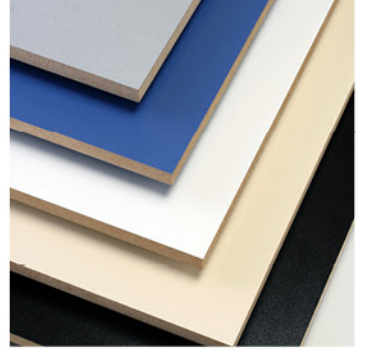


MASISA
más confianza

Mayo 2013





MASISA EN RESUMEN

ATRATIVOS DE INVERSIÓN

DESEMPEÑO FINANCIERO

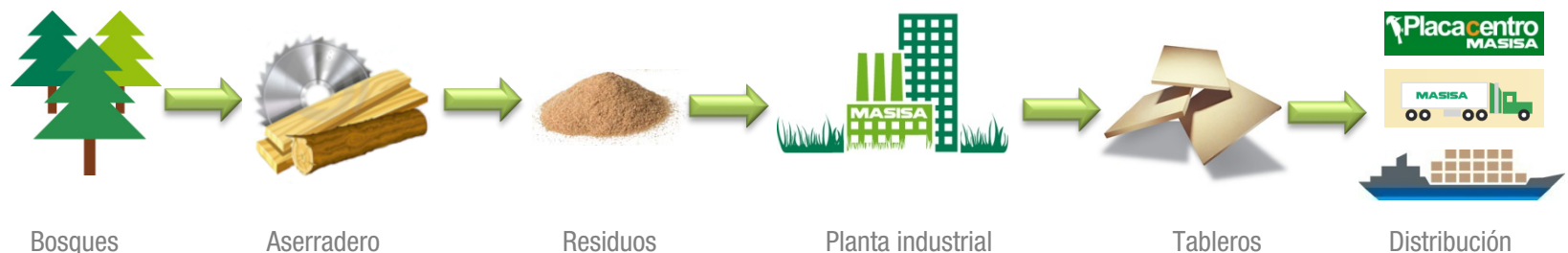
Highlights de Masisa



Compañía enfocada en la industria de **tableros de fibra y partículas de madera para muebles** y arquitectura de interiores en **Latinoamérica**.

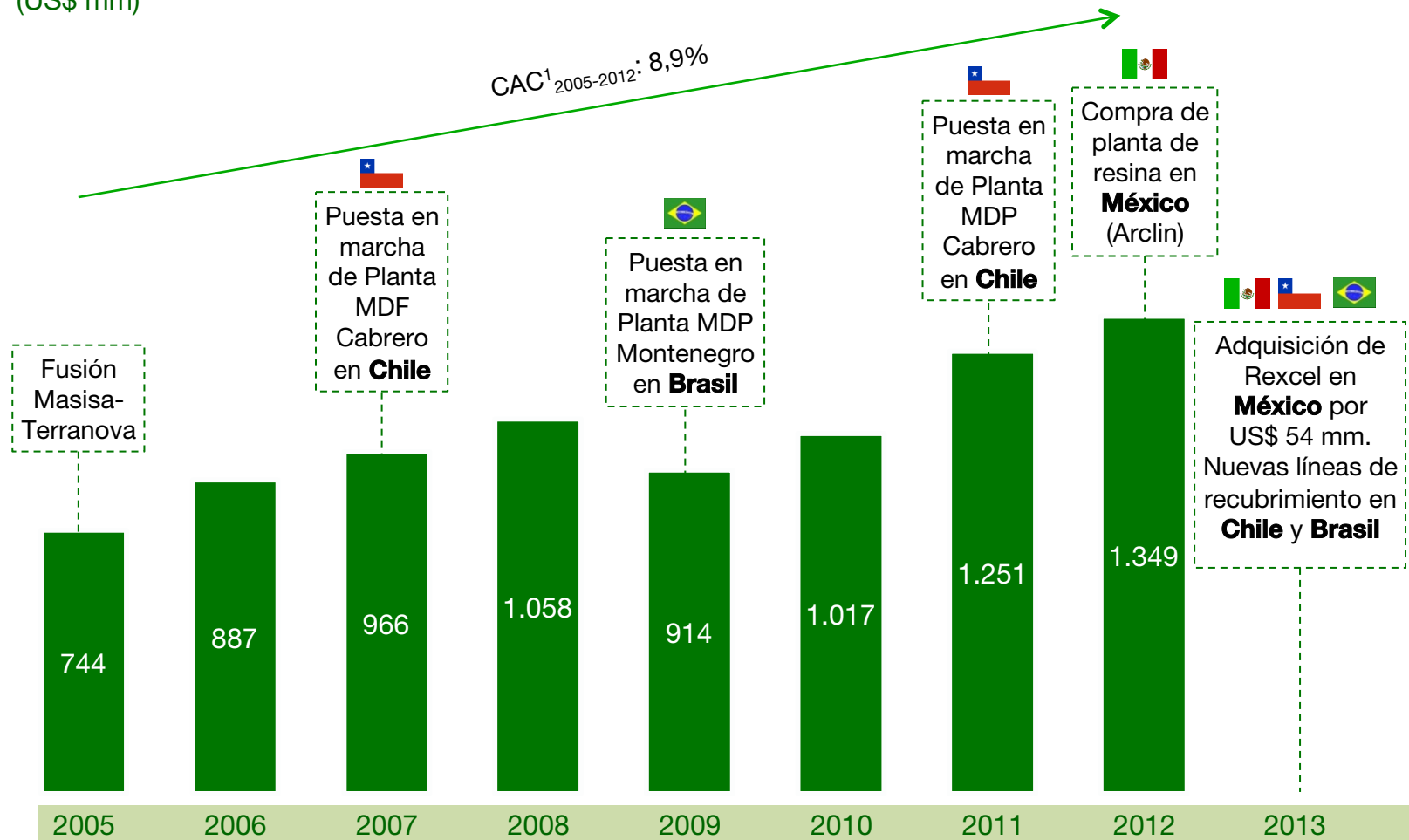
- #1 en capacidad instalada en Latinoamérica excluyendo Brasil
- #1 en ventas en 5 países de Latinoamérica
- #1 en red especializada de distribución con 382 tiendas en Latinoamérica (Placacentro)
- #1 en Top of Mind de marca en Latinoamérica
- #1 en estándares sociales y medioambientales en la región

