



MASISA

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 1T'08

9 de Mayo, 2008

Proyecciones y Estimaciones



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.



Aspectos Destacados del Trimestre

Comparación Resultados Anuales 1T'08 Versus 1T'07

Mejoras en el Desempeño 1T'08 Versus 1T'07

Hechos Importantes 1T'08 y Visión del Mercado

Aspectos Destacados del Trimestre



- Excelentes Resultados: Aumentos de 255% en Utilidad Neta y 23% en Ebitda.
- Línea de MDF en Cabrero, Chile (MDF 2).
- Nueva planta de MDP en Rio Grande do Sul, Brasil.
- Etapa final de Venta de planta OSB en Ponta Grossa, Brasil a Lousiana Pacific.
- Menor dependencia en las ventas a EE.UU.
- Desregistro de los ADR de Masisa de la NYSE.
- Proceso de Negociación de fusión Masisa / Tafisa.



Aspectos Destacados del Trimestre

Comparación Resultados Anuales 1T'08 Versus 1T'07

Mejoras en el Desempeño 1T'08 Versus 1T'07

Hechos Importantes 1T'08 y Visión del Mercado



Comparación Resultados 1T'08 vs 1T'07

Estado de Resultados	1T08	1T07	%
	US\$MM	US\$MM	
Ingresos de Explotación	257,6	216,5	19,0%
Costos de explotación (menos)	-192,1	-163,0	17,8%
Margen de Explotación	65,6	53,5	22,6%
Margen Bruto	25,4%	24,7%	
Gastos de administración y ventas (menos)	-35,1	-30,8	14,0%
GAV / Ventas	-13,6%	-14,2%	
Resultado de Explotación	30,4	22,7	34,3%
Margen Operacional	11,8%	10,5%	
Diferencias de cambio	-3,4	-1,8	
Resultado Financiero	-11,3	-7,7	
Otros No Operacional	-0,5	-7,3	
Resultado Fuera de Explotación	-15,1	-16,8	
Impuestos	-5,2	-8,3	
Interés minoritario	0,3	4,6	
Amortización Mayor Valor de Inversiones	1,2	1,1	
Utilidad (Pérdida) del Ejercicio	11,5	3,2	255,5%
EBITDA	48,1	39,0	23,1%
Margen EBITDA	18,7%	18,0%	

Incremento en ventas explicado principalmente por alzas de precios en MDF y PB, y recuperación en ventas de madera aserrada, que superan el desempeño más bajo en negocio de Molduras MDF y FJ.

Exitosos esfuerzos comerciales, en cuanto a diversificación de mercados y mejoramiento del mix de productos. Traspaso de alzas de costos a precios mejorando los márgenes.

La razón gastos de administración y ventas a ventas consolidadas de la Compañía muestra una mejoría durante este trimestre, bajando desde 14,2% durante el primer trimestre de 2007 a 13,6% en el primer trimestre de 2008, reflejando una mejoría en la eficiencia operacional.

El resultado no operacional mejora en US\$ 1,6MM (+9,8%) con respecto al primer trimestre de 2007, alcanzando US\$ -15,1MM. Esto se explica principalmente por menores otros egresos fuera de la explotación, correspondientes a ajustes "One Time" ocurridos en 1T'07

En línea con el crecimiento en ventas, principalmente impulsado por el negocio de tableros para muebles (MDF y PB) y a pesar de las presiones de costos a nivel de insumos, el Ebitda de la Compañía muestra un incremento de US\$ 9,0 MM (+23,1%), alcanzando US\$ 48,1MM. El margen de Ebitda sobre Ventas se aumenta con respecto al primer trimestre de 2007, subiendo de un 18,0% a un 18,7%.



Ítems no recurrentes 1T'08

Ítems no recurrentes (US\$ M)	1T'07	1T'08
Operacionales		
Costos operacionales	-636	0
GAV	-913	-21
Total Operacional	-1.549	-21
No Operacionales		
No Operacionales	-5.328	-119
TOTAL	-6.877	-140

No hay ítems no recurrentes significativos que reportar durante 1T'08.



