

PANORAMA 2020  
OVERVIEW ANFACER

ORIGINAL  
FROM BRAZIL

DESIGNED  
TO THE WORLD

ANFACER • CERAMICS OF BRAZIL  
• CERAMICS OF BRAZIL



ANFACER

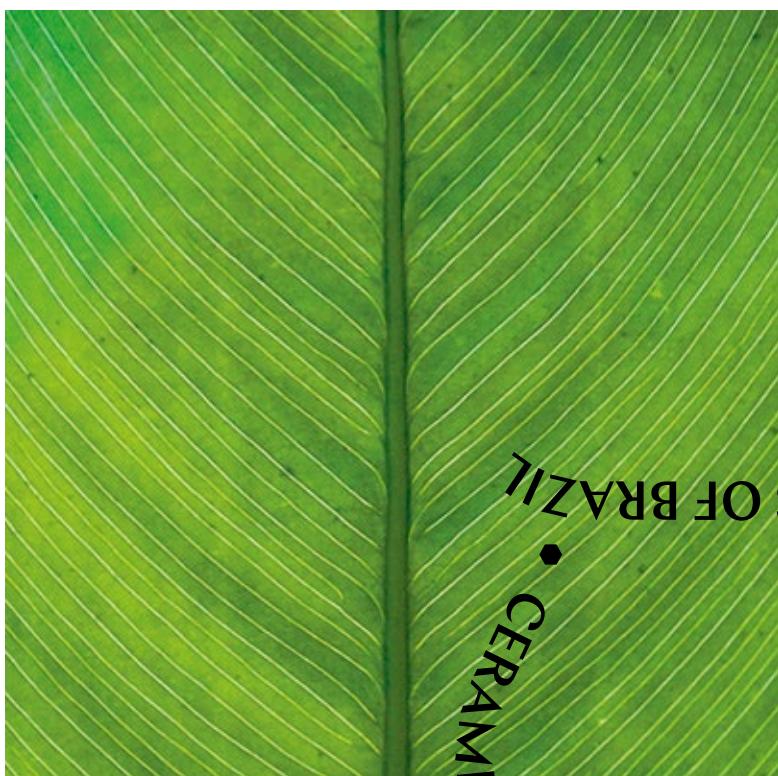
ORIGINAL  
FROM BRAZIL

DESIGNED  
TO THE WORLD

**CERAMICS OF BRAZIL**

**CERAMICS OF BRAZIL**

CERAMICS OF BRAZIL  
INSPIRED BY HUMAN ARTS AND  
THE INTELLIGENCE OF THE NATURE.



CERAMICS OF BRAZIL  
• CERAMICS OF BRAZIL  
• CERAMICS OF BRAZIL

WE FEEL FREE TO  
INNOVATE AND TRANSFORM.



WE FEEL FREE TO CREATE  
SOMETHING NEW

# WE REDESIGN OUR INFLUENCES

# MANIFESTO

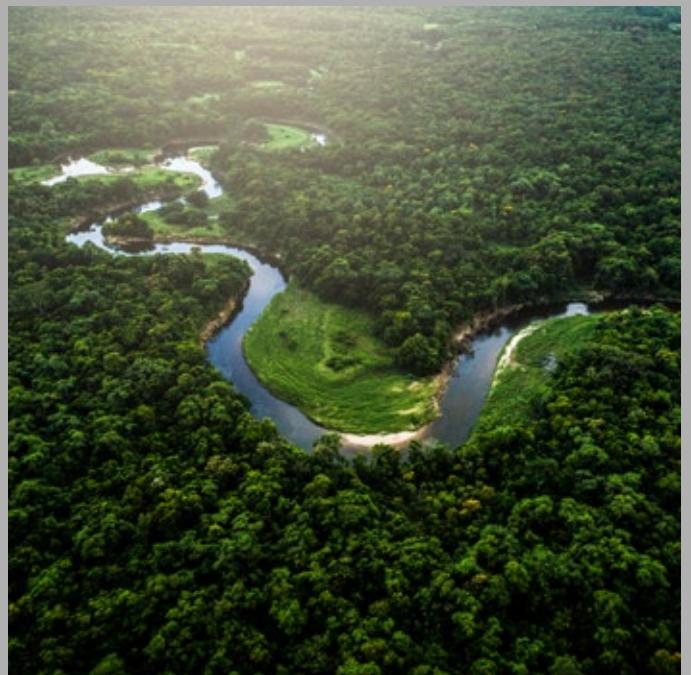
Do ponto onde estamos, podemos achar que os espaços estão todos definidos. Já existem os que se firmaram pela força da tradição. Os que se consolidaram por sua escola de design. Os reconhecidos pela qualidade. E os que se destacam por sua entrega em escala. Em que lugar estaria o Brasil nesse cenário quase impermeável?

Há décadas, o mercado nacional entrega eficiência e tecnologia. Mas, verdade seja dita, o Brasil não tem uma força própria capaz de trazer mais valor e fazer a cerâmica nacional se destacar no mundo. Tem duas. O Brasil é uma potência da natureza. Traz em si a maior fonte de inteligência e inspiração para o design do planeta. As texturas mais impressionantes. Os desenhos mais incríveis. As combinações de cores mais deslumbrantes. E não é só. O Brasil é dono uma energia criativa multicultural, que encanta e surpreende. É do brasileiro essa capacidade de estar aberto a todas as influências, misturar e transformar. E então devolver para o mundo de um jeito novo, rico, único. É assim que a cerâmica brasileira pode definir seu espaço. E, por que não, ousar reposicionar as placas tectônicas no mundo da cerâmica. Unindo a inspiração na natureza mais rica com o frescor da criatividade mais livre. Não há nada que seja mais brasileiro. E não há nada que o mundo deseje mais.

O olhar atento a natureza foi a principal inspiração para a identidade de Ceramics of Brazil. Uma marca que apresenta ao mundo a produção local de cerâmica em um contexto onde a diversidade cultural e a energia típica brasileira resultam em uma marca viva e inovadora.

WE FEEL CONFORTABLE  
TO INNOVATE

# CERAMICS OF BRAZIL



## MANIFEST

From where we stand we may find that the spaces are all defined. Already there are those who have established themselves by the force of tradition. The ones that were consolidated by their design school. Those recognized for quality. And those that stand out for their delivery on scale. Where would Brazil be in this almost impermeable scenario?

For decades, the domestic market has been delivering efficiency and technology. But truth be told, Brazil does not have its own strength capable of bringing more value and making national ceramics stand out in the world. It has two. Brazil is a powerhouse of nature. It brings with it the greatest source of design intelligence and inspiration on the planet. The most impressive textures. The most amazing drawings. The most stunning color combinations. And not only. Brazil owns a multicultural creative energy that delights and surprises. It is from Brazilians this capacity to be open to all influences, to mix and transform. And then give it back to the world in a new, rich, unique way. This is how Brazilian ceramics can define its space. And why not dare to reposition tectonic plates in the world of ceramics. Uniting inspiration in the richest nature with the freshness of freer creativity. There is nothing more Brazilian. And there is nothing the world wants more.

A keen eye for nature was the main inspiration for Ceramics of Brazil's identity. A brand that introduces the world to local ceramic production in a context where cultural diversity and typical Brazilian energy result in a lively and innovative brand.

## MANIFIESTO

*Desde donde estamos, podemos encontrar que los espacios están todos definidos. Ya hay quienes se han establecido por la fuerza de la tradición. Los que se consolidaron por su escuela de diseño. Los reconocidos por su calidad. Y aquellos que se destacan por su entrega a escala. ¿Dónde estaría Brasil en este escenario casi impermeable?*

*Durante décadas, el mercado interno ha estado brindando eficiencia y tecnología. Pero a decir verdad, Brasil no tiene su propia fuerza capaz de aportar más valor y hacer que la cerámica nacional se destaque en el mundo. Hay dos. Brasil es una potencia de la naturaleza. Trae consigo la mayor fuente de inteligencia de diseño e inspiración del planeta. Las texturas más impresionantes. Los dibujos más asombrosos. Las combinaciones de colores más impresionantes. Y no solo Brasil posee una energía creativa multicultural que deleita y sorprende. Es de los brasileños esta capacidad de estar abierto a todas las influencias, de mezclarse y transformarse. Y luego devolverlo al mundo de una manera nueva, rica y única. Así es como la cerámica brasileña puede definir su espacio. ¿Y por qué no te atreves a repositionar las placas tectónicas en el mundo de la cerámica? Uniendo la inspiración en la naturaleza más rica con la frescura de la creatividad más libre. No hay nada más brasileño. Y no hay nada que el mundo quiera más.*

*Un buen ojo para la naturaleza fue la principal inspiración para la identidad de Cerámica de Brasil. Una marca que introduce al mundo a la producción local de cerámica en un contexto donde la diversidad cultural y la energía típica brasileña dan como resultado una marca viva e innovadora.*

WE FEEL CONFORTABLE  
TO INNOVATE

WE FEEL FREE TO CREATE  
SOMETHING NEW

WE REDDESIGN  
OUR INFLUENCES

CERAMICS





WE FEEL FREE  
TO TRANSFORM

ORIGINAL FROM BRAZIL,  
DESIGNED TO THE WORLD

NATURAL DIVERSITY,  
NATIVE CREATIVITY

OF  
BRAZIL



# ANFACER

ANFACER  
ANFACER

01

P.10

# SOBRE O BRASIL

ABOUT BRAZIL  
*SOBRE BRASIL*

02

P.18

# O MERCADO MUNDIAL

THE WORLD MARKET  
*EL MERCADO MUNDIAL*

P.36

04

P.46

# LOUCAS SANITÁRIAS SANITARIOS

SANITARYWARE  
SANITARIOS

05

P.54

EXPO REVESTIR  
*EXPOR REVESTIR*

# EXPO REVESTIR

# INICIATIVA ANFACER

## + SUSTENTÁVEL

ANFACER'S INITIATIVE + SUSTAINABLE  
INICIATIVA ANFACER + SOSTENIBLE

07

P.74

06  
INSTITUCIONAL AGENDA  
AGENDA INSTITUCIONAL

AGENDA

08  
SOBRE A  
APEX-BRASIL

ABOUT APEX-BRASIL  
ACERCA DE APEX-BRASIL

P.86

INSTITUCIONAL

09  
P.92  
ASSOCIATED COMPANIES  
EMPRESAS ASOCIADAS

# EMPRESAS ASSOCIADAS

ANIFACER





01

ANFACER  
ANFACER



## Manfredo Gouvêa Jr.

Presidente do Conselho de Administração ANFACER

# ANFACER: há 35 anos trabalhando no fortalecimento da indústria cerâmica brasileira, dentro e fora do País!

A ANFACER trabalha há 35 anos com sua essência baseada no fortalecimento da indústria cerâmica brasileira, tanto nacional quanto internacionalmente. Promovemos o segmento de diversas maneiras em eventos e feiras, sempre reforçando os atributos positivos como qualidade e design, passando também pela competitividade. Além disso, a entidade tem o propósito de enfatizar a importância da cerâmica como um produto de alto valor agregado, bem como a síntese da história, da arte e do design brasileiros.

Vale ressaltar o importante apoio da Apex-Brasil, na promoção e participação em ações internacionais, ampliando ainda mais os mercados e áreas de atuação com o objetivo de apresentar ao mundo as qualidades da cerâmica brasileira.

Promovemos, com elevada satisfação, a EXPO REVESTIR, principal evento de soluções em acabamentos para a construção civil da América Latina, tendo como público-alvo os profissionais de arquitetura, design de interiores, revendas, construtoras e compradores internacionais. O evento, já incluído no calendário das grandes feiras de tendências e de negócios do mundo, conta com a participação de mais de duas centenas de expositores e público superior a 62 mil visitantes, procedentes de mais de 60 países. Números que nos orgulham muito nesses dezoito anos de estrada: sim, em 2020, a EXPO REVESTIR chega à sua “maioridade” e será uma edição histórica.

Ademais, a entidade segue investindo em diversas ações relevantes para o setor, onde destacamos, dentre outras, a Iniciativa ANFACER + Sustentável que tem como objetivos estimular e orientar a gestão para o desenvolvimento sustentável no segmento de cerâmica para revestimento. Também é de autoria da organização, o Selo da Qualidade para Porcelanato, no qual a ideia é orientar clientes e consumidores sobre as características do porcelanato e diferenciar os produtos que atendam aos requisitos normativos vigentes. O selo é baseado na certificação específica para as peças e está inserido no Programa de Qualidade para Porcelanato desenvolvido pela associação.

Que venham novos tempos! Estamos e estaremos preparados para continuar difundindo e fortalecendo a indústria cerâmica Brasileira, moderna e contemporânea, uma das maiores e mais conceituadas do mundo!

**ANFACER: 35 years working in the strengthening of the Brazilian ceramic industry, inside and outside the country!**

ANFACER has been working for 35 years with its essence based on the strengthening of the Brazilian ceramic industry, both nationally and internationally. We promote the segment in various ways at events and shows, always reinforcing positive attributes such as quality and design, as well as competitiveness. In addition, the entity aims to emphasize the importance of ceramics as a product of high added value, as well as the synthesis of Brazilian history, art and design.

It is worth mentioning the important support of Apex-Brasil, in the promotion and participation in international actions, further expanding the markets and areas of operation in order to present to the world the qualities of Brazilian ceramics.

With great satisfaction, we promote EXPO REVESTIR, Latin America's premier building finishing solutions event, targeting architecture, interior design, retail, construction and international buyers. The event, already included in the calendar of the world's largest tradeshows, is attended by more than two hundred exhibitors and an audience of more than 62,000 visitors from over 60 countries. Numbers that make us very proud of these eighteen years on the road: yes, by 2020, EXPO REVESTIR will come of age and will be a historic edition.

In addition, the entity continues to invest in several actions relevant to the sector, among which we highlight, others, the ANFACER Initiative + Sustainable, which aims to stimulate and guide management for sustainable development in the ceramic tile segment. The organization is also responsible for the Quality Label For Porcelain Tile, in which the idea is to guide customers and consumers about the characteristics of porcelain tiles and to differentiate products that meet current regulatory requirements. The Label is based on specific certification for the pieces and is part of the Porcelain Tile Quality Program developed by the association.

May new times come! We are and will be prepared to continue spreading and strengthening the Brazilian, modern and contemporary ceramic industry, one of the largest and most respected in the world!

Manfredo Gouvêa Jr.  
Chairman of the Board of  
Directors ANFACER

**ANFACER: ¡35 años trabajando en el fortalecimiento de la industria cerámica brasileña, dentro y fuera del país!**

ANFACER lleva 35 años trabajando con su esencia basada en el fortalecimiento de la industria cerámica brasileña, tanto a nivel nacional como internacional. Promovemos el segmento de diversas maneras en eventos y ferias, siempre reforzando atributos positivos como la calidad y el diseño, así como la competitividad. Además, la entidad pretende enfatizar la importancia de la cerámica como producto de alto valor agregado, así como la síntesis de la historia, el arte y el diseño brasileños.

Cabe mencionar el importante apoyo de Apex-Brasil, en la promoción y participación en acciones internacionales, ampliando aún más los mercados y áreas de operación para presentar al mundo las cualidades de la cerámica brasileña.

Con gran satisfacción, promovemos EXPO REVESTIR, el principal evento de soluciones de acabado de edificios de América Latina, dirigido a la arquitectura, al diseño de interiores, al comercio minorista, construcción y compradores internacionales. Al evento, ya incluido en el calendario de las ferias y ferias más grandes del mundo, asisten más de doscientos expositores y una audiencia de más de 62.000 visitantes de más de 60 países. Números que nos enorgullecen mucho en estos dieciocho años de recorrido: si, para 2020, EXPO REVESTIR llegará a la "edad adulta" y será una edición histórica.

Además, la entidad continúa invirtiendo en varias acciones relevantes para el sector, entre las que destacamos, entre otras, la ANFACER + Iniciativa Sostenible, que tiene como objetivo estimular y guiar la gestión para el desarrollo sostenible en el segmento de revestimiento cerámico. La organización también es responsable por el Sello de calidad de azulejos de porcelana, en el que la idea es guiar a los clientes y consumidores sobre las características de los azulejos de porcelana y diferenciar a los productos que cumplen con los requisitos reglamentarios actuales. El sello se basa en una certificación específica para las piezas y forma parte del Programa de Calidad de Porcelana desarrollado por la asociación.

¡Que lleguen nuevos tiempos! ¡Estamos y estaremos preparados para continuar difundiendo y fortaleciendo la industria cerámica brasileña, moderna y contemporánea, una de las más grandes y respetadas del mundo!

Manfredo Gouvêa Jr.  
Presidente del Consejo de  
Administración ANFACER

## Apresentação

A ANFACER – Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica para Revestimentos, Louças Sanitárias e Congêneres – fundada em 1984, representa institucionalmente a indústria brasileira de cerâmica promovendo seu desenvolvimento, competitividade e ampliação de mercado para seus produtos. Entre suas principais ações, vale destacar:

Representação institucional no Brasil e no exterior

Defesa comercial e acompanhamento de acordos e tratados internacionais

Marketing e branding do setor cerâmico

Políticas e programas setoriais de qualidade e competitividade

Programas de promoção comercial e estímulo às exportações

Normalização de produtos e processos

Sistema de informações setoriais e inteligência comercial

Desoneração tributária do setor

Expo Revestir e Fórum Internacional de Arquitetura e Construção

Iniciativa Anfacer + Sustentável



## Visão

**Promover a internacionalização do setor, a difusão de conhecimento e a oferta de oportunidades ao conjunto das empresas fabricantes de revestimentos cerâmicos e louças sanitárias do país.**

### Vision

Promote the sector's internationalization, the dissemination of knowledge and the offer of opportunities to the group of companies that manufacture ceramic tiles and sanitary ware in the country.

### Visión

*Promover la internacionalización del sector, la difusión de conocimiento y la oferta de oportunidades al conjunto de empresas fabricantes de revestimientos cerámicos y artículos sanitarios del país.*



## Missão

**Exercer sua capacidade institucional de representatividade da indústria cerâmica nacional, visando alavancar a competitividade e ampliar mercados para o setor, contribuindo com o esforço de desenvolvimento do país.**

### Mission

Exercise its institutional capacity for representativeness of the national ceramic tile industry with the objective of promoting competitiveness and expanding markets for the sector, contributing to the country's development efforts.

