



EMISIÓN DE BONOS SERIES F, G y H

Mayo 2007

IM Trust

MASISA



Disclaimer

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.

IM Trust

MASISA



Contenidos

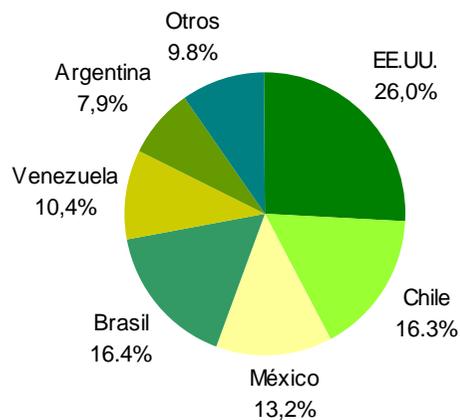
- Introducción a **MASISA**
- Estrategia Corporativa
- Unidades de Negocio
- Desarrollo Sustentable
- Desempeño Financiero
- Emisión de Bonos



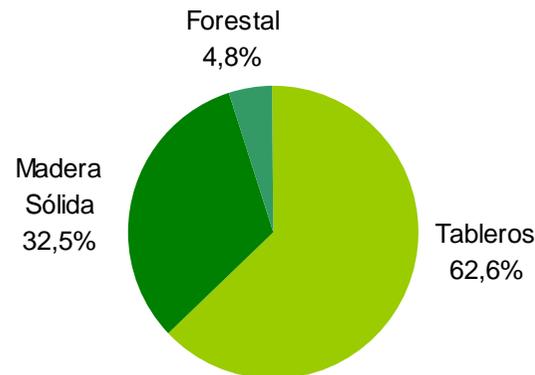
Introducción a **MASISA**

- **Posición de Liderazgo en la Región.**
 - Principal productor de tableros para muebles en Latino América (#1 en MDF & PB).
 - 241 Mil hectáreas de plantaciones (pino & eucaliptos - Activo Estratégico).
- **Clara Estrategia Competitiva.**
 - Diferenciación (Innovación & Cercanía al Cliente).
 - Diversificación geográfica de producción y ventas (Latino América y EE.UU.).
 - Cadena de distribución asociada establecida y en expansión (Placacentros).
 - 56% de nuestras ventas son en países con Investment Grade.

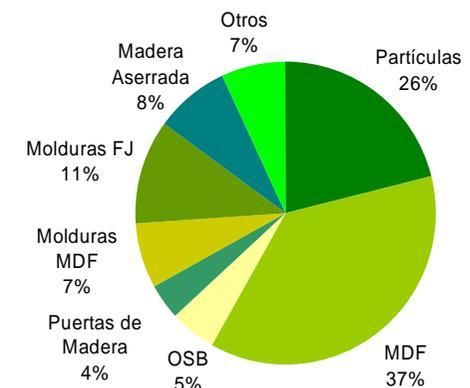
**Ventas por País
US\$ (2006)**



**Ventas por Unidad de Negocio
US\$ (2006)**



**Ventas por Producto
US\$ (2006)**



IM Trust

Nota: Tableros de Madera incluye las ventas del área Retail, que totalizaron aprox. US\$ 152MM en 2006.

MASISA



Masisa en resumen

▪ Sólido Perfil Financiero

▪ Activos a Marzo 2007 :	US\$ 2.038 millones
▪ Patrimonio a Marzo 2007:	US\$ 1.182 millones
▪ Ventas últimos 12 meses (Mar-07) :	US\$ 890,4 millones
▪ EBITDA últimos 12 meses (Mar-07) :	US\$ 154,5 millones
▪ Utilidad últimos 12 meses (Mar-07) :	US\$ 31,6 millones
▪ Cobertura de Gastos Financieros Mar-07 UDM:	4,64x
▪ Endeudamiento Financiero Mar-07:	0,51x
▪ Clasificación de Riesgo:	
▪ Local (<i>Fitch Ratings y Feller-Rate</i>) :	A
▪ Internacional (<i>Fitch Ratings</i>):	BBB-

▪ Perspectivas favorables de crecimiento

- Fuerte demanda regional.
- Penetración de producto.
- Déficit habitacional.

▪ Compromiso con el desarrollo sustentable.

Masisa en resumen

Localización de bosques, Plantas y Placacentros



TOTAL

	Bosques	241 mil has
	Plantas	13
	Tableros	2.265 mil m ³
	Aserraderos	707 mil m ³
	Molduras y Puertas	398 mil m ³
	Placacentros	303



IM Trust

MASISA



ESTRATEGIA CORPORATIVA

IM Trust

MASISA



Estrategia Corporativa

(Oct. 2006: definición de la Estrategia Competitiva & del Negocio Principal.)

- **Negocio Principal:** Tableros de madera para muebles y arquitectura de interiores (MDF& PB) en Latino América



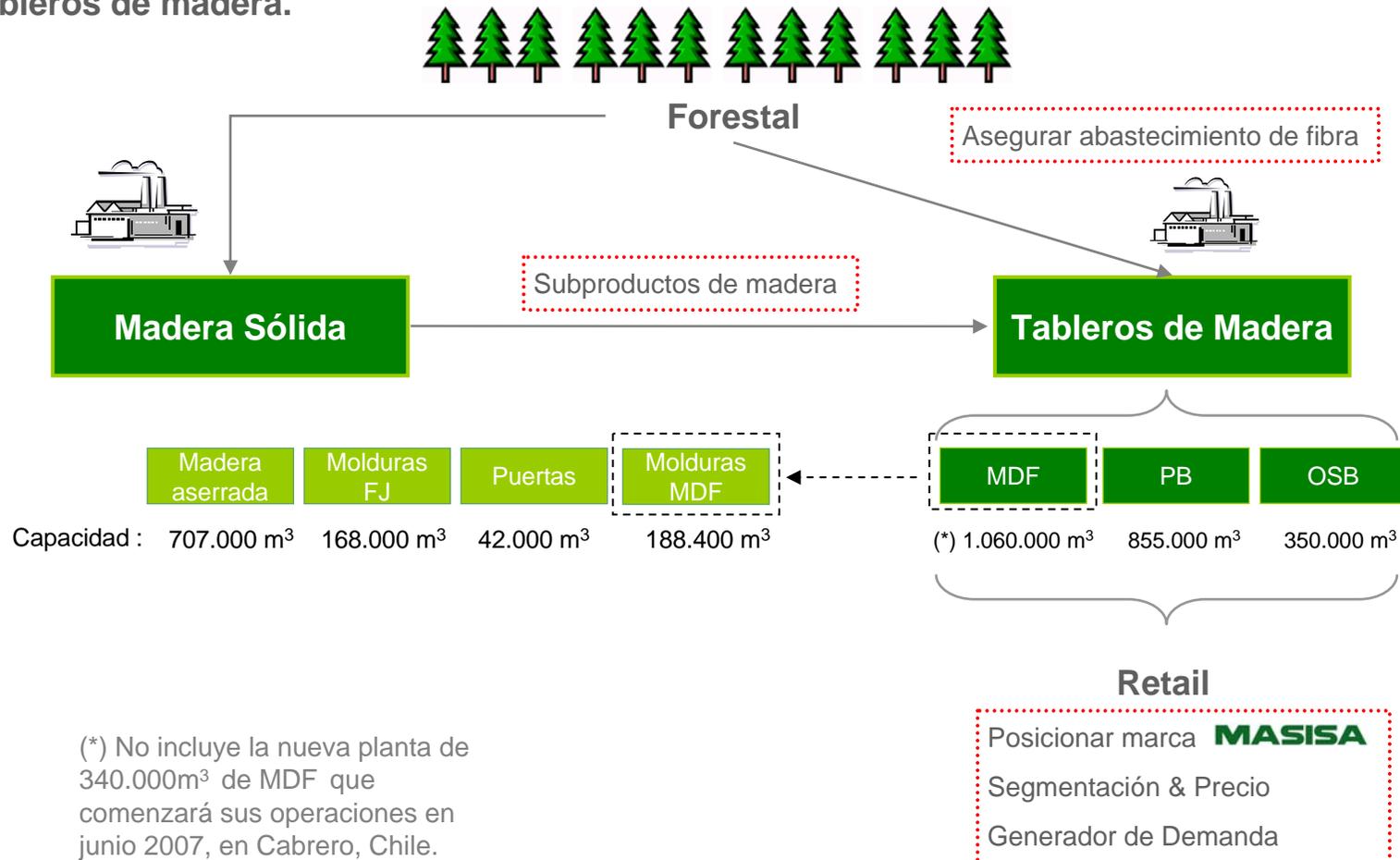
Implicancias: Enfoque hacia el portafolio de activos, estrategia de crecimiento & Capex.