Aspectos Destacados del Trimestre

Comparación Resultados Anuales 1T'08 Versus 1T'07

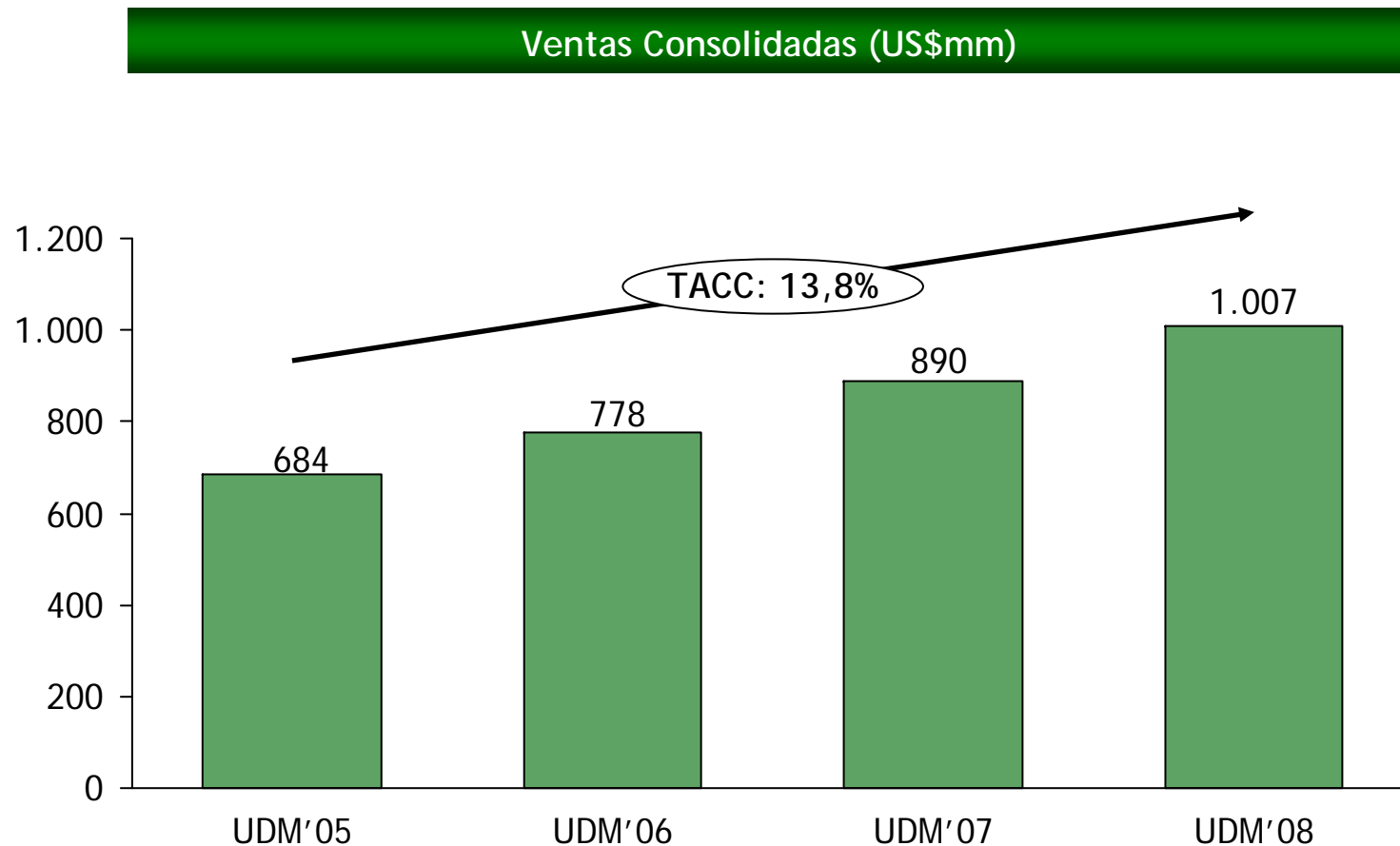
Mejoras en el Desempeño 1T'08 Versus 1T'07

Hechos Importantes 1T'08 y Visión del Mercado



Desempeño

- Crecimiento consistente en Ventas. Principalmente impulsado por el negocio de MDF y Aglomerado (PB).
- Exitoso esfuerzo comercial en aumento de precios.
- Atractivo potencial de crecimiento en la región.

