

NOTA SETORIAL

ÍNDIA Tendências & Oportunidades

Equipamento Indústria Cerâmica



AICEP

Agência para o Investimento
e Comércio Externo de Portugal

Tópicos sobre a Indústria Cerâmica Indiana

O setor cerâmico indiano está em forte expansão, impulsionado pela procura interna e pelas exportações para mais de 125 países. Este crescimento cria oportunidades concretas para empresas com soluções industriais avançadas.

Este documento analisa o mercado indiano com foco na maquinaria térmica e de moldagem, identificando oportunidades de entrada, desafios e estratégias de atuação. A análise baseia-se em dados atualizados e em experiências práticas de empresas já presentes no mercado.

O objetivo é apoiar as empresas portuguesas fabricantes de equipamento na definição de uma abordagem informada, prática e adaptada às condições locais.

1. Dados-chave sobre a Indústria

- **Produção anual de azulejos:** >1.000 milhões m² (2023)
- **Valor do mercado:** USD 9 mil milhões (2023)
- **Crescimento anual projetado:** 7,1% (2023–2028) (IMARC Group)
- **Exportações:** USD 1,9 mil milhões (2022–2023) (Ministry of Commerce & Industry, Índia)
- **Principais destinos:** Estados Unidos da América, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, África, Sudeste Asiático

1.1 Segmentação do Setor Cerâmico

Segmento	Quota
Azulejos e pisos cerâmicos	~80%
Louça sanitária e utilitária	~10%
Cerâmica técnica e industrial	~5–7%
Cerâmica decorativa/artística	~3–5%

1.2 Principais *Clusters* de Produção

O principal centro de produção está concentrado no distrito de Morbi, no estado de Gujarat, que, sozinho representa mais de 70% da produção nacional de azulejos. Este *cluster* industrial conta com mais de 800 fábricas ativas, muitas das quais fortemente mecanizadas e interessadas na modernização dos seus processos térmicos e de moldagem.

Outros estados com presença relevante incluem Rajasthan, Uttar Pradesh, Tamil Nadu e Andhra Pradesh.

Localização	Foco	Nº de fábricas	% da produção nacional
Morbi (Gujarat)	Azulejos e sanitários	>800	>70%
Bhiwadi (Rajasthan)	Sanitários e cerâmica técnica	50–70	~10%
Khurja (Uttar Pradesh)	Cerâmica utilitária/artesanal	~100	n.d.
Tamil Nadu / AP	Cerâmica técnica e elétrica	<50	n.d.

Legenda: n.d. – não disponível

1.3 Principais Associações e Fabricantes indianos

O setor é altamente fragmentado, com milhares de pequenas e médias empresas, mas também com grandes grupos industriais cotados em bolsa, tais como:

- Kajaria Ceramics (Delhi): >USD 500 milhões/ano;
- Asian Granito (Ahmedabad): >USD 300 milhões/ano;
- Somany Ceramics (Haryana/Morbi): >USD 200 milhões/ano;
- Cera, Hindware, Simpolo, Qutone, Sunhearrt: Presença relevante em *clusters* regionais.

A indústria encontra-se em expansão, impulsionada por:

- Dividendo demográfico e ascensão à classe média de dezenas de milhões de cidadãos indianos anualmente;
- Programas habitacionais do Governo indiano (como o *Pradhan Mantri Awas Yojana*);
- Urbanização acelerada e crescimento da classe média;
- Necessidade de substituir tecnologia obsoleta e reduzir o consumo energético.

Trata-se de um setor interessado na transferência de tecnologia estrangeira, sobretudo, nas seguintes áreas:

- Fornos industriais não elétricos (a gás, biomassa ou óleo);

- Sistemas de automação para moldagem e aglomeração;
- Equipamentos que proporcionem ganhos de eficiência energética ou de produtividade.

