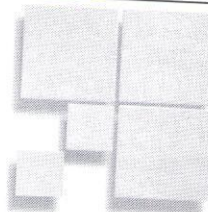




Anfacer

Associação Nacional dos Fabricantes
de Cerâmica para Revestimento



Relatório de Atividades Gestão 2003 - 2004



Introdução



MISSÃO

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

VISÃO

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



Ações Institucionais

Ações de Mercado

Ações de Competitividade Setorial

Ações Institucionais

Fórum Nacional de Empresários da Indústria de Cerâmica para Revestimento

3 EVENTOS: 02 em CAMPINAS, Um em São Paulo. 2

Dia: 26 de agosto de 2004

Local: The Royal Palm Plaza Hotel em Campinas

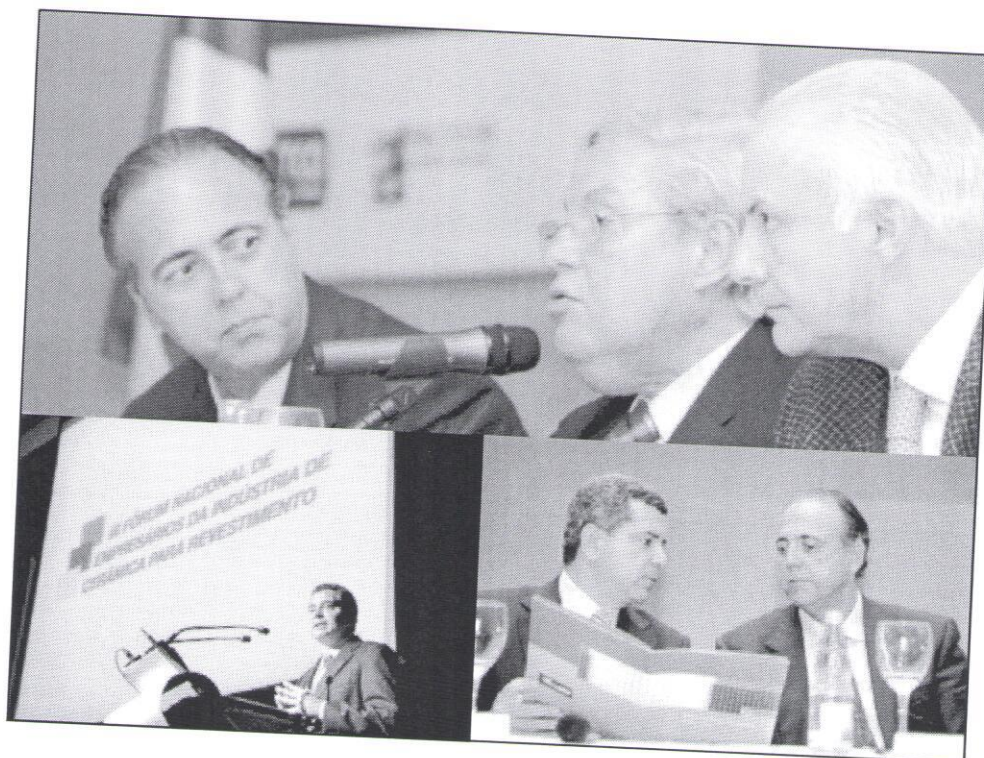
Palestrantes:

Juan Quirós presidente da Apex Brasil

Carlos Lessa ex-presidente do BNDES

Temas:

- Principais desafios e oportunidades do setor cerâmico
- Estreitar o relacionamento com organismos governamentais essenciais para as atividades da indústria
- Expansão de mercado dos produtos brasileiros



Anfacer 20 anos



Dia: 26 de agosto de 2004

Local: The Royal Palm Plaza Hotel em Campinas

Jantar de homenagem aos líderes empresariais que comandaram a Anfacer desde a sua fundação.

O troféu Anfacer 20 anos representou o reconhecimento aos empresários pela sua contribuição para o crescimento da entidade.



48º Congresso Brasileiro de Cerâmica



Dia: 28 a 29 de junho

Local: Curitiba

Público: Fabricantes brasileiros, fornecedores e pesquisadores internacionais responsáveis pelo desenvolvimento da cerâmica da Itália.