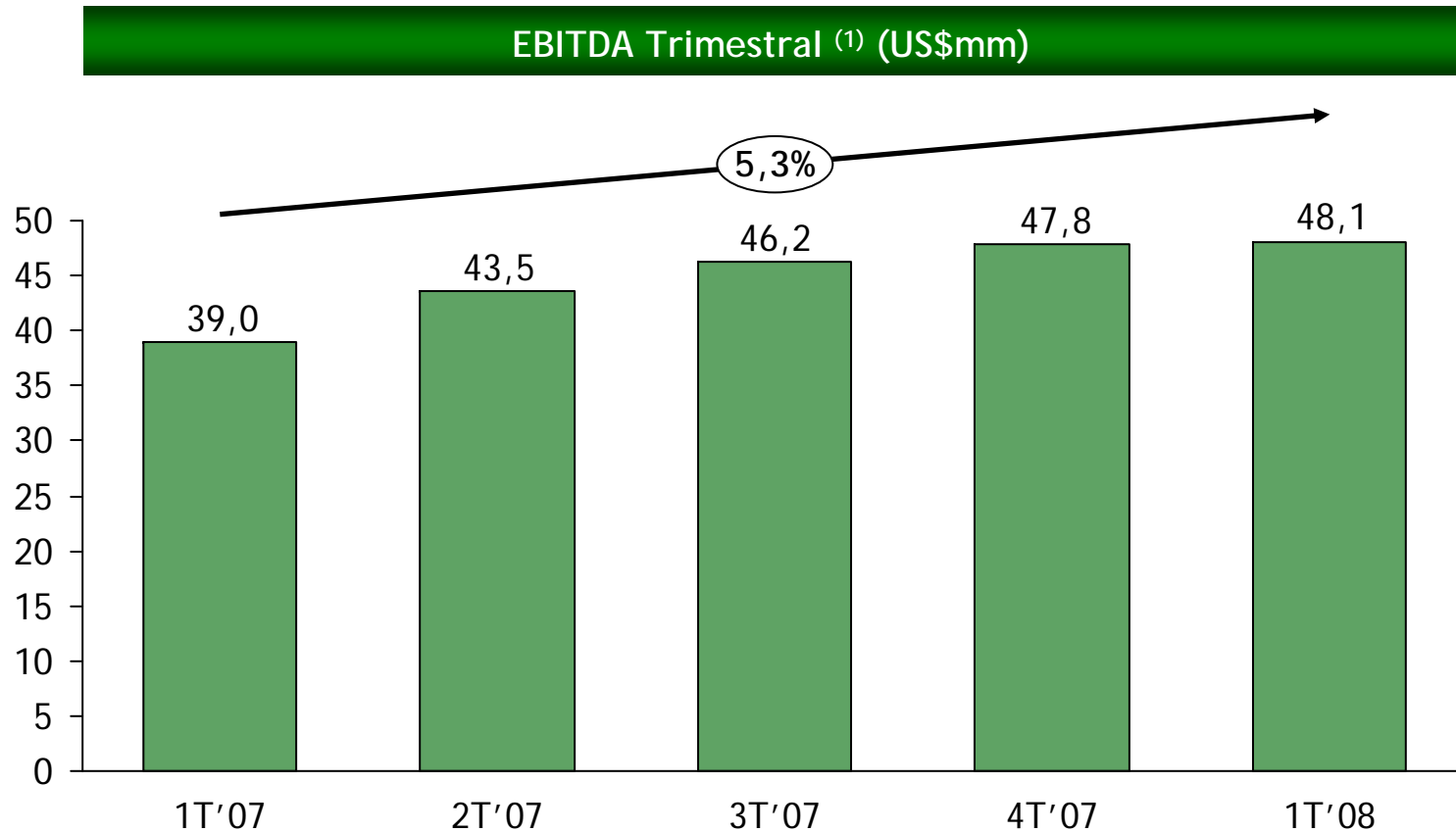


*UDM: Períodos de 12 meses móviles terminados en Marzo 31 de cada año.



Desempeño

- Generación de flujo operacional adecuada (EBITDA), a pesar de las presiones de costos.