- **Pilares de la Estrategia Competitiva.**
 - Innovación & Cercanía al Cliente.
 - Aprovechar las atractivas oportunidades de crecimiento en Latino América.
 - Fortalecer & Expandir la cadena de distribución de Retail.
 - Compromiso con el Desarrollo Sustentable.
 - Generar valor a nuestros accionistas.



Estrategia Corporativa

- Otras Unidades de Negocio son consideradas sinérgicas a la Unidad de Negocio principal de Tableros de madera.





UNIDAD DE NEGOCIOS TABLEROS DE MADERA

IM Trust

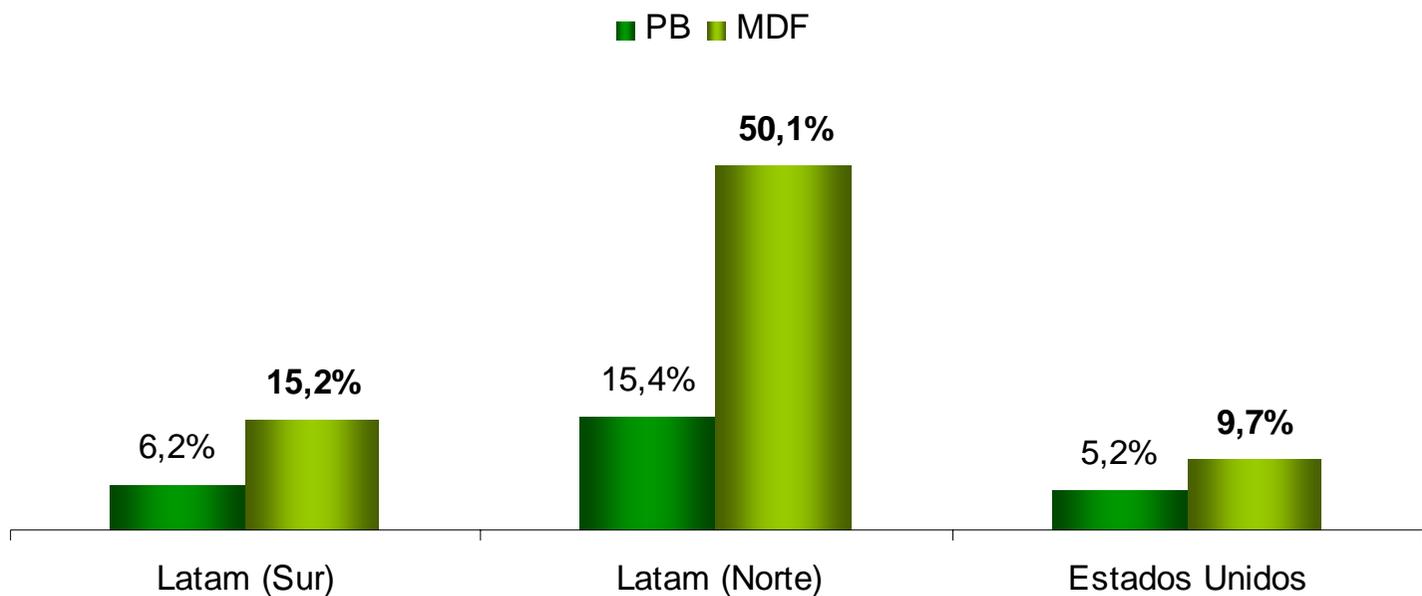
MASISA

Unidad de Negocios Tableros de Madera

Sólido Crecimiento de sus Principales Mercados Destino



Crecimiento Anual Compuesto de la Demanda de Tableros (1996 - 2005)



Fuentes: FAO, RISI, ABIPA. Información a Diciembre 2005.

Latam (Sur) corresponde a Sud América & Latam (Norte) corresponde a América Central, la región del Caribe y México.

Unidad de Negocios Tableros de Madera

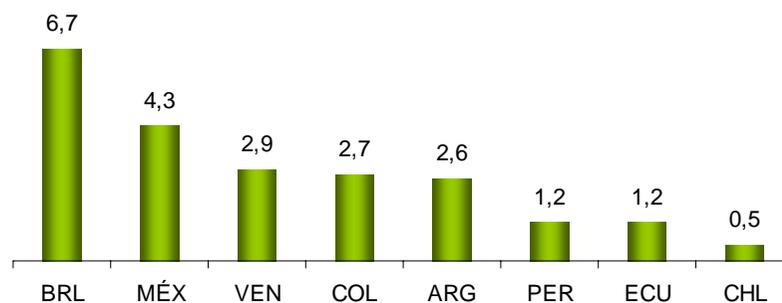
Importantes Perspectivas de Crecimiento Futuro



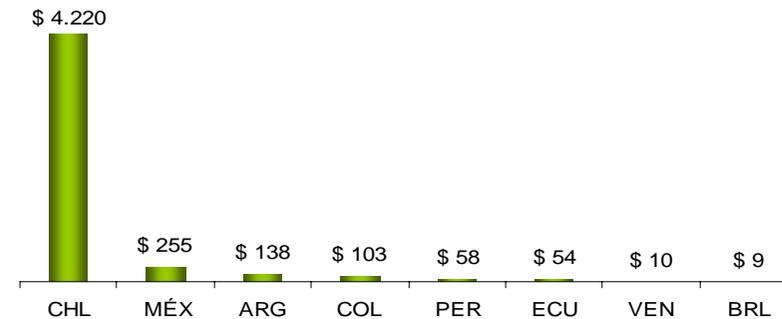
- **MDF/PB tienen ventajas significativas vs. madera sólida para manufactura de muebles.**
 - Mejor relación precio/calidad (6 a 7 veces más barato)
 - Mejores atributos para manufactura y transformación

- **Crecimiento de la demanda de largo plazo por productos Masisa.**
 - Déficit Habitacional & de Crédito Hipotecario

Déficit habitacional por país
Millones de casas



Crédito hipotecario per capita
US\$



Fuente: diversas fuentes, incluyendo bancos centrales, ministerios de gobierno y estudios de terceros compilados por Titularizadora Colombiana a Junio 2005.

Unidad de Negocios Tableros de Madera

MDF, PB & OSB (Datos a Dic. 2006)

