



MASISA

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 2T'08

13 de Agosto, 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 2T'08

Comparación Resultados Trimestrales 2T'08 Versus 2T'07

Mejoras en el Desempeño 2T'08 Versus 2T'07

Hechos Importantes 2T'08 y Visión del Mercado

Aspectos Destacados del Trimestre



- Excelente Resultado Operacional: Aumento de 24,6% en Ebitda, a pesar de costos históricamente altos, alcanzando Ebitda histórico de US\$ 54,2MM.
- Ventas últimos 12 meses móviles alcanzaron los US\$ 1.043,6MM.
- Mayor diversificación de mercado, expandiéndose en productos de mayor margen (tableros melaminizados y madera aserrada). Esto junto con una menor dependencia en las ventas a EE.UU. que representaron un 10,9% de las ventas consolidadas, como consecuencia de la decisión estratégica de disminuir la exposición al mercado de molduras (MDF y Finger-Joint)
- Masisa mantiene sus activos forestales en FASA (Argentina).
- Término de las negociaciones con Sonae Industrias para Joint Venture.



Aspectos Destacados del Trimestre 2T'08

Comparación Resultados Trimestrales 2T'08 Versus 2T'07

Mejoras en el Desempeño 2T'08 Versus 2T'07

Hechos Importantes 2T'08 y Visión del Mercado



Comparación Resultados 2T'08 vs 2T'07

Estado de Resultados			
	2T08	2T07	%
	US\$MM	US\$MM	
Ingresos de Explotación	278,6	241,9	15,2%
Costos de explotación (menos)	-208,1	-184,2	13,0%
Margen de Explotación	70,5	57,7	22,1%
Margen Bruto	25,3%	23,8%	
Gastos de administración y ventas (menos)	-36,1	-32,6	10,8%
GAV / Ventas	-13,0%	-13,5%	
Resultado de Explotación	34,4	25,1	36,8%
Margen Operacional	12,3%	10,4%	
Diferencias de cambio	-8,1	2,2	
Resultado Financiero	-10,0	-10,7	
Otros No Operacional	-12,0	-1,2	
Resultado Fuera de Explotación	-30,1	-9,7	-209,0%
Impuestos	-2,6	-0,8	
Interés minoritario	0,5	0,5	
Amortización Mayor Valor de	1,1	1,1	
Utilidad (Pérdida) del Ejercicio	3,3	16,3	-79,4%
EBITDA	54,2	43,5	24,6%
Margen EBITDA	19,5%	18,0%	

Incremento en ventas explicado principalmente por alzas de precios en tableros MDF y PB, aumento de volumen de 7,6% en MDF y un incremento en ventas de madera aserrada, que superan el desempeño más bajo en negocio de molduras MDF y Finger-Joint.

Exitosos esfuerzos comerciales en cuanto estrategia de precios, mejoramiento del mix de productos y a diversificación de mercados, permitiendo 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 13,5% durante el segundo trimestre de 2007 a 13,0% en el segundo trimestre de 2008, reflejando una mejoría en la eficiencia operacional a pesar de la apreciación del Peso chileno y del Real brasileño.

El resultado no operacional empeora en US\$ 20,4MM con respecto al segundo trimestre de 2007, alcanzando US\$ -30,1MM. Esto se explica principalmente por la pérdida reconocida por la venta de la planta de OSB (hecho no recurrente y está más que compensado en impuestos diferidos derivados de la transacción) y por aumento en las pérdidas por diferencias de cambio.

El aumento de impuestos se explica por un aumento de impuestos diferidos en Brasil causado por la apreciación del tipo de cambio en deuda denominada en dólares. Esto excluye los efectos por una vez, relacionados con la venta de OSB.

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\$ 10,7 MM (+24,6%), alcanzando un Ebitda histórico US\$ 54,2MM. El margen de Ebitda sobre Ventas se aumenta con respecto al segundo trimestre de 2007, subiendo de un 18,0% a un 19,5%.



Ítems no recurrentes 2T'08

Ítems no recurrentes (US\$'000)	2T'08	2T'07
Operacionales		
Costos operacionales	-61	-1.779
Gastos de Administración y Ventas	119	-888
Total Operacionales	58	-2.667
No Operacionales		
No operacionales	-415	-2.260
Otros egresos fuera de la explotación (OSB)	-10.754	0
Impuestos	-45	-4.717
Impuestos Diferidos (OSB)	11.190	0
TOTAL	34	-9.644

La venta del 75% de la única planta de OSB en Brasil provocó un efecto no operacional que fue totalmente compensado por menores impuestos diferidos en Brasil, los cuales también tienen relación con la venta de la referida planta. El efecto neto de la operación fue de US\$ 436.000.