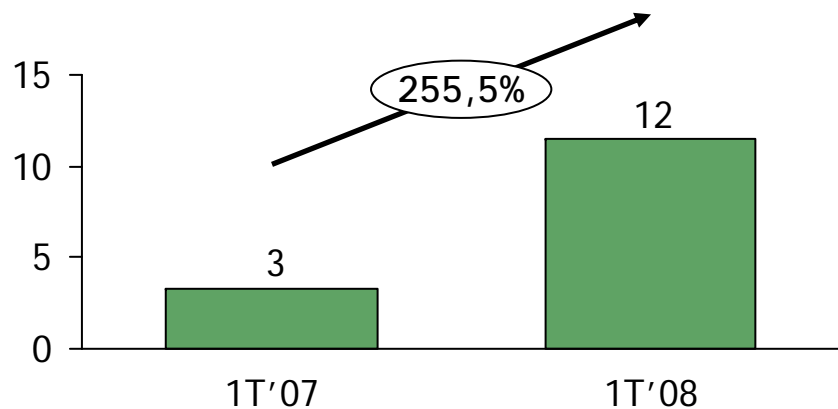


(1) EBITDA = Resultado Operacional + Depreciación + Amortizaciones + Consumo materia prima propia.

Desempeño



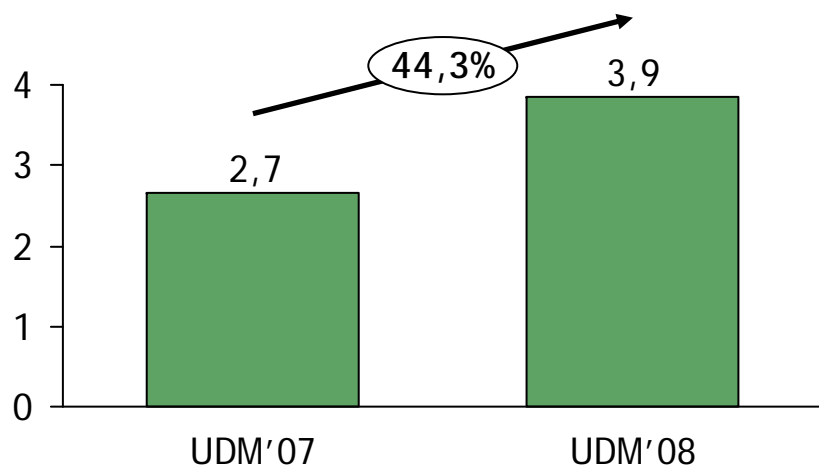
Utilidad Neta Trimestral (US\$mm)



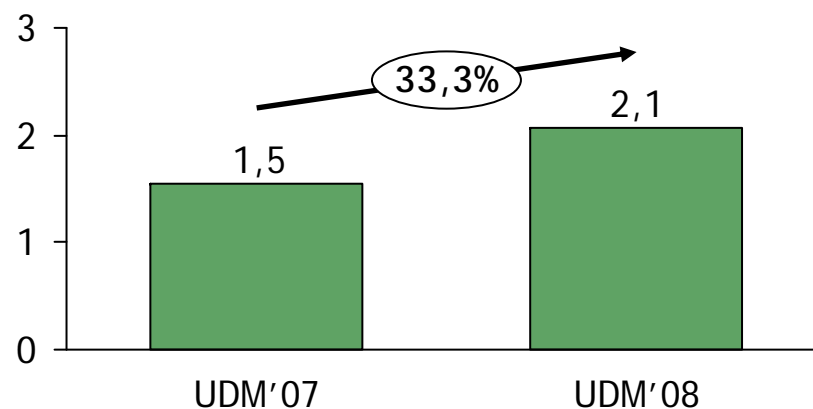
- Utilidad Neta mejora 1T'07 v/s 1T'08 (+255%).

- Incremento en ROE y ROA en los últimos doce meses.

ROE (1)



ROA (2)



(1): ROE = Utilidad Neta / Patrimonio.