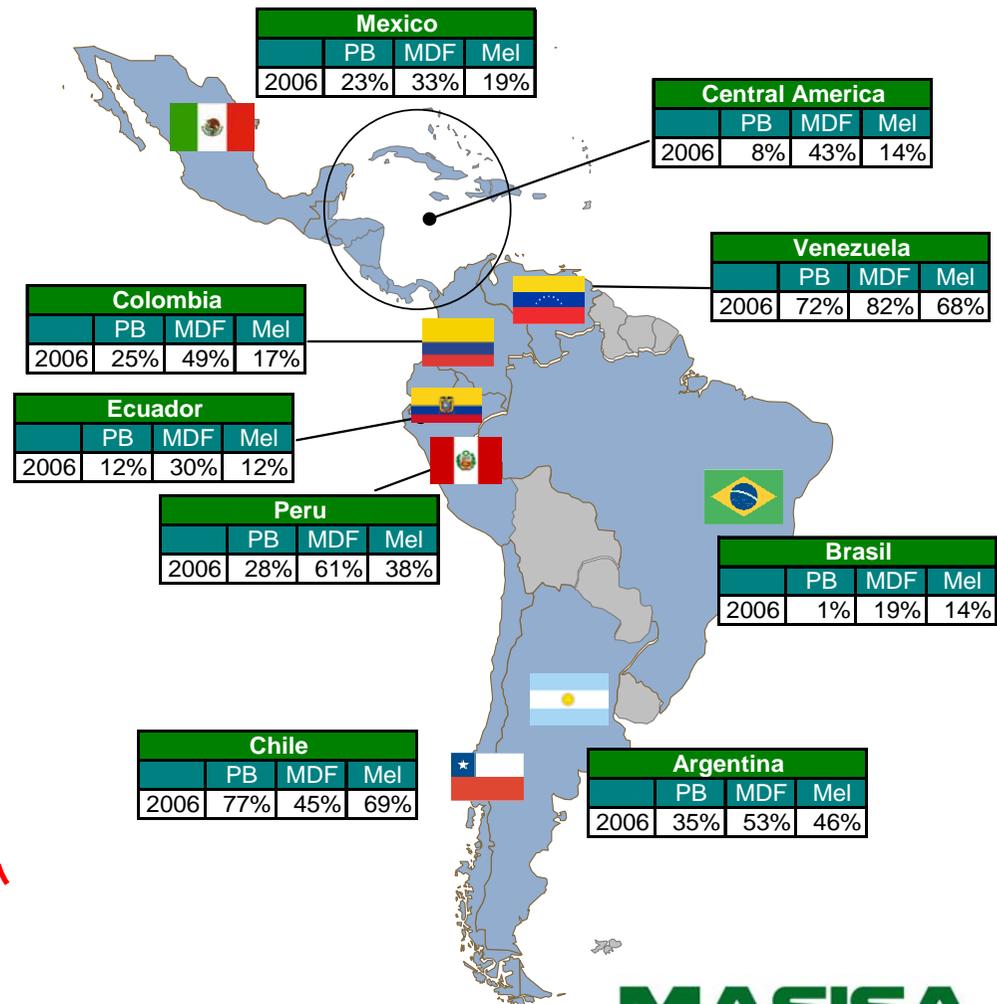


- Negocio Principal de Masisa (MDF & PB).
- 63% del total de ventas, US\$ 555 millones
- Crecimiento anual durante 2006, 19,7%
- 70% del EBITDA consolidado.
- 45% del total de activos.
- Nueva planta MDF de 340.000m³ MDF en Cabrero, Chile comenzará operaciones en Junio 2007.
- Líder en mercados Latino Americanos (#1 o #2 en todos los mercados, excepto Brasil #3).

Participación de Mercado en América Latina			
	PB	MDF	Mel
2006	19%	30%	24%

- Todas las operaciones programadas para contar con certificaciones ISO 14001 y OHSAS 18001 para el final del año 2007.

Participaciones de Mercado de Masisa en Latino América



IM Trust

Fuente: Estimaciones de Masisa a Dic 2006.

MASISA

Unidad de Negocios Tableros de Madera

Visión del Mercado 2007



1. **Planta de MDF en Cabrero – según lo programado. Operaciones comienzan en Junio 2007. Operando a plena capacidad en el año 2008.**
2. **Continuará una fuerte demanda por MDF y PB en toda Latino América, como muestra el crecimiento en ventas de un 27,7% y un 21,7% de MDF y PB respectivamente durante el 2006. Se mantiene capacidad comercial para transferir alzas en costos a precios durante el 2007.**
3. **Costos: Aumentos esperados en resinas, madera y energía. Incremento en costos de resinas debido a fuerte demanda por urea.**
4. **Márgenes debiesen mantenerse estables (similares a los de 2S'06). Probada capacidad para traspasar incrementos de costos a precios.**
5. **Estrategia de crecimiento para Brasil.**



UNIDAD DE NEGOCIOS RETAIL

IM Trust

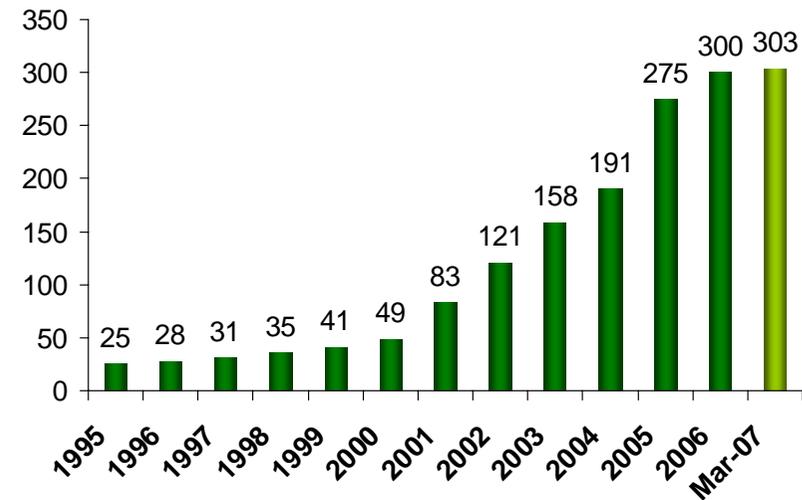
MASISA

Unidad de Negocios Retail Placacentros



- Red de distribución única en la región con más de 300 puntos de venta
- US\$ 152MM en ventas en 2006.
 - Aprox. 27% del total de ventas de tableros de madera.
- Foco: robustecer la cadena conformando una plataforma comercial sólida y efectiva:
 - Migración contratos desde licencia de marca a contratos de franquicia.
 - Mejor control del mix de productos, inteligencia de mercado, estructura de las tiendas y calidad de servicio.
 - Creación de Centrales de Compra.
 - Fuertes perspectivas de crecimiento (demanda de mercado & penetración de ventas de Masisa).

Placacentros – historia de crecimiento



IM Trust

MASISA

Unidad de Negocios Retail

Visión del Mercado 2007



1. **Migración de los Placacentros desde contratos de licencia de marca hacia contratos tipo franquicia.**
 - Número esperado de Placacentros a migrar en 2007: 143.
 - Número de Placacentros migrados durante T1'07: 9. Sumando a los 8 migrados en T4'06.
2. **Definición del mix de productos y de la estrategia de marketing. Objetivo: Transformar los Placacentros en el canal de distribución más rentable de Masisa (hoy es #1 o #2 en todos los mercados).**
 - Desarrollo y aplicación del Manual Operativo de los Placacentros. (nivel de servicios, procedimientos, disposición de la tienda).
3. **Creación de 1 central de compra adicional para los Placacentros en Brasil (Junio)-, sumando a las existentes en México, Chile y Perú que ya están operando.**
 - Plataforma de ventas por internet en todas las CC's: Operando. Plataforma a ser replicada en la próxima CC en Brasil.
4. **Crecimiento en número de tiendas: +19 Placacentros durante el año 2007. Total: 319 Placacentros a dic. 2007. Foco: aumento de la rentabilidad.**



UNIDAD DE NEGOCIOS MADERA SÓLIDA

IM Trust

MASISA

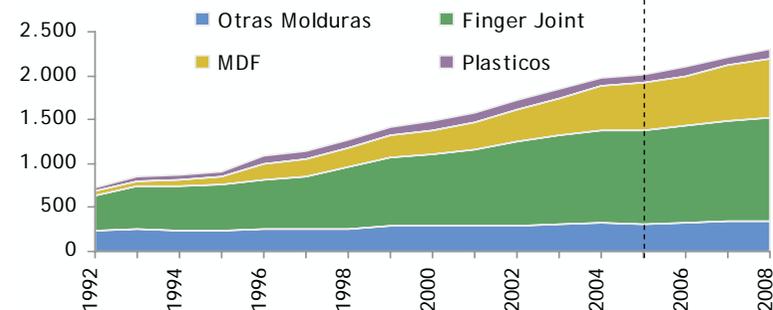
Unidad de Negocios Madera Sólida Molduras, Puertas y Madera Aserrada

(Datos a Dic. 2006)

- 32% del total de ventas, US\$ 288MM.
- Crecimiento en ventas de 18% durante el año 2006.
- 4% del EBITDA consolidado.
- 15% del total de activos.
- Hedge natural para las operaciones en Latino América (Mercado de EE.UU.).
- Garantiza capacidad de aserraderos en áreas de influencia.
- Foco en optimización de la operación.
- Está programado que todas las operaciones tengan certificaciones ISO 14001 y OHSAS 18001 al final del 2007.