A Anfacer apresentou a palestra "O Mercado Latino – americano do Setor Cerâmico : perspectivas e oportunidades

A associação coordenou o painel que tratou da "Evolução da Industria Cerâmica na Itália" com a presença dos professores italianos Tixiano Manfredini, da Universidade de Modena, e Laura Montanaro, da Politécnica de Turim, além de Giovanni Baldi, da Colômbia

48º Congresso Brasileiro de Cerâmica

28 de junho a 1º de julho de 2004 - Curitiba-PR



13º World Ceramic Tile Manufacturers Forum



Dia: 8 a 11 de novembro

Local: Costão do Santinho - SC

A indústria de revestimento cerâmico brasileira conquistou um espaço importante no cenário internacional com a organização do Fórum Mundial.

A troca de experiências e a informações com os principais dirigentes das associações setoriais de vários países trouxeram para a indústria brasileira conhecimento e uma visão mais precisa do cenário mundial, suas oportunidades e desafios.



Comunicação Social



A ANFACER trabalhou para construir um relacionamento sólido com os meios de comunicação, o mercado em geral e com seus associados em particular.

A disputa por share de mercado é também uma batalha de informação.

Principais ações de divulgação:

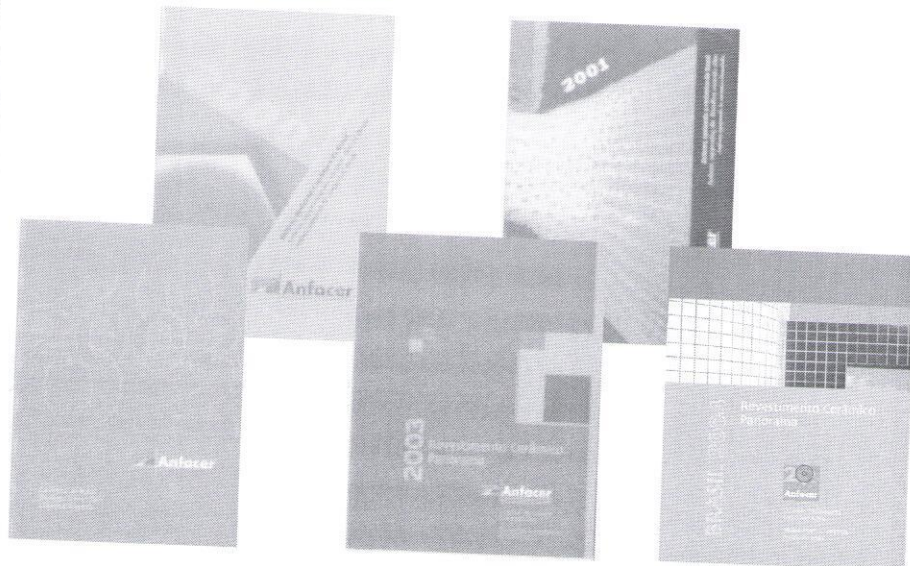
Edição do portfolio Anfacer 2003 / 2004

Distribuição de 12 edições do Painel Anfacer

Produção de 40 press-releases e notas para a imprensa

Geração de 326 matérias na imprensa especializada em economia, arquitetura e construção

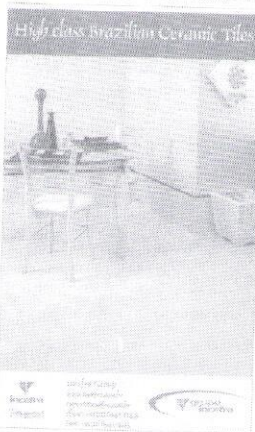
Portifólios Anfacer



Revistas Internacionais

Revista Brasileira Internacional

The magazine is published in English, French, German, Italian, Japanese, Korean, Spanish, and Chinese. It is a quarterly publication of the Brazilian Ceramic Industry Association (ABRACERAM) and is distributed in all countries where the magazine is published.



ABRACERAM
Associação Brasileira da Indústria de Cerâmica
Rua...
Cidade...