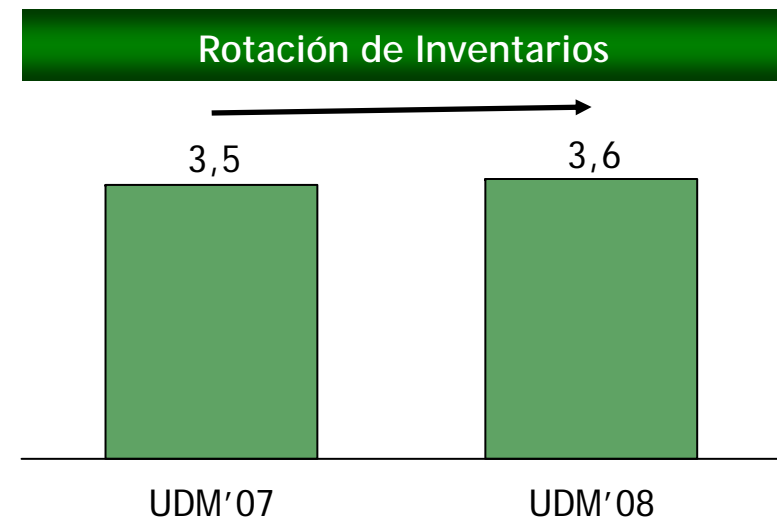
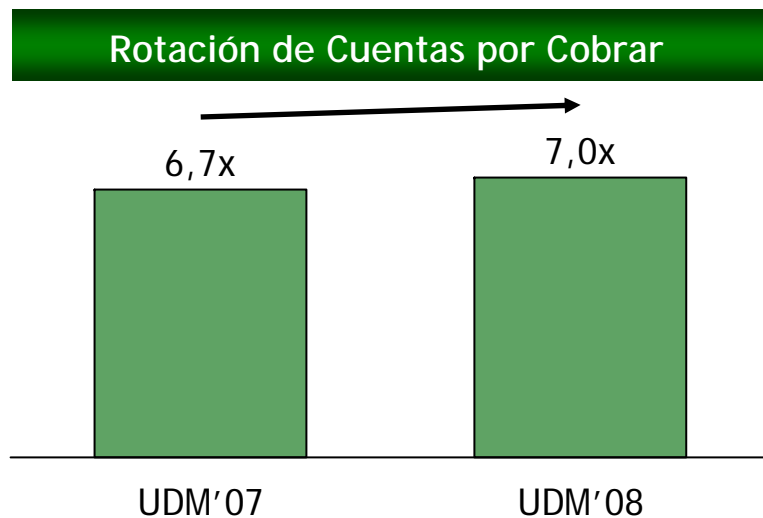
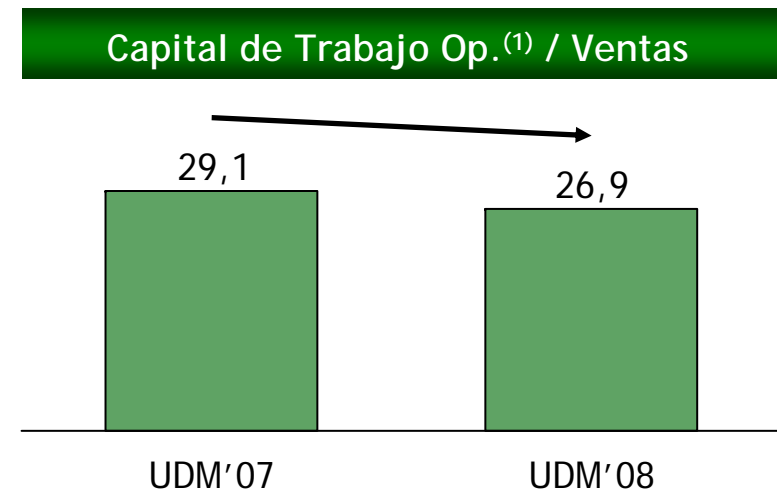
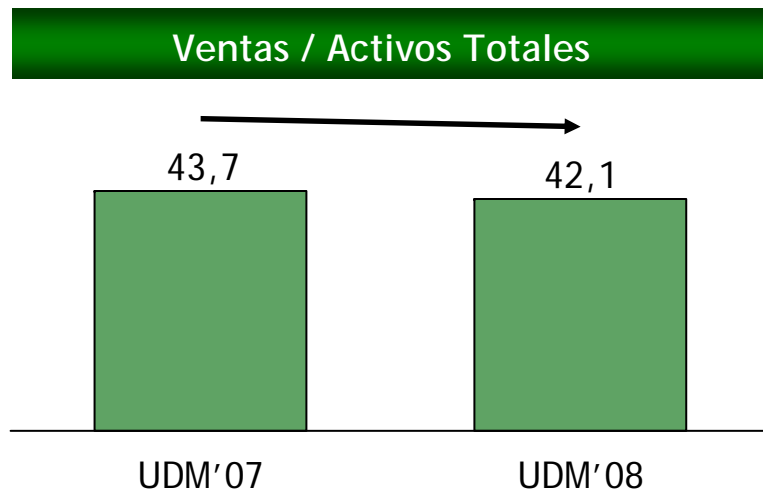
(2) ROA = Utilidad Neta / Total Activos

*UDM: Año móvil terminado el 31 de marzo de cada año



Desempeño

- Adecuado uso de nuestros activos junto a una baja en el requerimiento de capital de trabajo sobre ventas.