Esquema de modelo de negocio



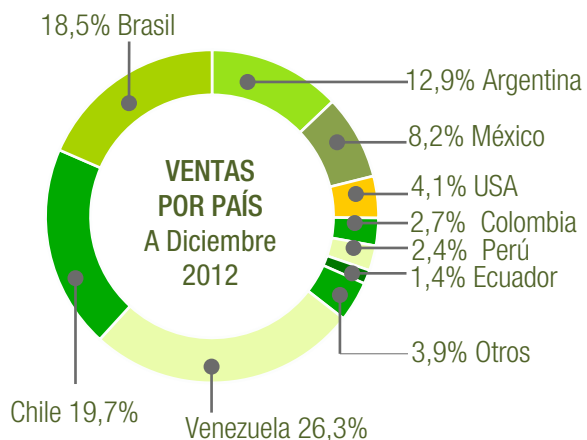
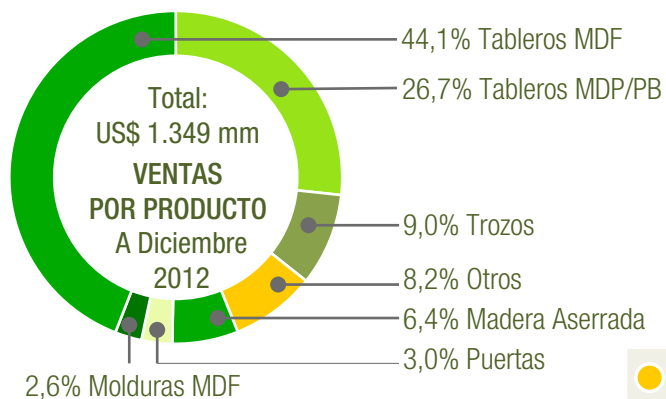
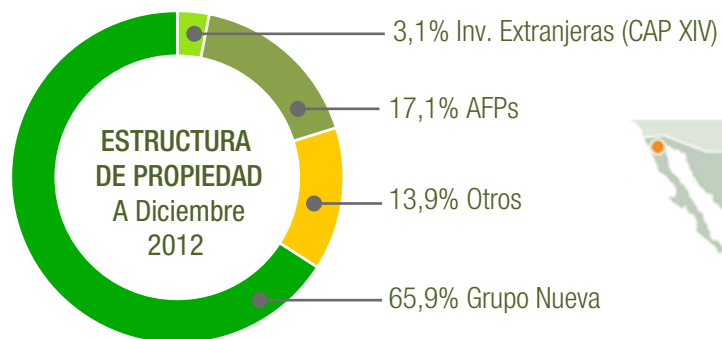
Sólida trayectoria de crecimiento en ventas e inversiones enfocadas en México, Chile y Brasil

Los ingresos tuvieron un CAC de 8,9% durante 2005-2012 y las inversiones en capacidad del periodo se focalizaron en México, Chile y Brasil
(US\$ mm)



Fuente: Masisa
(1) CAC: Crecimiento Anual Compuesto

Resumen Masisa



Tableros	3.299 mil m ³
Melamina	1.637 mil m ³
Aserraderos	487 mil m ³
Molduras MDF y Puertas	198 mil m ³

Principales cifras (Dic. 2012)

Patrimonio	US\$ 1.374 mm
Market Cap	US\$ 726 mm
Ventas	US\$ 1.349 mm
EBITDA	US\$ 224,4 mm
Activos	US\$ 2.708 mm

Operación integrada con foco en la elaboración y comercialización de paneles

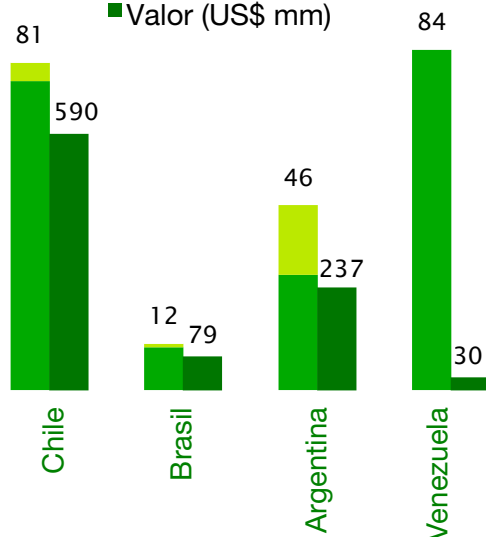
Patrimonio Forestal

Unidad Industrial

Distribución Multicanal

Patrimonio forestal por país

- Eucaliptus (miles ha.)
- Pino (miles ha.)
- Valor (US\$ mm)