Representative of the Brazilian Ceramic Industry Association

Since 1980, the magazine has been published in English, French, German, Italian, Japanese, Korean, Spanish, and Chinese. It is a quarterly publication of the Brazilian Ceramic Industry Association (ABRACERAM) and is distributed in all countries where the magazine is published.



Representative of the Brazilian Ceramic Industry Association

The magazine is published in English, French, German, Italian, Japanese, Korean, Spanish, and Chinese. It is a quarterly publication of the Brazilian Ceramic Industry Association (ABRACERAM) and is distributed in all countries where the magazine is published.

2001 Brazilian Ceramic Tiles



Painel Anfacer

Distribuição de 13 edições do Painel Anfacer

painel Anfacer

1. Mercado

Premiação Brasileira de Desenvolvimento Econômico e Social

De honras do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social em conjunto com a Anfacer, surgiu em 1993 a 13ª edição da premiação Brasileira de Desenvolvimento Econômico e Social. A premiação é destinada a empresas que tenham se destacado no setor produtivo, em termos de desempenho econômico, social e ambiental.

Selecção do júri: 100 empresas, 100 produtos e 100 serviços. O júri é formado por especialistas em desenvolvimento econômico, social e ambiental, além de representantes do setor produtivo.

Prêmio: 100 mil reais para a empresa vencedora, 10 mil reais para o produto e 10 mil reais para o serviço vencedor.

2. Mercado Externo

Exportações de produtos de origem brasileira para o exterior.

Em 2003, as exportações de produtos de origem brasileira para o exterior foram de 100 bilhões de dólares, o que representa um crescimento de 10% em relação a 2002.

Em 2004, as exportações de produtos de origem brasileira para o exterior foram de 110 bilhões de dólares, o que representa um crescimento de 10% em relação a 2003.

3. Mercado Interno

Produção de produtos de origem brasileira para o mercado interno.

Em 2003, a produção de produtos de origem brasileira para o mercado interno foi de 100 bilhões de dólares, o que representa um crescimento de 10% em relação a 2002.

Em 2004, a produção de produtos de origem brasileira para o mercado interno foi de 110 bilhões de dólares, o que representa um crescimento de 10% em relação a 2003.

painel Anfacer

2. Mercado

3. Mercado Externo

4. Mercado Interno

5. Mercado Externo

6. Mercado Interno

7. Mercado Externo

8. Mercado Interno

9. Mercado Externo

10. Mercado Interno

11. Mercado Externo

12. Mercado Interno

13. Mercado Externo

painel Anfacer

1. Mercado

2. Mercado Externo

3. Mercado Interno

4. Mercado Externo

5. Mercado Interno

6. Mercado Externo

7. Mercado Interno

8. Mercado Externo

9. Mercado Interno

10. Mercado Externo

11. Mercado Interno

12. Mercado Externo

13. Mercado Interno

Anfacer x Mercado

326 matérias na imprensa escrita nas quais a Anfacer é citada. As matérias sobre o mercado foram 368 no total



Programa Fome Zero



A Anfacer se engajou no Programa Fome Zero que expressa a decisão do governo federal de inclusão social e erradicação da fome no país.

Esta ação criou uma relação bastante favorável com o Banco do Brasil que, entre outros aspectos, qualificou a imagem do setor junto aquela importante instituição financeira e resultou em patrocínios à Feira Revestir.

Foram doaram através da empresas, cerca de 12 mil m² de revestimentos cerâmicos que foram destinados a dezenas de entidades beneficentes credenciadas pelo BB.



Agenda Legislativa da CNI



Nos últimos dois anos a ANFACER tem participado ativamente junto a Confederação Nacional da Indústria – CNI, buscando projetar o setor cerâmico e encontrar apoio institucional em assuntos de interesse dos ceramistas.

Discussão de temas como:

Carga tributária, burocracia, financiamento a produção, juros, infra-estrutura, desregulamentação, reforma trabalhista e, mais recentemente, questão cambial.

Ações de Mercado



Revestir



A Feira Internacional do Revestimento – REVESTIR é, sem qualquer dúvida, a grande conquista da indústria cerâmica brasileira nos últimos anos.