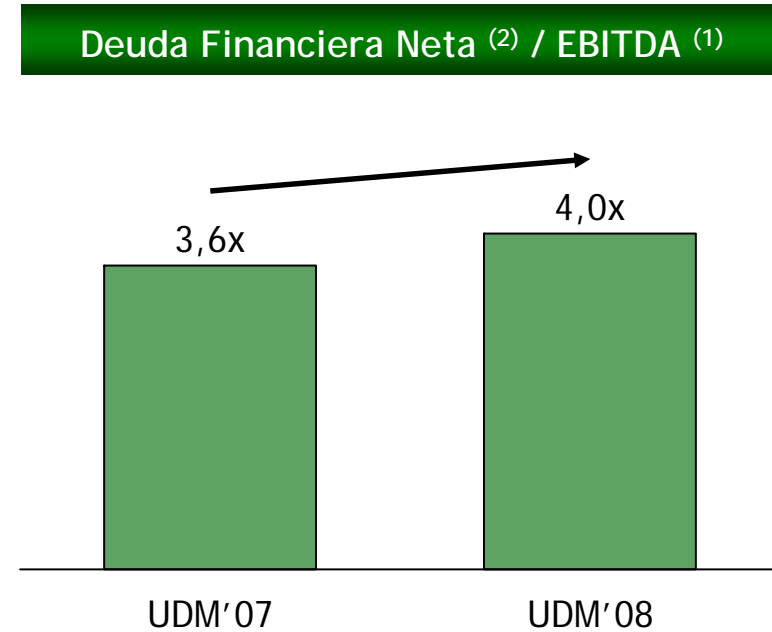
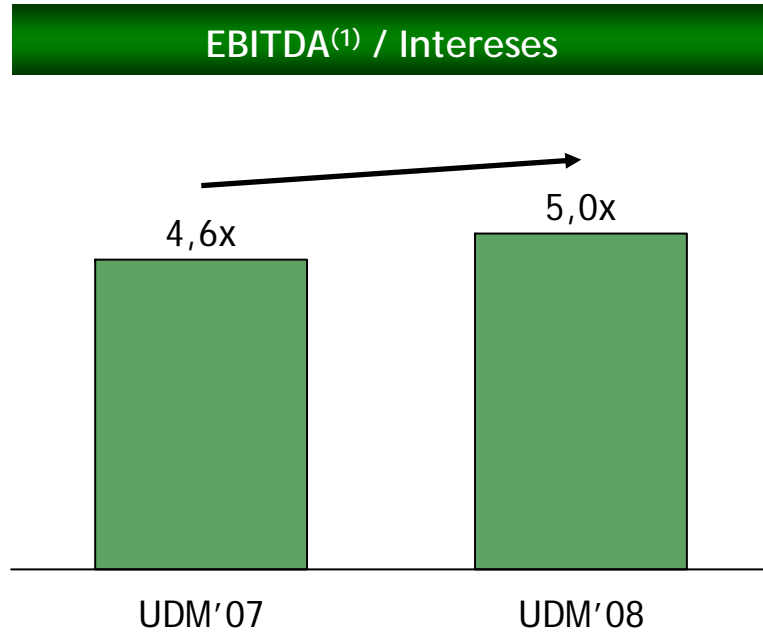
(1) Capital de Trabajo Operativo = Deudores por ventas (neto) + Documentos x Cobrar (neto) + Deudores varios (neto) + Documentos y Ctas x Cobrar de empresas relacionadas - Cuentas x Pagar - Documentos x Pagar - Acreedores varios - Documentos y cuentas por pagar a empresas relacionadas - Madera en Pie.

*UDM: Año móvil terminado el 31 de marzo de cada año



Desempeño

- Continuo crecimiento junto con un adecuado perfil financiero de la Compañía.