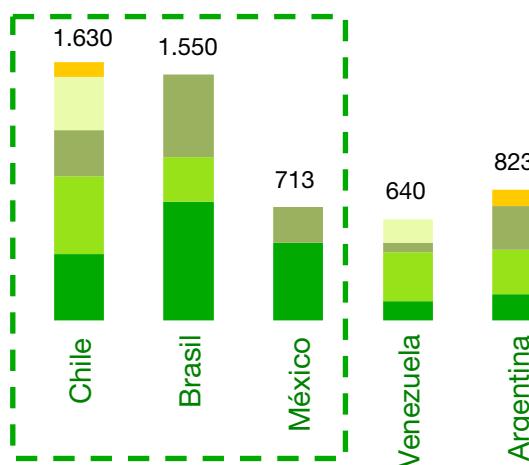


Fuente: Masisa

- Patrimonio forestal de 225 mil Ha. valorizado a US\$ 935 mm (IFRS)
- 39% de la necesidad de madera proviene de bosques propios

Capacidad instalada de producción por producto y país (miles de m³)

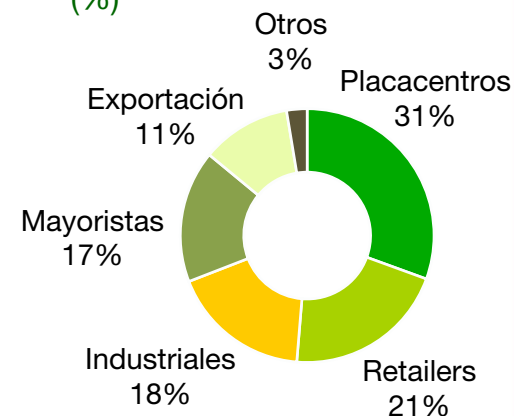
- PB/MDP
- MDF
- Melamina
- Aserradero
- Otros
- Total



Fuente: Masisa

- 10 complejos industriales con presencia en 5 países de la región.
- 73% de la capacidad MDF/PB/MDP en México, Chile y Brasil

Distribución de ventas por canal en 2012 (%)



Fuente: Masisa

- Estrategia multicanal
- 31% de las ventas a través de la red retail Placacetro

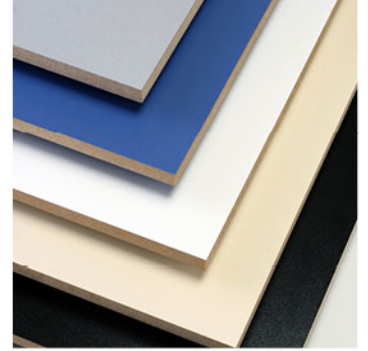


Industria de tableros de madera

- Industria de alto crecimiento histórico (2,3 x el crecimiento del PIB real)
- Alto potencial de desarrollo de la industria en Latinoamérica
 - Brecha de consumo de paneles respecto a países desarrollados
 - Alta necesidad habitacional de 51,4 millones de vivienda
 - Continuo aumento de la clase media

Masisa

- Único competidor con foco exclusivo en Paneles
- Modelo de negocios probado y sustentable con orientación al cliente final
 - Único player con red de distribución retail de 382 tiendas en Latinoamérica (31% de ingresos 2012)
 - Bien posicionado en todo Latinoamérica y líder en 5 países
 - Plan de crecimiento enfocado en México, Chile y Brasil



MASISA EN RESUMEN

ATRACTIVOS DE INVERSIÓN

DESEMPEÑO FINANCIERO

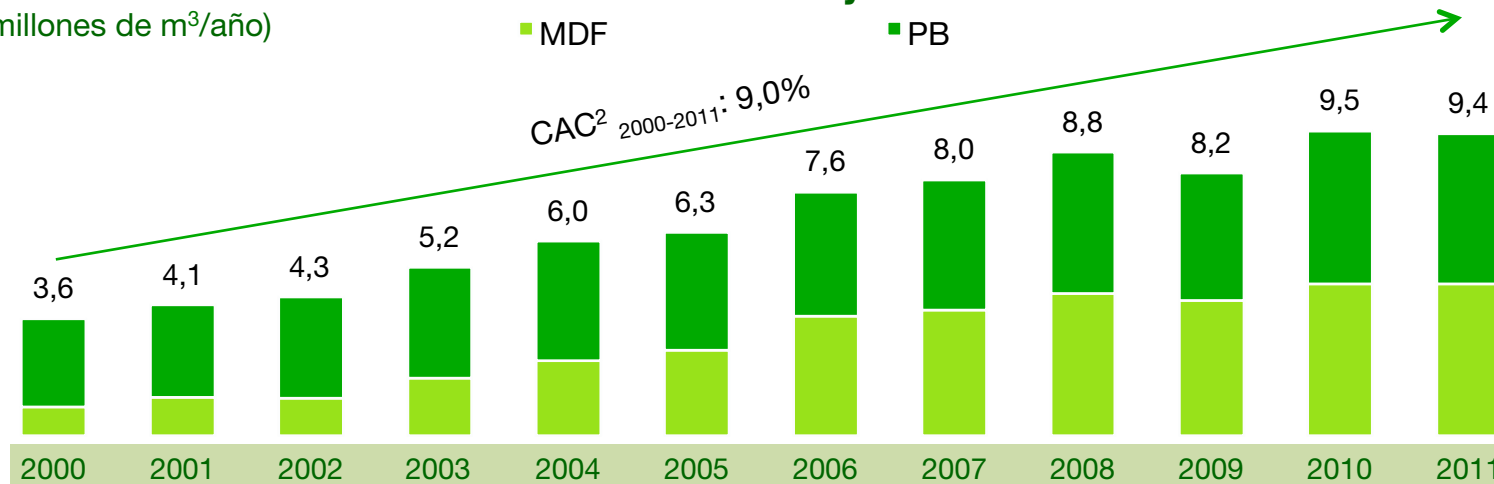
Industria de paneles creciendo 2,3x el PIB de la región

