

# Presentación de Resultados 2T'12

12 de septiembre de 2012



**MASISA**  
más confianza



# Contenidos

Destacados  
2T'12

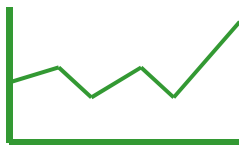


Indicadores  
macroeconómicos

Estrategia  
(iniciativas,  
perspectivas  
y desafíos)



Desempeño  
Operacional  
y Financiero



Revisión  
Unidades de  
Negocios



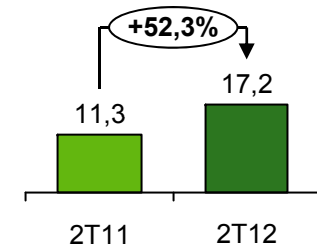
Análisis  
deuda financiera  
y  
Capex



## Hechos destacados: 2T'12

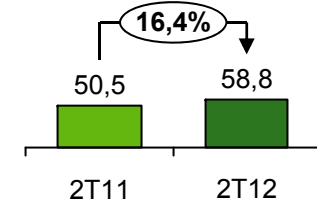
### 1. Utilidad del ejercicio 2T'12: US\$ 17,2 MM: +US\$ 5,9 MM respecto a 2T'11 (+52,3%)

- Mayor Ganancia Bruta (+17,9%), +US\$ 10,9 millones, debido a mayores ventas y a mayores resultados por variación del activo biológico. Lo anterior fue parcialmente compensado por mayores gastos por diferencias de cambio por US\$ 4,8 millones, principalmente por una mayor corrección monetaria en Venezuela
- Mejora margen bruto: 19,9% a 21,3%



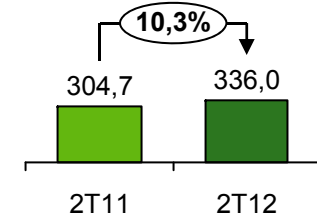
### 2. Ebitda 2T'12: Alcanza US\$ 58,8 MM; +16,4% con respecto a 2T'11

- Ebitda Industrial aumentó US\$ 10,6 millones (+34,0%) con respecto a 2T'11, por aumento de volúmenes (+1,4%) y aumento margen bruto industrial desde 19,8% a 23,0%, principalmente por mayores precios
- Ebitda Forestal aumentó US\$ 0,8 millones (+4,3%), por mayores ventas



### 3. Ventas consolidadas 2T'12: US\$ 336,0 MM; +10,3% con respecto a 2T'11

- Aumento de 4,3% en las ventas de tableros en dólares, con un crecimiento de 1,4% en volúmenes y un 2,8% en precios promedio
- Aumento significativo en ventas de madera, molduras, tiendas propias y energía



### 4. Compra Rexcel – México – US\$ 54,2 MM

- Dos líneas tableros partículas (MDP y PB): capacidad nominal de 460 mil m<sup>3</sup>
- Ubicados en Lerma, Zitácuaro y Chihuahua en Mexico.

### 5. Exitosa colocación Bonos – Chile – US\$ 93 MM

- UF 1.000.000 de la “Serie M”, plazo de cinco años, a una tasa de colocación de 4,95% anual
- UF 1.000.000 de la “Serie N”, plazo de 21 años y 10 años de gracia, a una tasa de colocación de 5,48% anual



## Contenidos

Destacados  
2T'12

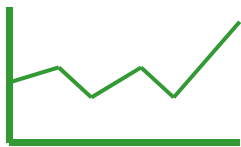


Indicadores  
macroeconómicos

Estrategia  
(iniciativas,  
perspectivas  
y desafíos)