Este indicador presenta temporalmente un incremento, debido a la compra del 37% de Tafisa Brasil, el cual fue el primer paso en un acuerdo para la combinación de las operaciones en Brasil de Masisa y Sonae Industrias (Dueño de Tafisa). Este indicador volverá a niveles normales una vez finalizado el proceso de combinación de negocios hacia mediados de año.

(1) Deuda Neta = deuda corto plazo + porción corriente de deuda de largo plazo + deuda de largo plazo - caja y disponible.

(2) EBITDA = Resultado Operacional + Depreciación + Amortizaciones + Consumo materia prima propia.

*UDM: Año móvil terminado el 31 de marzo de cada año



Aspectos Destacados del Trimestre

Comparación Resultados Anuales 1T'08 Versus 1T'07

Mejoras en el Desempeño 1T'08 Versus 1T'07

Hechos Importantes 1T'08 y Visión del Mercado



Hechos Importantes 1T'08

- Continúa una fuerte demanda en todos los mercados de la región, lo que se evidencia en el crecimiento en ventas de MDF y PB durante 1T'08 de 31% y 25% versus 1T'07, respectivamente. Continúa la capacidad de transferir incrementos en los costos a precios durante el 2008. Precios consolidados se incrementan en 25% y 21% para MDF y PB respectivamente. El margen bruto se incrementa desde 24% en 1T'07 hasta 25% en 1T'08.
- Nueva línea de MDF en Cabrero, Chile, alcanzando niveles de plena capacidad. Durante Marzo 2008 alcanzó el 60% de capacidad, y en Abril el 70%. Operaciones a toda capacidad a mediados de 2008.

Visión del Mercado

1. Mercado favorable en Latinoamérica.
2. Mejora en el abastecimiento de tableros de madera para otros mercados de la región (Perú, Ecuador, México y Brasil) en parte debido a la nueva línea de MDF en Chile.
3. Iniciativas para mejorar los márgenes:
 - Mejorar mix de productos con unidades que muestren mejores márgenes.
 - Aumentar la venta a través de canales de distribución con mejores márgenes (Placacentros).
4. Costos: Los costos de madera debiesen subir. Se espera que las resinas permanezcan estables, así como los costos de energía.
5. En general, los márgenes debiesen permanecer en los niveles actuales. Probada capacidad para traspasar incrementos de costos a precios.



Hechos Importantes 1T'08

1. Continúa la migración de contratos de Placacentros desde licencias de marca a contratos tipo franquicia (proceso iniciado en dic. de 2006): Según lo programado. Número de Placacentros migrados durante 1T'08: 11. El 58% de la red de Placacentros se encuentra franquiciada.
 - Total de Placacentros al 31 de Marzo de 2008: 325.
2. Central de Compras de Accesorios (CC): Plataforma de ventas por internet: operando en Brasil, Chile, Ecuador, México, Perú, Venezuela y Colombia. Plataforma a ser replicada en nuevas CC's.
 - Ventas Totales durante 1T'08: US\$ 0.9MM v/s US\$ 0.3MM en 1T'07.
 - 38,3% de la red de Placacentros utiliza la central de compras.
3. Penetración ventas de Placacentros a ventas de tableros en mercados domésticos: 33,4% a Marzo de 2008.
4. Otros esfuerzos en línea con la estrategia, mayor valor agregado a través de diferentes iniciativas de creación de valor:
 - Aplicación Manual Operativo de la Franquicia Placacentros
 - Extranet de Placacentros
 - Nueva herramienta para medir penetración del mix de productos
 - "¡Bienvenido Cliente!": Herramienta de evaluación y supervisión para mejora continua.

Visión del Mercado

1. Aperturas de Agencias: A los mejores Placacentros, basados en criterios de localización, se los llevará bajo un esquema de agencia, en donde los terrenos son arrendados y las operaciones son llevada por un tercero. A la fecha ya existen 2 Placacentros bajo dicho formato operando en Colombia.
2. Se continúan con todos los esfuerzos antes mencionados, con el objetivo de convertir la red de Placacentros como el "One Stop Shopping" de los carpinteros, logrando una mayor cercanía con los clientes.