Crecimiento sostenido del consumo de tableros MDF y PB en Latinoamérica¹

(millones de m³/año)

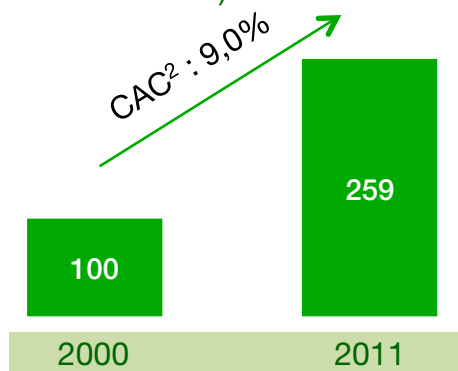
■ MDF

■ PB



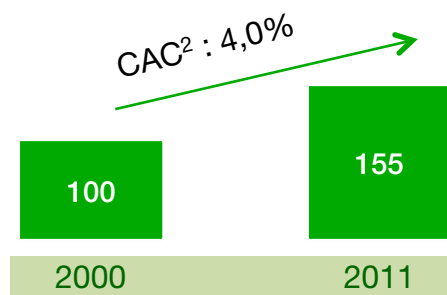
Fuente: FAO Stat. (1) Considera Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, México, Colombia, Perú, Venezuela. (2) CAC: Crecimiento anual compuesto

Crecimiento consumo de tableros MDP y MDF Latam (Año 2000 base 100)



Fuente: FAO Stat

Crecimiento de PIB real Latam (Año 2000 base 100)



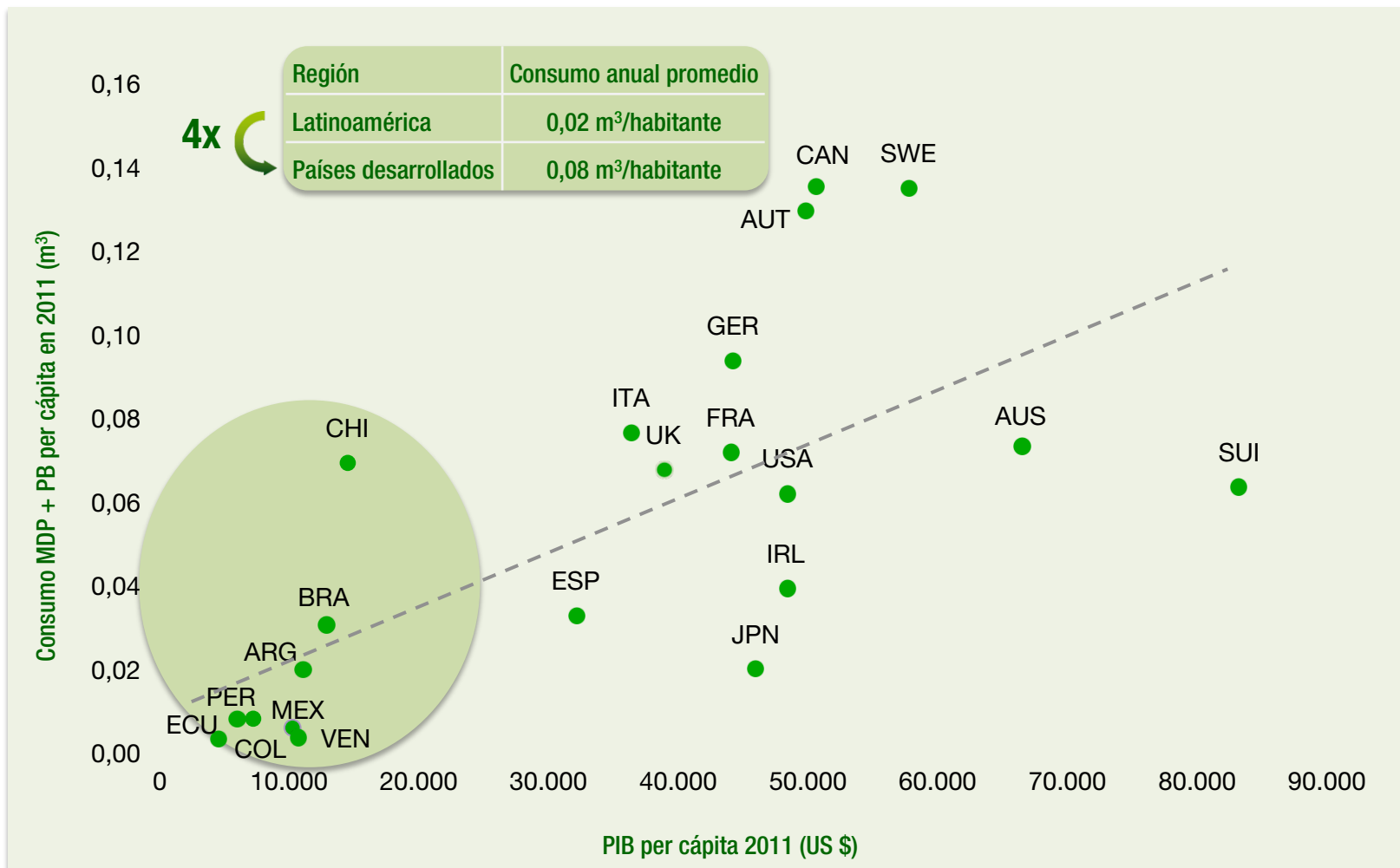
Fuente: IMF

Elasticidad consumo de tableros / PIB real país³: 2,3x

(3) Calculado como el CAC₂₀₀₀₋₂₀₁₁ del consumo MDF y PB dividido por el CAC₂₀₀₀₋₂₀₁₁ de PIB real en Latinoamérica