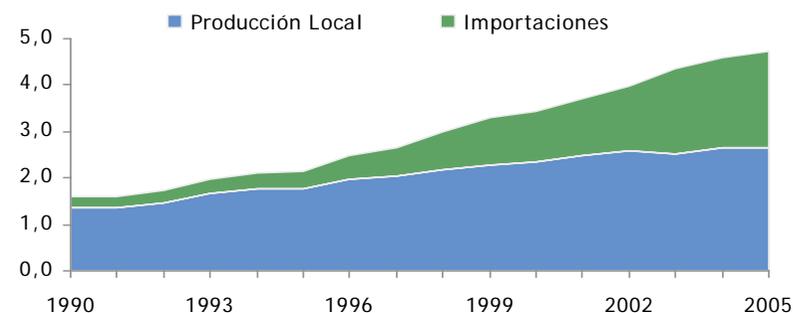


Crecimiento Esperado Mercado de Molduras EE.UU. mm bF



Fuente: RE Taylor. Dic 2005.

Desglose mercado de molduras EE.UU. millones m³



Fuente: RE Taylor. Dic 2005.

Unidad de Negocios Madera Sólida

Visión del Mercado 2007



1. Optimización de la estructura de costos.

- Enero, 2007: Clausura de la planta de molduras MDF de Charleston (36.000m³).
 - Ahorros de costos anuales de US\$ 3,0 millones.
- Consolidación de las operaciones de molduras en Cabrero.

2. **Molduras:** El mercado de molduras en EE.UU. no muestra signos de recuperación en el corto plazo (al menos hasta 2S'07).

- 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.
- Las molduras MDF permanecen constantes en términos de precio. Foco en mantener rentabilidad en las exportaciones, probablemente sacrificando volumen. MDF no comercializado como molduras a ser vendido como tableros en Latino América.

3. **Puertas de madera sólida:** volúmenes en línea con 2006, mejorando el margen como resultado de un incremento en el precio de US\$ 2 por puerta en el T1'07. Adicionalmente ha mejorado el mix de productos y la base de clientes.

4. **Madera aserrada:** el mercado se ve estable. Se espera un aumento en el precio, reflejo de los aumentos en los costos (requerimientos fitosanitarios y logísticos). Foco durante 2007 estará en lograr mayor diversificación de mercados (Reino Unido, norte de África y China).



UNIDAD DE NEGOCIOS FORESTAL

IM Trust

MASISA



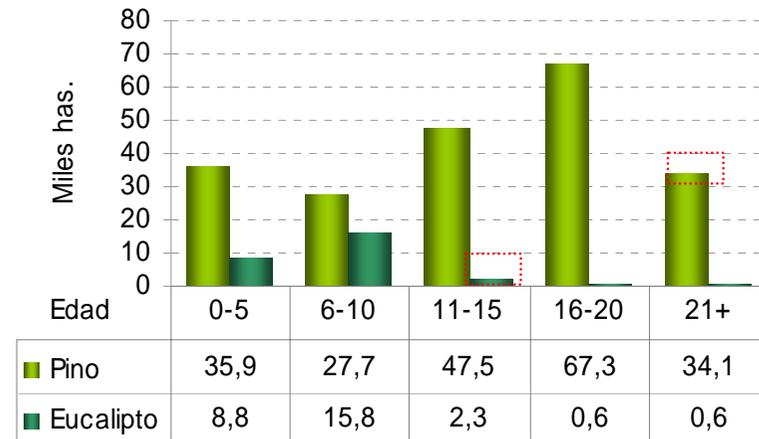
Unidad de Negocios Forestal

- **Activo Estratégico.**
 - asegurar abastecimiento de fibra.
- **241 mil hectáreas plantadas de pinos y eucaliptos.**
- **5% del total de ventas.**
- **26% del EBITDA consolidado.**
- **40% del total de activos.**
- **Perfil etéreo joven en Chile y Argentina garantiza crecimiento de volúmenes cosechado.**
- **Continuidad en el desarrollo de proyectos greenfield.**
- **Todas las operaciones bajo certificaciones “Forest Stewardship Certification” (FSC), ISO 14001 y OHSAS 18001.**



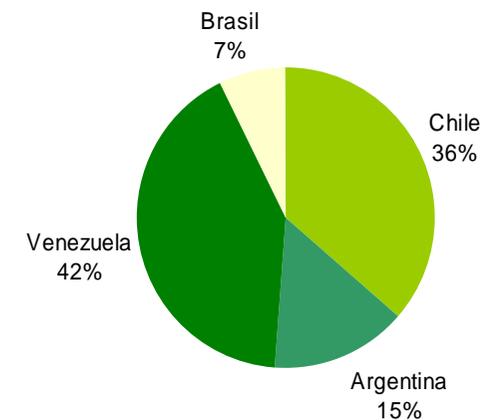
IM Trust

Perfil Etéreo a Dic. 2006



 Año de cosecha

Ubicación bosques de Masisa a Dic. 2006



Unidad de Negocios Forestal

Visión del Mercado 2007



1. **Proceso de apalancamiento de los activos forestales – según lo programado. Actualmente en proceso de evaluación.**
 - Objetivo para el 2007: cerrar la primera transacción.
 - Posibles usos de fondos: (i) reducción deudas financieras, (ii) nuevos proyectos industriales y/o (iii) proyectos Greenfield forestales.

2. **Asegurar el suministro de fibra en el largo plazo para apoyar la estrategia de crecimiento industrial:**
 - Desarrollo de proyectos Greenfield.
 - Adquisición de 21.920 has. de tierra en Argentina (de las cuales 16.000 son adecuadas para plantaciones forestales).
 - Plan de adquisiciones de terrenos para 2007: (i) Brasil: 8.000 has.; (ii) Chile: 3.000 has.



COMPROMISO CON EL DESARROLLO SUSTENTABLE

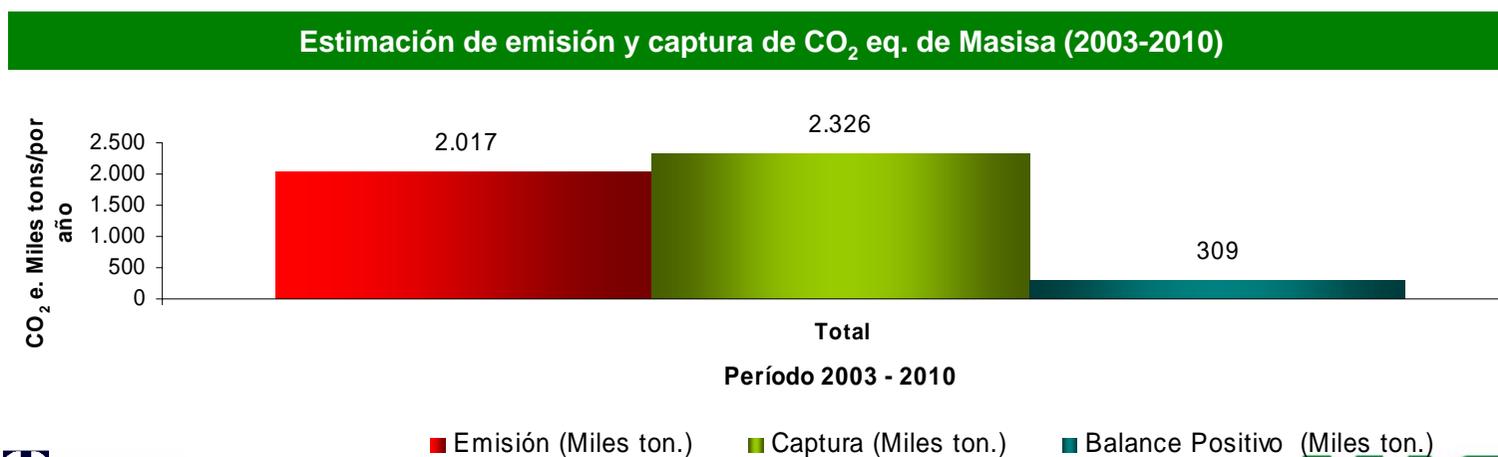
IM Trust

MASISA



Compromiso con el Desarrollo Sustentable

- Masisa S.A. ingresa al Chicago Climate Exchange (“CCX”) – Mar. 2007.
- Masisa: Balance Positivo de CO₂ eq.
- Masisa se compromete a reducir su emisión de gases en un 6% al 2010. (comparado a la línea de base del período 1998-2001).
- Oportunidad para crear valor:
 - Cultura de ahorro de energía. La energía es el tercer costo más relevante para Masisa. (aprox. 12% del costo total consolidado de producción).
 - Posicionamiento de marca (reputación).
 - Superávit de carbono a ser comercializado como bonos de carbono.
 - Anticiparse a tendencias y regulaciones de mercado.
- En línea con el plan de negocios y la estrategia de expansión forestal de Masisa.





