferior ao preço médio das exportações gerais brasileiras (US\$ 477,0/t).

O Brasil exportou rochas ornamentais para 120 países no ano de 2018. Os três principais destinos foram EUA, China e Itália, nesta ordem. Apenas para sete países as exportações superaram US\$ 10 milhões (EUA, China, Itália, México, Canadá, Reino Unido e Espanha). As exportações para os EUA, dominadas por chapas, somaram US\$ 594,4 milhões e 844,2 mil t, com variação negativa de respectivamente 14,1% e 14,4% frente a 2017. Os EUA representaram assim 59,9% do total do faturamento das exportações brasileiras de rochas, abaixo portanto dos 62,5% anotados em 2017. A participação da China, no total do faturamento das exportações brasileiras de rochas, evoluiu de 8,6% em 2015 para 11,5% em 2016, 12,3% em 2017 e 14,0% em 2018.

As importações brasileiras de materiais rochosos naturais somaram US\$ 30,1 milhões e 53,5 mil t no ano de 2018, com variação negativa de respectivamente 16,2% e 15,3% frente a 2017. As importações de materiais rochosos artificiais de revestimento somaram, por sua vez, US\$ 44,5 milhões e 64,1 mil t, com variação positiva de respectivamente 13,7% e 12,3% frente a 2017. Entre os países de origem dos materiais

Figura 3 - Evolução anual do faturamento das exportações brasileiras de rochas ornamentais – 1998/2018
 RSB - blocos de granito; RCB - blocos de mármore; RP - rochas processadas.



rochosos naturais importados, destacaram-se, em volume físico, Itália, Espanha, Turquia, Indonésia, China, Portugal e Grécia, nesta ordem. A China foi responsável por 84,1% do volume físico das importações brasileiras de materiais artificiais em 2018, seguindo-se Espanha, Hong Kong e Israel. O preço médio dos materiais artificiais provenientes da Espanha e Israel foi cerca de três vezes superior aos da China e Hong Kong.

Tomando por base os números da produção, exportações e importações brasileiras, estima-se que o consumo interno aparente de rochas ornamentais tenha atingido 3,66 milhões t em 2018, contra 3,63 milhões t em 2017. Este consumo interno de 2018 correspondeu a 67,8 milhões m² equivalentes de chapas com 2 cm de espessura. Assumindo-se uma população de 209 milhões de habitantes em 2018, o consumo per capita foi de 0,32 m² ou 17,28 kg, que incluem materiais rochosos naturais e artificiais.

No balanço dos últimos seis anos, as exportações brasileiras de rochas recuaram de US\$ 1,3 bilhão (2013) para US\$ 992,5 milhões (2018), mantendo-se um patamar de 80% de participação de rochas processadas no total do faturamento (vide Fig. 3). A participação das exportações de rochas no total das exportações brasileiras, da mesma forma, recuou de 0,6% para 0,4% nesse período. As chapas continuam representando o principal produto das exportações brasileiras de rochas ornamentais (Fig. 4), totalizando 19,1 milhões m² equivalentes em 2018.

O Brasil continua sendo o maior fornecedor mundial de rochas para os EUA e um dos grandes fornecedores para a China. Além do Brasil, são grandes fornecedores de rochas processadas, para os EUA, também a China, Itália, Turquia e Índia. China e Itália comercializam, sobretudo, produtos acabados, tanto padronizados (lajotas), quanto seriados (*cut-to-size*).