A Feira REVESTIR é hoje o grande instrumento que a indústria cerâmica nacional conta para gerar negócios; provocar a aproximação com o segmento internacional; realizar rodadas de negócios; acelerar o processo de globalização setorial; oferecer a troca de experiências entre pequenas e grandes empresas do segmento; promover a integração setorial.

Revestir 2003 x 2004 x 2005



Edição	Vendas Nacionais	Exportações	Visitantes	Empresas expositoras
2003	US\$ 24 milhões	US\$ 26 milhões	28.500	115
2004	US\$ 25 milhões	US\$ 35 milhões	25.000	123
2005 (*)	US\$ 35 milhões	US\$ 65 milhões	30.000	130

* estimativa

Visitação de 47 países em 2003 – 415 visitantes estrangeiros
Visitação de 57 países em 2004 – 600 visitantes estrangeiros

Apoios Conquistados



IAB;
ABD;
AsBEA;
Sinduscon-SP;
ABCP
Cinrochas;
Editora Pini (Revista Construção Mercado e Techné);
Editora Abril (Revista Arquitetura & Construção e Casa Cláudia);
Editora EMC (Revista Rochas de Qualidade);
Editora Grau 10 (Revista Anamaco);

Patrocinadores

Amanco
Banco do Brasil;
Caixa Econômica Federal
Sebrae
Eletrobras
Petrobras
SCGAS



Fórum

O Fórum Internacional de Arquitetura e Construção é um importante instrumento de apoio à Revestir porque promove o evento, atrai e dá foco ao público alvo de interesse da mostra.

O Fórum qualifica a Revestir. A discussão de temas importantes para a indústria da construção, tendências de mercado e estratégias de negócios tem o espaço garantido no evento realizado paralelamente à feira.





Programa APEX



A parceria entre a Agência de Promoções do Brasil – APEX e a ANFACER, indiscutivelmente, é uma das ações mais importantes desenvolvidas pela Associação.

O Programa APEX objetiva expandir as exportações do segmento cerâmico, desenvolvendo e conquistando novos mercados e, simultaneamente, agregar competitividade ao setor, melhorando seu desempenho como um todo.

O Programa prevê ações orientadas a capacitação e mobilização da base produtora, difusão de conhecimento, comercialização externa, pesquisas de mercado, desenvolvimento e adequação do produto, logística, feiras internacionais, missões empresariais, programas de marketing para os mercados alvo e comércio eletrônico.

Programa APEX



Os 11 projetos que compõem do Programa APEX em vigência são os seguintes:

- Projeto Capacitação e Mobilização
- Projeto Pesquisa de Mercado
- Projeto Vendedor
- Projeto e-commerce
- Projeto Participação em Eventos Internacionais
- Projeto Missões empresariais
- Projeto Material Promocional
- Projeto Normas Técnica
- Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade
- Projeto Normas Ambientais ISO 14.000

Feiras Internacionais



Ampliação e o aperfeiçoamento do suporte à participação em feiras internacionais.

Fematec – A ANFACER participou com estande da REVESTIR na feira FEMATEC 2004, que aconteceu em Buenos Aires, Argentina, entre os dias 05 e 09 de outubro passado, promovida pela VNU Business Media.

Essa parceria entre REVESTIR / FEMATEC promove a participação internacional em ambas as feiras.

Surfaces – A ANFACER coordenou a compra de espaço para as indústrias nacionais que se interessaram em participar do evento. A feira SURFACES ocorre em Las Vegas, Estados Unidos, entre os dias 26 e 28 de janeiro último, com a participação das empresas GYOTOKU e DELTA. As empresas ocuparam, ao todo, um espaço de 37 metros quadrados

Coverings 2003



Expositores:

1. Antigua
2. Batistella
3. Bellagres
4. Casagrande
5. Cecrisa
6. Ceusa
7. Chiarelli
8. Delucca
9. Eliane
10. Gytoku
11. Incefra
12. Itagres
13. Lanzi
14. Nardini
15. Portobello
16. Sumaré
17. Villagres

Total em pés quadrados: 16.600

Total em pés quadrados: 1.542

Coverings 2004



A Anfacer coordenou a participação de 14 empresas brasileiras na Coverings, a mais importante feira norte-americana de revestimentos. Os resultados do evento podem ser medidos pelos negócios realizados durante a feira. Os expositores fecharam cerca de US\$ 14 milhões em vendas no evento realizado de 23 a 26 de março.