Reconocimientos de Masisa

- Una de las 5 empresas con las mejores prácticas de Gobierno Corporativo en Latino América, premio entregado por MZ Consult.
- Masisa recibe el premio “Líderes por un Planeta Vivo”, otorgado por el World Wildlife Fund.
- Premio, “Corporate Standard Setter”, entregado por la Rainforest Alliance.
- Mejores y más transparentes relaciones con nuestros accionistas y con la comunidad de inversionistas.



DESEMPEÑO FINANCIERO

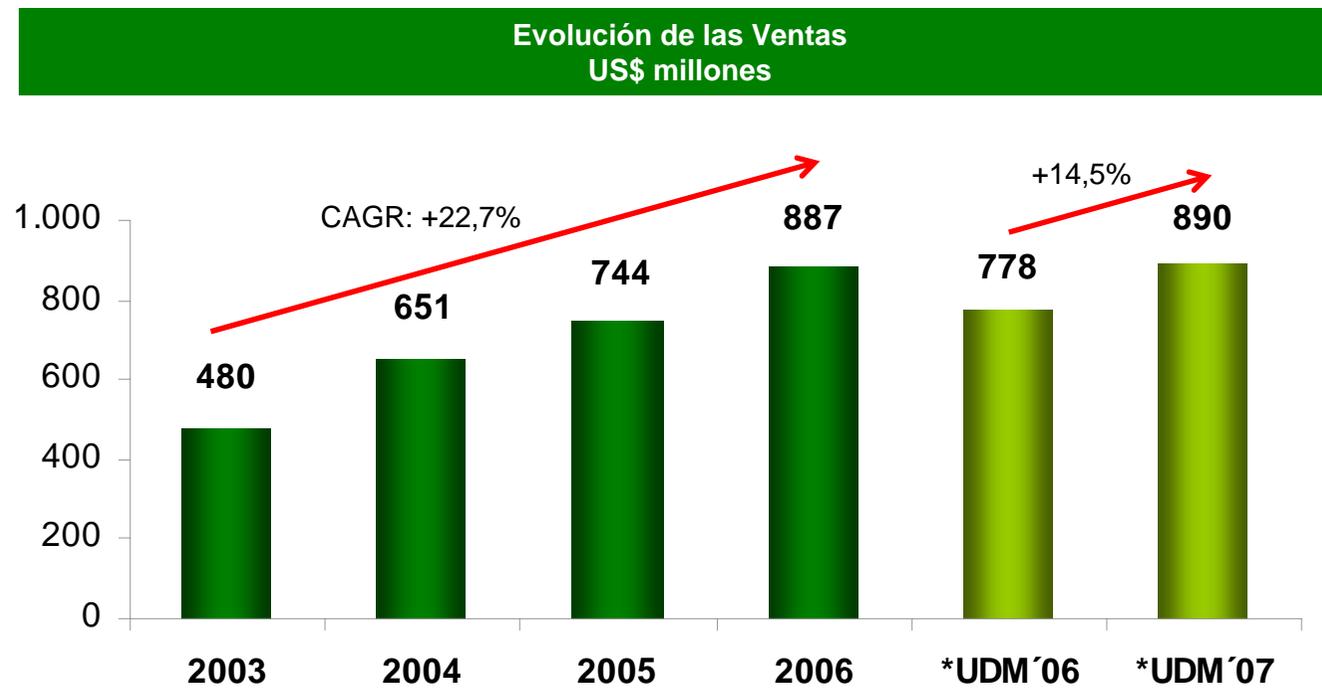
IM Trust

MASISA



Desempeño

- Constante crecimiento en ventas consolidadas.

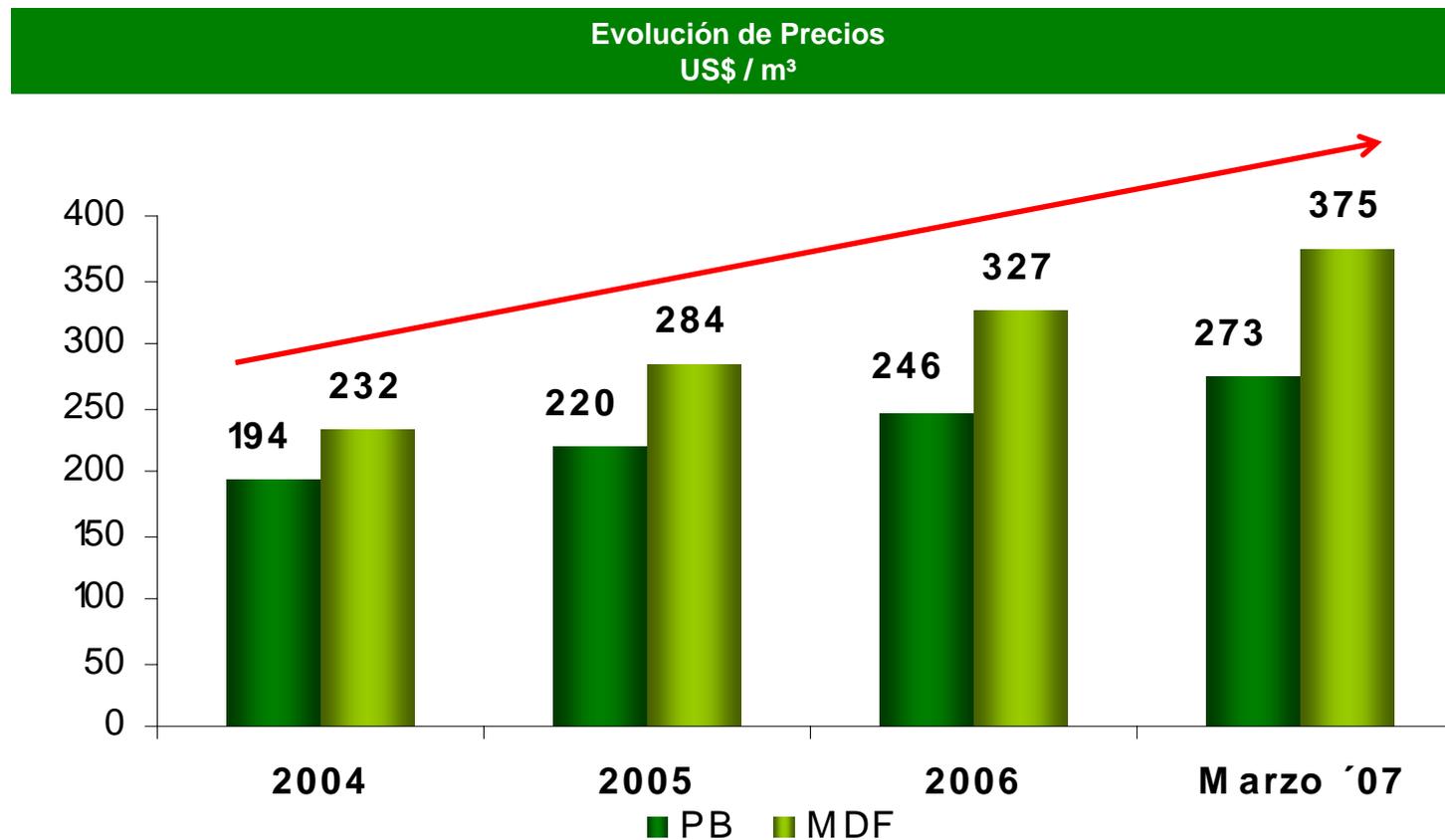


*UDM: Últimos doce meses móviles terminados a Marzo 31 de 2006 y 2007, respectivamente.