### Misión

*Ejercer su capacidad institucional de representatividad de la industria cerámica nacional, con objetivo de potenciar la competitividad y ampliar mercados para favorecer al sector y contribuir con el esfuerzo de desarrollo del país.*

### Introduction

ANFACER – The Brazilian Association of Manufacturers of Ceramic Tiles, Sanitary Ware and Related Products - established in 1984, represents the Brazilian ceramic industry for its development, market competitiveness and representativeness. Among its main actions, it is worth mentioning:

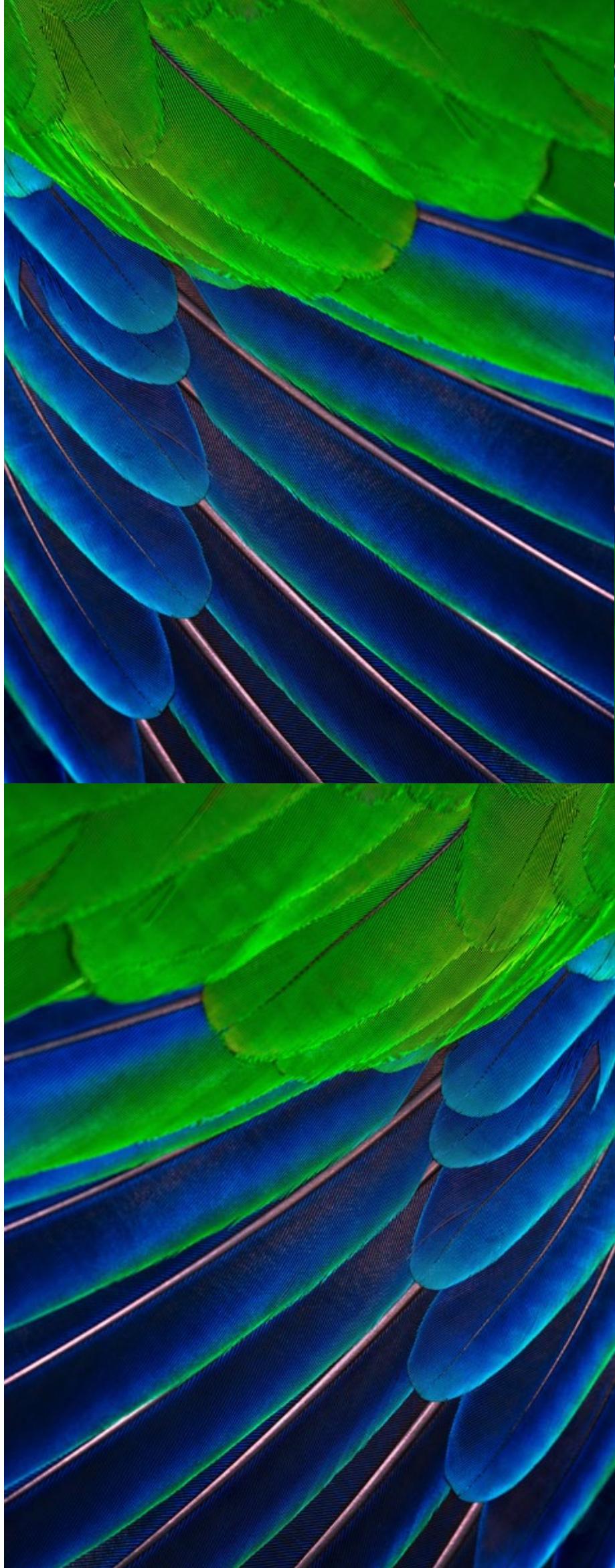
- Institutional representation in Brazil and overseas
- Marketing and branding of the ceramic industry
- Export incentives and trade promotion
- Sectoral information system and business intelligence
- Expo Revestir exhibition and the International Forum of Architecture and Construction
- Trade promotion and monitoring of international agreements and treaties
- Sectoral policies and programs for quality and competitiveness
- Standardization of products and processes
- Exempting the sector from duties
- Sustainability Sectoral Program
- ANFACER Initiative + Sustainable

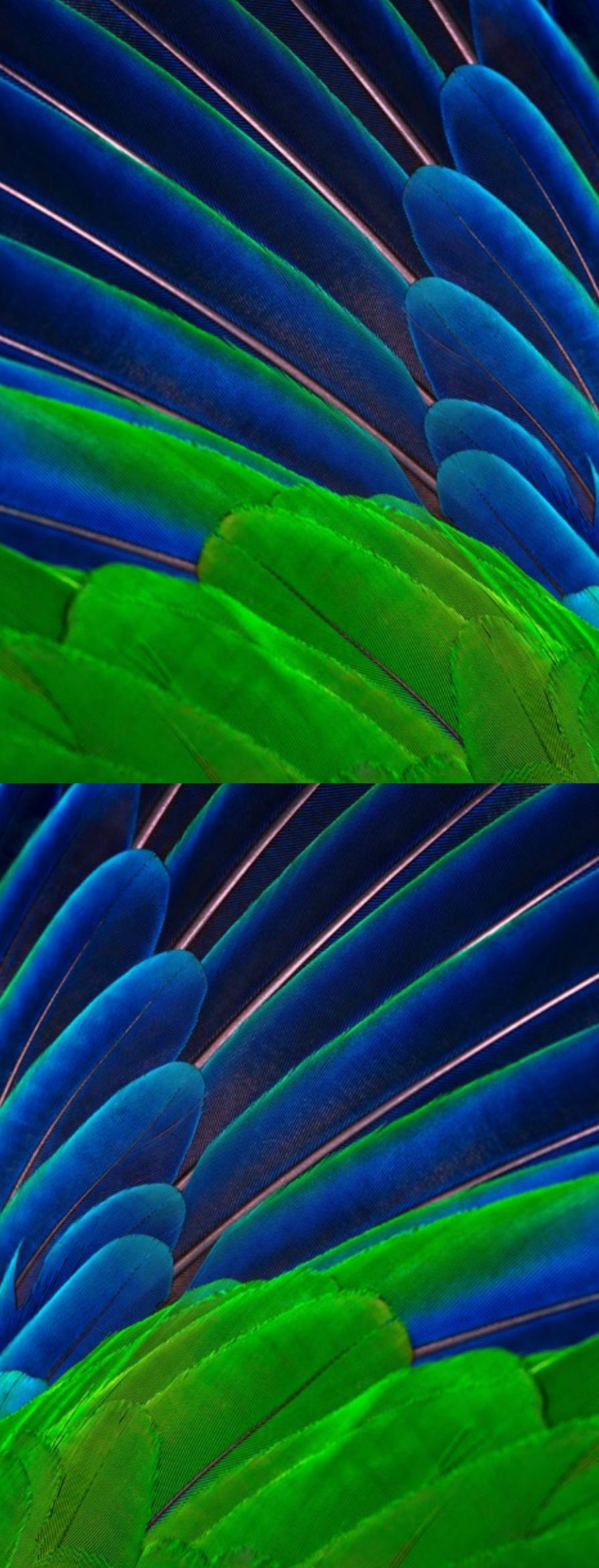
### Presentación

*ANFACER – Asociación Nacional de Fabricantes de Cerámica para Revestimientos, Artículos Sanitarios y Congéneres – fundada en 1984, representa a la industria brasileña de cerámica para su desarrollo, competitividad de mercado y ampliación de su representatividad. Entre sus principales acciones, podemos destacar:*

- *Representación institucional en Brasil y en el exterior*
- *Marketing y branding del sector cerámico*
- *Programas de promoción comercial y estímulo a las exportaciones*
- *Sistema de informaciones sectoriales e inteligencia comercial*
- *Expo Revestir y Foro Internacional de Arquitectura y Construcción*
- *Defensa comercial y acompañamiento de acuerdos y tratados internacionales*
- *Políticas y programas sectoriales de calidad y competitividad*
- *Normalización de productos y procesos*
- *Exoneración tributaria del sector*
- *Programa de Sustentabilidad Sectorial*
- *ANFACER + Iniciativa Sostenible*

# Sobre Sobrasil





02

ABOUT BRAZIL  
*SOBRE BRASIL*

Atualmente, o Brasil ocupa a oitava posição na economia mundial, com PIB de US\$ 1,87 trilhões (2018). O país é detentor do quinto maior território do mundo, com 8,5 milhões de quilômetros quadrados e uma população de mais de 209 milhões de habitantes, possuindo ainda 20% de toda a biodiversidade do planeta.

Conta com um parque industrial diversificado e moderno; apresenta um setor de agronegócios com grande produtividade, sendo um dos maiores produtores mundiais de alimentos; possui um qualificado sistema de serviços, além de desenvolver negócios com praticamente todas as nações do mundo.

Currently, Brazil occupies the eighth position in the world economy, with a GDP of US\$ 1,87 trillion (2018). The country owns the fifth largest territory in the world, with 8.5 million square kilometers and a population of more than 207 million inhabitants, still holding 20% of all the planet's biodiversity.

It has a diversified and modern industrial park; presents an agribusiness sector with great productivity, being one of the largest food producers in the world; has a qualified system of services, besides developing business with almost every nation in the world.

*En la actualidad, Brasil ocupa el octavo puesto en la economía mundial, con PIB de US\$ 1,87 trillones (2018). El país es el detentor del quinto mayor territorio del mundo, con 8,5 millones de kilómetros cuadrados y una población de más de 207 millones de habitantes; posee, además, 20% de toda la biodiversidad del planeta.*

*Tiene un parque industrial diversificado y moderno; presenta un sector de agro negocios con gran productividad, siendo uno de los mayores productores mundiales de alimentos; posee un cualificado sistema de servicios, además de desarrollar negocios con prácticamente todas las naciones del mundo.*

## O Brasil cobre quase metade do território da América do Sul

Brazil covers nearly half of South America's territory  
*Brasil cubre casi la mitad del territorio de América del Sur*



5°

### Maior território do mundo

World's 5th largest territory  
*Es el quinto mayor del mundo en extensión*

209

### Milhões de Habitantes (2018)

Million inhabitants (2018)  
*Millones de Habitantes (2018)*

20%

### Da biodiversidade do planeta

Home to 20% of the biodiversity of the planet  
*Tiene 20% de toda la biodiversidad del planeta*

8a

### Maior economia do mundo

Eighth largest economy in the world  
*Octava economía mundial*

1,87

### PIB brasileiro em 2018 (US\$ Trilhões)

Brazilian GDP in 2018 (US\$ Trillion)  
*PIB brasileño 2018 (US\$ Trillones)*

8,5

### Área territorial do Brasil (Milhões de km<sup>2</sup>)

Brazilian territory (Million km<sup>2</sup>)  
*Territorio brasileño (Millones de km<sup>2</sup>)*

## A indústria brasileira de revestimentos cerâmicos

O Brasil é um dos principais players do mercado mundial de revestimentos cerâmicos. Ocupa a terceira posição em produção e a segunda posição em consumo no mundo, além de ser o sexto no ranking das exportações. Em 2018, foram produzidos 871,9 milhões de metros quadrados para uma capacidade instalada de 1.161 milhões de metros quadrados. As vendas no mercado interno atingiram 769,2 milhões de metros quadrados e 100,5 milhões foram destinados ao mercado externo.

### Brazilian Ceramic Tile Industry

Brazil's one of the main players on the international market of ceramic tiles. It's ranked third on production and second on consumption in the world, and it's also the sixth in the exports ranking. In 2018, 871,9 million square meters were produced to a capacity of 1.161 millions of square meters installed. Sales on the internal market reached 769,2 millions of square meters and 100,5 millions were destined to the foreign market.

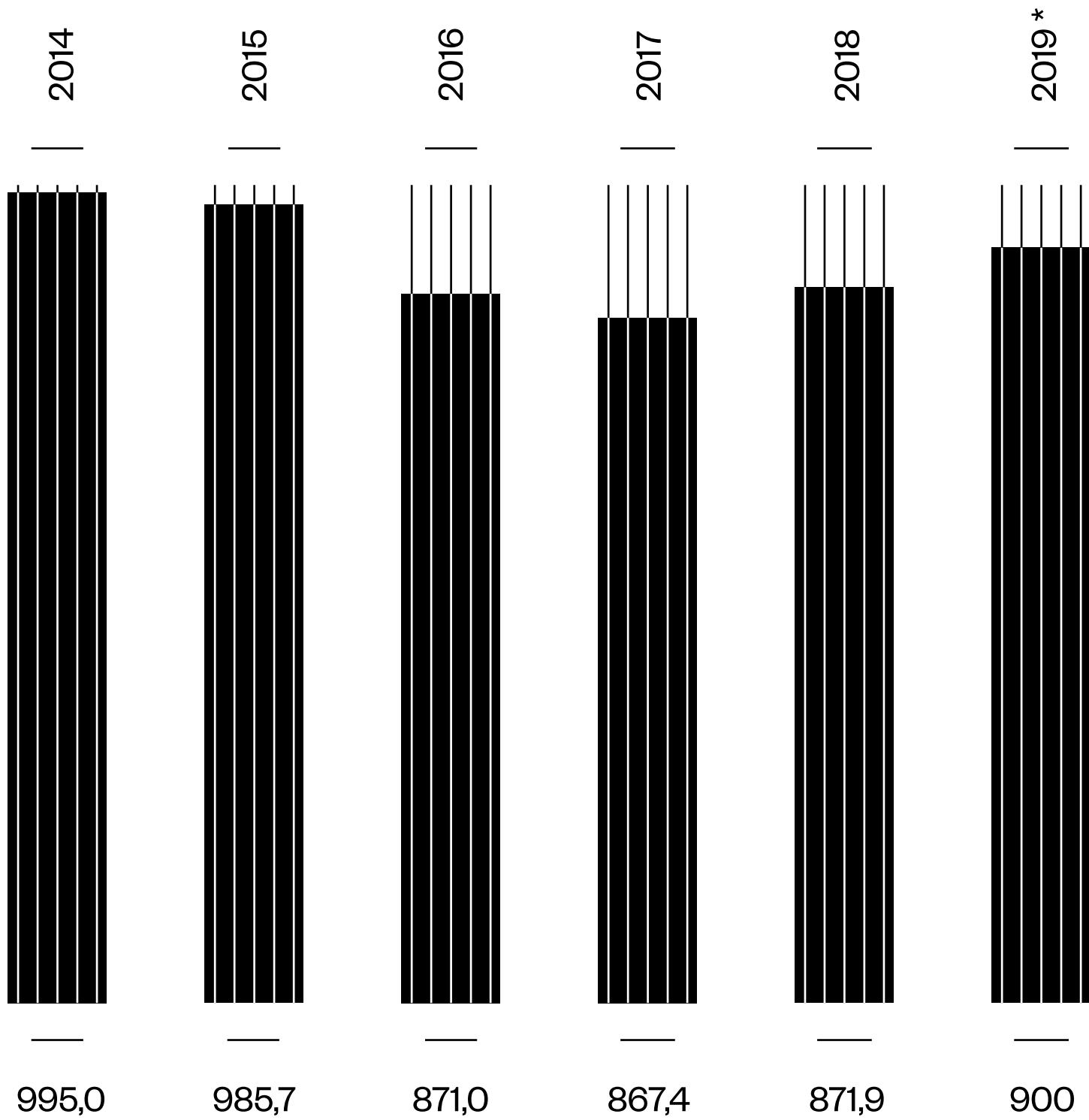
### La Industria Brasileña de Cerámica para Revestimiento

Brasil es uno de los principales players del mercado mundial de revestimientos cerámicos. Ocupa la tercera posición en producción y la segunda posición en consumo en el mundo, además de ser el sexto en el ranking de exportaciones. En 2018, se produjeron 871,9 millones de metros cuadrados para una capacidad instalada de 1.161 millones de metros cuadrados. Las ventas en el mercado interno alcanzaron 769,2 millones de metros cuadrados y 100,5 millones se destinaron al mercado externo.



# Produção brasileira de revestimentos cerâmicos (milhões de m<sup>2</sup>)

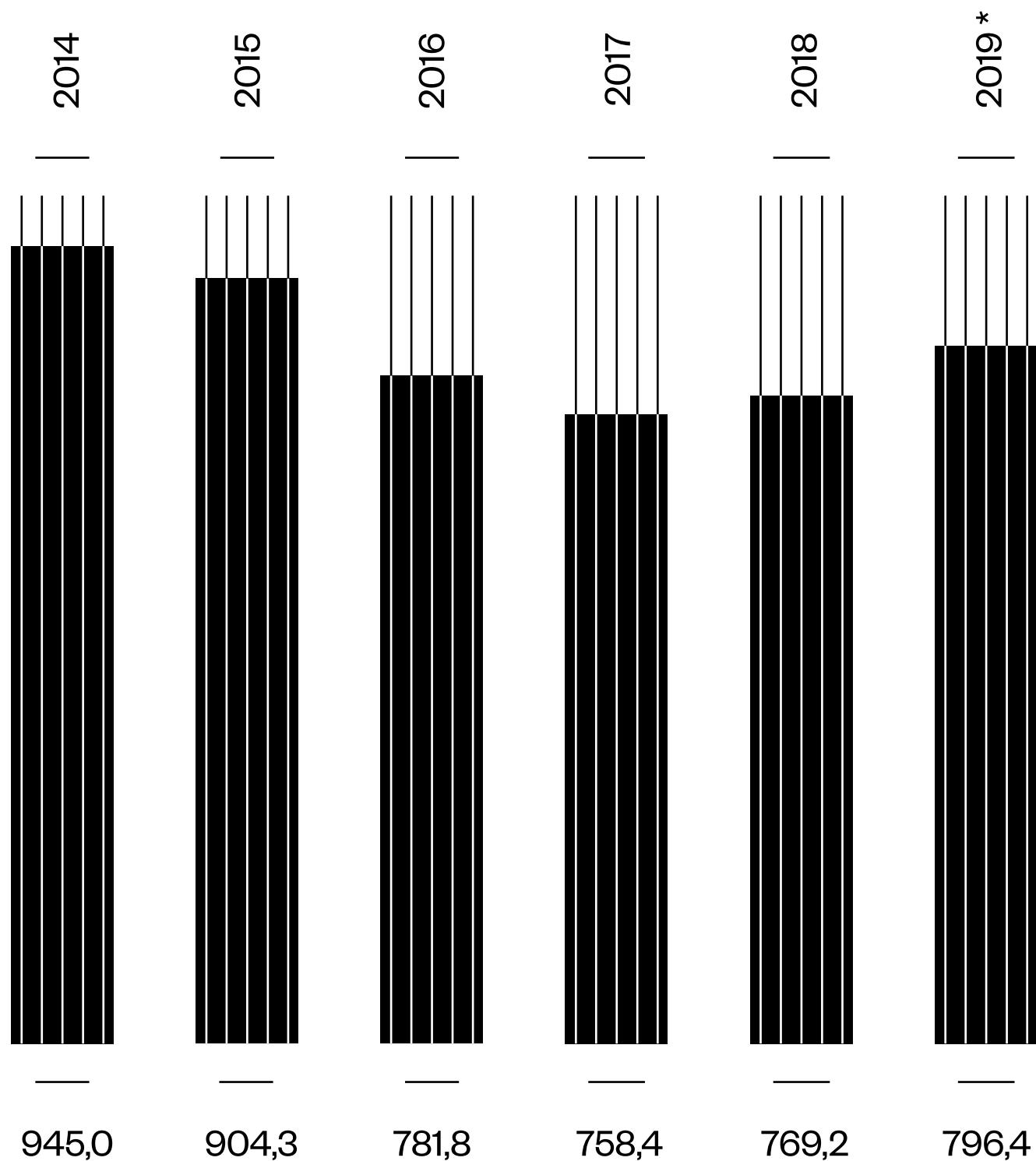
Brazilian Production of  
Ceramic Tiles (Sqm million)  
*Producción Brasileña de  
Revestimientos Cerámicos*  
*Mill/m<sup>2</sup>*



# Vendas de revestimentos cerâmicos no mercado interno (milhões de m<sup>2</sup>)

Ceramic Tiles Domestic  
Market Sales (Sqm million)

Venta de Revestimientos  
Cerámicos en el Mercado  
Internos (Mill/m<sup>2</sup>)



\* Projeção/ Projection/ Proyección







## Perfil da produção

O setor brasileiro de revestimentos cerâmicos é constituído por 60 empresas, com maior concentração nas regiões Sudeste e Sul e em expansão no Nordeste do país. Segmento produtivo de capital essencialmente nacional, é também um grande gerador de empregos, com cerca de 28 mil postos de trabalho diretos e em torno de 200 mil indiretos. Uma característica típica da produção brasileira é a utilização de dois processos distintos em seu parque industrial: Via Seca e Via Úmida. Os fabricantes brasileiros de revestimentos cerâmicos estão alinhados com a melhor tecnologia disponível no mundo e em conformidade com as normas internacionais de qualidade.

### General Characteristics

The Brazilian industry of ceramic tiles consists of 60 companies, mostly concentrated in the Southeast and South regions and also expanding in the Northeast of the country. The productive segment of essentially national capital is also a great generator of jobs, with around 28 thousand direct jobs and around 200 thousand indirect ones. A typical characteristic of Brazilian manufacturers is the use of two distinct production processes in its industrial park: Dry Process and Wet Process. Brazilian manufacturers of ceramic tiles are aligned with the best technology available in the world and in compliance with international quality standards.