Associações Setoriais Importantes

Associação	Localização	Função institucional
Morbi Ceramic Tiles Manufacturers Association (MCTA)	Morbi, Gujarat	Representa >800 fabricantes locais; ideal para apoio institucional, visitas técnicas e demos.
Indian Council of Ceramic Tiles & Sanitaryware (ICCTAS)	Nova Deli	Estabelece políticas, estudos, apoio diplomático e promoção internacional.
Gujarat Chamber of Commerce & Industry (GCCCI)	Gujarat	Apoia a internacionalização das empresas; facilita missões e contactos na região.

Empresas-Alvo a considerar para contacto futuro ou prospeção:

Empresa	Localização	Segmento
Kajaria Ceramics	Nova Deli	Azulejos cerâmicos
Somany Ceramics	Haryana/Morbi	Revestimentos e sanitários
Asian Granito India Ltd.	Ahmedabad/Morbi	Revestimentos
Simpolo Ceramics	Morbi	Revestimentos <i>premium</i>
Qutone Ceramics	Morbi	Grés porcelanato
Cera Sanitaryware	Gujarat	Louça sanitária
Hindware (Brilloca)	Rajasthan	Sanitários e casas de banho completas
Sunhearrr Ceramix	Morbi	Azulejos e grandes formatos

2. Presença Internacional e Concorrência no Setor de Equipamentos Cerâmicos na Índia

O mercado indiano de equipamentos industriais para a produção cerâmica já conta com uma presença significativa de fabricantes estrangeiros, nomeadamente, Itália, Alemanha e China, que oferecem soluções completas para processos como moldagem, secagem e cozedura de cerâmica.

As empresas estrangeiras mais destacadas incluem:

- [SACMI](#) (Itália) – Líder global em maquinaria para a indústria cerâmica, com presença direta na Índia através da SACMI Engineering India. Oferece soluções de fornos, prensas, atomizadores e linhas de vidragem, com forte foco na inovação e eficiência energética;
- [System Ceramics](#) (Itália) – Especializada em automação e digitalização de processos cerâmicos. Atua na Índia com o apoio de agentes técnicos locais e colaborações industriais;
- [Modena Group](#) (China/Itália) – Grupo que atua na Índia através da Modena India Pvt. Ltd., com sede em Morbi. É um dos maiores fornecedores de linhas completas para azulejos e sanitários, muito competitivo em preço e com forte adaptação ao mercado local;
- [KEDA Industrial Group](#) (Alemanha/China) – Fabricante de fornos, linhas de polimento e equipamentos para preparação de pastas cerâmicas. Tem fábrica própria na Índia e oferece assistência técnica local.

Estas marcas beneficiam de:

- Integração com redes locais de manutenção e peças sobressalentes;
- Histórico de fiabilidade reconhecida por grandes produtores indianos;
- Soluções adaptadas ao perfil de investimento indiano, com versões modulares e de baixo consumo.

Apesar da forte concorrência, este panorama não exclui a entrada de novos atores, sobretudo quando oferecem:

- Tecnologias específicas ou de nicho (ex.: fornos não elétricos altamente eficientes);
- Serviços personalizados e acompanhamento técnico diferenciado;
- Soluções com vantagens comparativas claras face à concorrência instalada.

A presença já enraizada de marcas italianas e alemãs indica que o mercado reconhece o valor da engenharia europeia, mas também que exige provas de desempenho e competitividade comercial por parte dos novos fornecedores.

3. Canais de Entrada no Mercado Indiano para Fornecedores de Equipamento Cerâmico

3.1 Agentes e distribuidores especializados

A opção mais prática para empresas que nunca operaram na Índia. Estes agentes estão concentrados nas regiões de:

- Morbi (Gujarat) – Principal polo cerâmico da Índia, com cerca de 800 fábricas e 70% da produção nacional;
- Bhiwadi (Rajasthan) e Secunderabad (Telangana) – Centros cerâmicos menores, mas relevantes.