Desempeño  
Operacional  
y Financiero



Revisión  
Unidades de  
Negocios



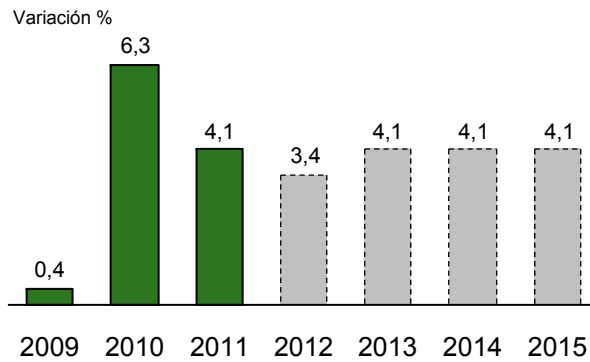
Análisis  
deuda financiera  
y  
Capex



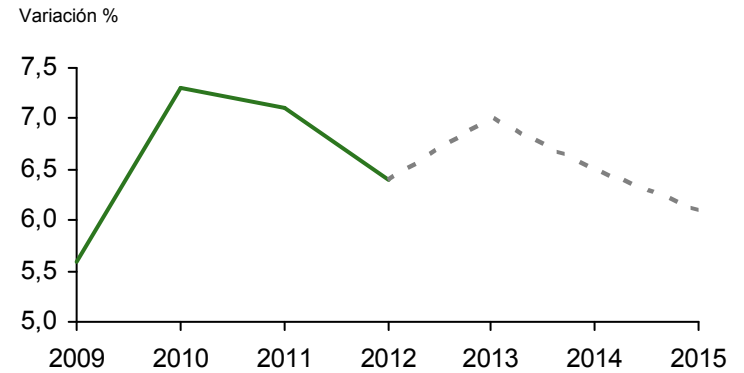
# Principales variables regionales



**Consumo interno en Latinoamérica**

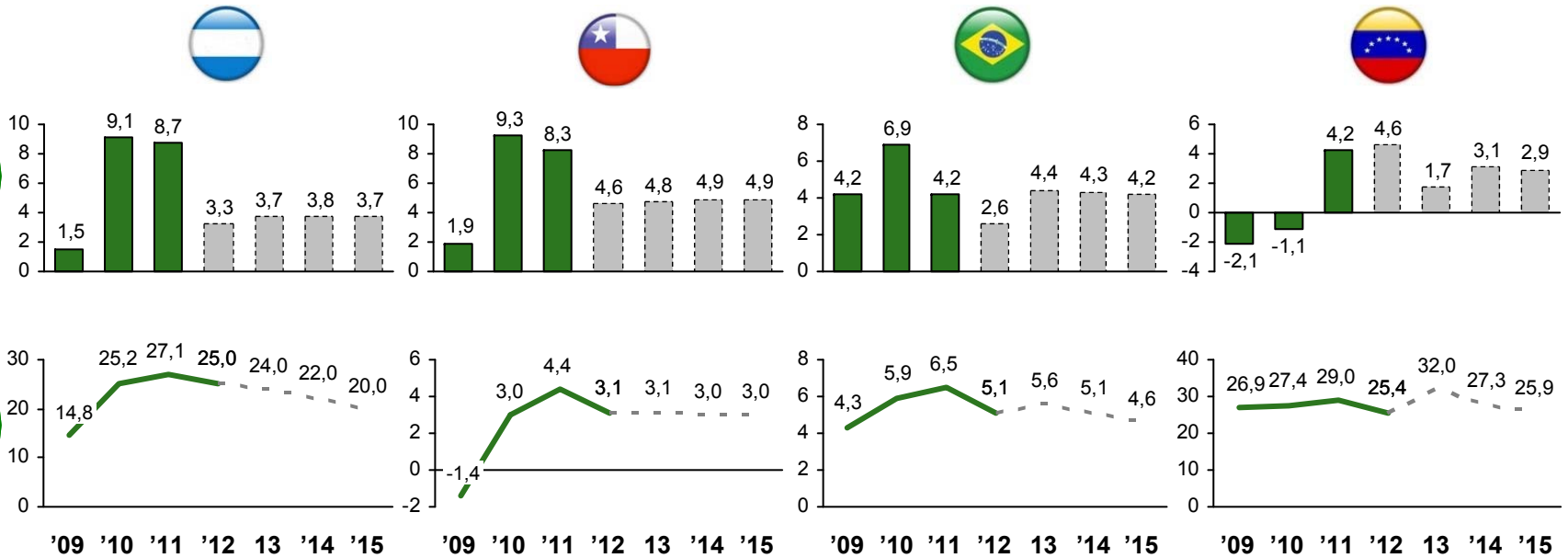


**Inflación promedio en Latinoamérica**



**Consumo interno e inflación principales mercados para Masisa**

Variación %



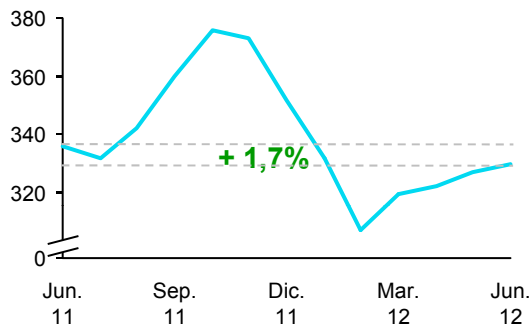


# Evolución de mercados – Lead indicators



## Índice Construya

Promedio de Trimestres móviles (Base 2002 = 100)

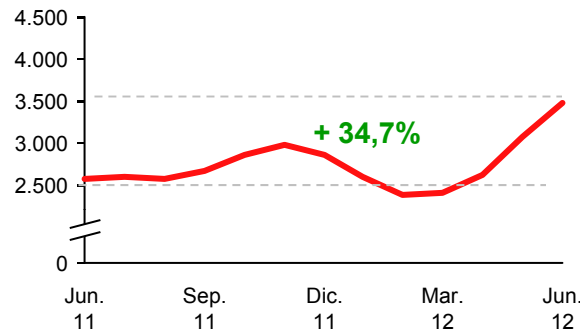


[http://www.grupoconstruya.com/servicios/indice\\_construya.htm](http://www.grupoconstruya.com/servicios/indice_construya.htm)



## Ventas de Viviendas en Santiago

Promedio de Trimestres móviles (unidades)

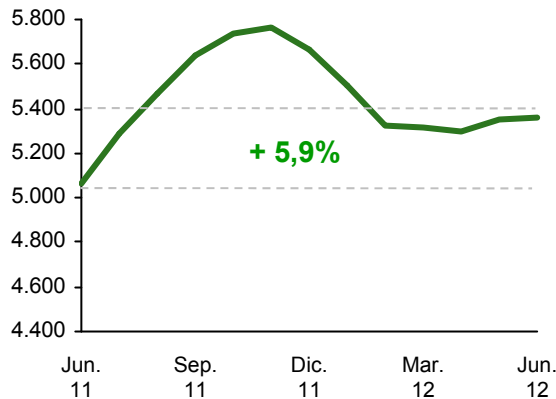


<http://www.cchc.cl>



## Despachos de Cementos

Promedio de Trimestres móviles (miles de ton.)