Desempeño

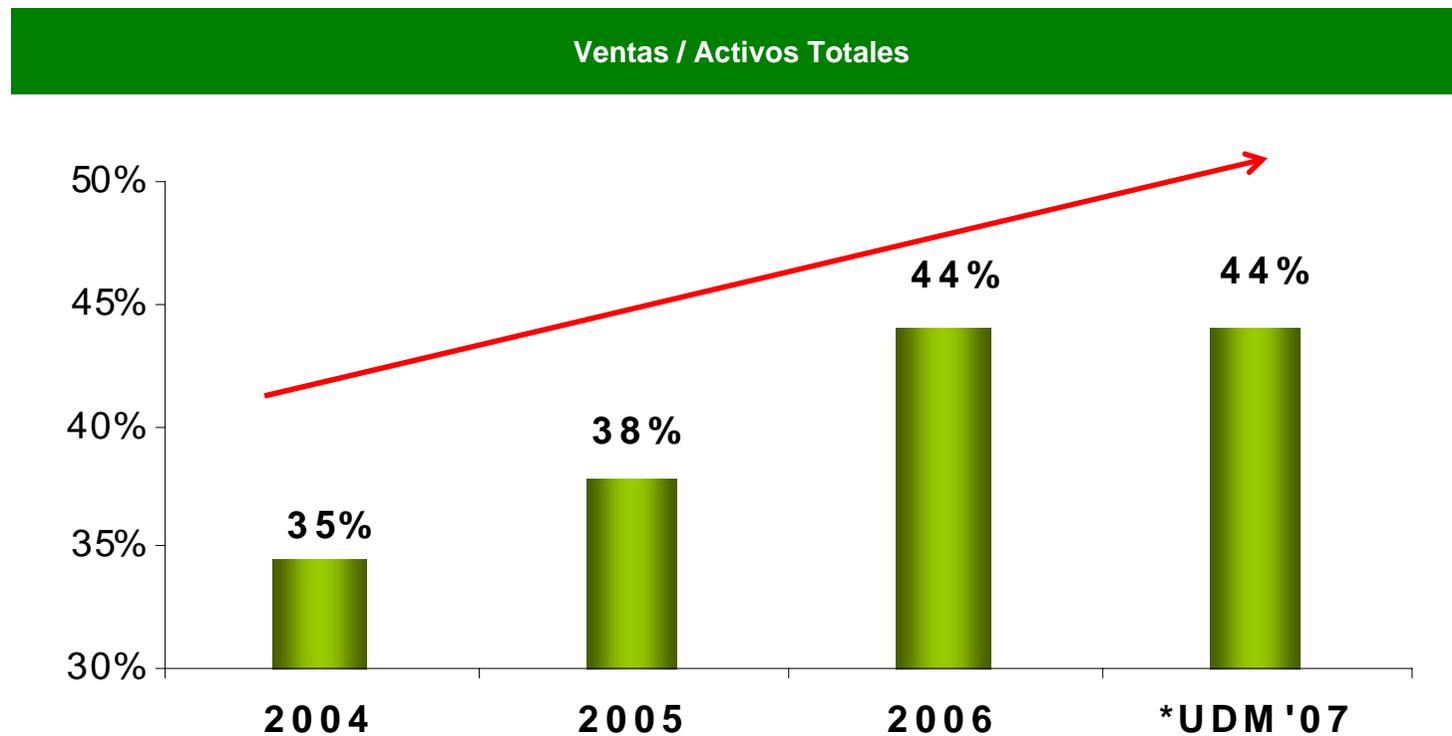
- Exitosos esfuerzos comerciales en aumentos de precios.





Desempeño

- Crecimiento de las ventas, manteniendo la misma base de activos.
 - Activos Totales : US\$ 2.038 millones (a Marzo 2007).

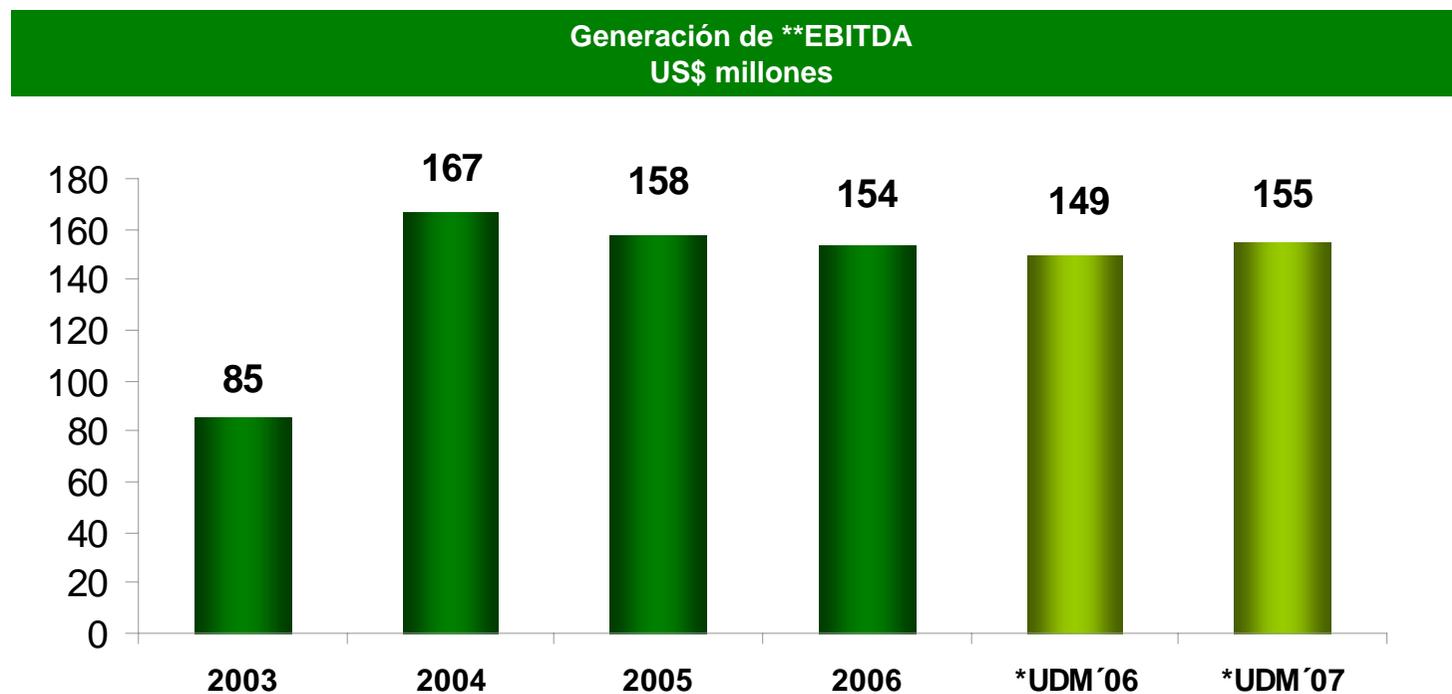


*UDM: ventas de los últimos doce meses móviles terminados a Marzo 31 de 2007.



Desempeño

- Generación de flujo operacional adecuada (EBITDA), a pesar de las presiones de costos y a costos/gastos no recurrentes.