Latam presenta un nivel de penetración bajo en comparación a economías de mayor desarrollo

El consumo anual de tableros por habitante en Latinoamérica es 4 veces menor en comparación a países de mayor nivel de desarrollo



Fuente: FAO Stat y IMF

La región presenta elevadas necesidades habitacionales

- Según uno de los últimos estudios del BID la necesidad habitacional de Latinoamérica es de 51,4 millones de viviendas (familias sin vivienda o con viviendas precarias).
- Los países con presencia de Masisa requieren de 19,5 millones de m³ de tableros para suplir su déficit de viviendas (asumiendo 0,38 m³ de MDF/PB por vivienda). Esto es 2,1 veces el consumo actual de la región.

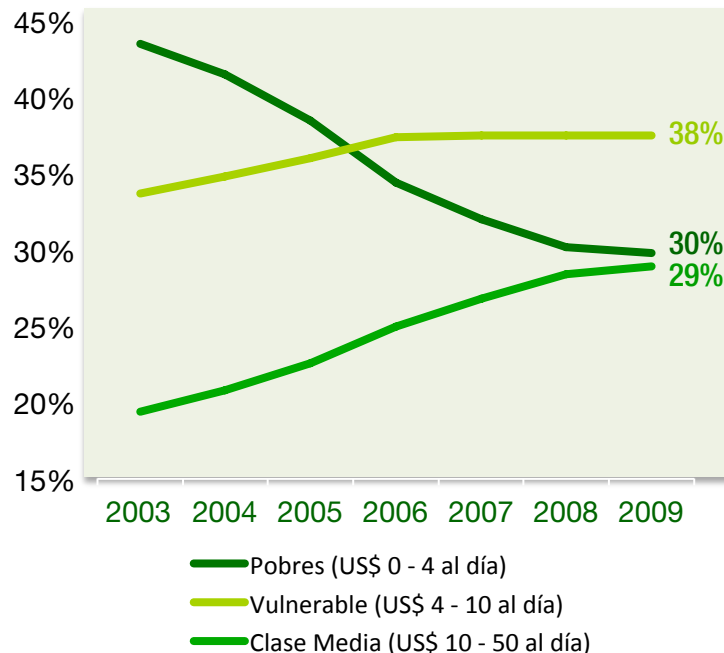


Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo "Un espacio para el desarrollo" y CEPAL

El continuo aumento de la clase media en Latinoamérica estimula la demanda por viviendas

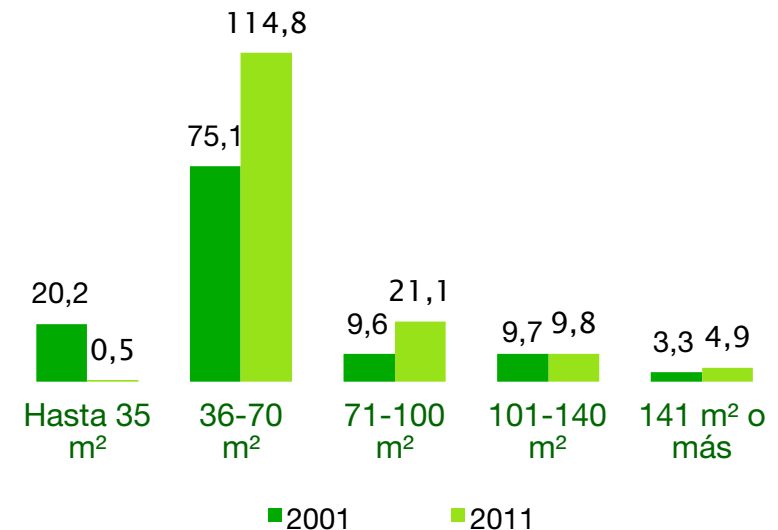
- La clase media Latinoamericana ha crecido de manera importante desde el año 2003 en adelante, impulsando a su paso la industria de tableros.
- En el caso de Chile, la edificación de viviendas en la última década se ha concentrado en viviendas de entre 36 - 100 m² enfocadas en las clases media y media-baja.

Evolución de estratos socioeconómicos en Latinoamérica (% de la población)



Fuente: Banco Mundial "La Movilidad Económica y el crecimiento de la clase media en América Latina"

Caso Chile: Autorizaciones para edificación de viviendas en Chile según tipo de vivienda (miles de viviendas)



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE)

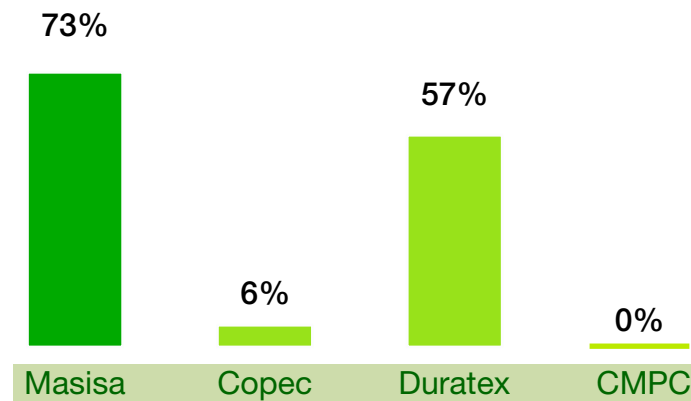
Masisa es el único player de Latinoamérica enfocado 100% en paneles...