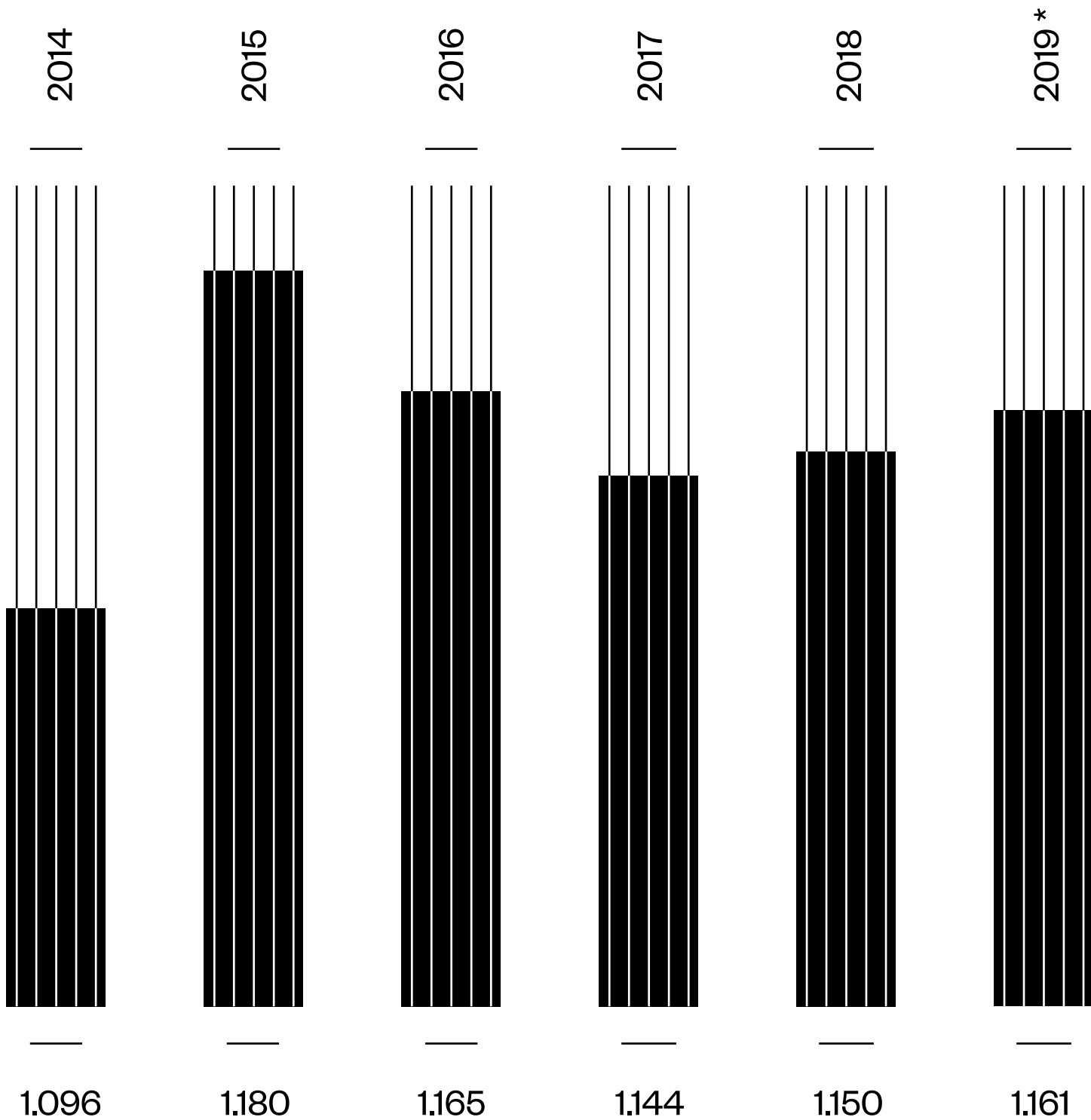
### Características Generales

*El sector brasileño de revestimientos cerámicos es formado por 60 empresas, con mayor concentración en las regiones Sureste y Sur y en expansión en el Noreste del país. Segmento productivo de capital esencialmente nacional, también es un gran generador de empleos, con aproximadamente 28 mil puestos de trabajo directos y alrededor de 200 mil indirectos. Una característica típica de la producción brasileña es la utilización de dos procesos distintos en su parque industrial: Vía Seca y Vía Húmeda. Los fabricantes brasileños de revestimientos cerámicos están alineados con la mejor tecnología disponible en el mundo y en conformidad con las normas internacionales de calidad.*

# Evolução da capacidade produtiva (milhões de m<sup>2</sup>)

Production Capacity  
Evolution (Sqm million)

Evolución de la Capacidad  
Productiva (Mill/m<sup>2</sup>)



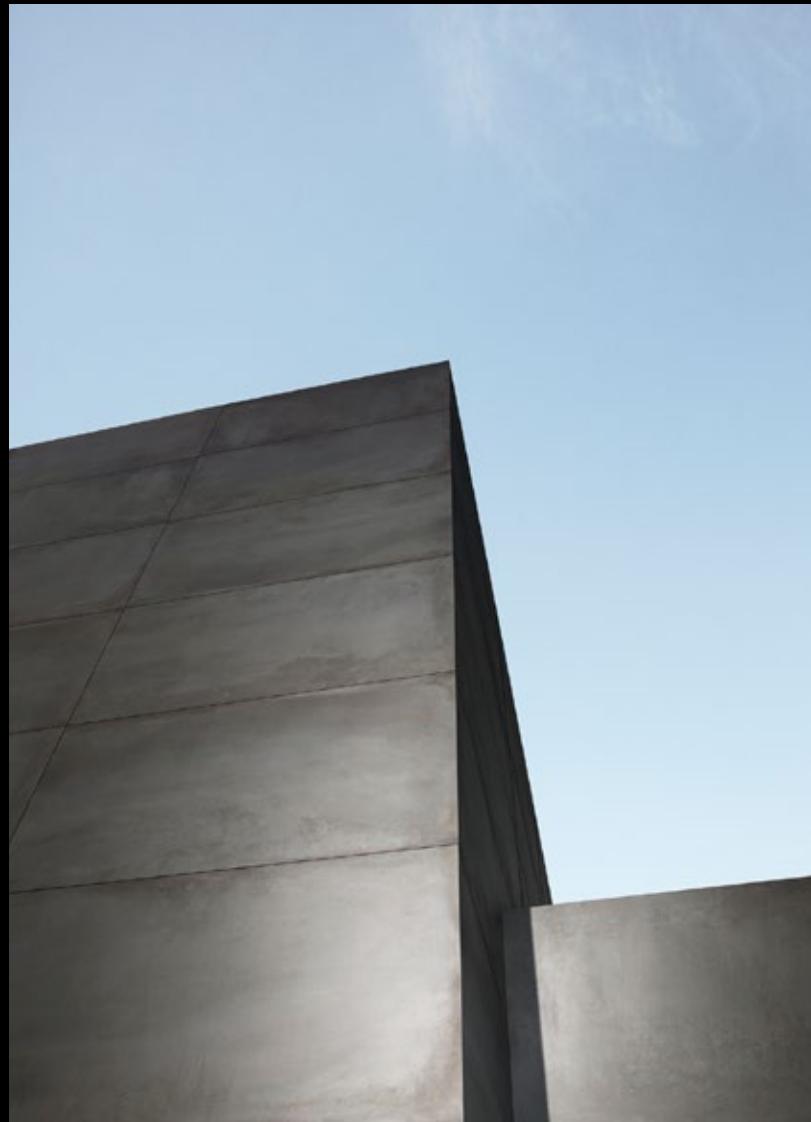
## Tipos de produtos fabricados (milhões de m<sup>2</sup>)

Types of Manufactured  
Products (Sqm million)

*Tipos de Productos  
Fabricados (Mill/m<sup>2</sup>)*

2014                    2015                    2016                    2017                    2018

Piso <i>Floor Piso</i>					
	645	621	536	537	520
Parede <i>Wall Pared</i>					
	206	210	183	173	180
Fachada <i>Facade Fachada</i>					
	24	30	24	20	20
Porcelanato <i>Porcelain Tile Porcelanato</i>					
	120	125	129	137	152



## Exportações brasileiras

Em 2018, o Brasil exportou para 116 países, totalizando 100,5 milhões de metros quadrados, o que equivale a uma receita de US\$ 368 milhões. As exportações brasileiras têm como principais destinos: América do Sul, América Central, América do Norte e Caribe.

### Brazilian Exports

In 2018, Brazil exported to 116 countries totaling 100,5 millions square meters, which is equal to a revenue of US\$ 368 millions. The Brazilian exports have as main destination: South America, Central America, North America and Caribbean.

### Exportaciones Brasileñas

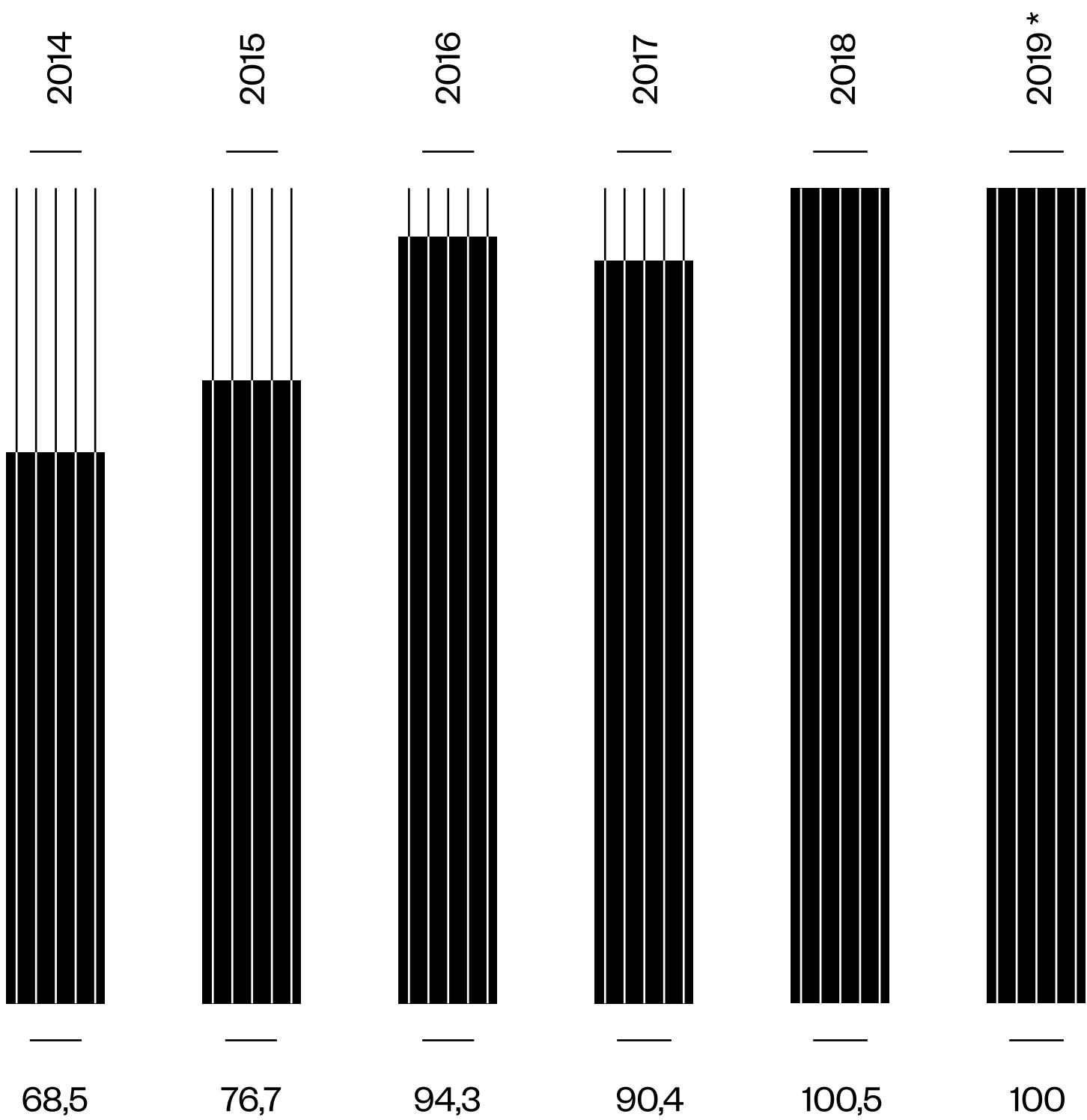
En 2018, Brasil exportó para 116 países, totalizando 100,5 millones de metros cuadrados, lo que equivale a ingresos de US\$ 368 millones. Las exportaciones brasileñas tienen como principales destinos: América del Sur, América Central, América del Norte y Caribe.



# Exportações brasileiras de revestimentos cerâmicos

Brazilian Ceramic Tiles Exports (Sqm million)

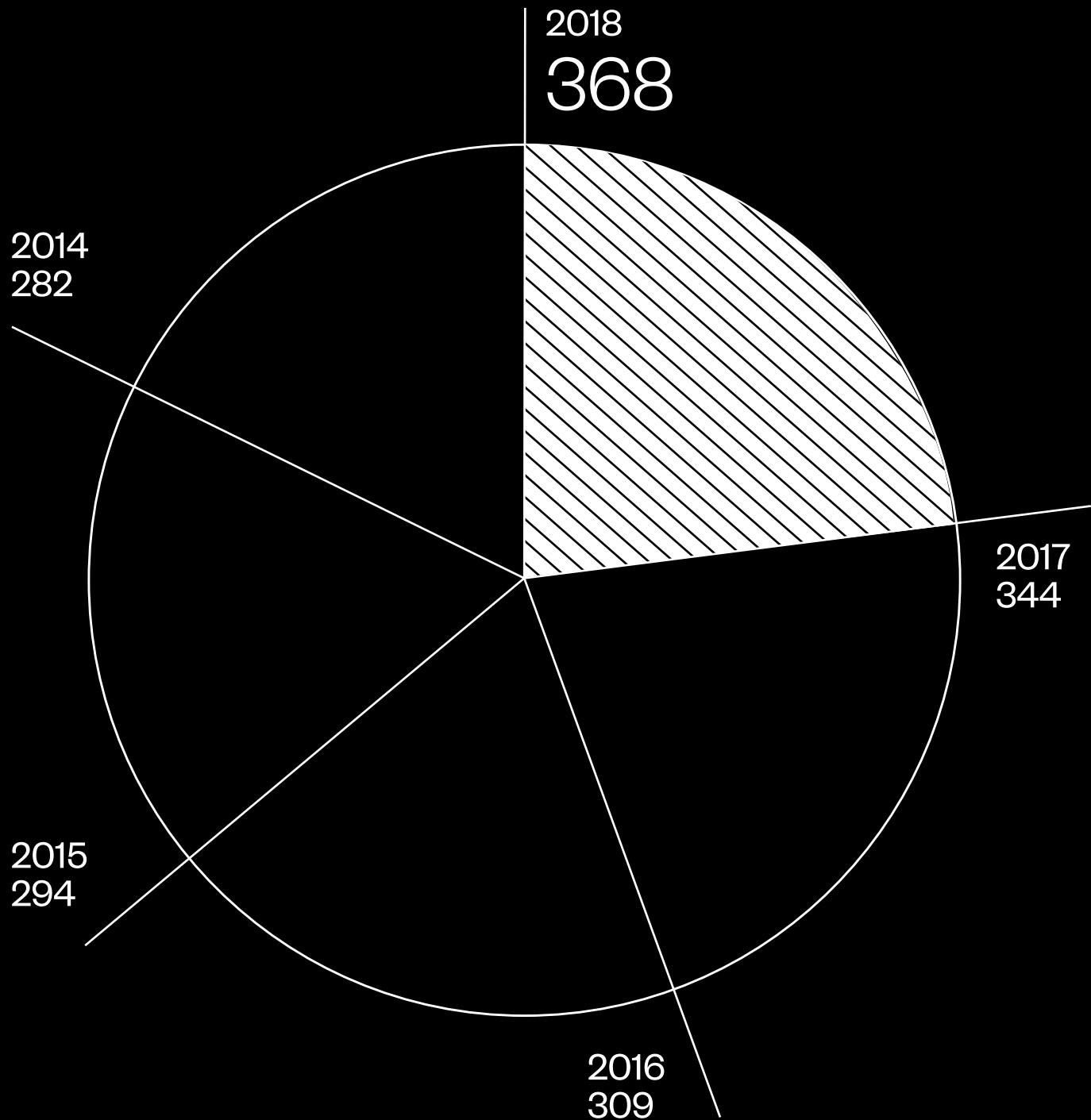
Exportaciones Brasileñas de Revestimientos Cerámicos (Mill/m<sup>2</sup>)



# Exportações brasileiras de revestimentos cerâmicos (US\$ milhões)

Brazilian Ceramic Tile Exports  
(US\$ million)

Exportaciones Brasileñas de  
Revestimientos Cerámicos  
(US\$ millón)



# Destino das exportações brasileiras em 2018

Brazilian Export Markets 2018  
(US\$ million)

Destino de las Exportaciones  
Brasileñas 2018 (US\$ millón)