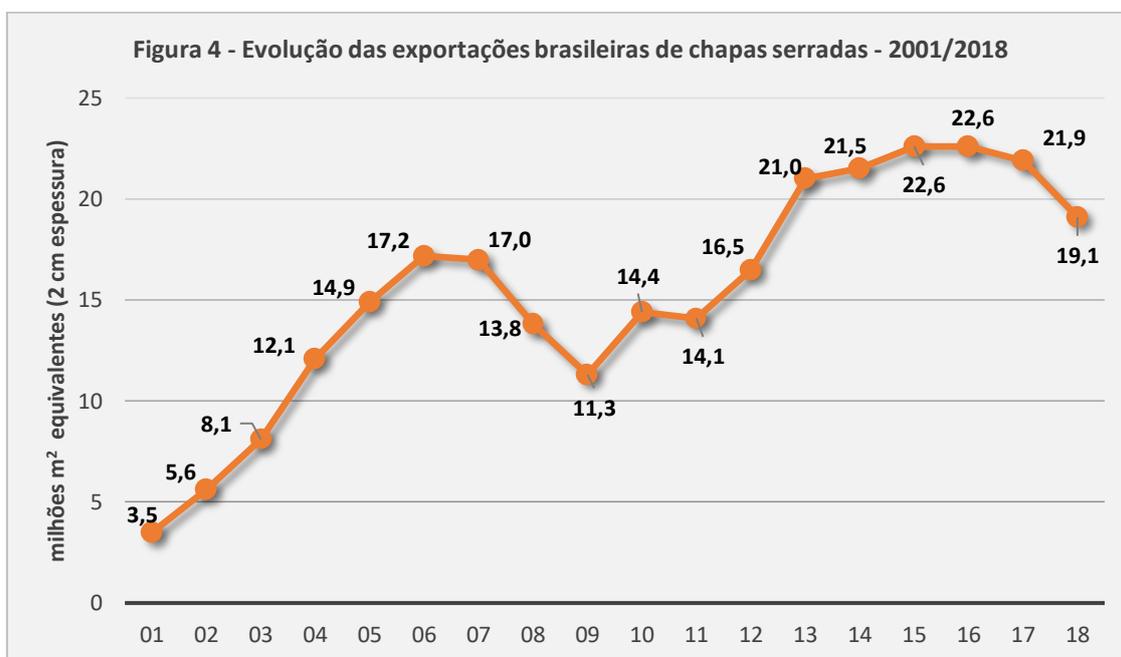
Nos EUA, as chapas polidas atendem ao mercado residencial unifamiliar, enquanto os produtos acabados atendem ao mercado residencial multifamiliar e ao mercado de obras comerciais. Pelo histórico da participação brasileira, os EUA constituem o principal alvo em perspectiva para os produtos comerciais objetivados pelo Brasil no mercado externo, incluindo-se, neste caso, rochas processadas semiacabadas (chapas) e, sobretudo, acabadas (peças recortadas/lajotas, *vanity tops*, *countertops* e peças seriadas/*cut-to-size*).

Considera-se que o desempenho brasileiro recente do setor de rochas ornamentais, nos mercados interno e externo, tenha sido mais condicionado por fatores estruturais da economia nacional e da demanda mundial de revestimentos do que pelos problemas e deficiências do próprio setor.

No plano interno, além da prolongada retração do mercado da construção civil, continuamos a enfrentar problemas como o do “custo Brasil”, que abriga uma elevada e complexa carga tributária e suporta uma infraestrutura deficiente, além dos altos custos do trabalho e das proteções tarifárias, apenas para citar alguns dos principais obstáculos competitivos brasileiros.

No plano internacional, o crescimento das principais economias continua tímido e enfrentamos a forte concorrência de outros produtos de revestimento, genericamente

designados “quartz surfaces” e “solid surfaces”, como o dos materiais rochosos artificiais e agora também dos produtos cerâmicos, neste caso representados por porcelanatos de grandes formatos, que imitam, à perfeição, o padrão estético dos materiais rochosos naturais.



2 Crescimento dos produtos concorrentes

O setor de rochas tem percebido o crescimento da fatia de mercado dos materiais rochosos artificiais e dos produtos cerâmicos de revestimento, especialmente porcelanato, frente aos materiais rochosos naturais. A ABIROCHAS colecionou indicadores relativos a esta situação para um posicionamento estratégico em seus programas de trabalho.