Masisa y la competencia

	Masisa	Copec (Arauco)	Duratex	CMPC
Productos				
Paneles MDF/ MDP	✓	✓	✓	X
Plywood	X	✓	X	✓
Celulosa	X	✓	X	✓
Papel	X	X	X	✓
Cerámicas y grifería	X	X	✓	X

Fuente: Masisa, Copec, CMPC y Duratex

Porcentaje de ingresos provenientes de ventas de paneles MDF/MDP en 2012 (%)



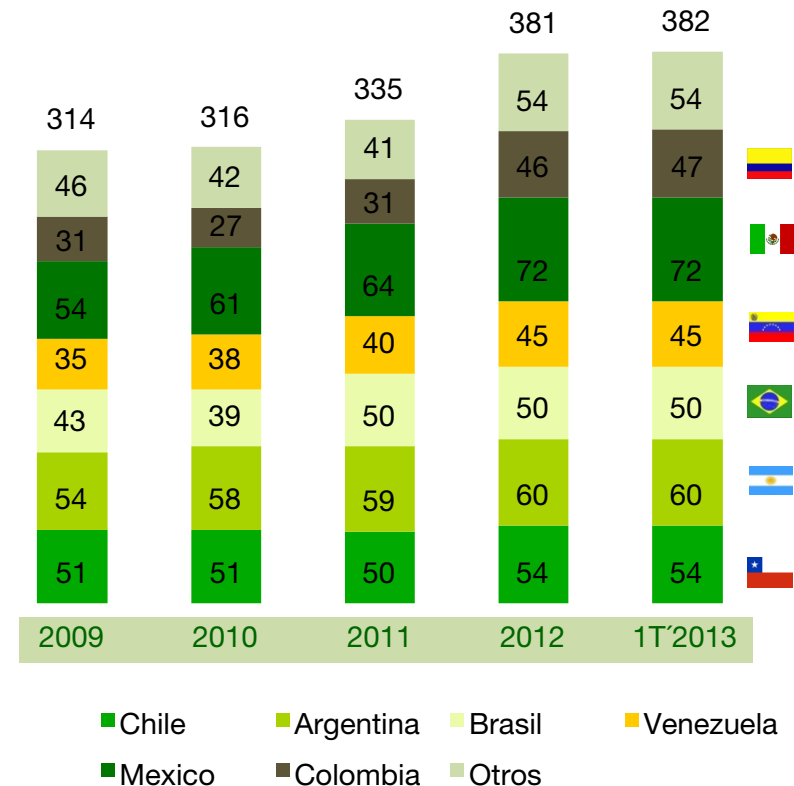
Fuente: Masisa, Copec, Duratex y CMPC

...con un modelo de negocio orientado al cliente, jugando un rol muy relevante la red Placacentro...

Masisa tiene un modelo de negocio orientado al cliente final que lo diferencia de la competencia

- ✓ Distribución multicanal customizada
- ✓ Premium price del mercado y productos con mayor valor agregado
- ✓ Masisa es el único competidor con una amplia red retail en 10 países de la región (Placacentro)
- ✓ Marca Top of Mind de la industria en la Latinoamérica
- ✓ Contacto y conocimiento del cliente final teniendo acceso a información de primera fuente