## América do Sul

South America *América del Sur*

46,6%



## América Central

Central America *América Central*

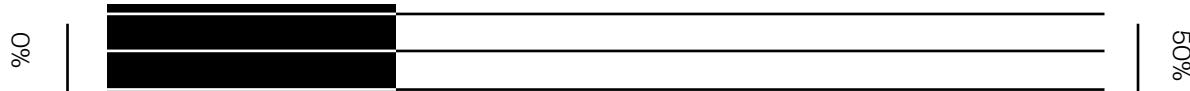
32,9%



## América do Norte

North America *América del Norte*

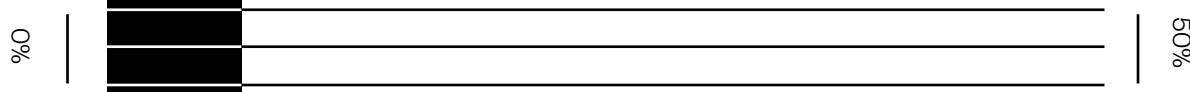
14,5%



## África

Africa *Africa*

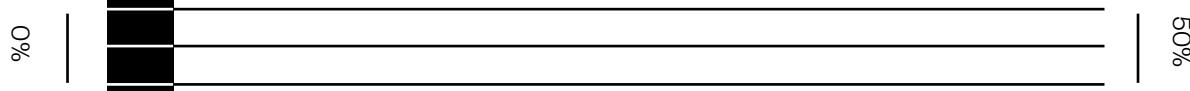
3,7%



## Europa

Europe *Europa*

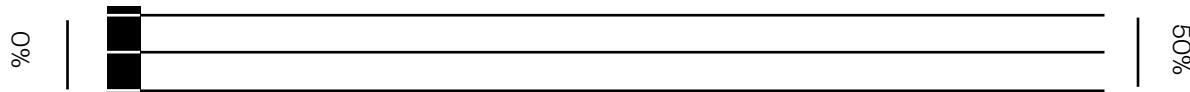
1,5%



## Ásia

Asia *Asia*

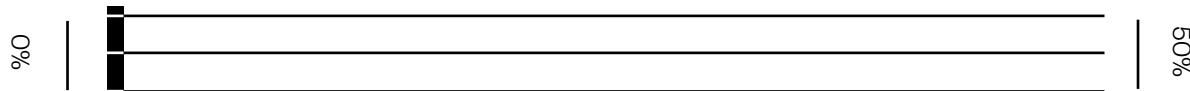
0,5%



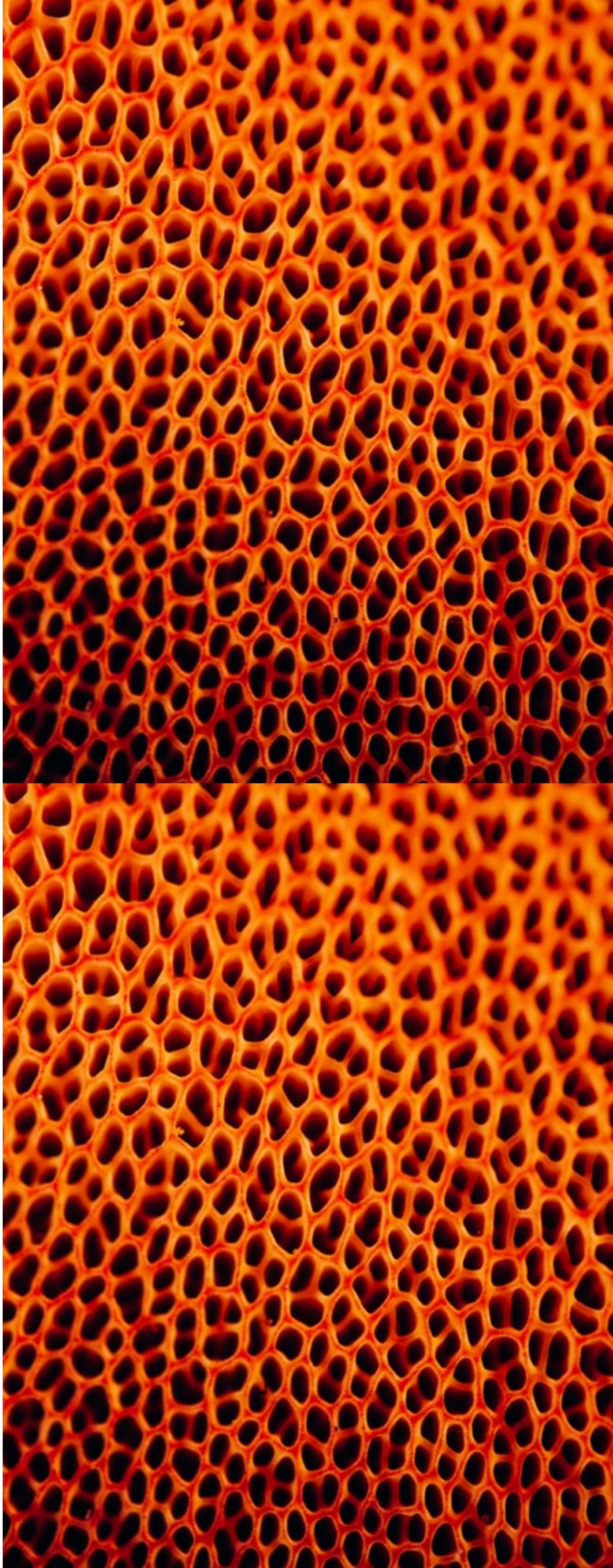
## Oceania

Oceania *Oceania*

0,3%



ONFERCADO  
MUNDIAL





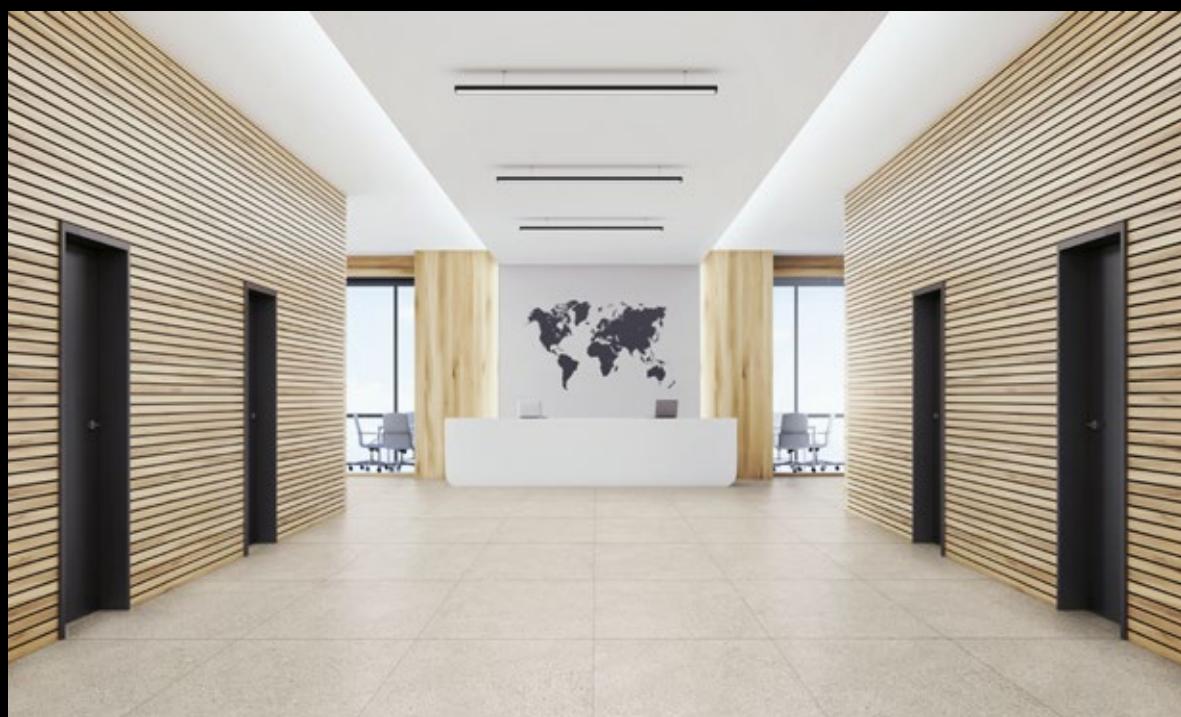
# 03

THE WORLD MARKET  
*EL MERCADO MUNDIAL*

Observa-se a ampliação do cenário de novas aplicações das peças cerâmicas pelo grande impacto de novas tecnologias, como impressão digital e fabricação de grandes formatos. Esta demanda gera um novo mercado, que vai além do uso convencional de revestimentos. Neste contexto, tornam-se outros tipos de produtos com funcionalidades e aplicabilidades diversas como bancadas, móveis, divisórias, painéis, entre outros.

It is observed the expansion of the scenario of new applications of ceramics by the great impact of new technologies, such as digital printing and large format manufacturing. This demand generates a new market, which goes beyond the conventional use of tiles. In this context, ceramic tiles become another type of product with diverse functionality and applicability such as benches, furniture, partitions, panels, among others.

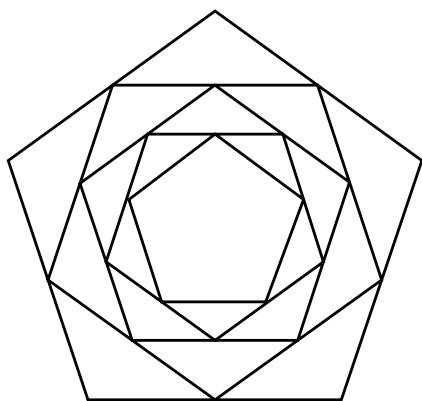
*Se observa la ampliación del escenario de nuevas aplicaciones de las piezas cerámicas por el gran impacto de las nuevas tecnologías, como impresión digital y fabricación de grandes formatos. Esta demanda genera un nuevo mercado, más allá del uso convencional de revestimientos. En este contexto, se convierten en otro tipo de producto con funcionalidad y aplicabilidad diversas, como bancadas, muebles, tabiques, paneles, entre otros.*



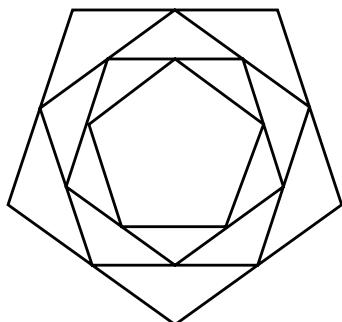
# Principais produtores mundiais 2018

Top Manufacturing Countries 2018  
*Principales Productores Mundiales 2018*

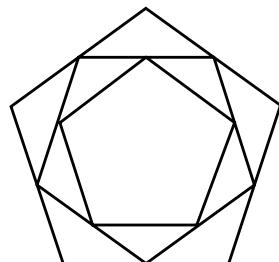
1º China



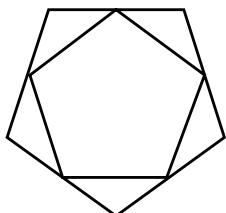
2º Índia



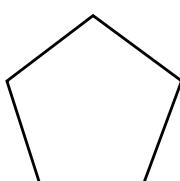
3º Brasil



4º Vietnã



5º Espanha

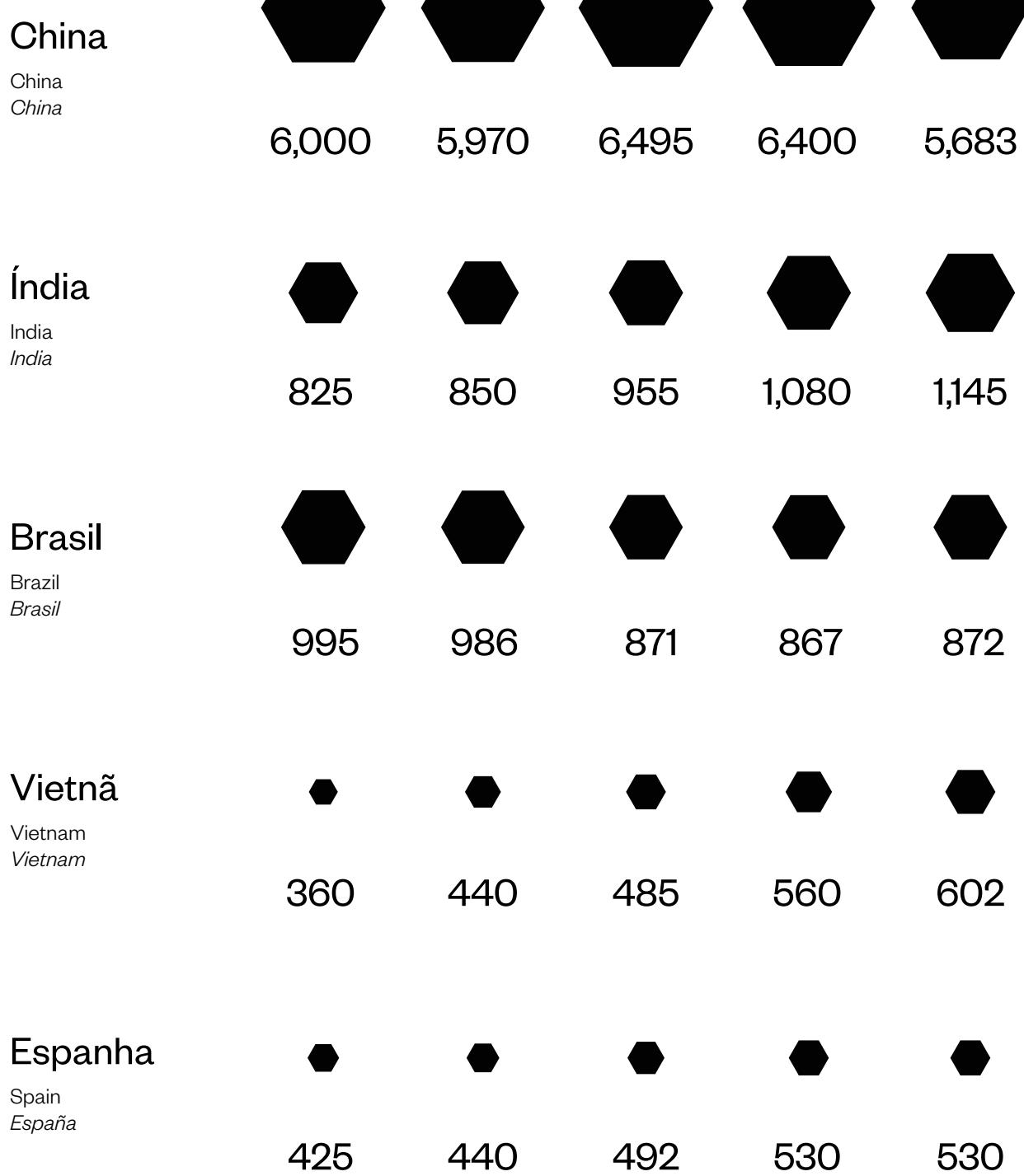


# Principais produtores mundiais

## 2014–2018 (milhões de m<sup>2</sup>)

Top Manufacturing Countries  
2014–2018 (Sqm million)Principales Productores  
Mundiales 2014–2018  
(Mill./m<sup>2</sup>)

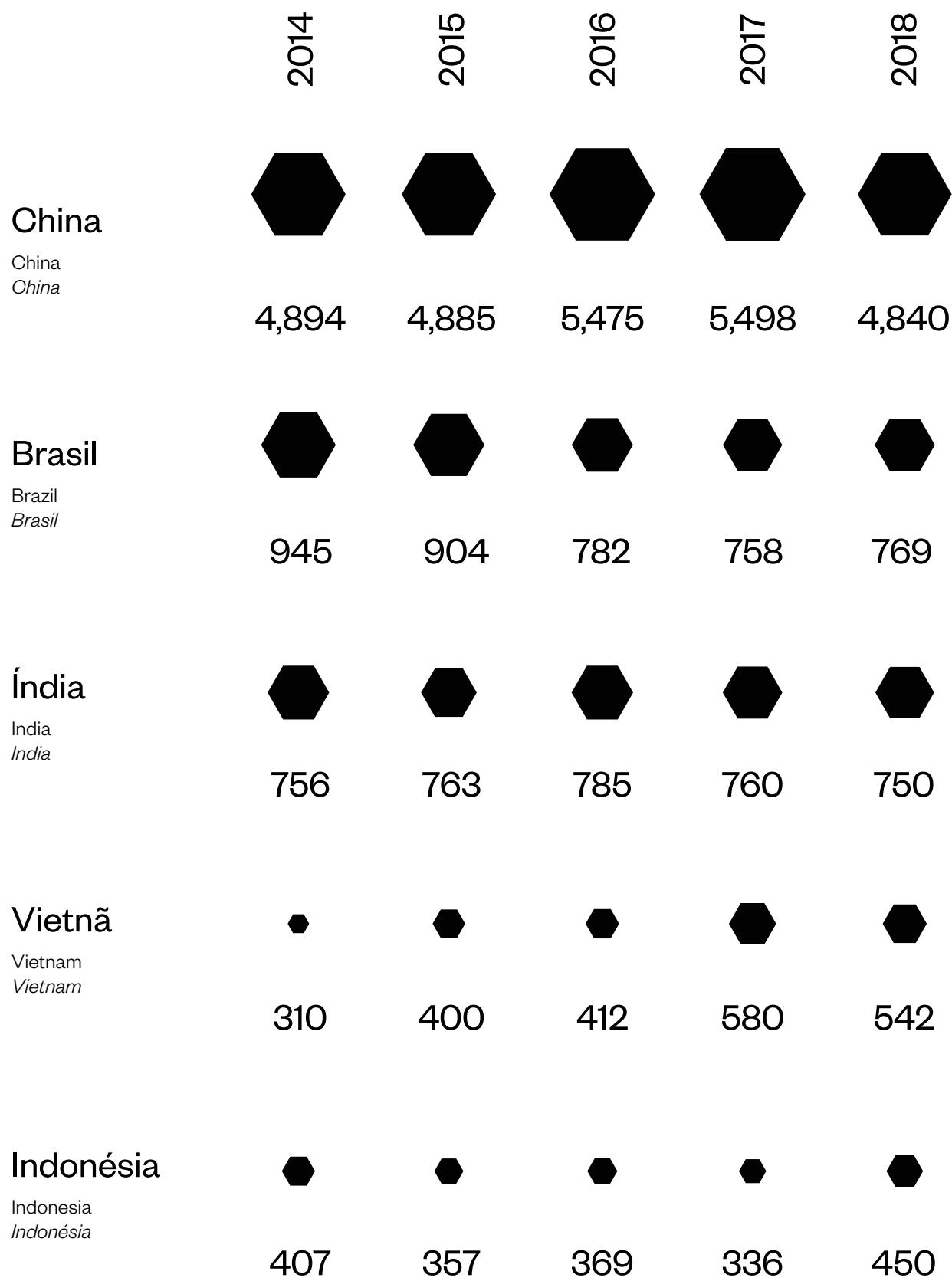
2014      2015      2016      2017      2018



# Principais consumidores 2014–2018 (milhões de m<sup>2</sup>)

Top Consumers 2014–2018  
(Sqm million)

Principales Consumidores  
2014–2018 (Mill/m<sup>2</sup>)



# Maiores exportadores 2015–2018 (milhões de m<sup>2</sup>)

Top Exporting Countries  
2015–2018 (Sqm million)

Principales Exportadores  
Mundiales 2015–2018  
(Mill./m<sup>2</sup>)