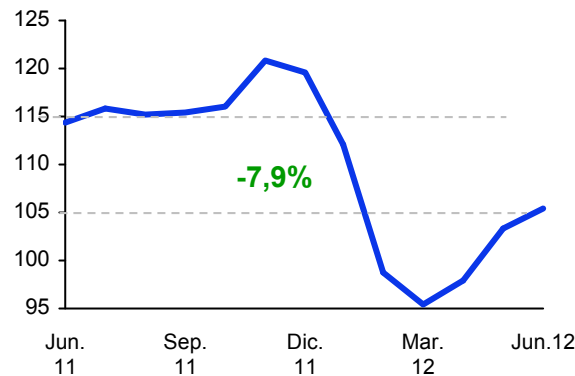


<http://www.snica.org.br/>



## Volumen Industria Muebles y Otros

Promedio de Trimestres móviles (Base 1997 = 100)



<http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp>

## Argentina

- Mercado de la construcción muestra leve recuperación
- Ventas 2T'12 tableros Masisa respecto 2T'11: +12,5% (en m<sup>3</sup> +7,6%)

## Chile

- Mercado inmobiliario sigue activo impulsado por el buen desempeño del país
- Ventas 2T'12 tableros Masisa respecto 2T'11: +2,4% (en m<sup>3</sup> +9,1%)

## Brasil

- Mercado de la construcción e hipotecario siendo impulsado por decisiones de gobierno (i.e. bajas en Tasa Selic)
- Ventas 2T'12 tableros Masisa respecto 2T'11: -13,0% (en m<sup>3</sup> +4,6%)

## Venezuela

- Leve reactivación de construcción de muebles, aunque aún bajo niveles 2008 y 2009
- Ventas 2T'12 tableros Masisa respecto 2T'11: +36,4% (en m<sup>3</sup> - 0,9%)



## Contenidos

Destacados  
2T'12

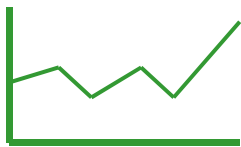


Indicadores  
macroeconómicos

Estrategia  
(iniciativas,  
perspectivas  
y desafíos)



Desempeño  
Operacional  
y Financiero



Revisión  
Unidades de  
Negocios



Análisis  
deuda financiera  
y  
Capex



# Estrategia a corto y mediano plazo

## Capturar Potencial de Rentabilidad de la Empresa a Mediano Plazo



### Foco en clientes

- Homogenización nivel de servicios en red Placacentro

	2T'11	2T'12
Número Placacentro	320	350
% tiendas Placacentro en situación ideal	45,0%	71,0%

- Crec. clientes industriales MDP en Brasil

	2T'11	2T'12
Volumen en m <sup>3</sup>	191.886	219.579



### Innovación efectiva

- Líder en innovación efectiva

	2T'11	2T'12
Nuevos lanzamientos últimos 12 meses	125	72
Tableros recubiertos / Total acumulado*	46,4%	42,6%

\* m<sup>3</sup>



### Máxima eficiencia

- Nivel producción planta MDP Montenegro aumenta 14% el 2T'12 comparado con 2T'11

	2T'11	2T'12
GAV <sup>1</sup> / Ventas	12,8%	13,3%
Capital Trabajo <sup>2</sup> / Venta Anualizada	21,5%	20,9%
Ebitda/ Venta	15,2%	16,2%



### Sinergias industrial forestal

- Recertificación FSC en Brasil
- Ventas trozos: + 13,4 %

### SUSTENTABILIDAD

	2T'11	2T'12
IFAT <sup>3</sup>	0,8	0,48
MWh / m <sup>3</sup> (Tableros)	1,10	1,0

Notas:

- Corresponde a Gastos de Administración + Costo de Distribución
- CxC Corrientes + Inventarios + Pagos anticipados corrientes – CxP corrientes
- Índice de Frecuencia de Accidentes de Trabajo





## Perspectivas y desafíos

- Manejo proactivo de estrategias de canales, pricing y mix de productos para enfrentar escenario competitivo
- **Brasil:**
  - Continuar con crecimiento de ventas de MDP
  - Capturar los ahorros de costos resultante de inversiones
  - Impulsar alzas de precios
- **Chile:**
  - Defender posición tableros MDP en el país y la región Pacífico
  - Captura de mejoras en costos planta MDP, contratos de largo plazo de suministro eléctrico y planta de co-generación
  - Reducir importancia de exportaciones a mercados fuera de LA
- **México:**
  - Toma de control Rexcel después aprobación Comisión Federal Competencia
  - Aumento Capital por US\$ 100 MM
- **Argentina:**
  - Culminar con éxito repatriación de divisas
- **Venezuela:**
  - Prepararse para distintos escenarios electorales