Relação de Expositores 2004 – 20 empresas

Anfacer, Antigua, Arbe, Bellagres, Bozan Export, Casagrande, Cecafi, Cecrisa, Ceusa, Chiarelli, Eliane, Formigres, Gytoku, Incefra, Itagres, Moliza, Nardini, Pisoforte, Portobello e Vilalgres.

Outras cerâmicas brasileiras participaram utilizando o estande da ANFACER: Cerâmica Angelgres, Cerâmica Batistella, Cerâmica Biancogres, Cecol, Cerâmica DeLucca, Cerâmica Elizabeth, Cerâmica Ferreira, Incopisos, Incepa, Cerâmica Lepri, Mosarte, Smallglass e Torrecid.

Área de estandes: 1.500 m2

Coverings 2005



A associação liderou o processo de aquisição de espaço e organização dos estandes brasileiros na Coverings 2005 que terá a maior ala brasileira de todos os tempos. Serão 29 empresas que levarão para a mostra toda variedade de produtos que a indústria nacional tem para oferecer ao mercado.

Relação de Expositores 2005

Anfacer, Antigua, Bellagres, Casagrande, Cecafi, Cecrisa, Chiarelli, Elizabeth, Gyotoku, Sumaré, Ceusa, Delta, Eliane, Embramaco, Incefra, Itagres, Lef, Moliza, Mosarte, Nardini, Portobello, Vectra, Villagres, Biancogres, Formigres, Pisoforte, Arbe Cerâmica e Bozan Export.

Área de estandes: 1.820 m2



Sistemas de Informações e Inteligência Comercial



INTELICER

O INTELICER é um conjunto de ações integradas, que tem o objetivo de auxiliar as empresas e entidades do setor na tomada de decisões. Baseado na coleta, tratamento e disseminação de informações, ele está totalmente focado no aumento da competitividade do setor, abertura e desenvolvimento dos mercados produtores e consumidores.

Ações gerais que compõem o INTELICER:

- 1) pesquisas e análises de mercado
- 2) comitês temáticos.

Ações atuais do INTELICER:

- Panorama e Análise Setorial Anual
- Panorama e Análise Setorial Trimestral
- Pesquisa Mensal de Preços no Mercado
- Estudos de Mercado – Resumo do Setor de Revestimento Cerâmico por País
- Guia de Referência para a Abertura e Desenvolvimento de Mercados Internacionais – Análise do Setor de Revestimento Cerâmico por País
- Análise da Concorrência Internacional no Setor de Revestimento Cerâmico



Estudos de Mercado

Ao denso acervo de material reunido ao longo dos anos pela Anfacer, somam-se estudos de mercado realizados pela entidade e colocados à disposição dos associados no site da Entidade.

Já estão prontas e disponíveis as análises sobre: Chile, Venezuela, China, Chipre, Grécia, Rússia, Alemanha, Reino Unido, Bélgica, França, Irlanda.

A ANFACER tem a capacidade de desenvolver, ainda, estudos abrangendo cerca 50 países da Europa, América do Norte, América do Sul, África e Ásia.



Acordos Internacionais

A ANFACER acompanha e expressa os interesses do setor cerâmico nacional em cada uma das negociação comerciais internacionais que o governo brasileiro está envolvido.

Existem hoje três grandes blocos de negociação: Bilaterais (Mercosul - terceiros países ou Brasil – terceiros países) - Alca e OMC.

Temas de discussão:

- Acesso a Mercados
- Compras Governamentais
- Regimes de Origem
- Investimento Externo
- Subsídios, Antidumping e Medidas Compensatórias
- Serviços e Investimentos
- Propriedade Intelectual

Acordos Internacionais



A Associação vêm acompanhando os acordos bilaterais entre Brasil e África do Sul, China, México, Egito e Ucrânia.