2015

2016

2017

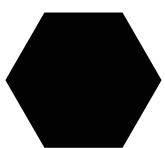
2018

## China

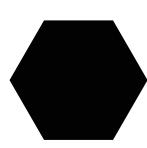
China  
*China*



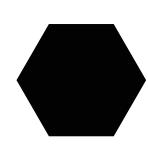
1,089



1,025



908



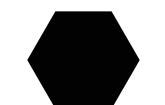
854

## Espanha

Spain  
*España*



378



395



407



414

## Itália

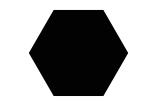
Italy  
*Italia*



316



332



338



328

## Índia

India  
*India*



134



186



228



274

## Irã

Iran  
*Iran*



112



126



148



151

## Brasil

Brazil  
*Brasil*



77



94



90



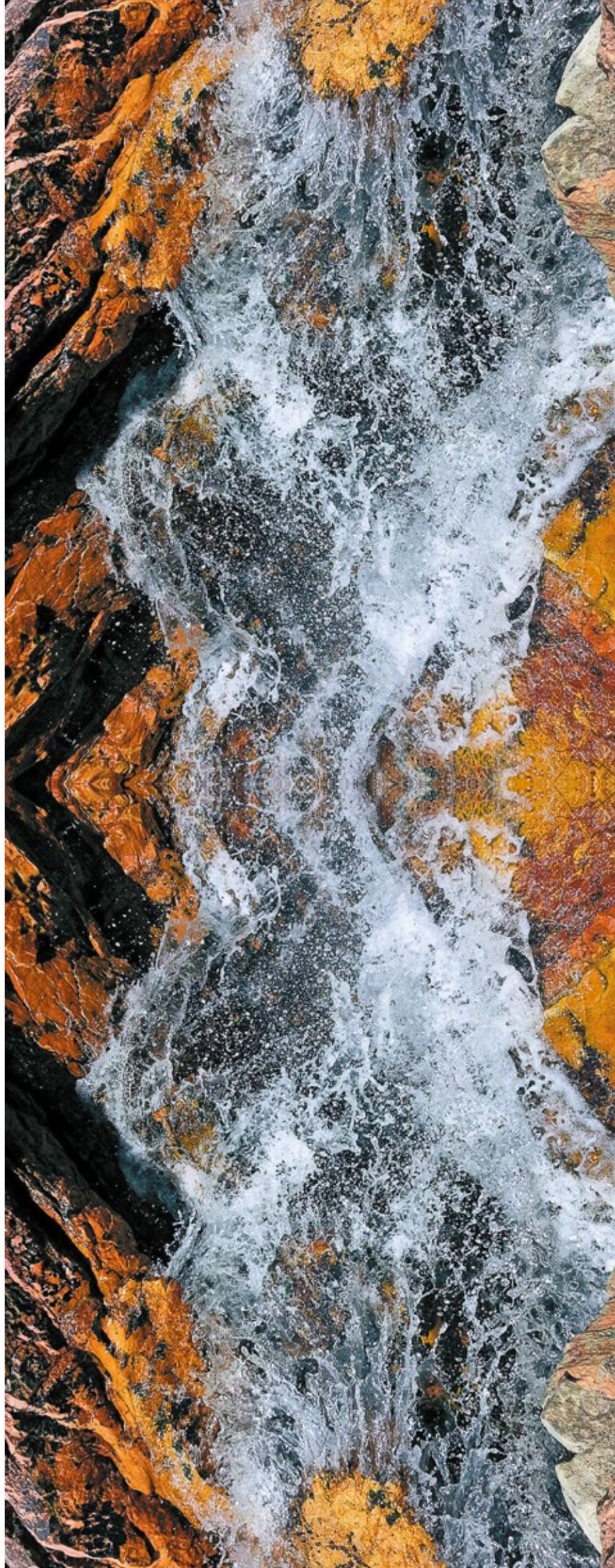
100

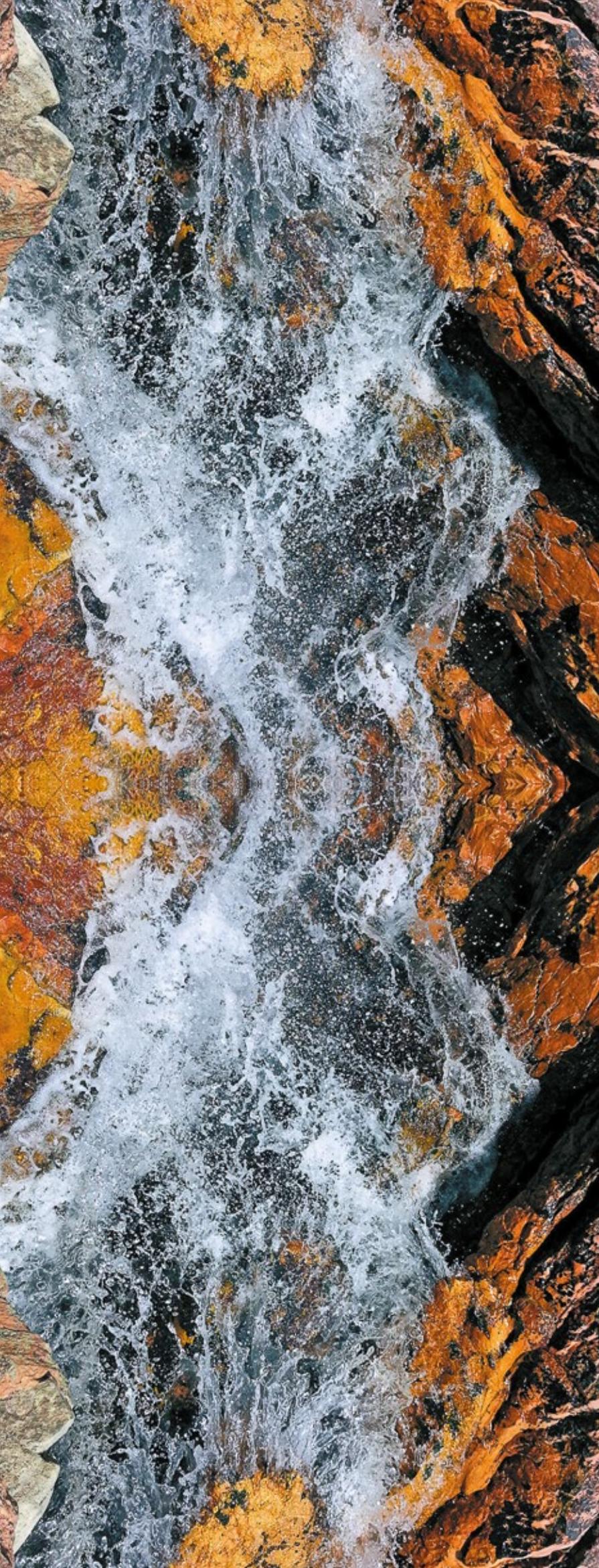






# LOUÇAS SANTARIAS





04

SANITARY WARE  
SANITARIOS

Atualmente, o Brasil encontra-se entre os cinco maiores produtores mundiais de louças para cozinhas e banheiros, com 26 unidades fabris de médio a grande porte, distribuídas em oito estados.

Currently, Brazil is among the world's top five manufacturers of kitchen and sanitary ware, with 26 medium to large manufacturing units, distributed in eight states.

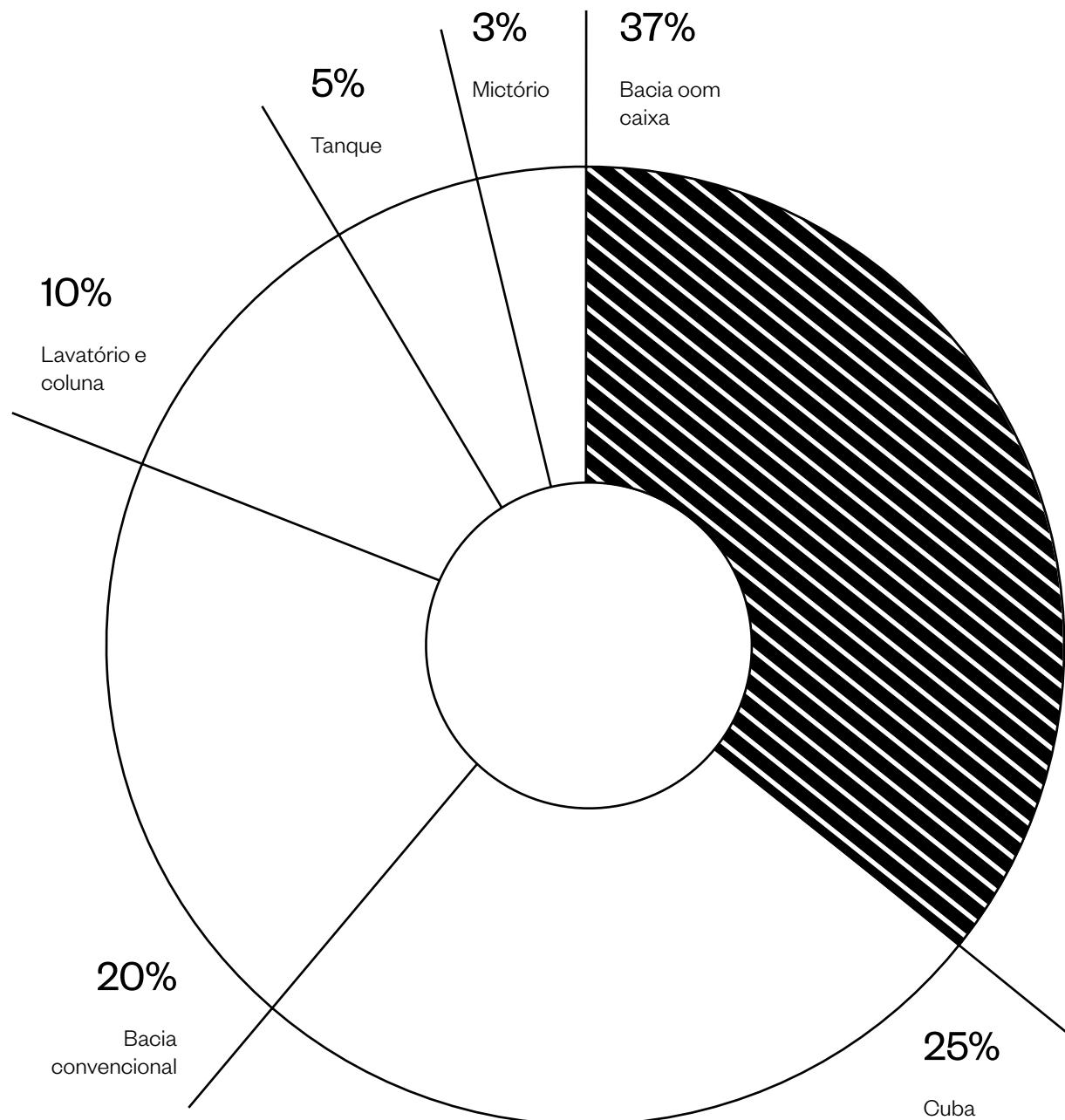
*En la actualidad, Brasil se ubica entre los cinco mayores productores mundiales de cerámicas para cocinas y baños, con 26 unidades fabriles de mediano a grande porte, distribuidas en ocho estados.*



# Distribuição do mercado de louças sanitárias

Market Distribution of Sanitary Ware

Distribución del Mercado de Artículos Sanitarios



37% Two piece toilet Sanitarios con oaja

25% Washbasin Lavamanos

20% Conventional basin Retretel convencional

10% Washbasin end column Lavatorio y columna

5% Laundry Basin Lavadero

3% Urinal Mingitorio

## O segmento cerâmico de louça sanitária

Este segmento integra o ramo de produtos minerais não metálicos da Indústria de Transformação e tem como especialização produtiva a fabricação de bacias, caixas-d'água, bidês, lavatórios, colunas, mictórios, tanques de lavar roupas e acessórios. A produção atual é de 22 milhões de peças. A matriz energética da indústria de louças sanitárias baseia-se, essencialmente, no gás natural. O setor gera, ainda, cerca de 7 mil empregos diretos.

### The Ceramic segment of Sanitary Ware

This segment includes the range of non-metallic mineral products from the transforming industry specialized in the production of basins, water tanks, bidets, sinks, columns, urinals, laundry tubs and accessories. The current production is 22 million pieces. The energy matrix of the sanitary ware industry is essentially based on natural gas. The sector also generates about 7 thousand direct jobs.

### El segmento cerámico de Artículos Sanitarios

Este segmento integra el rubro de productos minerales no metálicos de la Industria de Transformación y tiene como especialización productiva la fabricación de retretes, tanques de agua, bidés, lavabos, columnas, urinarios, piletas de lavar ropa y accesorios. La producción actual es de 22 millones de piezas. La matriz energética de la industria de artículos sanitarios se basa, esencialmente, en el gas natural. El sector genera, además, aproximadamente 7 mil puestos de trabajo directos.



# 22

Milhões de peças produzidas

Millions of pieces produced

Millones de piezas producidas

# 26

Unidades fabris em 8 estados

Manufacturing units in 8 states

Unidades fabriles en 8 estados

# 7,3 mil

Empregos diretos

Direct Jobs

Empleos directos







# EXPO REVERSE TIR





05

EXPO REVESTIR  
EXPO REVESTIR

## Nunca paramos de inovar

A EXPO REVESTIR é o principal evento de soluções em acabamentos para a construção civil da América Latina, tendo como público-alvo profissionais de arquitetura, design de interiores, revendas, construtoras e compradores internacionais.

Evento eminentemente de negócios, conta com a participação de cerca de 202 expositores e público superior a 62 mil visitantes, procedentes de mais de 61 países. Realizada anualmente no mês de março, na cidade de São Paulo, figura hoje entre as mais importantes feiras do setor no mundo. Site oficial: [www.exporevestir.com.br](http://www.exporevestir.com.br)

### We never stop innovating

EXPO REVESTIR is the major event in finishing solutions for the construction industry in Latin America and its target audience includes architects, interior designers, retailers, builders and international buyers. This eminently business event has the participation of hundreds of exhibitors and over 62,000 visitors from more than 61 countries. Held annually in March in the city of São Paulo, EXPO REVESTIR is currently among the world's most important trade shows for the construction industry. Official website: [www.exporevestir.com.br](http://www.exporevestir.com.br)

### *Nunca dejamos de innovar*

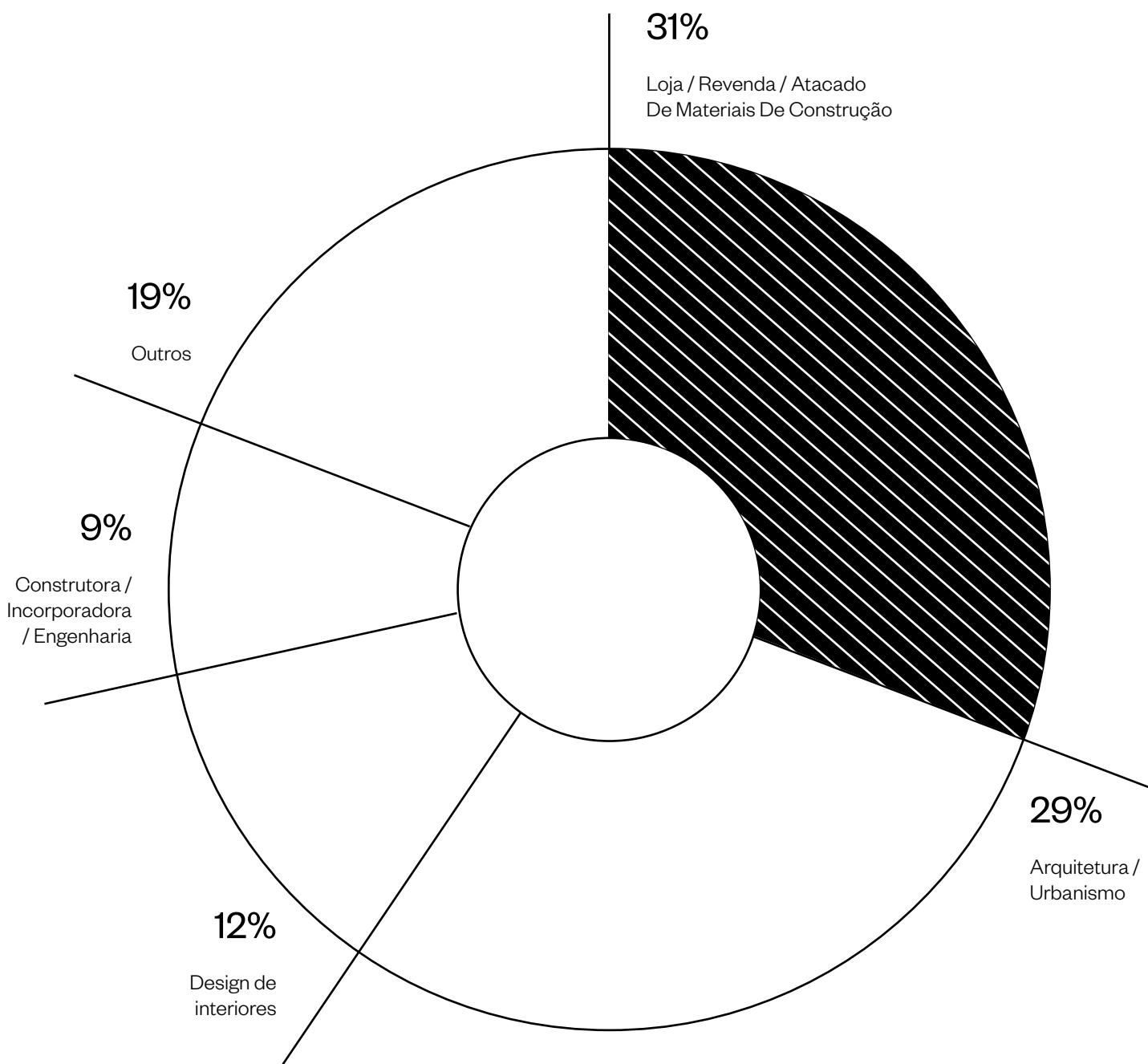
*EXPO REVESTIR es el principal evento de soluciones de acabados para la construcción civil en América Latina, que tiene como público objetivo a los profesionales de arquitectura, diseño de interiores, distribuidores, constructores y compradores internacionales. Es un evento eminentemente de negocios, que cuenta con cientos de expositores participantes y un público superior a 62.000 visitantes de más de 61 países. Se celebra cada año en marzo en Sao Paulo, ahora se encuentra entre las ferias más importantes del sector en el mundo.*  
*Sitio web: [www.exporevestir.com.br](http://www.exporevestir.com.br)*



# Área de Atuação dos Visitantes

Attendees Business Area

Área de Actuación de los Visitantes



31% Shop / Resale / Wholesale of Materials of Construction  
Tienda / Reventa / Venta al por Mayor de Materiales de Construcción

29% Architecture / Urban Planning Arquitectura / Urbanismo

12% Interior Design Design de Interiores

9% Builder/ Developer/ Engineering Constructor / Desarrollador / Ingeniería

19% Others Otros

# 202

Expositores

Exhibitors

*Expositores*

# 62 mil

Visitantes

Visitors

*Visitantes*

# 61

Países

Countries

*Países*

# 4

Días

Days

*Dias*





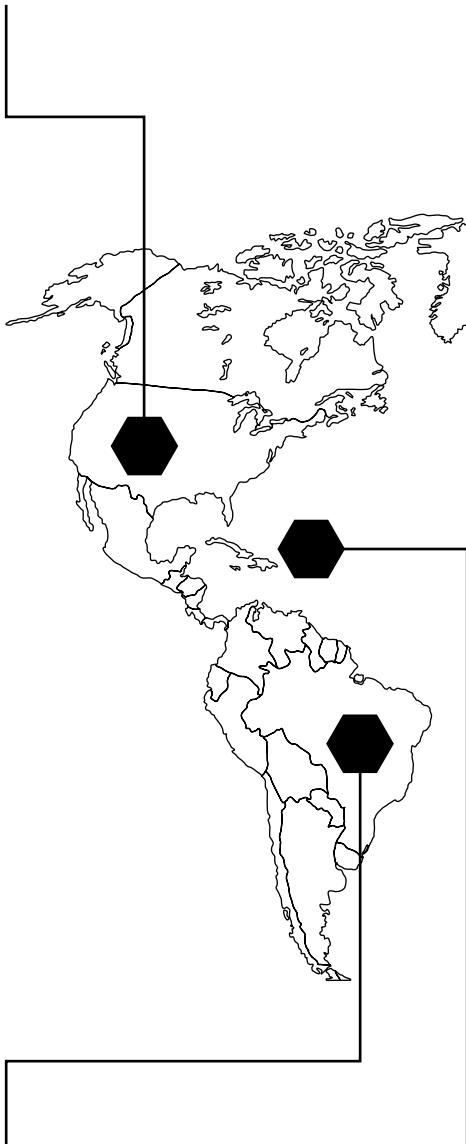
# Visitantes internacionais por continente

International Attendees  
by Continent

Visitantes Internacionales  
por Continente

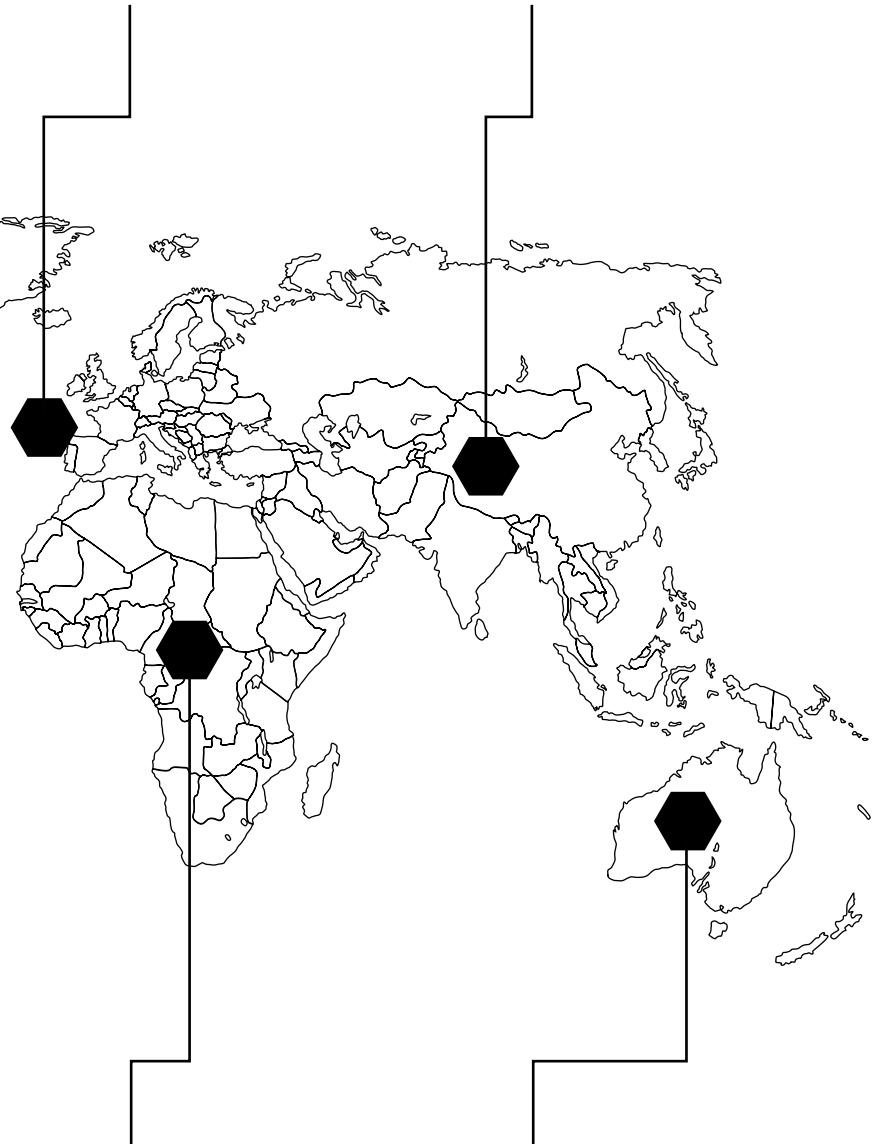
**América do Norte 6%**

North America  
*América del Norte*



**Europa 10%**

Europe  
*Europa*



**Ásia 3%**

Asia  
*Asia*



**América do Sul 72%**

South America  
*América del Sur*

**América Central 6%**

Central America  
*América Central*

**África 2%**

Africa  
*Africa*

**Oceania 1%**

Oceania  
*Oceania*







## Fórum Internacional de Arquitetura, Design e Construção

Evento simultâneo à feira EXPO REVESTIR, o Fórum Internacional de Arquitetura, Design e Construção se consolida como o mais importante evento de conteúdo orientado do país e reúne, a cada edição, mais de 2,5 mil profissionais altamente qualificados. Durante os três dias de realização, o Fórum torna-se uma importante fonte de informação e atualização profissional e oferece palestras, seminários e debates apresentados por profissionais reconhecidos internacionalmente. O conteúdo é pensado sob medida para diferentes públicos: Dia do Revendedor, Dia do Designer de Interiores e Dia do Arquiteto.