## Contenidos

Destacados  
2T'12



Indicadores  
macroeconómicos

Estrategia  
(iniciativas,  
perspectivas  
y desafíos)



Desempeño  
Operacional  
y Financiero



Revisión  
Unidades de  
Negocios



Análisis  
deuda financiera  
y  
Capex



## Comparación resultados

Resultados Consolidados (miles de US\$)	2T'11	2T'12	Δ% A/A	1T'12	2T'12	Δ% T/T
Ingresos de actividades ordinarias	304.722	335.961	10,3%	308.148	335.961	9,0%
Ganancia bruta	60.585	71.450	17,9%	59.937	71.450	19,2%
<i>Margen bruto (%)</i>	19,9%	21,3%		19,5%	21,3%	
Otros ingresos por función	13.713	18.021	31,4%	18.511	18.021	-2,6%
Costos de distribución y gasto de administración	-38.890	-44.369	14,1%	-41.707	-44.369	6,4%
<i>GAV / Ventas (%)</i>	12,8%	13,2%		13,5%	13,2%	
Otros gastos por función	-8.146	-4.333	-46,8%	-17.038	-4.333	-74,6%
Costos financieros netos	-11.380	-11.500	1,1%	-11.689	-11.500	-1,6%
Diferencias de cambio y resultado por unidades de reajuste	-2.348	-7.866	235,0%	325	-7.866	-2520,3%
Gasto (Ingreso) por impuesto a las ganancias	-1.167	-3.801	225,7%	-2.963	-3.801	28,3%
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>11.277</b>	<b>17.178</b>	<b>52,3%</b>	<b>6.000</b>	<b>17.178</b>	<b>186,3%</b>
<i>Margen última línea (%)</i>	3,7%	5,1%		1,9%	5,1%	
Depreciación + Amortizaciones	12.244	13.037	6,5%	12.646	13.037	3,1%
Consumo de materia prima propia forestal	16.592	18.697	12,7%	14.082	18.697	32,8%
<b>Ebitda</b>	<b>50.531</b>	<b>58.815</b>	<b>16,4%</b>	<b>44.958</b>	<b>58.815</b>	<b>30,8%</b>
<i>Margen Ebitda (%)</i>	16,6%	17,5%		14,6%	17,5%	
Crecimiento neto activos biológicos	9.737	15.818	62,5%	16.880	15.818	-6,3%

### Principales cambios 2T'12 v/s 2T'11

#### Ganancia Bruta

- Aumenta 17,9% por aumento de ventas y márgenes en la región

#### Otros ingresos por función

- Aumenta US\$ 7,3 MM por el crecimiento neto del activo biológico

#### Activo Biológico Neto

- Mayor crecimiento neto por efectos favorables de los mayores márgenes de la venta de productos forestales en Argentina.

#### Costos de Distribución y Gastos de Administración

- Aumenta en US\$ 5,5 MM debido a efectos inflacionarios y de tipo de cambio en Venezuela y gastos operación red Placacentro en Chile y Colombia, y a gastos logísticos derivados de mayor nivel de ventas

#### Otros gastos por función

- Disminuye en US\$ 3,8 MM debido a que durante el año 2011 se registraron gastos de cierre de la planta PB en Puschmann y al traslado de la planta de Puertas y Enchapado en Ranco

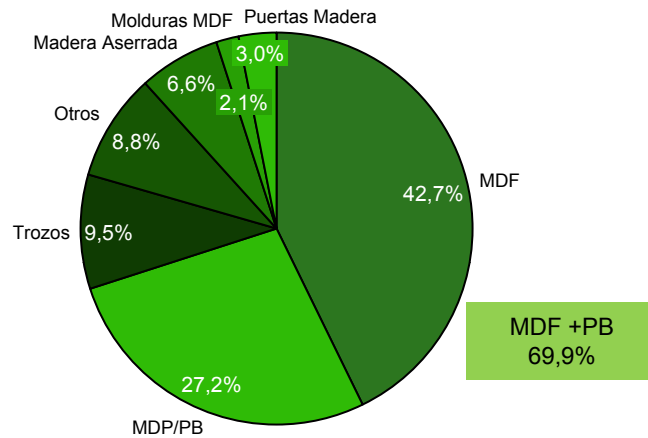


# Análisis ventas consolidadas 2T'12

Análisis por Producto

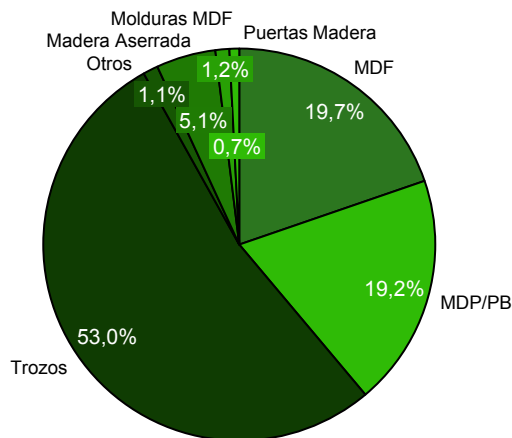
Ventas por Producto (Total US\$ 336,0 MM)