Exemplos de empresas que já atuam como representantes técnicos:

- Ceramic India Trading Co. (Morbi);
- Imerys Ceramics India (Secunderabad);
- Sibelco India (Morbi).

Vantagens:

- Reduz custos de entrada (sem estrutura própria);
- Dá acesso a redes comerciais e suporte técnico local;
- O suporte local influencia a decisão de compra em cerca de 80% dos casos (FICCI, 2022).

3.2 Parcerias tecnológicas com fabricantes locais (OEM)

Outra via são os acordos OEM (*Original Equipment Manufacturer*) com empresas indianas que produzem máquinas cerâmicas e integram componentes externos.

- O parceiro local fabrica o equipamento e a empresa estrangeira fornece a tecnologia (ex.: sistemas térmicos, componentes para fornos a biomassa).
- Reduz o investimento direto e facilita a adaptação às condições do mercado indiano (como uso de pastas e combustíveis específicos).

4. Barreiras e Desafios à Entrada no Setor Indiano de Equipamento Cerâmico

a) Concorrência interna e sensibilidade ao preço

- Fabricantes locais oferecem equipamentos mais baratos e adaptados ao mercado do que as empresas europeias.
- Clientes hesitam pagar mais por tecnologia europeia.

b) Exigência de assistência técnica local

- Os compradores esperam suporte físico próximo: centros de manutenção, peças em *stock* e técnicos disponíveis.
- Sem estrutura local, aumenta o risco percebido e perde-se competitividade.

c) Barreiras logísticas e burocráticas

- Importações sujeitas a normas técnicas, direitos aduaneiros e documentação rigorosa.
- Custos inesperados e atrasos alfandegários prejudicam a relação com o cliente.

d) Processo comercial longo e relacional

- O mercado valoriza relações de confiança e referências locais.
- As negociações tendem a ser demoradas, com forte ênfase na demonstração técnica e prova social.

e) Personalização técnica obrigatória

- Valorizam-se equipamentos ajustáveis a diferentes combustíveis (gás, biomassa, óleo) e tipos de pasta cerâmica.
- Soluções *standard* que não respondam às condições locais têm menor aceitação.

5. Feiras e Plataformas de Promoção do Setor Cerâmico na Índia

5.1 [Indian Ceramics Asia](#)

- **Local:** Helipad Exhibition Centre, Gandhinagar (Gujarat).
- **Edição:** 20.^a edição (28–30 janeiro de 2026).
- **Expositores:** +250 marcas (incluindo pavilhões internacionais da Itália e Alemanha).
- **Visitantes:** +10.000 profissionais da Índia e do estrangeiro.
- **Países representados (edição anterior 2024):** Itália, Alemanha, China, EUA, Bélgica, República Checa, Indonésia, Reino Unido, Turquia, Bangladesh, Nepal, Sri Lanka, Emirados Árabes Unidos, entre outros.
- **Áreas abrangidas:** Maquinaria cerâmica, matérias-primas, refratários, automação, *demo zone* e *job fair*.
- **Observações:** Feira líder no setor cerâmico indiano, com forte presença institucional e internacional, ideal para estabelecer contactos técnicos, estabelecer parcerias e promover tecnologia diferenciada.

5.2 [Vibrant Buildcon](#) – Cerâmica

- **Local:** Yashobhoomi Convention Centre, Dwarka, Nova Deli.
- **Edição:** 2.^a edição – 13 a 16 abril de 2025.
- **Expositores:** 600+ expositores de materiais de construção e cerâmica.
- **Visitantes:** Cerca de 150.000 profissionais.
- **Países representados:** Presença internacional de mais de 1 500 delegados de 100+ países.
- **Áreas abrangidas:** Cerâmica (azulejos, sanitários), materiais de construção, *hardware*, revestimentos, automação e tecnologias associadas.
- **Observações:** Evento multimaterial com forte participação institucional (ex.: CAPEXIL, MCTA), ideal para *networking* B2B, RBSMs e reforço institucional.