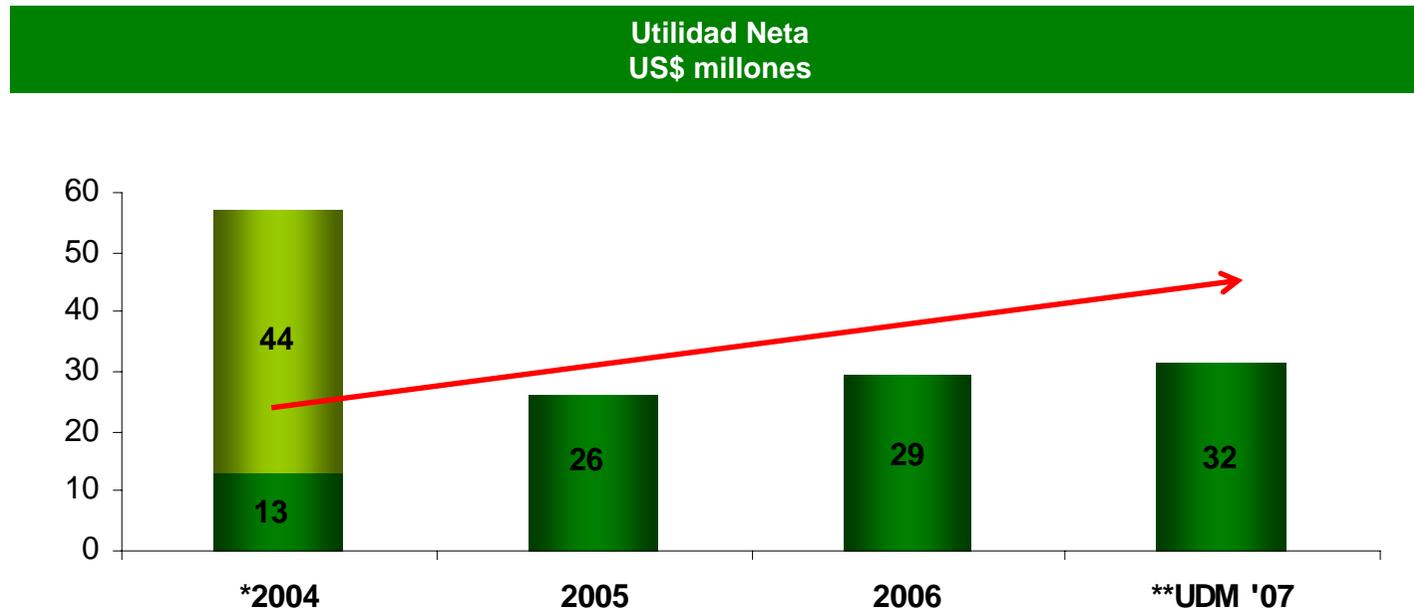
* UDM: Últimos doce meses móviles terminados a Marzo 31 de 2006 y 2007, respectivamente.

** Ebitda: Rtdo. Explotación + Depreciación del Ejercicio + Amortización de Intangibles + Consumo de Materia Prima Propia.



Desempeño

- Incremento en la Utilidad Neta.



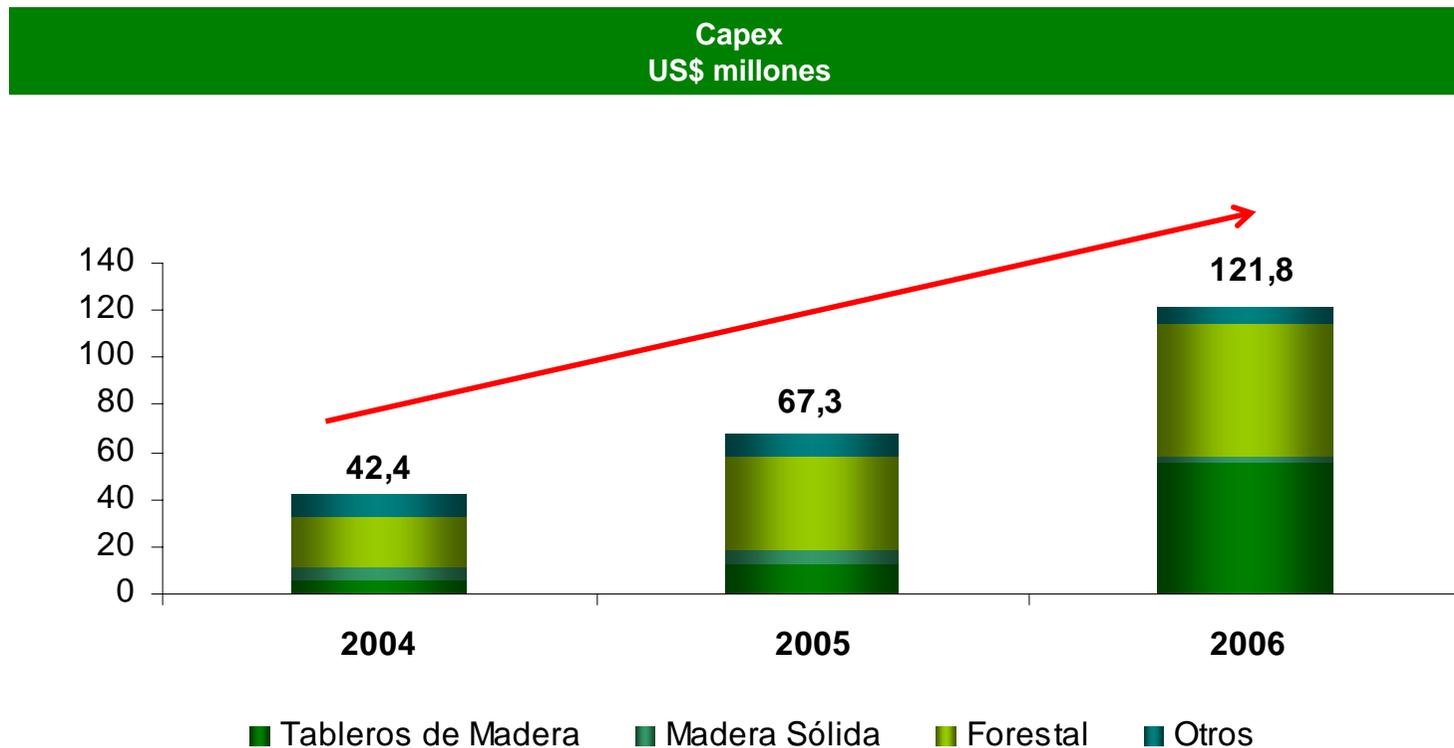
* Utilidad Neta de 2004 afectada positivamente por ganancias no recurrentes relacionadas a la venta de activos forestales (+US\$ 44MM).