El número de locales Placacentro ha crecido de forma continua en el tiempo

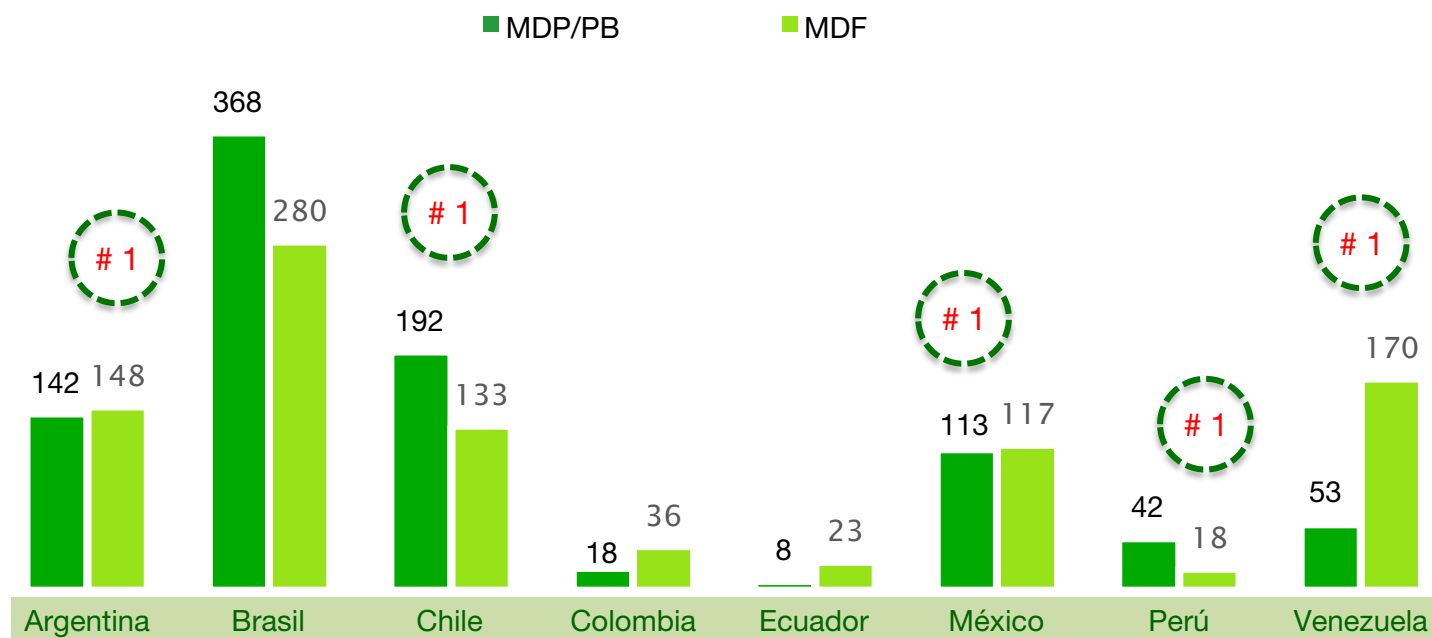


Fuente: Masisa

... logrando posicionarse en toda la región y ser el líder en ventas en 5 países...

MASISA
más confianza

Masisa es un player importante en todos los países de Latinoamérica siendo líder en ventas (MDP y/o MDF) en Argentina, Chile, México, Perú y Venezuela (total de ventas por país en miles de m³)



Fuente: Masisa

... y con un plan estratégico de crecimiento enfocado en México, Chile y Brasil

Mercados de foco de crecimiento: México, Chile y Brasil

Consolidar posición en México

- Adquisición de Rexcel, uno de los productores líderes de PB en México
- Adquisición de planta de resinas Arclin

Reducir costos operativos

- Instalación de equipos para reducir consumo de resina y madera
- Bajar costos de energía a través de nuevos contratos

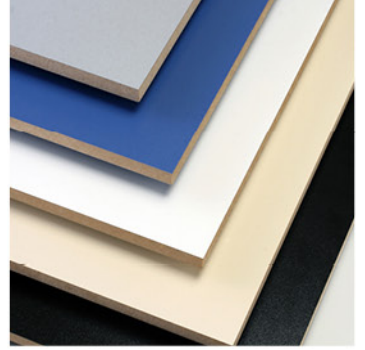
Aumentar capacidad de recubrimiento

- Aumentar capacidad de melamina en Chile y Brasil
- Incorporar capacidad de pintura en Chile

Mejoras en mix y canales

- Mejorar proporción de productos recubiertos
- Crecimiento de tiendas Placacentro propias en países seleccionados

**Inversiones de
US\$ 216 mm
en 2013**



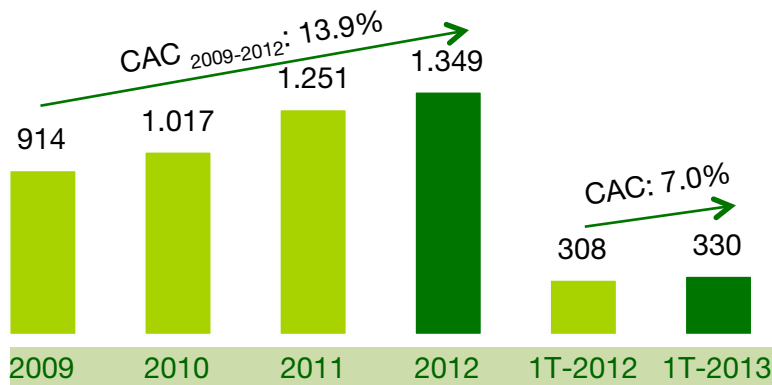
MASISA EN RESUMEN

ATRATIVOS DE INVERSIÓN

 DESEMPEÑO FINANCIERO

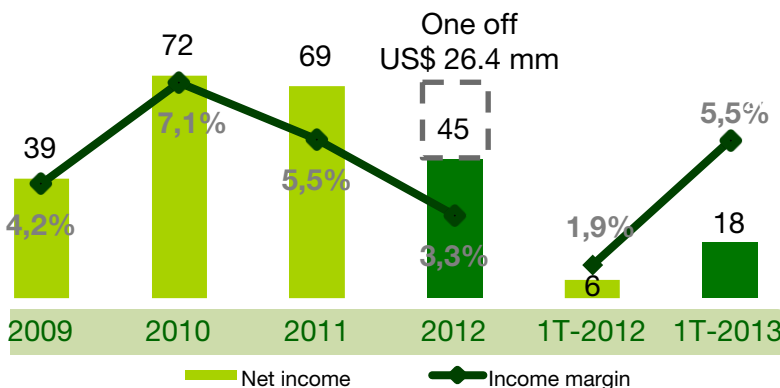
Resumen de desempeño financiero

Evolución de los ingresos (US\$ mm)