### International Forum of Architecture, Design and Construction

Simultaneous event to EXPO REVESTIR, the International Forum of Architecture and Construction is consolidated as the most important event of oriented content of the country and brings together, each edition, more than 2,500 highly qualified professionals. During its three days of accomplishment, the Forum becomes an important source of information and professional updating and offers lectures, seminars and debates presented by internationally recognized professionals. The content is carefully thought for different audiences: Reseller's Day, Interior Designer's Day and Architect's Day.

### Foro Internacional de Arquitectura, Diseño y Construcción

Evento simultaneo a la feria EXPO REVESTIR, el Foro Internacional de Arquitectura y Construcción se consolida como el más importante evento de contenido orientado del país y reúne, a cada edición, a más de 2,5 mil profesionales de gran cualificación. Durante los cuatro días realización, el Foro se convierte en una importante fuente de información y actualización profesional y ofrece conferencias, seminarios y debates presentados por profesionales reconocidos internacionalmente. El contenido es pensado a medida para diferentes públicos: Día del Revendedor, Día del Diseñador de Interiores y Día del Arquitecto

# Destaques 2019

Highligths 2019

Destaques 2019



Sou Fujimoto

**Japão**

Japan Japón



Ferruccio Laviani

**Itália**

Italy Italia



Elizabeth Portzamparc

**França**

France Francia

## Palestrantes

Speakers

Palestrantes

### Alemanha

Germany Alemania  
Jürgen Mayer

### Argentina

Argentina Argentina  
Eliana Bormida  
Mario Yanzon

### Austria

Austria Austria  
Martin Doujak

### Brasil

Brazil Brasil  
Arthur Casas  
Fernanda Marques  
Fernando Vidal  
Gringo Cardia  
Guto Requena  
Hugo França  
Jaime Lerner  
José Carlos Sussekind  
Paulo Mendes da Rocha  
Ruy Ohtake

### China

China China  
Ma Yansong

### Dubai

Dubai Dubai  
Greg Sang

### Espanha

Spain España  
Luis Fernández-Galiano  
Patrícia Urquiola

### EUA

USA EE.UU  
Charles Thornton  
Charrisse Johnston  
Daniel Libeskind  
Henry Petroski  
Kimberly Sheppard  
Michael Gabellini  
Richard Macri

### França

France Francia  
Alexandre Allard  
Elizabeth Portzamparc

Henri Ciriani  
Ito Morabito

### Holanda

Holland Holanda  
Lars Spuybroek  
Lonneke Gordijn  
Ralph Nauta  
Tord Boontje

### Inglaterra

UK Inglaterra  
Asa Bruno  
Edwin Heathcote  
Julieann Humphryes  
Paul Cocksedge  
Peter Marigold  
Stephen Barret  
Tony Chambers

### Israel

Israel Israel  
Ron Arad

### Itália

Italy Italia  
Antonio Citterio  
Birgit Lohmann  
David Fisher  
Fabio Novembre  
Ferruccio Laviani  
Francesco Morace  
Luisa Collina  
Massimo Iosa  
Ghini Massimo Morozzi

### Japão

Japan Japón  
Kazuyo Sejima  
Kengo Kuma  
Ryue Nishizawa  
Sou Fujimoto  
Toyo Ito

### Portugal

Portugal Portugal  
Eduardo Souto de Moura  
Gonçalo Byrne

## Promoção

Promoted by  
Promoción



## Organização

Organized by  
Organización

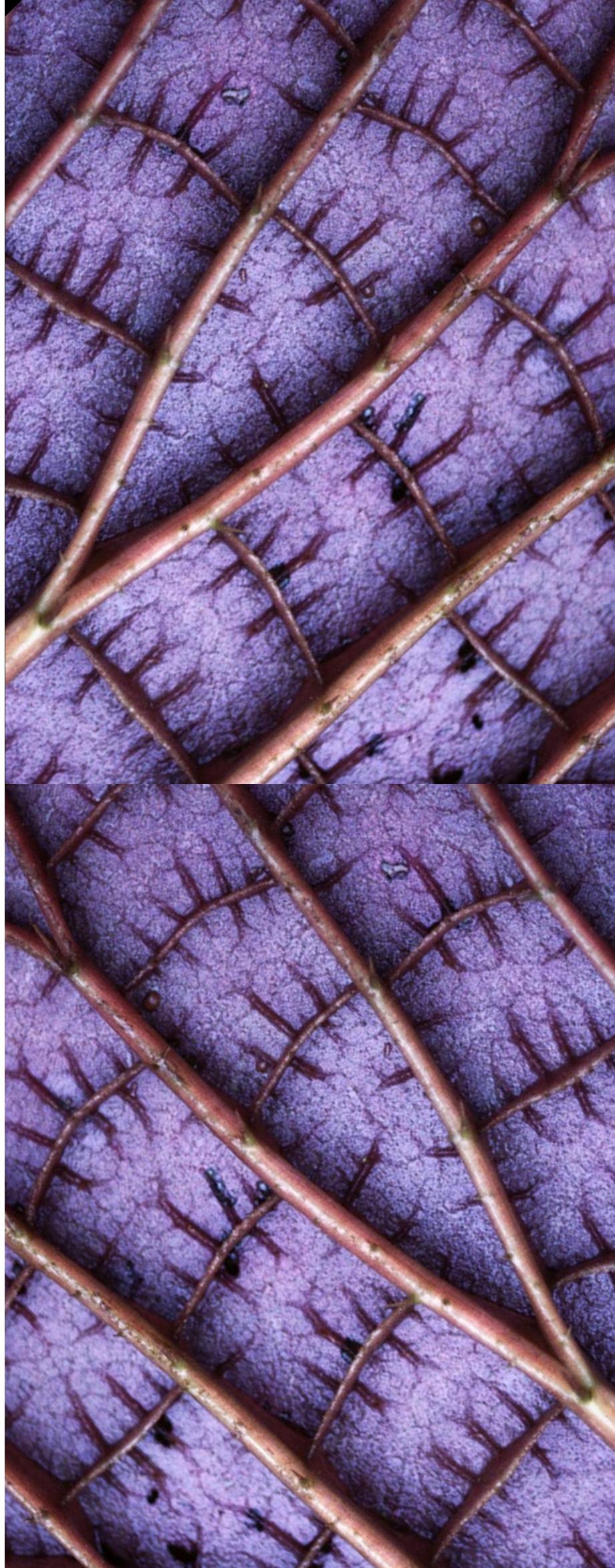


## Apoio

Supported by  
Con el apoyo de



# AGENDA INSTTUCIONAL





06

INSTITUTIONAL AGENDA  
AGENDA INSTITUCIONAL

A ANFACER, com o apoio da Apex-Brasil, desenvolve anualmente uma extensa agenda de promoção e participação em feiras e eventos internacionais. A presença da indústria brasileira nos mais importantes acontecimentos mundiais de interesse do setor, tem sido fator fundamental para a consolidação da marca do produto cerâmico “Made in Brazil” e a ampliação de mercados.

ANFACER, with the support of Apex-Brasil, develops annually an extensive agenda for promotion and participation in trade shows and international events. The presence of the Brazilian industry in the most important events of interest to the sector has been a fundamental factor to the “made in Brazil” brand consolidation of the ceramic product and the expansion of markets.

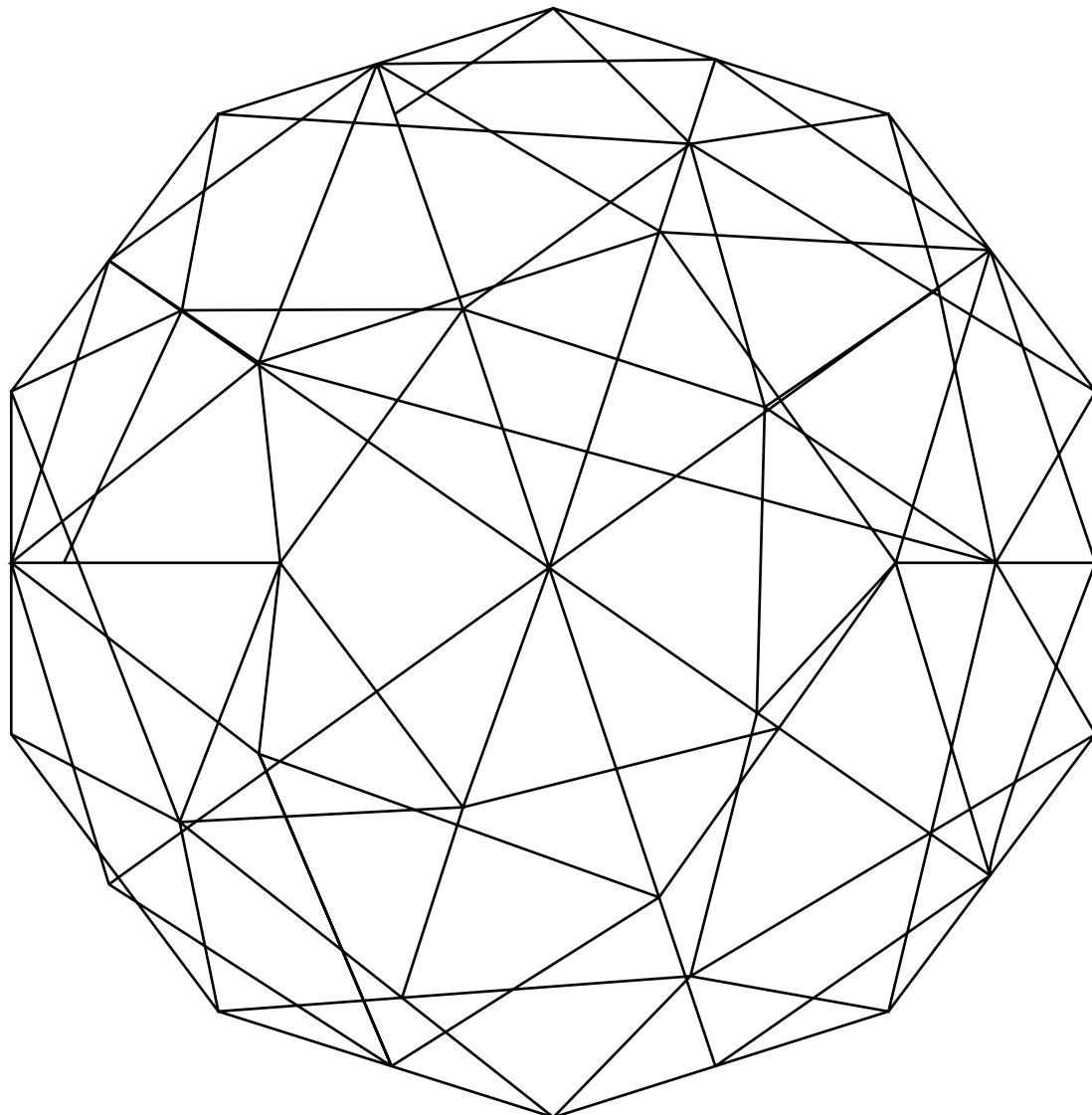
*ANFACER, con el apoyo de Apex-Brasil, desarrolla anualmente una extensa agenda de promoción y participación en ferias y eventos internacionales. La presencia de la industria Brasileña en la mayoría de los más Importantes eventos mundiales, de interés para el Sector, ha sido un factor fundamental para consolidación de la marca de producto cerámico “hecho en Brasil” y la expansión de Mercados.*



# Participação nas Principais Feiras e Eventos Internacionais

Participation in the Main International  
Events and Trade Shows

*Participación en las Principales Ferias y  
Eventos Internacionales*



# 28

## Feiras e Eventos Internacionais

28 International Events and Trade Shows  
*28 Ferias y Eventos Internacionales*



# Participação ANFACER

ANFACER's Participation

Participación de ANFACER



## **Architetonika**

Turim, Itália

## **Arch Middle East**

Limassol, Chipre

## **Arc Interiors Newport Beach**

Miami, EUA

## **Arc Latin America**

Porto Rico

## **Arc US**

Los Angeles; Marina Del Rey;  
Bonita Springs, EUA



## **Brasil Casa Design**

Buenos Aires, Argentina;  
Cidade do Panamá, Panamá

## **Batimat**

Paris, França

## **Brazil SA**

Milão, Itália

## **Brasil Ceramic Tiles Exhibition**

Miami, EUA;  
Brasil; Panamá; México; Canoún;  
Santiago, Chile



## **Casa Cor Chile**

Santiago, Chile

## **Cersaie**

Bolonha, Itália

## **Cevisama**

Valência, Espanha

## **Convenção AIA**

Boston; São Francisco; Miami, EUA

## **Coverings**

Orlando; Chicago; Atlanta;  
Las Vegas, EUA



## **Edifica**

Santiago, Chile

## **Expo Revestir**

São Paulo, Brasil

## **Expo Vivienda**

Buenos Aires, Argentina



## **Fórmula Indy**

Sonoma, EUA



## **Interbuild**

Johanesburgo, África do Sul

## **ISO TC 189 International Meeting**

Austrália; China; Espanha; EUA; México;  
Reino Unido; Turquia; Canadá; Itália;  
Alemanha