Atuou também nas discussões comerciais promovidas junto a Comunidade Andina de Nações, South African Customs Union, União Européia e nas negociações multilaterais da Organização Mundial do Comércio e Alca.

MERCOSUL

BRASIL (*bilaterais Mercosul*)

OMC

ALCA

ISPS CODE



O ISPS Code ^(Int'l) é um conjunto de exigência e procedimentos de segurança que os EUA estão exigindo que sejam adotados em portos em todo o mundo.

Alguns terminais portuários estão cobrando sobretaxas para implementação e manutenção das modificações exigidas pelo ISPS CODE.

A ANFACER entrou com reclamatória anexada ao processo judicial que a Agência Nacional de Transportes Aquaviários – ANTQ, contra as cobranças indevidas efetuadas pelos terminais portuários e agências marítimas.

Ações de Competitividade Setorial

Planejamento Estratégico

Em 2003 o Conselho de Administração recomendou desenvolvimento e aprovou, proposta de planejamento estratégico para a ANFACER, definindo metodologias, conceitos, missão, visão, valores e estratégias básicas de ação.

Objetivo Geral do Plano:

Estabelecer as bases, que deverão nortear as ações da ANFACER, na direção de um processo de mudanças internas que atendam às aspirações de seus associados e garantam uma contribuição qualificada ao fortalecimento do setor cerâmico nacional.

Planejamento Estratégico



Estratégias definidas para a ANFACER

- Fortalecer o caráter de representatividade da ANFACER;
- Promover a internacionalização do setor;
- Ampliar mercado para os produtos cerâmicos brasileiros;
- Desenvolver a ANFACER com foco na gestão do conhecimento;
- Estar alinhado com o Diagnóstico da Cadeia de Valor da Indústria
- Compatibilizar as estratégias do setor com as políticas públicas do país
- Consolidar a REVESTIR no calendário mundial do setor cerâmico;
- Reformular a estrutura funcional da ANFACER
- Estar presente nos grandes fóruns e eventos de interesse do setor;
- Aprofundar parcerias estratégicas com ASPACER, SINDICERAM e CCB;
- Implantar um novo formato organizacional para a ANFACER

Logística



Os graves problemas de logística que o setor passou a enfrentar, a partir de meados de 2003 e agravados ao longo de 2004, tiveram uma resposta rápida da Anfacer que articulou o Comitê de Logística e Frete para analisar as dificuldades das empresas e encaminhar alternativas de soluções que pudessem reduzir o impacto negativo sobre as exportações.

Foram adotadas 5 estratégias básicas:

- Elaborar um diagnóstico sobre a situação,
- Dar ampla divulgação na mídia sobre a questão logística;
- Sensibilizar autoridades governamentais
- Somar esforços com outros setores exportadores e igualmente afetados;
- Articular diretamente com companhias e armadoras



Questão Tributária do Setor



Os esforços para sensibilizar os poderes públicos em relação ao impacto negativo da carga tributária sobre as indústrias foram recompensados em 2004.