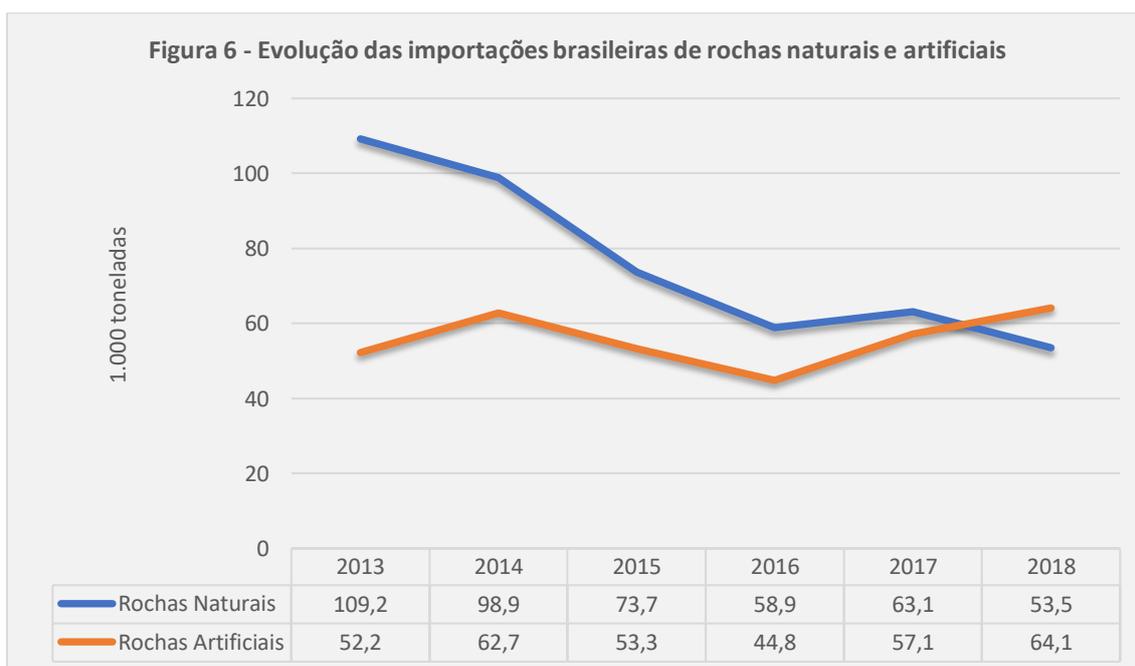
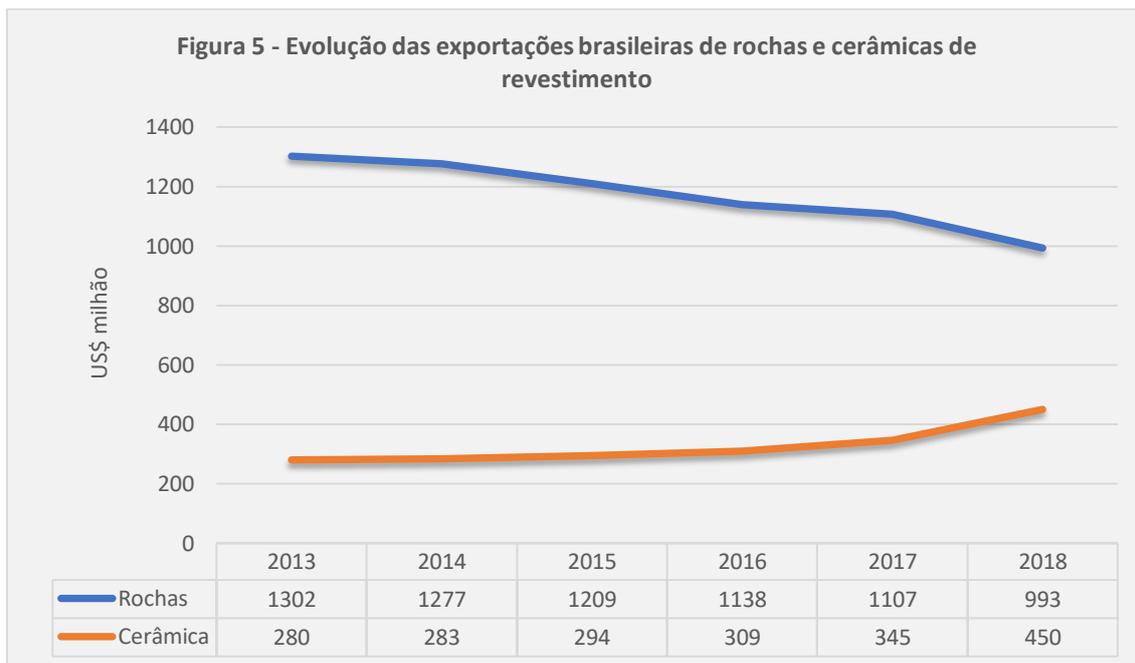
Tomando-se por base as exportações brasileiras de rochas (naturais) e produtos cerâmicos, bem como as nossas importações de rochas naturais e artificiais, percebe-se que:

- ao longo dos últimos cinco anos as exportações brasileiras de rochas têm declinado e as de produtos cerâmicos são crescentes (Fig. 5); e
- as importações brasileiras de materiais rochosos artificiais já superaram, em valor e volume físico, as de materiais rochosos naturais (Fig. 6).

A partir das mencionadas exportações, fica sugerido que, de fato, os produtos cerâmicos têm conquistado espaço comercial frente às rochas naturais, bem como que o mercado internacional, especialmente o dos EUA, não parece estar em crise. A partir das importações consideradas, sugere-se que os materiais rochosos artificiais estejam sendo preferidos aos naturais, pelo menos no Brasil, e junto a consumidores de maior poder aquisitivo.

Independentemente de outras ilações cabíveis sobre o assunto, destaca-se a importância das ações de promoção comercial efetuadas pela ABIROCHAS nos mercados interno, com o Projeto Academia das Rochas, e externo, com o Projeto Apex/ABIROCHAS.

O Projeto Academia das Rochas persegue a qualificação das marmorarias brasileiras, tanto como forma de prepara-las para um melhor atendimento da construção civil e consequente valorização do uso de rochas na arquitetura contemporânea, quanto qualifica-las para o atendimento de obras no mercado internacional, no que se designa “Terceira Onda Exportadora”, de produtos acabados e de maior valor agregado.



O Projeto Apex/ABIROCHAS, por sua vez, está mais do que nunca focado em atividades de “Inteligência Comercial”, capazes de identificar e entender a demanda de produtos acabados em mercados selecionados, especialmente nos EUA e Oriente Médio.

O modelo exportador centrado na venda de blocos e chapas parece já ter cumprido e, de certa forma, esgotado suas possibilidades de expansão. A atividade brasileira de marmoraria não deve continuar atuando como simples fornecedora de insumos, mas como sistemista de soluções integradas de revestimento para a construção civil nos mercados interno e externo. As exportações de blocos e chapas são mais fáceis, mas não melhores que as exportações de produtos acabados. Estas são as novas fronteiras do setor brasileiro de rochas ornamentais.

3 Perspectivas setoriais

Para o setor brasileiro de rochas ornamentais e de revestimento duas variáveis de desempenho merecem ser reiteradas:

- No plano internacional observa-se um crescimento significativo da fatia de mercado dos materiais rochosos artificiais e dos porcelanatos de grandes formatos, em relação aos materiais rochosos naturais de revestimento;
- No mercado interno, o já persistente desaquecimento do setor imobiliário da construção civil tem obstaculizado a expansão da demanda de revestimentos, registrando-se pequena taxa de novos lançamentos de edificações residenciais e comerciais, inclusive shopping centers, hotéis etc.

No plano internacional o problema é mercadológico, pela perda de espaço das rochas em relação às “superfícies de quartzo” e aos porcelanatos, sobretudo na América do Norte e, principalmente, nos EUA, maior destino das exportações brasileiras de rochas. No plano doméstico, o problema é fundamentalmente remetido ao desaquecimento da nossa economia.