## **London Festival of ARCHITECTURE**

Londres, Reino Unido



## **Salão do Móvel de Milão**

Milão, Itália



## **Tecnargilla**

Rimini, Itália

## **The Big 5**

Dubai, Emirados Árabes Unidos

## **The Tile and Stone Show**

Londres, Reino Unido



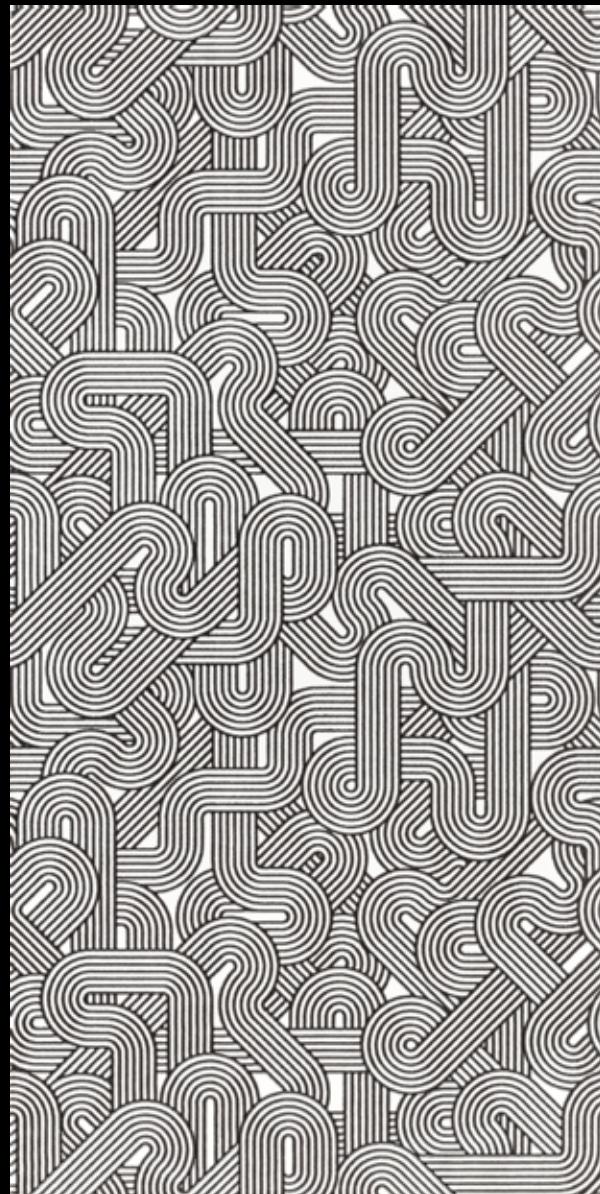
## **UIA**

Turim, Itália



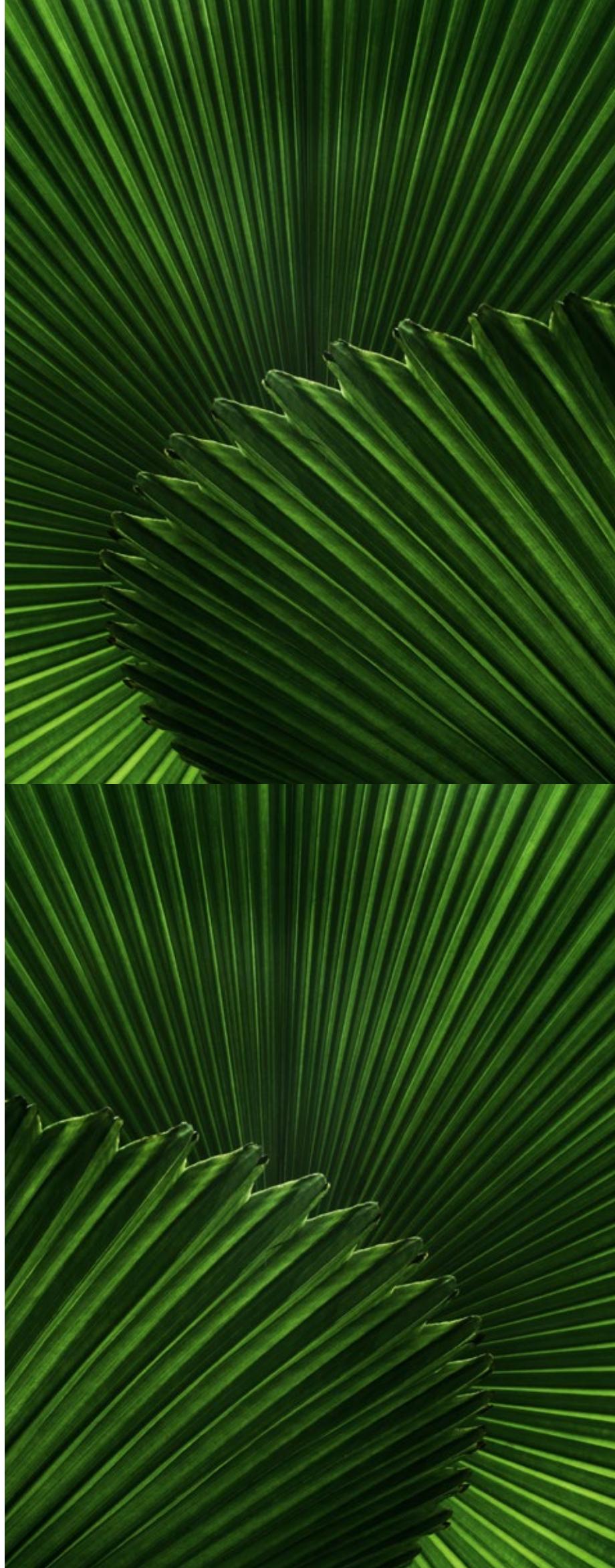
## **World Ceramic Tiles Forum**

Brasil; Espanha; Índia; Japão;  
México; Taiwan; Ucrânia; China  
Alemanha





# INICIATIVA ANFACER + SUSTENTÁVEL





07

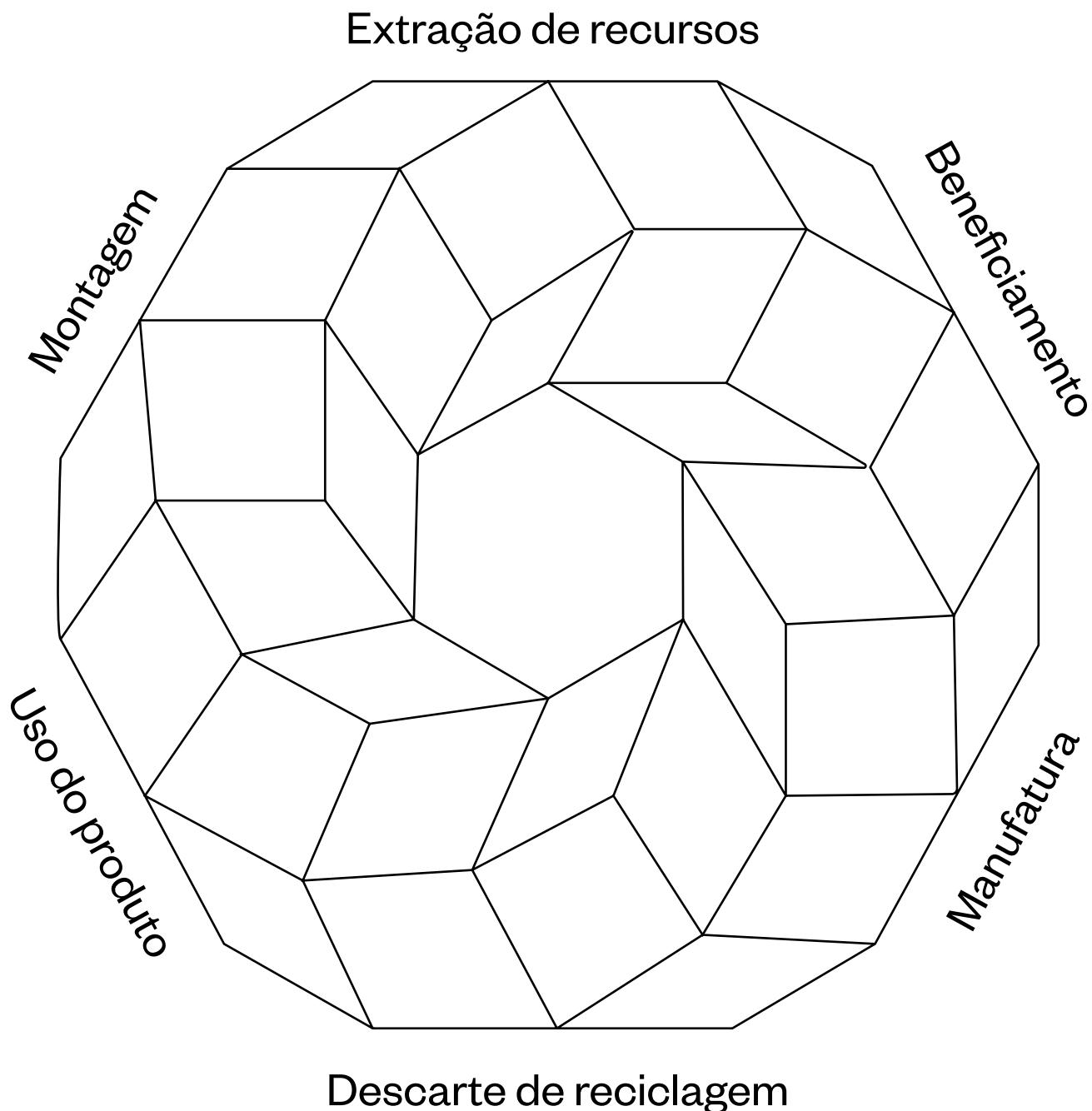
ANFACER'S INITIATIVE  
+ SUSTAINABLE  
*INICIATIVA ANFACER  
+ SOSTENIBLE*

A Iniciativa Anfacer + Sustentável tem a missão de transformar o setor de revestimento cerâmico brasileiro. Isso se dará por meio da incorporação de critérios de desenvolvimento sustentável na estratégia de negócio das empresas. Dessa maneira, ao agregarem valor ambiental e valor social ao negócio, ao mesmo tempo que geram resultados econômicos, as empresas brasileiras reforçam a sua liderança global e ganham um diferencial competitivo criando valor compartilhado nos mercados nacional e internacional.

ANFACER's initiative + Sustainable has the mission of transforming the Brazilian ceramic tile sector. This will be done throughout the embodiment of the sustainable development criteria on the business strategy of the companies. This way, when adding environmental and social value to the business, and generating economic results at the same time, the Brazilian companies get a competitive differential creating shared value on the national and international markets.

*La iniciativa Anfacer + Sustentable tiene la misión de transformar al sector de revestimiento cerámico brasileño, y eso sucederá a través de la incorporación de criterios de desarrollo sustentable en la estrategia de negocio de las empresas. De esa forma, al agregar valor ambiental y valor social al negocio, al mismo tiempo que generan resultados económicos, las empresas brasileras refuerzan su liderazgo global, ganan un diferencial competitivo y crean valor compartido en los mercados nacional e internacional.*





Resource Extraction *Extracción de Recursos*

Beneficiationg *Beneficio*

Manufacture *Fabricación*

Recycling Discard *Descarte de reciclaje*

Product use *Uso del producto*

Assembeuy *Montaje*

## Etapas da iniciativa

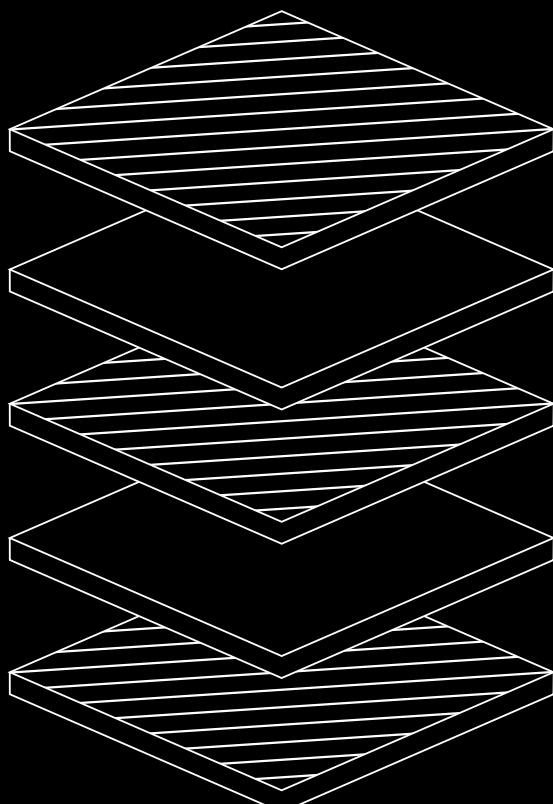
A primeira fase de trabalho (2016-2018) compreendeu a execução de ações técnicas, como a realização de entrevistas, levantamento de dados e entendimento do panorama setorial versus a ISO, além do desenvolvimento das publicações listadas na página ao lado, disponíveis no site oficial da Iniciativa Anfacer + Sustentável ([www.iniciativaanfacer.com.br](http://www.iniciativaanfacer.com.br)).

### Initiative Steps

The first phase of work (2016-2018) included the execution of technical actions, such as interviews, data collection and understanding of the sectoral landscape versus ISO, as well as the development of the publications listed on the next page, available at Iniciativa Anfacer + Sustentável official website ([www.iniciativaanfacer.com.br](http://www.iniciativaanfacer.com.br)).

### Pasos de la iniciativa

*La primera fase del trabajo (2016-2018) incluyó la ejecución de acciones técnicas, como entrevistas, recopilación de datos y comprensión del panorama sectorial versus ISO, así como el desarrollo de las publicaciones enumeradas en la página siguiente, disponibles en el sitio web de Iniciativa Anfacer + Sustentável ([www.iniciativaanfacer.com.br](http://www.iniciativaanfacer.com.br)).*



# Publicações disponíveis

Available publications  
*Publicaciones disponibles*

- **Mapeamento das Legislações Ambientais**  
Mapping of Environmental Law  
*Mapeo de las Legislaciones Ambientales*
- **Diagnóstico Setorial com base no Draft Final ISO 17889**  
Sectorial Diagnosis based on Final Draft ISO 17889  
*Diagnóstico Sectorial con base en el Draft Final ISO 17889*
- **Tabela Ambiental® Setorial**  
Sectoral Environmental Table®  
*Tabla Ambiental® Sectorial*
- **Análise de Ciclo de Vida Setorial (ACV)**  
Industry life cycle analysis (LCA)  
*Análisis de Ciclo de Vida Sectorial (ACV)*
- **Guia de Sustentabilidade**  
Sustainability Guide  
*Guía de sostenibilidad*



# Atributos de sustentabilidade da cerâmica

Ceramic Sustainability  
Attributes

*Atributos de sostenibilidad  
de la cerámica*



## Modularidade

A ampla variedade de formatos geométricos dos revestimentos cerâmicos permite trabalhar com a modularidade adequada do ambiente desejado, reduzindo cortes, perdas e geração de resíduos.



## Uso de resíduos

O mercado oferece placas cerâmicas que usam materiais reciclados, pré- e pós-consumo. Isso representa um benefício ambiental por conta da redução de resíduos sólidos. O setor tem cases de incorporação de resíduos de outros setores como louças, vidro, lâmpadas, entre outros.



## Limpeza

A manutenção e a limpeza do revestimento cerâmico são simples e, na maioria das vezes, basta usar apenas água e produtos neutros. A fácil manutenção contribui para a redução de custos de consumo ao longo da vida útil do produto.



## Durabilidade

Além de ser resistente a condições climáticas extremas, a impacto de produtos químicos, fogo, água, umidade, mudanças de temperatura e raios UV, a cerâmica tem vida útil superior a 50 anos.



## Aplicabilidade

A cerâmica serve para uma diversidade de aplicações: de revestimentos a acessórios, para uso em planejamento urbano, no interior ou no exterior de edificações. A variedade de formas, tipologias, cores e acabamentos permite instalações criativas e personalizadas, resultando em projetos que associam durabilidade e beleza.



## Resistente ao fogo

A cerâmica não é inflamável, o que significa que não produz fumaça em um incêndio, reduz a propagação de chamas, pois não queima e não libera fumaça tóxica.



## Matriz Energética

A indústria brasileira possui um parque fabril moderno, com grande eficiência energética e uso de gás natural. Na década de 1990, a indústria substituiu o óleo e o carvão pelo gás natural.



## Responsabilidade

A indústria nacional reúne empresas comprometidas com a formalidade, o respeito às normas, às leis e aos regulamentos. As unidades fabris estão diretamente envolvidas na criação de valor compartilhado nas regiões em que atuam.



## Consumo de água

O consumo de água da indústria nacional é um dos mais reduzidos em comparação com outros produtores mundiais. No uso, a fácil limpeza também promove redução de consumo de água em seu ciclo de vida.



## Zero alergênicos

Diferentemente de outros revestimentos, a cerâmica é sólida e não promove meio de proliferação de ácaros, bactérias, fungos, mofo e outros alergênicos. Sua superfície de fácil limpeza colabora enormemente com esse aspecto.



## Eficiência produtiva

As plantas fabris brasileiras têm alta eficiência produtiva, o que resulta em menor consumo de recursos naturais e menor geração de resíduos.



## Zero COVs

A cerâmica é inorgânica, emitindo zero compostos orgânicos voláteis. Os COVs, emitidos por praticamente todos os outros tipos de piso, são gases nocivos que podem causar dores de cabeça, náuseas e irritação no nariz, olhos e garganta.



## Eficiência energética

As placas cerâmicas colaboram para o conforto térmico de uma edificação, além de serem próprias para sistemas de fachadas ventiladas, o que gera reduções de consumo de energia acima de 30% nas edificações.



## Zero formaldeído

As cerâmicas não contêm aglomerantes, comuns a outros revestimentos, como o formaldeído, geralmente encontrado em produtos que contêm painéis de fibras de densidade média, compensados e aglomerados. O formaldeído leva a um aumento da incidência de asma, particularmente em crianças e idosos.



## Reciclável

As placas cerâmicas são materiais inertes, fabricados a partir de matérias-primas naturais e que não agride à natureza no final do seu ciclo de vida. Além disso, a maioria das fábricas reutiliza todos seus resíduos como matéria-prima de volta no processo de fabricação.



## Zero PVC

A cerâmica é livre de PVC, uma resina usada em outros revestimentos para melhorar a flexibilidade mecânica e a estabilidade ao calor. O PVC contém oftalatos e organoestanhos, produtos cujo uso tem gerado preocupação e discussão entre os especialistas em saúde.



## Antiderrapante

Há uma variedade de acabamentos antiderrapantes e texturas disponíveis para o revestimento cerâmico, tornando o produto uma opção para a segurança ao uso.



## ● **Modularity**

The wide range of geometric shapes of ceramic tiles allows the work with the appropriate modularity of the desired environment, reducing cuts, losses and waste generation.

## ● **Waste use**

The market offers ceramic tiles that use pre- and post-use recycled materials. This represents an environmental benefit due to the reduction of solid waste. The sector has cases of incorporation of waste from other sectors such as crockery, glass, lamps, among others.

## ● **Cleaning**

Maintenance and cleaning of the ceramic tile is simple and most of the time, just use water and neutral products. Easy maintenance contributes to lower consumption costs over the life of the product.

## ● **Durability**

In addition to being resistant to extreme weather, the impact of chemicals, fire, water, humidity, temperature changes and UV rays, ceramics have a service life of over 50 years.

## ● **Applicability**

Ceramics are suitable for a variety of applications: from coverings to fittings for use in urban planning, indoors or outdoors. The variety of shapes, typologies, colors and finishes bring creative and personalized installations, resulting in designs that combine durability and beauty.

## ● **Fire resistant**

Ceramic is non-flammable, which means it does not produce smoke in a fire, reduces the spread of flames as it does not burn and does not release toxic fumes.

## ● **Energy matrix**

Brazilian industry has a modern industrial park with high energy efficiency and use of natural gas. In the 1990s, industry replaced oil and coal with natural gas.

## ● **Responsibility**

The national industry brings together companies committed to formality, respect for norms, laws and regulations. The manufacturing units are directly involved in creating shared value in the regions in which they operate.

## ● **Water consumption**

Domestic industry water consumption is one of the lowest compared to other world producers. In use, easy cleaning also promotes reduced water consumption in its life cycle.

## ● **Zero allergens**

Unlike other coverings, ceramic is solid and does not promote the proliferation of mites, bacteria, fungi, mold and other allergens. Its easily cleaned surface contributes greatly to this aspect.

## ● **Productive efficiency**

Brazilian plants have high production efficiency, which results in lower consumption of natural resources and less waste generation.

## ● **Zero VOCs**

The ceramic is inorganic, emitting zero volatile organic compounds. VOCs, emitted by virtually all other types of flooring, are harmful gases that can cause headaches, nausea, and irritation to the nose, eyes, and throat.

## ● **Energy efficiency**

Ceramic tiles contribute to the thermal comfort of a building, as well as being suitable for ventilated façade systems, which generates energy consumption reductions of over 30% in buildings.

## ● **Zero formaldehyde**

Ceramics do not contain binders common to other coverings, such as formaldehyde, commonly found in contain medium density fiberboard, plywood and chipboard. Formaldehyde leads to an increased incidence of asthma, particularly in children and the elderly.

## ● **Recyclable**

Ceramic tiles are inert materials made from natural raw materials that do not harm nature at the end of their life cycle. In addition, most factories reuse all their waste as raw material back in the manufacturing process.

## ● **Non-slip**

There are a variety of non-slip finishes and textures available for the ceramic tile, making the product an option for safe use.

## ● **Zero PVC**

Ceramics are free of PVC, a resin used in other coverings to improve mechanical flexibility and heat stability. PVC contains ophthalates and organotins, products whose use has raised concern and discussion among health specialists.