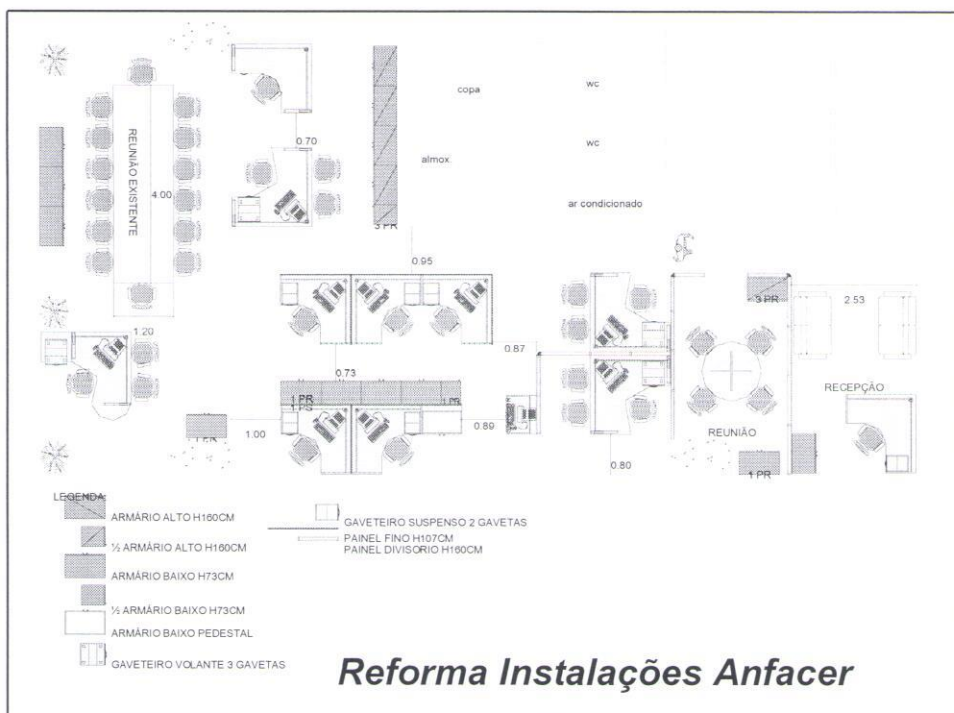
Dois grandes fatos:

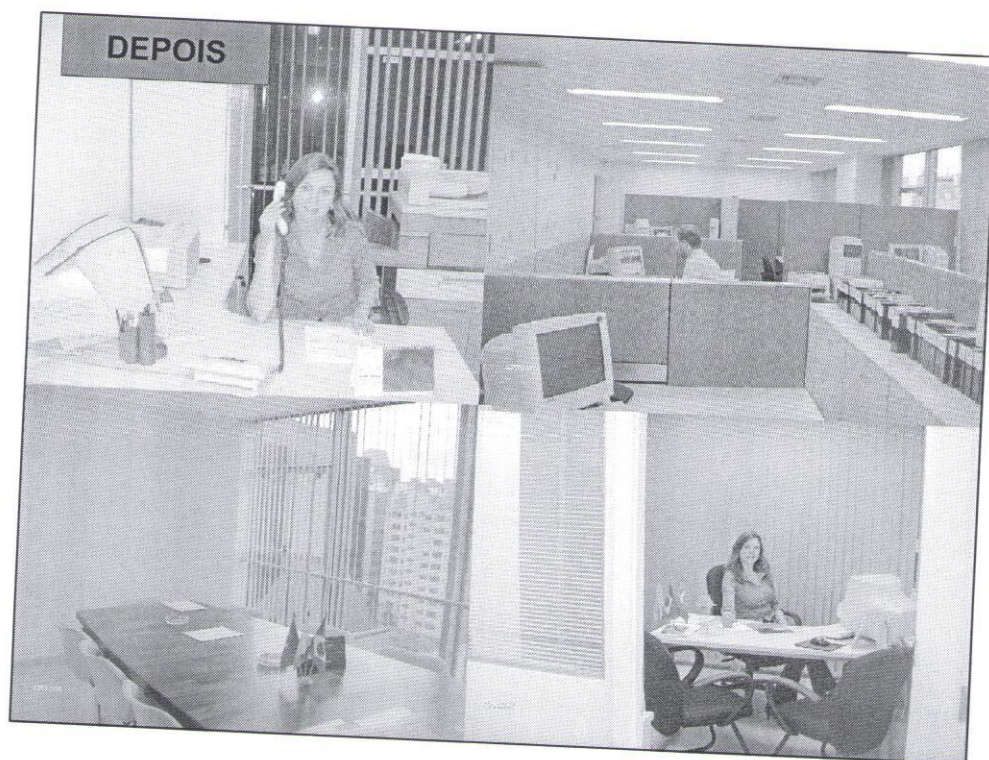
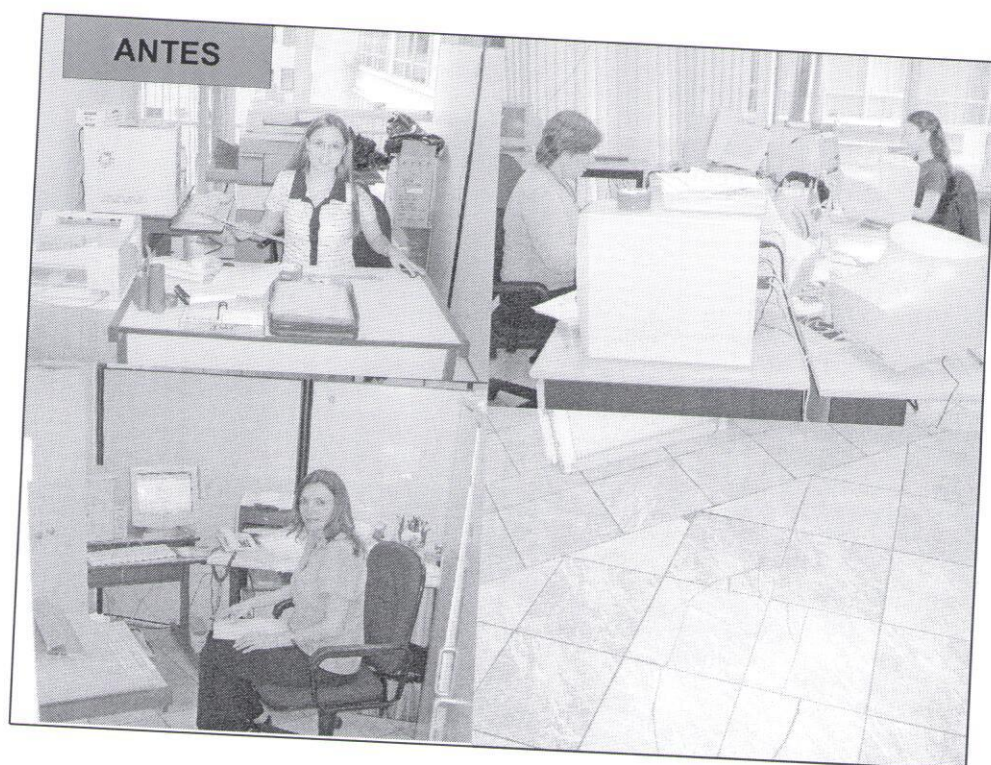
Projeto de Lei do governo do Estado de São Paulo que reduz a cobrança de ICMS para uma lista de produtos que inclui revestimentos cerâmicos.