** UDM: Últimos doce meses móviles terminados a Marzo 31 de 2007.



Mejoras en Desempeño

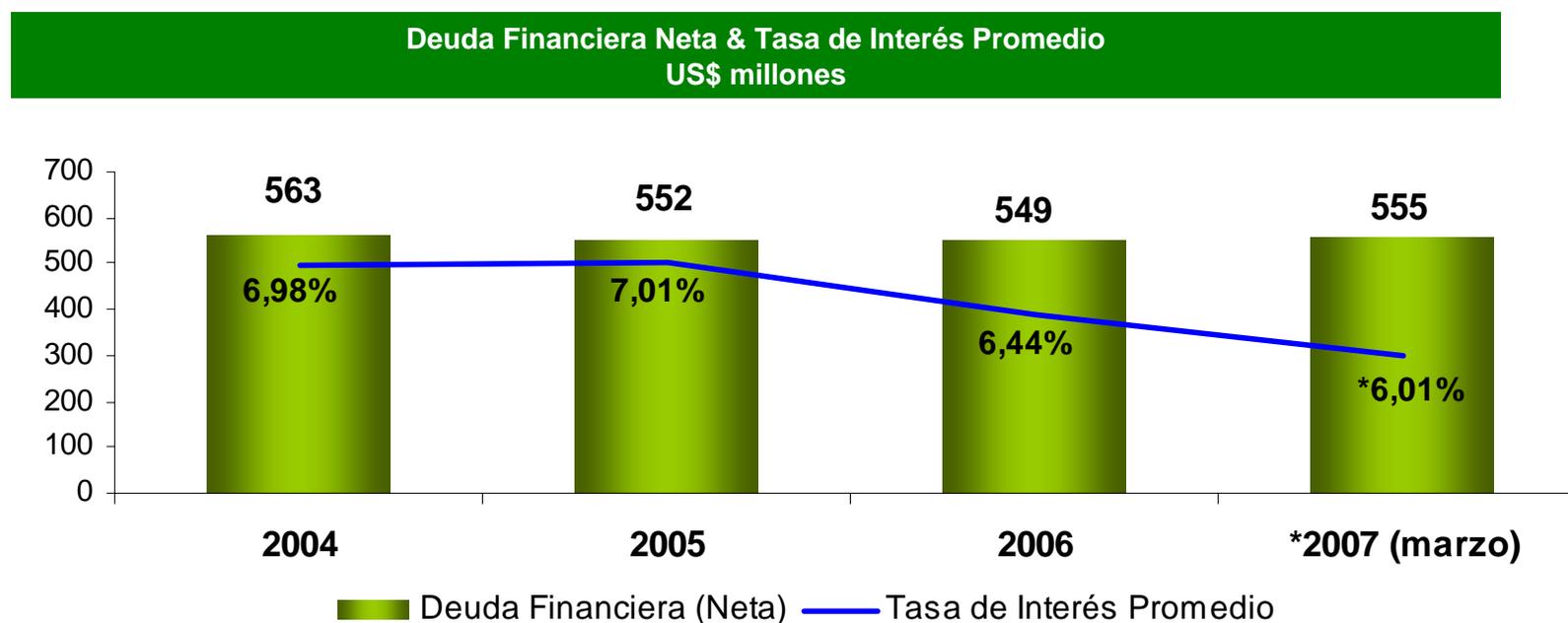
- Capex creciente en Tableros y en asegurar abastecimiento de fibra (Forestal).
- Capex para el 2007: US\$ 140MM aprox.



Deuda financiera neta & tasa de interés promedio



- La deuda financiera neta ha sido levemente disminuida, acompañado de una mejora en la tasa de interés promedio (esfuerzos de refinanciamiento).

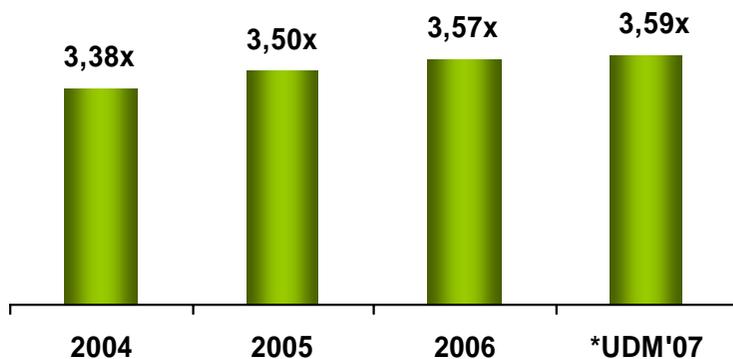


* Tasa 2007(marzo) en base a gastos financieros de los últimos doce meses móviles terminados a Marzo 31 de 2007.

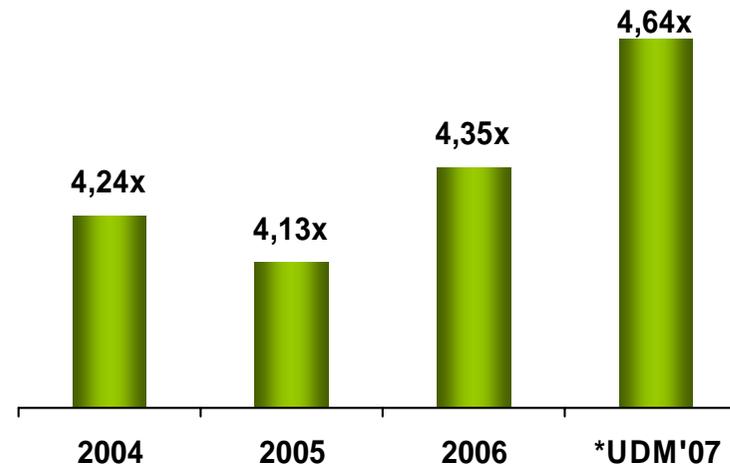
Positiva Evolución de Indicadores Financieros



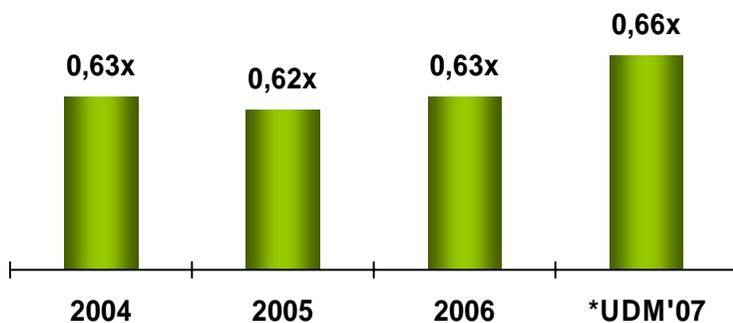
Deuda financiera neta ^(c) / EBITDA ^(a)



EBITDA (a) / Gastos Financieros



Nivel de endeudamiento neto (b)



* UDM: Últimos doce meses móviles terminados a Marzo 31 de 2007.

(a) Ebitda: Rtdo. Explotación + Depreciación del Ejercicio + Amortización de Intangibles + Consumo de Materia Prima Propia.

(b) (Pasivos CP + Pasivos LP – Caja (Disponible + Dep. a plazo + Val. Neg.)) / (PAT + Int. Min).

(c) Deuda Fin. – Caja (Disponible + Dep. a plazo + Val. Neg).



EMISIÓN DE BONOS SERIES F, G y H

IM Trust

MASISA



Principales Características de la Emisión

	Serie F	Serie G	Serie H
Monto de la Emisión	UF 500.000	UF 500.000	UF 1.500.000
Monto Máximo Total de la Colocación	UF 2.500.000		
Uso de los Fondos	Pago o prepago de pasivos de corto o largo plazo del Emisor	Prepago de los bonos de la Serie A.	Prepago de los bonos de la Serie A.
Plazo	5 Años	5 Años	21 Años
Período de Gracia	4,5 Años (<i>bullet</i>)	4,5 Años (<i>bullet</i>)	10 Años
Tasa de Interés	3,20%	3,20%	4,05%
Duration	4,6 Años	4,6 Años	11,4 Años
Amortización del Capital	15 de mayo de 2012	15 de mayo de 2012	Semestrales e iguales a partir del 15 de noviembre de 2017
Fecha de Inicio Devengo de Intereses	15 de mayo de 2007		
Opción de Rescate Anticipado	A partir de 15 de mayo de 2008		
Período de Intereses	Semestrales		
Reajustabilidad	Unidades de Fomento		
Clasificación de Riesgo Fitch Ratings	A		
Clasificación de Riesgo Feller-Rate	A		
Principales Resguardos Financieros	<ul style="list-style-type: none"> * Mantener un nivel de endeudamiento neto no superior a 0,9 veces. * Mantención de Activos Esenciales <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad de producción mínima de 1,5 millones de m³ de tableros - 30,000 hectáreas plantadas de pino radiata, de edad promedio superior a 8 años * Negative Pledge, Cross Default y Cross Acceleration 		



Calendario de Actividades

Mayo							Junio						
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6					1	2	3
7	8	9	10	11	12	13	4	5	6	7	8	9	10
14	15	16	17	18	19	20	11	12	13	14	15	16	17
21	22	23	24	25	26	27	18	19	20	21	22	23	24
28	29	30	31				25	26	27	28	29	30	

Fecha	Actividad
30 - 31 Mayo	Presentación Inversionistas
1 Junio	
31 Mayo	Reunión ampliada
5 - 6 Junio	Construcción libro de órdenes
7 Junio	Colocación
15 Junio	Prepago Bonos Serie A



EMISIÓN DE BONOS SERIES F, G y H

Mayo 2007

IM Trust

MASISA