Madera Sólida

Hechos Importantes 1T'08

1. Continúa contracción en industria de la construcción en EE.UU. afectando envíos de molduras MDF y molduras finger-joint. Puertas y madera aserrada tuvieron un adecuado desempeño en 1T'08.
2. Apreciaciones de monedas locales en Brasil y Chile han afectado los márgenes. La Compañía ha tomado derivados para mitigar este efecto.
3. Optimizar estructura de costos.
 - Consolidación de activos operacionales en Chile (Cabrero): Líneas de molduras MDF y actividades de aserrío.
 - Mejoras de mix de productos: Reducción de producción de molduras MDF y FJ (-23% y -38% de reducción en volumen vendido, medido en metros cúbicos para 1T'08 y 1T'07 respectivamente)
 - Iniciativas reducción de costos, principalmente en electricidad.
4. Venta de madera aserrada mejoró significativamente (+39%) 1T'08 versus 1T'07. Esto es debido al proceso de diversificación de mercados que ha llevado la Compañía, logrando elevadas ventas en Venezuela y Brasil, y abriendo los mercados de Sudáfrica y Medio Oriente. Enfoque hacia mercados que pagan premio por manejo FSC de bosques (Reino Unido).

Visión del Mercado

1. Molduras: Mercado de molduras en EE.UU., estable y sin signos de recuperación en el corto plazo (al menos hasta 1S '09):
 - Las molduras finger-joint han sido las más afectadas debido a la alta correlación con la construcción de viviendas nuevas. Se espera que los precios permanezcan estables, e incluso que suban.
 - Las molduras MDF debiesen mantener nivel de precios con respecto a 4T'07. Foco en mantener rentabilidad en las exportaciones, probablemente sacrificando volumen. MDF no comercializado como molduras, vendido como tableros en Latinoamérica.
2. Puertas de madera sólida, outlook estable (volumen estable con alzas de precios).
3. Buen outlook para la madera aserrada, con precios convenientes y nuevos mercados.



Hechos Importantes 1T'08

1. Adquisición de terrenos plantables. Esto con el fin de desarrollar proyectos Greenfield directamente o en asociación con terceros. El objetivo es asegurar el acceso de largo plazo a la fibra para apoyar la estrategia de crecimiento industrial. Proyectos Greenfield consisten en la compra de terrenos para el posterior desarrollo de plantaciones forestales.

Adquisición de terrenos plantables durante el 2007:

Argentina: 19.600 has.

Brasil: 1.529 has.

Chile: 1.300 has.

2. Exitosa implementación de medidas de prevención de incendios en todos los países. No hubo incidentes a reportar durante la temporada de incendios.
3. Implementación de programas para reducir costos en Chile y Brasil.

Visión del Mercado

1. Continuará la búsqueda y desarrollo de proyectos Greenfield, directamente o a través de terceros.
 - Brasil y Argentina: Plan a 3 años para adquirir terrenos bajo un esquema de propiedad compartida.

Consolidación Liderazgo Regional



- Outlook de mercado para tableros: Positivo y estable.
- Nueva planta de MDP: Contratos de compra de maquinarias comprometidos en Canadá y Alemania. Prensa desmontada y lista para embarcarse. Obra gruesa iniciada, con fundaciones instaladas.
- Mejorar Márgenes: Mejor mix de productos para una operación más eficiente y diversificación de mercados, aprovechando condiciones favorables fuera de L.A.
- Optimización de costos: Diversos programas en madera sólida y forestal.
- Compra de terrenos en forma directa o a través de asociaciones.
- Desregistro de los ADR de Masisa de la NYSE. Masisa mantendrá sus altos estándares de información y transparencia con los inversionistas a través de su programa de Investor Relations y su programa de Gobierno Corporativo junto al control interno.
- Oportunidades de crecimiento inorgánico.



Para mayor información, visitar nuestro sitio web:

<http://www.masisa.com>

O contacte a nuestro equipo de Relaciones con Inversionistas:

investor.relations@masisa.com

MASISA





Mirar el futuro llenos de confianza

Hemos conquistado el liderazgo en la industria de tableros de madera en Latinoamérica, por lo que nos proyectamos al futuro con una gestión orientada a generar valor económico, cautelando responsablemente nuestra gestión social y ambiental, y desarrollando procesos internos transparentes que nos permitan asegurar un correcto desempeño. Masisa es más confianza.

MASISA
más confianza