Como fato novo nesse contexto, deve-se registrar a significativa recuperação das exportações brasileiras de rochas no período de setembro a dezembro de 2018, frente àquelas do 1º semestre de 2018 e igual período de 2017. Isto aparentemente constitui resultado da ação antidumping dos EUA com materiais artificiais chineses. Presume-se que a tendência de recuperação persista pelo menos durante este 1º semestre de 2019, o que deverá melhorar o nosso desempenho ao final do ano em curso.

Em relação ao mercado interno, analistas apontam expansão de investimentos e novos lançamentos no mercado imobiliário da construção civil, fazendo prever o início de um processo de recuperação das vendas de rochas ornamentais. Neste sentido, a ABIROCHAS está implementando o Projeto Academia das Rochas, que tem por objetivo difundir as vantagens econômicas e estéticas das rochas naturais frente aos produtos artificiais concorrentes, através de ações que envolvem os segmentos de marmoraria, design, arquitetura e o próprio mercado da construção civil.

A grande aposta e desafio do setor de rochas e suas entidades representativas é promover a exportação de produtos acabados, para atendimento direto de obras. Boa parte dos esforços da ABIROCHAS para 2019-2020, no âmbito do convênio com a Apex-Brasil, é focada nesse objetivo, tendo em vista reverter a trajetória recente de desempenho das exportações setoriais, pela

modificação da base exportadora: de chapas para produtos acabados. As importações de rochas ornamentais efetuadas pelos EUA já ultrapassaram a marca de US\$ 3 bilhões/ano, metade das quais relativas a produtos acabados para grandes obras públicas, comerciais e residenciais atendidas por *commercial contractors* (empregueiros de revestimentos).

4 Considerações sobre a terceira onda exportadora brasileira de rochas ornamentais

Durante o último quarto do século XX o Brasil firmou-se como produtor de rochas ornamentais e fornecedor de blocos no mercado internacional, experimentando o que se designou “**primeira onda exportadora**” do setor de rochas. Como resultado da política de proteção da indústria nacional de máquinas e equipamentos, nesse período, o Brasil não conseguiu lograr sucesso no mercado internacional de rochas processadas, com maior valor agregado que as rochas brutas.

A “**segunda onda exportadora**” do setor de rochas instalou-se e cresceu a partir de finais da década de 1990, justamente com a modernização do parque brasileiro de serragem de chapas e a despeito da falta de incentivos para compra de tecnologia importada. A demanda pelas rochas brasileiras e a modernização de nossa indústria de beneficiamento primário permitiram que as exportações brasileiras de rochas ampliassem a comercialização de chapas, alavancando estas exportações de US\$ 210 milhões, em 1998, para um patamar de quase US\$ 1,1 bilhão já em 2007, e de US\$ 1,3 bilhão em 2013.

No período de 2014 a 2018, essas exportações sofreram um recuo de US\$ 300 milhões, apesar do Brasil ter formado o maior e melhor parque mundial de serragem com os modernos teares multifios diamantados. Tal recuo constituiu resultado de vários fatores mercadológicos que sinalizavam o esgotamento do modelo de venda de chapas, sobretudo nos EUA, nosso principal mercado. Nesse contexto, cristalizou-se a necessidade de um novo salto qualitativo e quantitativo das exportações brasileiras, que poderá ser atendido pela comercialização de produtos acabados para atendimento direto de obras, no mercado internacional e, principalmente, nos EUA.

Esta nova fase em perspectiva, é o que se está designando como “**terceira onda exportadora**” do setor de rochas ornamentais brasileiro. Atualmente, entre os fornecedores mundiais de produtos acabados, destacam-se a Itália e a China, a primeira pela qualidade superior e a última pelos preços mais competitivos. Pela grande diversidade de suas matérias-primas e capacidade competitiva já evidenciada no mercado de chapas, acredita-se que o Brasil poderá também colocar-se no mercado de produtos acabados, idealmente com preços melhores do que os da Itália e qualidade superior à da China.

Nesse sentido está sendo orientado o novo grande desafio brasileiro, com certeza maior e mais complexo do que a conquista do mercado mundial de chapas. Para atingir um

“mix” ideal de produtos exportados, continuaremos vendendo blocos e garantindo a preservação do comércio de chapas, investindo-se, porém, mais concretamente, na capacitação das empresas e comercialização de produtos acabados, prontos para instalação nas obras.