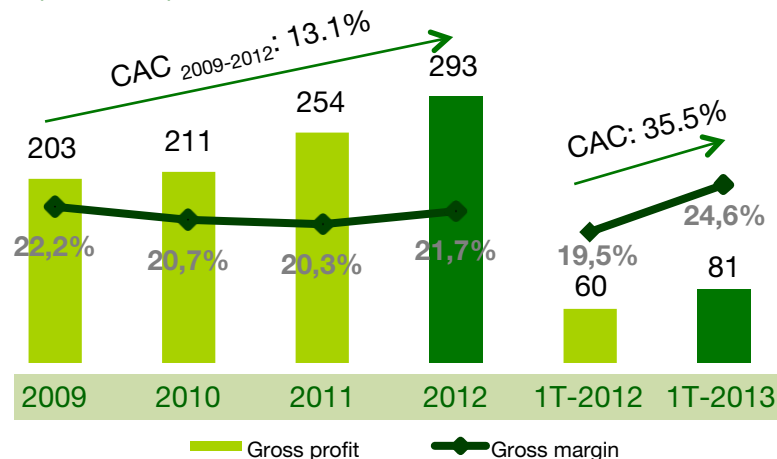
Fuente: Estados Financieros de Masisa

Evolución de Utilidad Neta (US\$ mm)



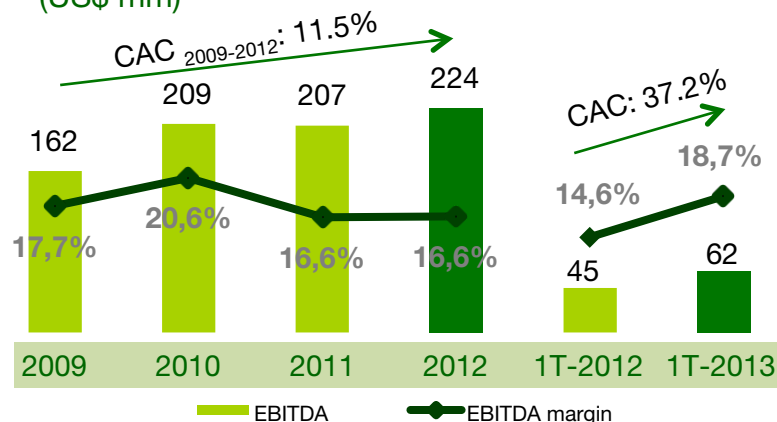
Fuente: Estados Financieros de Masisa

Evolución de la Ganancia Bruta (US\$ mm)



Fuente: Estados Financieros de Masisa

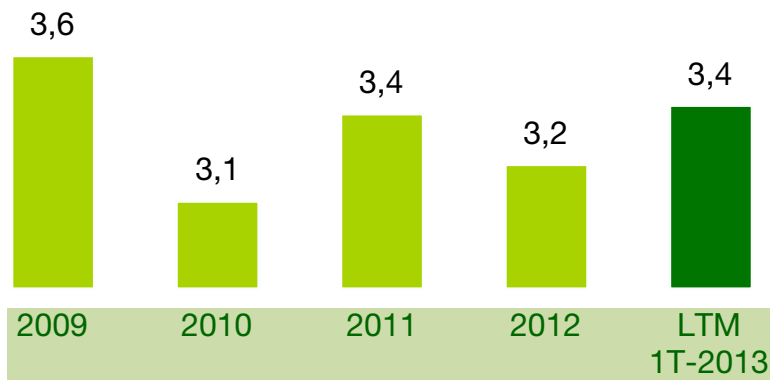
Evolución del EBITDA (US\$ mm)



Fuente: Estados Financieros de Masisa

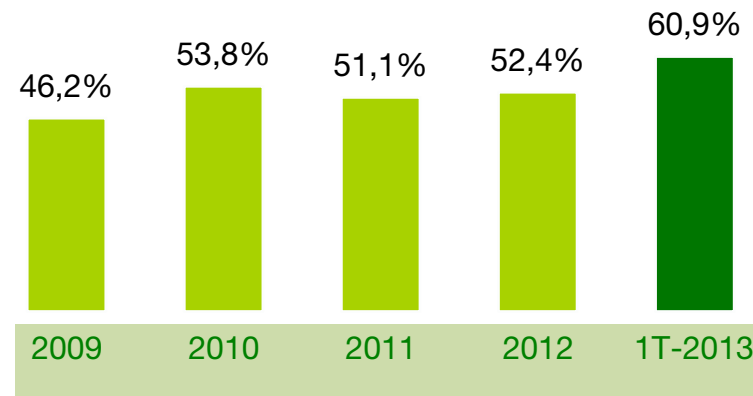
Posición financiera actual

Deuda financiera neta¹ / EBITDA (veces)



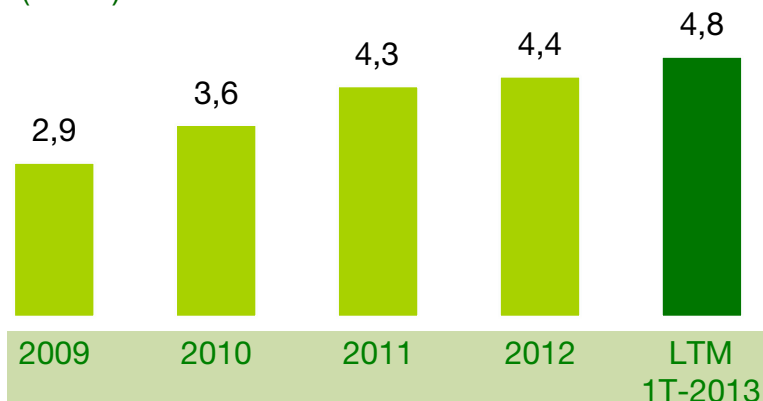
Fuente: Estados financieros de Masisa
(¹) Ajustado, neto de efectos de derivados.

Deuda financiera neta / Patrimonio (%)



Fuente: Estados Financieros de Masisa

EBITDA / Gasto financiero (veces)



Fuente: Estados Financieros de Masisa



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”, “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