US\$



Volumen Venta por Producto (Total 1.336,8 miles m³)

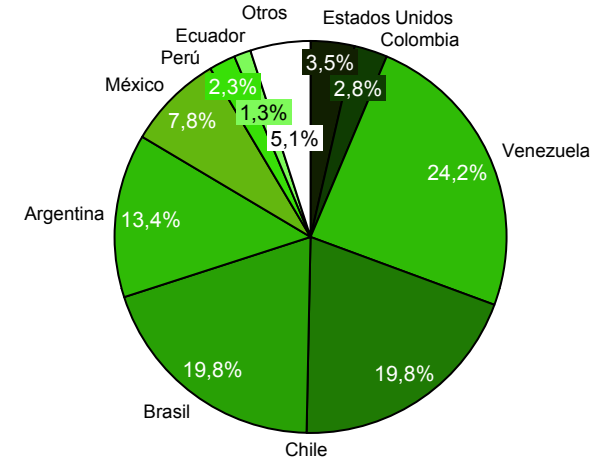
m³



Análisis por País/Canal

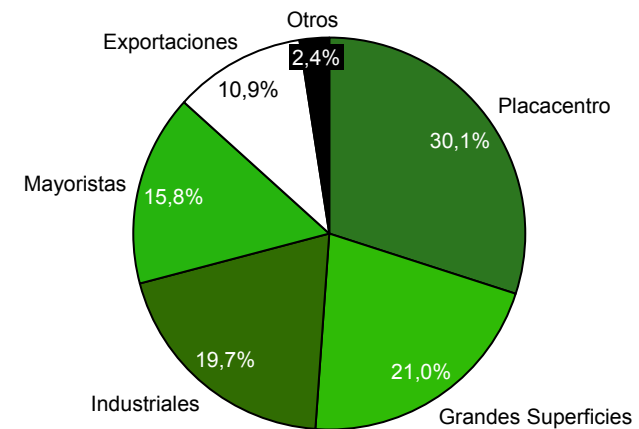
Ventas por País (Total US\$ 336,0 MM)

US\$



Ventas por Canal (Total US\$ 336,0 MM)

US\$





## Contenidos

Destacados  
2T'12

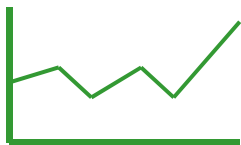


Indicadores  
macroeconómicos

Estrategia  
(iniciativas,  
perspectivas  
y desafíos)