Audiência pública no Congresso Nacional sobre o IPI do setor cerâmico e criação de uma sub-comissão específica para tratar deste imposto.

Infra - Estrutura

Os escritórios da Anfacer passaram por uma ampla reforma em 2004. As melhorias visaram dotar a entidade de espaço adequado e funcional para o exercício de suas atividades administrativas e institucionais. Igualmente, a associação está melhor aparelhada e preparada para oferecer infra-estrutura adequada aos empresários do setor em suas demandas e mesmo para realização de encontros e reuniões em São Paulo.







CCB

INCREMENTO DA COMPETITIVIDADE SETORIAL DA INDÚSTRIA
BRASILEIRA DE CERÂMICA PARA REVESTIMENTO

INCREMENTO DA QUALIDADE

(Certificações e normas técnicas para porcelanato)

CAPACITAÇÃO DE PROFISSIONAIS DA CADEIA PRODUTIVA DO SETOR

(Logístas, vendedores e especificadores)

CAPACITAÇÃO EM INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

(CITEC – Santa Gertrudes, centro de inovação – UFSC)

DESENVOLVIMENTO DO CODECER



Fórum de Competitividade da Indústria

Brasília - Reunião Plenária do Fórum de Competitividade da Cadeia
produtiva da indústria da Construção Civil (Grupo GT4 – Exportação
de Bens e Serviços)

Neste fórum realizado em março de 2004, foram levantados
subsídios para a formulação de uma política de exportação de
serviços de engenharia e materiais de construção. Basicamente
foram discutidos os seguintes temas:

- Serviços de engenharia
- Financiamento as exportações
- Redução da burocracia
- Seguro de garantia as exportações
- Infra-estrutura de apoio as exportações
- Negociações internacionais
- Sistemas de informações
- Capacitação profissional
- Carga tributária.