**● Modularidad**

*La amplia variedad de formatos geométricos de los revestimientos cerámicos permite trabajar con la modularidad adecuada del ambiente deseado, lo cual reduce cortes, pérdidas y generación de residuos.*

**● Uso de residuos**

*El mercado ofrece placas cerámicas que usan materiales reciclados, pre- y post-consumo. Eso representa un beneficio ambiental gracias a la reducción de residuos sólidos. El sector tiene casos de incorporación de residuos de otros sectores como cerámicas, vidrio, lámparas, entre otros.*

**● Limpieza**

*La manutención y la limpieza del revestimiento cerámico son simples y, en la mayoría de las veces, basta con usar sólo agua y productos neutros. La fácil manutención contribuye para la reducción de costos de consumo a lo largo de la vida útil del producto.*

**● Durabilidad**

*Además de ser resistente a condiciones climáticas extremas, a impacto de productos químicos, fuego, agua, humedad, cambios de temperatura y rayos UV, la cerámica tiene vida útil superior a 50 años.*

**● Aplicabilidad**

*La cerámica sirve para una diversidad de aplicaciones: de revestimientos a accesorios, para uso en planificación urbana, en el interior o exterior de edificaciones. La variedad de formas, tipologías, colores y acabados permite instalaciones creativas y customizadas, resultando en proyectos que reúnen durabilidad y belleza.*

**● Resistente al fuego**

*La cerámica no es inflamable, lo cual significa que no produce humo en incendios, reduce la propagación de llamas, ya que no quema y no libera humo tóxico.*

**● Matriz Energética**

*La industria brasileña posee un parque fabril moderno, con gran eficiencia energética y uso de gas natural. En la década de 1990, la industria substituyó el aceite y el carbón por el gas natural.*

**● Responsabilidad**

*La industria nacional reúne empresas comprometidas con la formalidad, el respeto a las normas, a las leyes y a las reglamentaciones. Las unidades fabriles están directamente involucradas en la creación de valor compartido en las regiones en que actúan.*

**● Consumo de agua**

*El consumo de agua de la industria nacional es uno de los más reducidos en comparación con otros productores mundiales. En el uso, la fácil limpieza también promueve reducción de consumo de agua en su ciclo de vida.*

**● Zero alergénicos**

*Diferentemente de otros revestimientos, la cerámica es sólida y no promueve medio de proliferación de ácaros, bacterias, hongos, moho y otros alergénicos. Su superficie de fácil limpieza colabora en gran medida con ese aspecto.*

**● Eficiencia productiva**

*As plantas fabriles brasileras tienen gran eficiencia productiva, que resulta en menor consumo de recursos naturales y menor generación de residuos.*

**● Zero COVs**

*La cerámica es inorgánica, emite cero compuestos orgánicos volátiles. Los COVs, emitidos por prácticamente todos los otros tipos de piso, son gases nocivos que pueden causar dolores de cabeza, náuseas e irritación en la nariz, ojos y garganta.*

**● Eficiencia energética**

*Las placas cerámicas colaboran para el confort térmico de una edificación, además de ser propias para sistemas de fachadas ventiladas, que genera reducciones de consumo de energía por encima de los 30% en las edificaciones.*

**● Cero formaldehído**

*Las cerámicas no contienen aglomerantes, comunes a otros revestimientos, como el formaldehído, generalmente encontrado en productos que contienen paneles de fibras de densidad mediana, compensados y aglomerados. El formaldehído lleva a un aumento da incidencia de asma, particularmente en niños y ancianos.*

**● Recicitable**

*Las placas cerámicas son materiales inertes, fabricados a partir de materias primas naturales y que no agríden a la naturaleza al final de su ciclo de vida. Además, la mayoría de las fábricas reutiliza todos sus residuos como materia prima otra vez en el proceso de fabricación.*

**● Antideslizante**

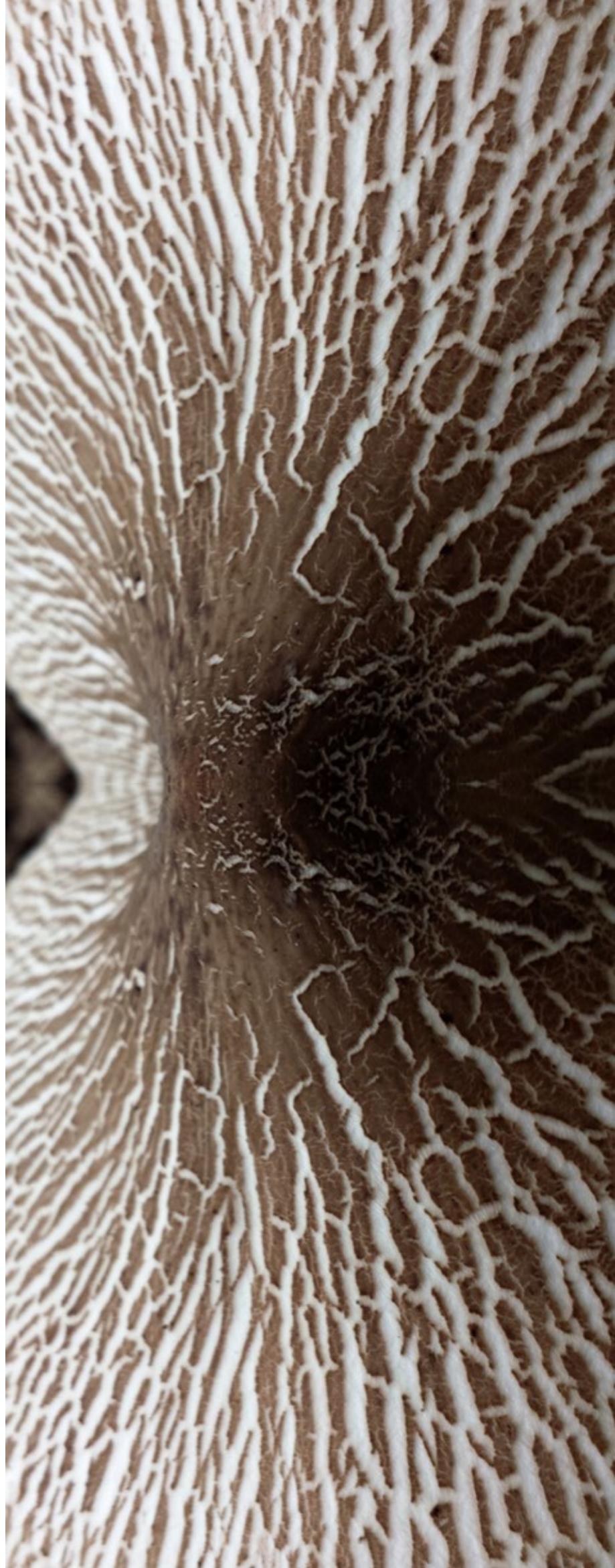
*Hay una variedad de terminaciones antideslizantes y texturas disponibles para el revestimiento cerámico, convirtiéndolo en una opción para la seguridad al usar.*

**● Cero PVC**

*La cerámica es libre de PVC, una resina usada en otros revestimientos para mejorar la flexibilidad mecánica y la estabilidad al calor. El PVC contiene oftalatos y organoestaños, productos cuya utilización viene generando preocupación y discusión entre los especialistas en salud.*



# **Sobre a APEX-BRASIL**





08

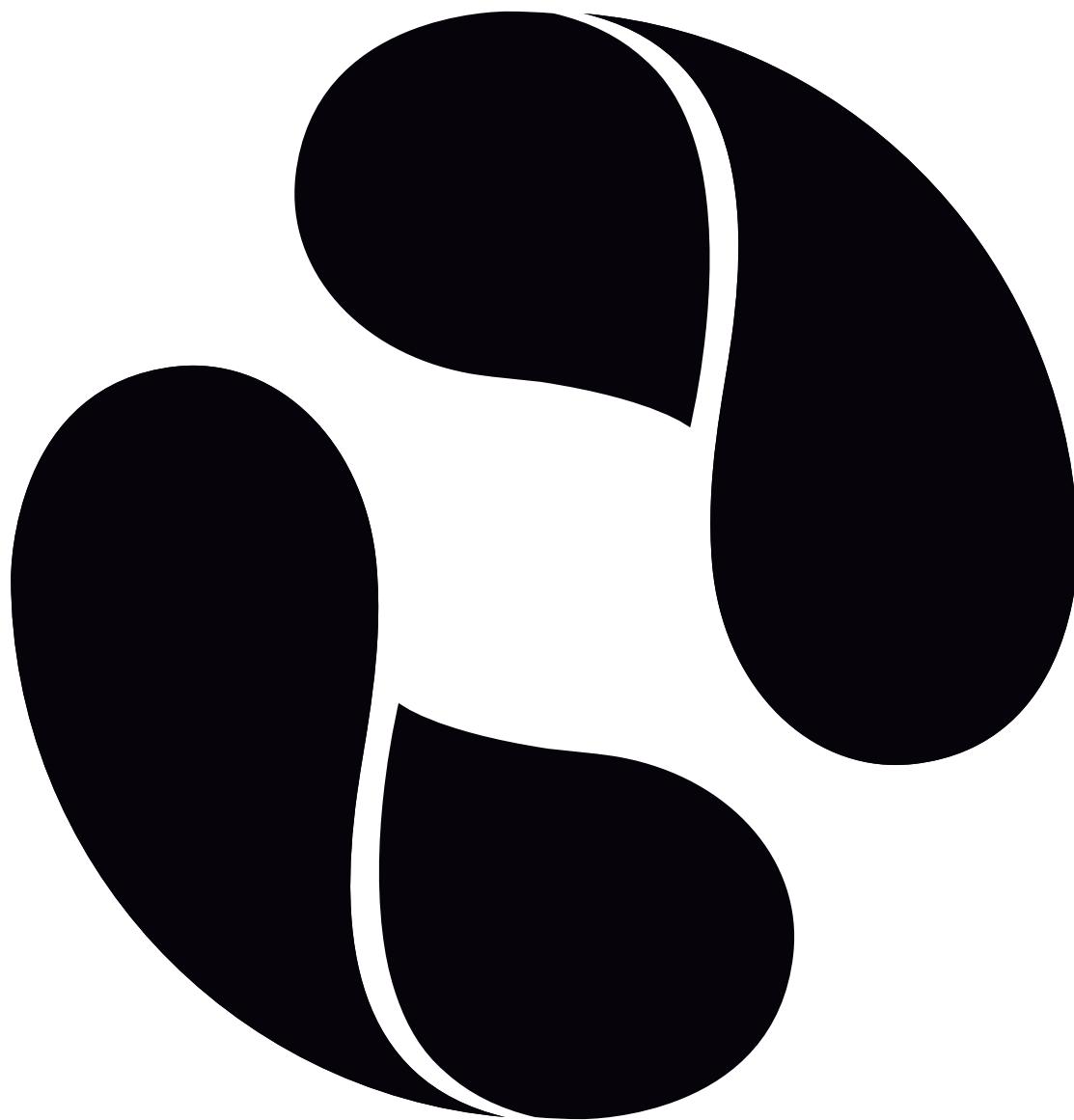
ABOUT APEX-BRASIL  
*ACERCA DE APEX-BRASIL*

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira.

The Brazilian Trade and Investment Promotion Agency (Apex-Brasil) works to promote Brazilian products and services abroad, and to attract foreign investment to strategic sectors of the Brazilian economy.

*La Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Apex-Brasil) actúa para promover productos y servicios brasileños en el exterior y atraer inversiones extranjeras para sectores estratégicos de la economía brasileña.*





## Atuação

A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Agência também atua de forma coordenada com atores públicos e privados para atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.

### About Apex-Brasil

Apex-Brasil organizes several initiatives aiming to promote Brazilian exports abroad. The Agency's efforts comprise trade and prospective missions, business rounds, support for the participation of Brazilian companies in major international trade fairs, arrangement of technical visits of foreign buyers and opinion makers to learn about the Brazilian productive structure, and other select activities designed to strengthen the country's branding abroad.

The Agency also acts in a coordinated manner with public and private actors to attract foreign direct investment (FDI) to Brazil focusing on strategic sectors to develop the competitiveness of Brazilian companies and the country.

### Acerca de Apex-Brasil

Apex-Brasil organiza varias iniciativas que tienen como objetivo promover las exportaciones brasileñas en el exterior. Los esfuerzos de la Agencia comprenden misiones comerciales y prospectivas, ruedas de negocios, apoyo a la participación de empresas brasileñas en grandes ferias comerciales internacionales, organización de visitas técnicas de compradores extranjeros y formadores de opinión para conocer la estructura productiva brasileña, y otras actividades seleccionadas y designadas para fortalecer la marca del país en el exterior.

La Agencia también actúa de forma coordinada con actores públicos y privados para atraer inversiones extranjeras directas (IED) a Brasil con foco en sectores estratégicos para el desarrollo de la competitividad de las empresas brasileñas y del país.

## Reconhecimento

A ANFACER manifesta seu reconhecimento à Apex-Brasil pelo relevante apoio ao processo de internacionalização do setor cerâmico brasileiro e promoção de suas exportações.

### Special thanks

ANFACER expresses its appreciation to Apex-Brasil by the relevant support to the internationalization process of the Brazilian ceramic sector and exports promotion to foreign investors willing to allocate resources in Brazil.

### Agradecimiento

*ANFACER manifiesta su reconocimiento a Apex-Brasil por el relevante apoyo al proceso de internacionalización del sector cerámico brasileño y promoción de sus exportaciones.*



## Empresas Associadas

Associated Companies  
Empresas Asociadas



[www.alfagres.com.br](http://www.alfagres.com.br)



[www.angelgres.com.br](http://www.angelgres.com.br)



[www.antigua.com.br](http://www.antigua.com.br)



[www.ceratlas.com.br](http://www.ceratlas.com.br)



[www.biancogres.com.br](http://www.biancogres.com.br)



[www.rcasagrande.com.br](http://www.rcasagrande.com.br)



[www.cecafi.com.br](http://www.cecafi.com.br)



[www.cedasa.com.br](http://www.cedasa.com.br)



[www.cejatel.com.br](http://www.cejatel.com.br)



[www.grupoceral.com.br](http://www.grupoceral.com.br)



[www.ceramicaalmeida.com.br](http://www.ceramicaalmeida.com.br)



[www.cerbras.com.br](http://www.cerbras.com.br)



[www.ceusa.com.br](http://www.ceusa.com.br)



[www.grupocristofoletti.com.br](http://www.grupocristofoletti.com.br)



[www.deca.com.br](http://www.deca.com.br)



[www.deltaporcelanato.com.br](http://www.deltaporcelanato.com.br)



[www.eliane.com](http://www.eliane.com)



[www.ceramicaelizabeth.com.br](http://www.ceramicaelizabeth.com.br)



[www.embramaco.com.br](http://www.embramaco.com.br)



[www.formigres.com.br](http://www.formigres.com.br)



[www.gabcer.com.br](http://www.gabcer.com.br)



[www.giseli.com.br](http://www.giseli.com.br)



[www.gail.com.br](http://www.gail.com.br)



[www.portalgruporocha.com.br](http://www.portalgruporocha.com.br)



[www.icasa.com.br](http://www.icasa.com.br)



[www.incefra.com.br](http://www.incefra.com.br)



[www.grupoincopisos.com.br](http://www.grupoincopisos.com.br)



[www.itagres.com.br](http://www.itagres.com.br)



[www.japi.com.br](http://www.japi.com.br)



[www.jatoba.com.br](http://www.jatoba.com.br)



[www.karinapisos.com.br](http://www.karinapisos.com.br)



[www.kohler.com.br](http://www.kohler.com.br)



[www.lanzi.com](http://www.lanzi.com)



[www.lef.com.br](http://www.lef.com.br)



[www.lepriceramicas.com.br](http://www.lepriceramicas.com.br)



[www.lorenzetti.com.br](http://www.lorenzetti.com.br)



[www.luzarte.com.br](http://www.luzarte.com.br)



[manufatti.com.br](http://manufatti.com.br)



[www.mosarte.com.br](http://www.mosarte.com.br)



[www.superngk.com.br](http://www.superngk.com.br)



[www.ninamartinelli.com.br](http://www.ninamartinelli.com.br)



[www.obirevestimentos.com.br](http://www.obirevestimentos.com.br)



[www.pamesa.com.br](http://www.pamesa.com.br)



[www.pierini.com.br](http://www.pierini.com.br)



[www.pisoforte.com.br](http://www.pisoforte.com.br)



[www.pointer.com.br](http://www.pointer.com.br)



[www.ceramicaportinari.com.br](http://www.ceramicaportinari.com.br)



[www.ceramicaportoferreira.com.br](http://www.ceramicaportoferreira.com.br)



[www.portobello.com.br](http://www.portobello.com.br)



[www.portbelleshop.com.br](http://www.portbelleshop.com.br)



[www.br.roca.com](http://www.br.roca.com)  
[www.incepa.com.br](http://www.incepa.com.br)



[www.savane.com.br](http://www.savane.com.br)



[www.strufaldi.com.br](http://www.strufaldi.com.br)



[studiomorandin.com.br](http://studiomorandin.com.br)



[www.tecnogres.com.br](http://www.tecnogres.com.br)



[www.vidoreal.com](http://www.vidoreal.com)



[www.villagres.com.br](http://www.villagres.com.br)



[www.vivaceramica.com.br](http://www.vivaceramica.com.br)

# Gestão 2019–2020

Management 2019–2020  
Gestión 2019–2020

## **CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

Board of directors  
*Consejo de Administración*

### **Presidente**

Chairman *Presidente*

Elizabeth

Manfredo Guedes Pereira  
Gouvêa Júnior

### **Vice-Presidente**

Vice Chairman *Vicepresidente*

Alfagrês

Benjamin Ferreira Neto

Cecrisa

Paulo Cesar Benetton

Deca

Raul Penteado de Oliveira Neto

### **Conselheiros**

Counselors *Consejeros*

Cerbras

Ana Lucia Bastos Mota

Incpa

Celso Luiz Cavalli

Portobello

Cesar Gomes Junior

Eliane

Edson Gaidzinski Júnior

Almeida

Heitor Ribeiro de Almeida Neto

Delta

Luiz Antonio Ortigosa

Angelgres

Marconi Leonardo Pascoali

Embramaco

Maria Esther Paraluppi

Gail

Michael Rumpf Gail

Casa Grande

Renato Antonio Casagrande

Vidro Real

Sérgio Paulo Pereira de  
Magalhães

## **CONSELHO FISCAL**

Fiscal Council  
*Consejo Fiscal*

### **Membros Efetivos**

Effective Members  
*Miembros Efectivos*

Biancogrêns

Darks Cesar Cassotti

Ceusa

Gilmar Menegon

Escurial

Sadi Paulo Castiel Gitz

### **Membros Suplentes**

Deputy Members  
*Miembros Suplentes*

Cecafi

Itamar Arraias Fior

Lazni

Luis Antonio Lanzi

Itagres

Murilo Ghisoni Bortoluzzi

## **EQUIPE ANFACER**

Anfacer Team  
*Equipo Anfacer*

### **CEO / Presidente Executivo**

Maurício Borges

### **CFO / Diretor Executivo**

André Soares

### **Marketing**

André Campana  
Beatriz Lopes  
Fernanda Aspron  
Gabriela Costa

### **Relações Internacionais**

International Relations  
*Relaciones Internacionales*  
Tamara Lançoni

### **Financeiro**

Financial Department  
*Departamento Financiero*  
Aline Lunardon  
Arthur Rocha

### **Qualidade**

Quality *Calidad*  
Laura Paiva

### **Secretária Executiva**

Executive Secretary  
*Secretaria Ejecutiva*  
Daniela Lopes

### **Consultores**

Consultants *Ejecutivas*  
Alais Coluchi  
Amanda Neme  
Anderson Vieira  
Cláudia Gonçalves  
Karina Queiroz  
Maria Luiza Salomé  
Paulo Alonso  
Severo Martinez  
Simões Neto  
Thiago Guerra



**Fontes**  
Sources *Fuentes*

ANFACER – BI Sistema de Inteligência de Mercado; Governo do Brasil – Comex Stat; Ceramic World Review.

**Expediente**  
Credits Créditos

**Projeto Editorial e Edição de Imagens**  
Editorial Design and Image Editing *Diseño Editorial y Edición de Image*

ANFACER  
[www.anfacer.org.br](http://www.anfacer.org.br)

**Projeto Gráfico**  
Graphic Design  
*Diseño Gráfico*

ps.2 arquitetura + design  
[www.ps2.com.br](http://www.ps2.com.br)

Imagen Capa/Cover Image  
*Imagen de Portada*  
Ivan Bandura on Unsplash

Editado em Setembro de 2019  
Published in September, 2019  
*Edición de Septiembre, 2019*

**Copyright © 2019**

Todos os direitos reservados.  
Nenhuma parte deste portfólio pode ser copiada, reproduzida, impressa e/ou publicada sem mencionar a fonte.

All rights reserved. No part of this portfolio can be copied, reproduced, printed and/or published without mentioning the source.

*Todos los derechos reservados.  
El contenido de este portafolio solamente podrá ser copiado, reproducido, impreso y/o publicado a condición que se citara la fuente.*

[www.anfacer.org.br](http://www.anfacer.org.br)

**Realização**  
Realization  
*Realización*





ANFACER  
Al. Santos 2300, 10º andar  
01418-200 São Paulo/SP  
info@anfacer.org.br  
www.anfacer.org.br

PROMOÇÃO  
PROMOTED BY  
*PROMOCIÓN*

REALIZAÇÃO  
REALIZATION  
*REALIZACIÓN*

CERAMICS OF BRAZIL



**ANFACER**

ApexBrasil