Desempeño  
Operacional  
y Financiero



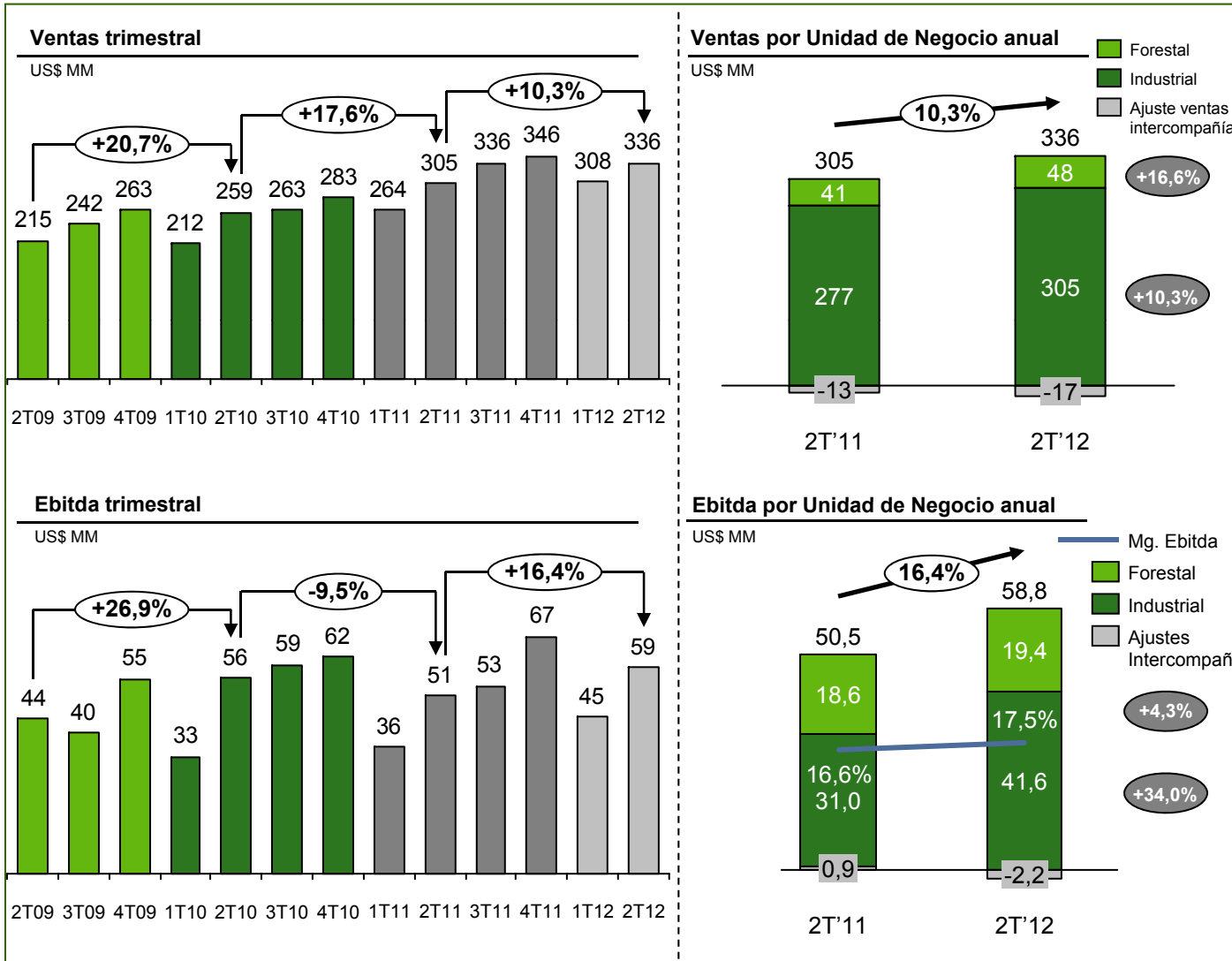
Revisión  
Unidades de  
Negocios



Análisis  
deuda financiera  
y  
Capex



# Evolución ventas y ebitda: 2T'11 v/s 2T'12



## Ventas: 2T'11 v/s 2T'12

- Unidad Industrial: **+10,3%**
  - ✓ Perú: +43,9%
  - ✓ Venezuela: +36,4%
  - ✓ Colombia: +15,7%
  - ✓ Argentina: +12,5%
  - ✓ Chile: +2,4%
  - ✓ México: -1,0%
  - ✓ Brasil: -13,0%

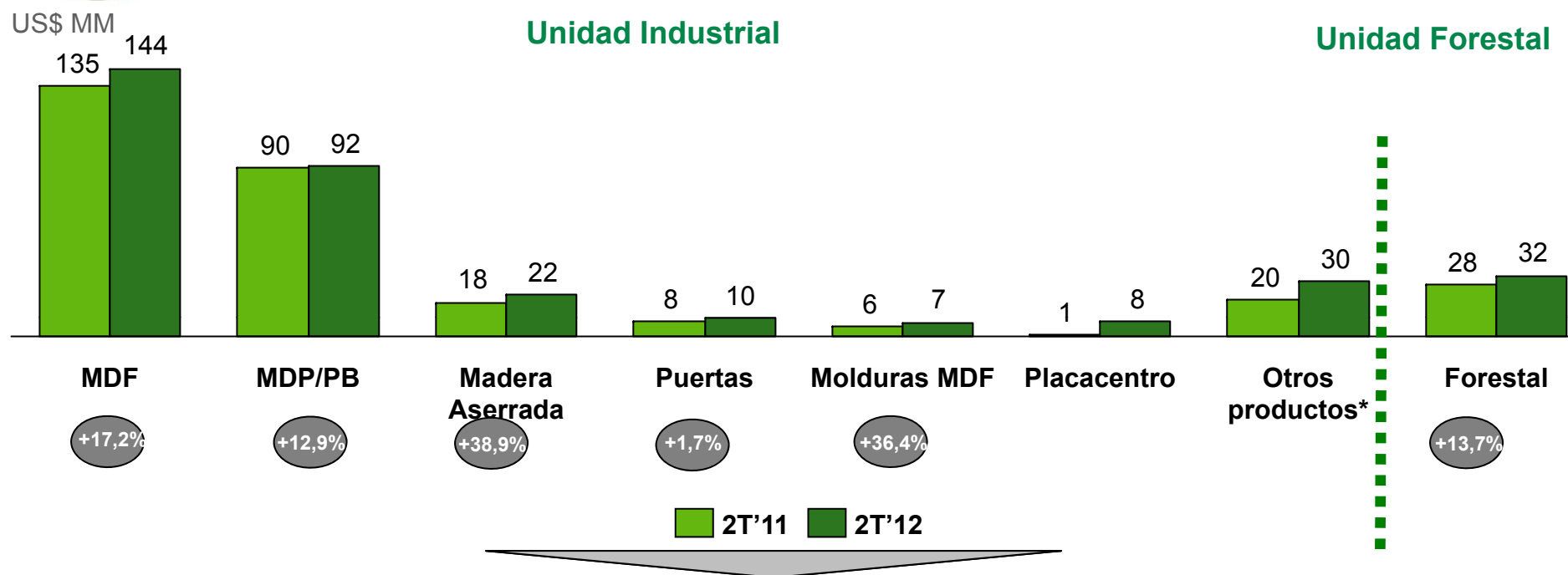
- Unidad Forestal: **+16,6%**
  - ✓ Venezuela: +124,9%
  - ✓ Argentina: +91,7%
  - ✓ Chile: -4,4%
  - ✓ Brasil: -28,7%