5.3 [ACETECH](#)

- **Local:** Cidades principais (Mumbai, Deli, Bangalore, Hyderabad).
- **Edição:** itinerante, várias edições por ano (ex.: Mumbai nov. 2025; Bengaluru out. 2025; Deli dez. 2025)
- **Expositores:** +2 700 expositores apresentando cerca de 4.300 produtos.
- **Visitantes:** dezenas de milhares de profissionais do setor da construção e interiores.

- **Países representados:** Índia e internacionais (EUA, Reino Unido, Itália, Alemanha, entre outros).
- **Áreas abrangidas:** Arquitetura, materiais de construção, tecnologia de produção e maquinaria para cerâmica.
- **Observações:** Importante plataforma complementar para identificar tendências em materiais e automação industrial, com foco em tecnologias emergentes aplicáveis à cerâmica.

6. Síntese

a) Foco inicial

Concentrar esforços em empresas indianas que:

- Produzam para exportação ou para o segmento *premium* nacional (ex.: Kajaria Ceramics e Somany Ceramics);
- Tenham planos ativos de modernização energética e automação;
- Operem em *clusters* como Morbi (Gujarat) — que representa mais de 70% da produção nacional — e Bhiwadi (Rajasthan).

b) Agentes locais

Existem agentes e distribuidores experientes que podem apoiar a entrada no mercado:

- **Ceramic India Trading Co.** (Morbi) – Especialista em representação e assistência técnica a equipamentos importados;
- **Imerys Ceramics India** (Secunderabad) – Empresa com rede nacional, fornecimento e suporte técnico consolidado;
- **Sibelco India** (Morbi) – Fornece matérias-primas e serviços a fabricantes cerâmicos, com infraestrutura própria para assistência e manutenção.

c) Eventos e feiras

Marcar presença e reforçar a rede de contactos em eventos como:

- **Indian Ceramics Asia 2025** (Gandhinagar, Gujarat) – Principal feira do setor, com participação internacional e mais de 320 expositores e 7.500 visitantes na última edição;
- **Vibrant Buildcon 2025** (Deli) – Feira B2B focada em construção e materiais cerâmicos, que atrai empresas indianas e fornecedores externos;
- Organização de demonstrações técnicas junto da Morbi Ceramic Tiles Association (MCTA) para apresentar o equipamento e recolher *feedback* direto.

d) Adaptação e suporte

Preparar o material e a estrutura para responder aos requisitos indianos:

- Disponibilizar catálogos, fichas técnicas e apresentações comerciais em inglês, destacando eficiência energética, robustez e conformidade técnica;
- Incluir dados objetivos sobre redução de consumo e custos operacionais (ex.: redução até 10–15% no consumo de combustível);
- Manter um ponto de contacto em Portugal para responder rapidamente a pedidos e coordenar suporte remoto com os parceiros locais.

e) Monitorização do mercado

Seguir regularmente o setor e identificar novas oportunidades:

- Acompanhar publicações da ICCTAS (*Indian Council of Ceramic Tile and Sanitaryware*) e da GCCI (*Gujarat Chamber of Commerce & Industry*), que partilham informação sobre concursos, eventos e atualizações técnicas;
- Monitorizar programas públicos como o Pradhan Mantri Awas Yojana (habitação), que impulsionam a procura por revestimentos cerâmicos e equipamentos produtivos;
- Recolher informação junto de feiras e visitas a Morbi para identificar novos projetos e parceiros.

INFORMAÇÃO LEGAL: Este documento tem natureza meramente informativa e o seu conteúdo não pode ser invocado como fundamento de nenhuma reclamação ou recurso. A AICEP não assume a responsabilidade pela informação, opinião, ação ou decisão baseada neste documento, tendo realizado todos os esforços possíveis para assegurar a exatidão da informação contida nas suas páginas.