Tomando-se como exemplo o mercado dos EUA, os atuais *stakeholders* e clientes diretos dos fornecedores brasileiros de chapas são os distribuidores (*distributors*) nacionais e regionais do país. Os principais agentes de demanda para a terceira onda exportadora, por sua vez, são os *commercial contractors* (empregadores de revestimentos) e os escritórios de arquitetura e design. Os *commercial contractors* são responsáveis pela compra dos revestimentos e sua aplicação nas obras e projetos, enquanto os escritórios de arquitetura e design tratam da especificação e seleção dos materiais de revestimento para essas obras e projetos.

O atendimento da terceira onda exportadora, também com base no mercado dos EUA, inclui a capacitação para manufatura e comercialização de três grupos principais de produtos, que em ordem crescente de complexidade são os seguintes: peças com acabamentos variados de face, apenas recortadas, para revestimento de pisos, paredes e fachadas; bancadas de pias, mesas e balcões, no que genericamente se designa *counter tops*; e produtos verdadeiramente *cut-to-size*, que incluem uma grande variedade de peças especificadas para os projetos residenciais multifamiliares e projetos comerciais (aeroportos, shopping centers, hospitais, edifícios públicos, edifícios comerciais e outros). Para tal, o Brasil precisa investir na aquisição de equipamentos CNC (controle numérico computadorizado), envolvendo tornos multifuncionais automáticos, serra-pontes, acabadoras de borda e máquinas de corte com jato de água.

As empresas capacitadas para trabalhos de beneficiamento primário (serragem e polimento) e de marmoraria (acabamento), assumem significado especial para o sucesso da terceira onda exportadora do setor brasileiro de rochas ornamentais.

5 Conclusões

Os produtos comerciais do setor de rochas ornamentais, incluindo blocos, não devem ser entendidos e tratados como *commodities*, mas sim como especialidades ou manufaturas. A garantia de mercado, que traduz a efetiva capacidade de comercialização dos produtos do setor, é assim tão importante quanto a garantia de produção e beneficiamento de suas matérias-primas.

O setor de rochas é principalmente integrado por micro e pequenas empresas de lavra, beneficiamento (serrarias), acabamento (marmorarias) e serviços, cuja realidade é muito distinta das grandes empresas do setor mineral. As micro e pequenas empresas brasileiras ainda não têm suas necessidades bem atendidas e entendidas pelos programas governamentais de fomento, que são tradicionalmente mais focados e dirigidos para as grandes empresas e projetos mínero-industriais de *commodities*.

A estruturação de arranjos produtivos locais (APLs) é um dos elementos mais importantes para o desenvolvimento do setor de rochas no Brasil. Essa estruturação depende da verticalização da atividade produtiva, com lavra e beneficiamento das matérias-primas de interesse comercial. O fortalecimento dos APLs só é efetivado mediante concessão de incentivos fiscais e tributários, como base para atração de empreendimentos e desoneração da produção.

Em função da crise econômica internacional instalada em 2008, barreiras tarifárias e, sobretudo, não-tarifárias têm sido cada vez mais utilizadas como mecanismo de proteção de mercados. Constituem exemplos as taxas de importação mantidas pela China, já antes de 2008, para produtos acabados e semiacabados, que inviabilizam a entrada de chapas polidas brasileiras em seu mercado; a tentativa de desqualificação das telhas de ardósia brasileira no mercado europeu e, particularmente, na marca CE, por iniciativa de entidades e produtores espanhóis, entre outras.

As bases competitivas desejáveis para o setor de rochas são sistêmicas e muitas vezes dependentes de fatores exógenos ao próprio setor, vinculados a políticas públicas e mecanismos institucionais de fomento para a atividade produtiva. As bases competitivas existentes no Brasil não têm sido favoráveis para o setor de rochas ornamentais, frente àquelas proporcionadas por outros países produtores e exportadores, caso da Índia, Turquia e China.