## Ebitda: 2T'11 v/s 2T'12

- Unidad Industrial: +US\$ 10,6 MM
- Unidad Forestal: +US\$ 0,8 MM



## Ventas a terceros por producto 2T'11 v/s 2T'12



- MDF: +6,3% (volumen m3 +0,8%) → +US\$ 8,5 millones por mayores ventas en Venezuela (+35,1%), Chile (+47,2%), Argentina (+15,0%), y México (+10,7%). Mercado exportación cae en 29,3% debido a estrategia de focalización en mercados latinoamericanos
- MDP/PB: +1,2% (volumen m3 +2,1%) → +US\$ 1,1 millones por mayores ventas en Venezuela (+41,7%), Argentina (+9,0%), Perú (+23,8%) y Colombia (+41,2%)
- Madera aserrada aumenta 24,6% por mayores ventas en Venezuela
- Red Placacentro aumenta US\$ 6,7 millones por mayores ventas en Chile
- Forestal aumenta 13,4%, principalmente por mayores ventas en Argentina (+91,7%) y Venezuela (+124,9%)



## Contenidos

Destacados  
2T'12

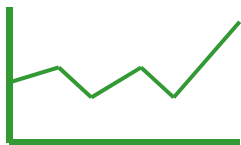


Indicadores  
macroeconómicos

Estrategia  
(iniciativas,  
perspectivas  
y desafíos)



Desempeño  
Operacional  
y Financiero



Revisión  
Unidades de  
Negocios



Análisis  
deuda financiera  
y  
Capex





# Análisis deuda financiera

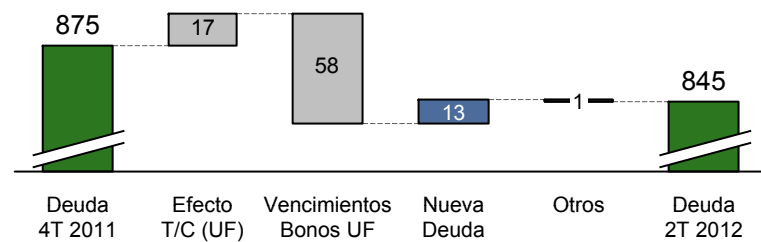
## Deuda Consolidada

Miles US\$

Deuda Consolidada (miles de US\$)	4T'12	2T'12	Δ% T/T
Deuda Financiera Corto Plazo	248.206	228.287	-8,0%
Deuda Financiera Largo Plazo	626.408	616.619	-1,6%
<b>TOTAL DEUDA FINANCIERA</b>	<b>874.614</b>	<b>844.906</b>	<b>-3,4%</b>
Caja y Efectivo Equivalente	176.885	105.893	-40,1%
<b>TOTAL DEUDA FINANCIERA NETA</b>	<b>697.729</b>	<b>739.013</b>	<b>5,9%</b>