Para que o potencial de crescimento possa ser alcançado nos elos da mineração e serraria, pode-se antecipar um conjunto de desafios de ordem competitiva:

- Formação de mão de obra com perfil manufatureiro em alternativa ao perfil artesanal que tradicionalmente é proporcionado dentro das empresas do setor. O perfil manufatureiro é mais facilmente capacitado em agências de formação fora do setor;
- Apoio à importação de bens de capital estratégicos e nacionalização de segmentos produtores de equipamentos viáveis em escala;
- Equacionamento fiscal, notadamente a isenção de IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados) e a solução da questão da tributação entre ISS (Imposto sobre Serviços de qualquer Natureza) e ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços) nas operações de prestação de serviços intercadeia. Também, os créditos gerados na exportação devem ter um melhor equacionamento para uma maior competitividade;
- Reforço dos pactos locais de relacionamento da indústria com o poder público e comunidade, além da manutenção de uma agenda legislativa e normativa setorial nos planos federal, estadual e municipal.

O conjunto das limitações brasileiras ainda restringe o alcance e as possibilidades de crescimento de setores como o de rochas ornamentais, apenas permitindo expansões em ambiente incentivado e em condições muito favoráveis de mercado. O que se pergunta é: existem bases possíveis de competitividade e sustentabilidade para o setor de rochas? Por mais que já se afirme que a existência das matérias-primas não mais

garante vantagem competitiva, parece que a nossa “geodiversidade” continua sendo o principal sustentáculo do setor. Cabe também indagar se existem meios de preservá-la como tal sustentáculo.

Tem-se agora um potencial de crescimento não ilimitado para as exportações de chapas, talvez inferior à taxa de incremento da nossa capacidade produtiva. Existem, neste caso, quatro opções razoáveis: fortalecer as rochas no mercado interno de revestimentos, frente a materiais concorrentes, tanto naturais quanto artificiais, importados; incrementar a terceira onda exportadora, mirando sobretudo o mercado norte-americano; exportar chapas para a China; e diversificar os destinos das exportações, tanto de chapas quanto de produtos acabados.

Mesmo reconhecendo o enorme desafio de um salto para exportações de produtos acabados, é preciso iniciar um esforço neste sentido, o que já foi percebido pelas empresas brasileiras. Não se acredita que o atendimento de grandes obras, com produtos acabados, por exemplo no mercado dos EUA, afetarà negativamente as exportações de chapas: os produtos e agentes de mercado envolvidos são bastante distintos.

Realisticamente, as exportações brasileiras de rochas ornamentais deverão preservar a comercialização de blocos, produtos de ardósia e produtos de quartzito foliado, que pelo menor valor agregado são incapazes de gerar um volume significativo de faturamento. China e Itália continuarão sendo os principais destinos dos blocos brasileiros. Os EUA e países da Europa ocidental continuarão centrando as exportações brasileiras de ardósia, para revestimento nos EUA e para telhados na Europa. A Europa ocidental canalizará as exportações brasileiras de quartzitos foliados.

No curto e médio prazo, em um horizonte de até 6-8 anos, as chapas polidas de rochas silicáticas e silicosas, aí incluídos os granitos *lato sensu* e quartzitos, deverão permanecer como os principais produtos das exportações brasileiras do setor de rochas ornamentais. A recente pressão de demanda, no mercado internacional, recomenda especial atenção para as chapas de quartzitos e de rochas carbonáticas (mármore, travertinos e calcários), cujo potencial geológico brasileiro permite significativa expansão de comércio.

A maior janela de oportunidade refere-se, de fato, ao atendimento do mercado de obras nos EUA, com peças recortadas (lajotas) e seriadas (*cut-to-size*). Como maiores fornecedoras atuais de rochas para o mercado dos EUA, as empresas brasileiras têm chances reais de atingir esse novo nicho de comercialização, onde os principais agentes são os escritórios de arquitetura e os designados *commercial contractors*. A formação de uma base exportadora de produtos acabados poderá inclusive abrir novas frentes de atendimento de obras fora dos EUA, com destaque para os países do Oriente Médio.