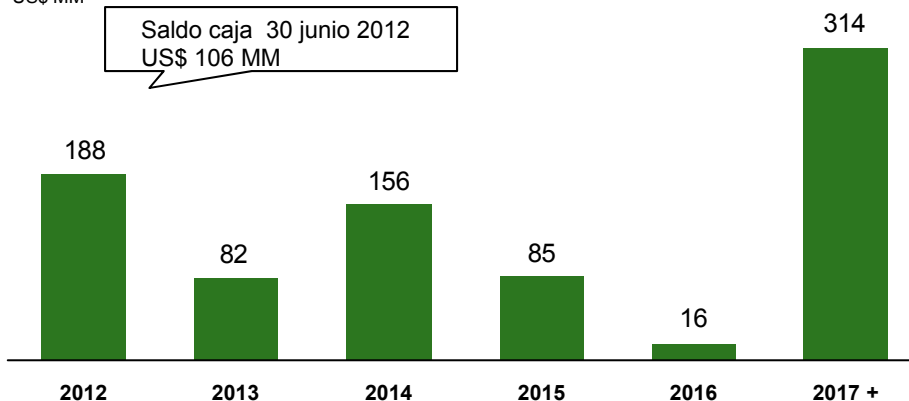
## Evolución Deuda

Miles US\$

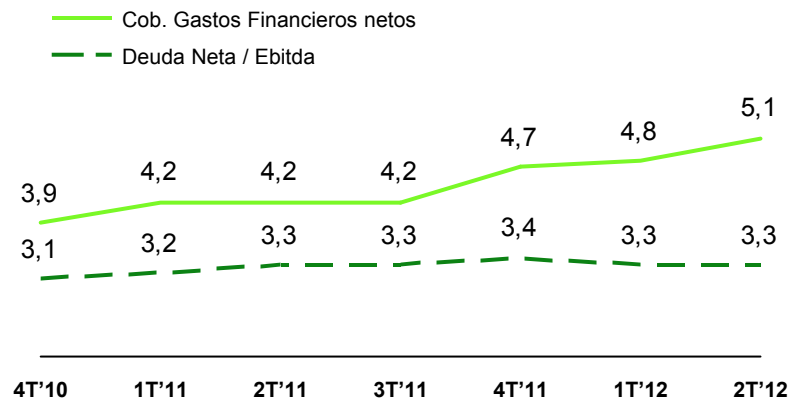


## Perfil Vencimientos Deuda Financiera\*

US\$ MM



## Evolución Razones Financieras

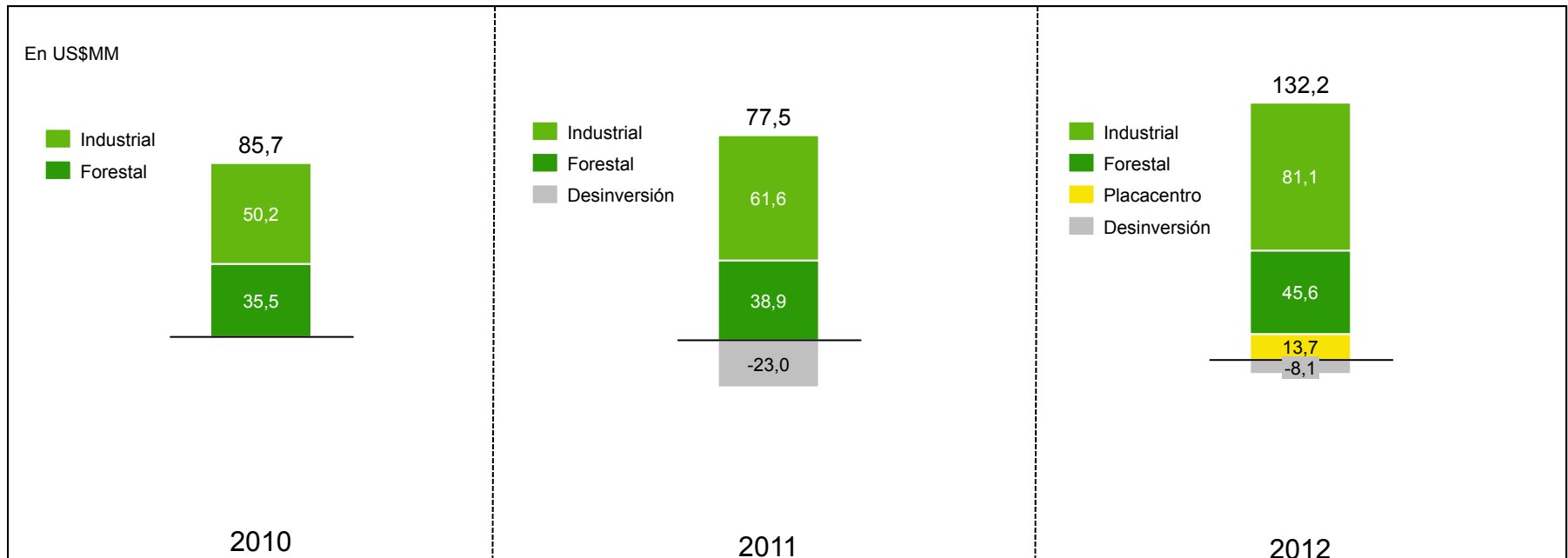


\*Perfil de Vencimientos:

- la suma de los flujos difiere del monto total de deuda financiera, ya que esta considera intereses devengados, costos y gastos activados en procesos de emisión y otros
- Incluye deudas de corto plazo



## Capex 2010 – 2012



- Nueva línea Melamina Ponta Grossa, Brasil (Capex US\$11,2 MM, 140.000 m<sup>3</sup>)
- Nueva línea de Melamina y Pintado Cabrero, Chile (Capex US\$ 10,7 MM, 125.000m<sup>3</sup> y US\$ 7,8 MM, 36.000 m<sup>3</sup> resp.)
- Planta Resina Arclin, México (Capex US\$ 8,8 MM, 60 mil tons. resina y 7,3 mil tons. formol)
- Rexcel, 2 líneas MDP (Capex US\$ 54,2 MM, 460.000m<sup>3</sup>)



*Esta presentación puede contener proyecciones, las cuales constituyen declaraciones distintas a hechos históricos o condiciones actuales, e incluyen sin limitación la actual visión y estimación de la administración de futuras circunstancias, condiciones de la industria y desempeño de la compañía. Alguna de las proyecciones puede ser identificada por el uso de los términos "podría", "debería", "anticipa", "cree", "estima", "espera", "planea", "pretender", "proyectar" y expresiones similares. Son ejemplo de proyecciones las declaraciones respecto de futuras participaciones de mercado, fortalezas competitivas futuras proyectadas, la implementación de estrategias operacionales y financieras relevantes, la dirección de las futuras operaciones, y los factores o tendencias que afectan las condiciones financieras, liquidez o resultados operacionales. Dichas declaraciones reflejan la actual visión de la administración y están sujetas a diversos riesgos y eventualidades. No hay seguridad que los esperados eventos, tendencias o resultados ocurran efectivamente. Estas declaraciones se formulan sobre la base de numerosos supuestos y factores, incluido condiciones generales de la economía y del mercado, condiciones de la industria y factores operacionales. Cualquier cambio en los referidos supuestos o factores podría causar que los actuales resultados de Masisa y las acciones proyectadas de la compañía difieran sustancialmente de las expectativas presentes. Se deja expresa constancia que este documento tiene un propósito netamente informativo, no teniendo ni pretendiendo tener alcance legal en su contenido.*



**MASISA**  
más confianza