Aspectos Destacados del Trimestre 2T'08

Comparación Resultados Trimestrales 2T'08 Versus 2T'07

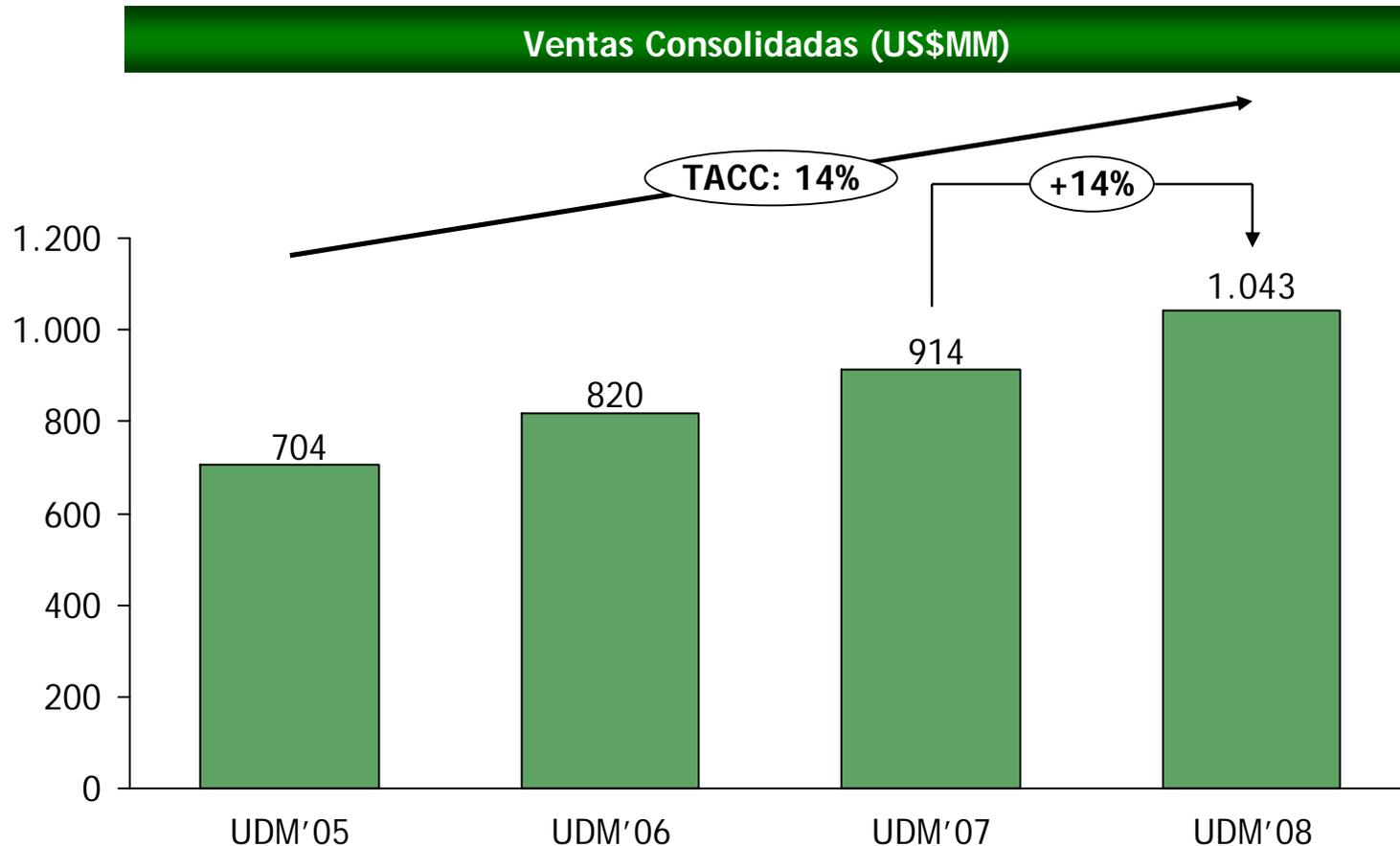
Mejoras en el Desempeño 2T'08 Versus 2T'07

Hechos Importantes 2T'08 y Visión del Mercado



Desempeño

- Crecimiento consistente en ventas, principalmente impulsado por el negocio de tableros MDF y Aglomerado (PB).
- Exitoso esfuerzo comercial en aumento de precios, y así mejorar los márgenes.

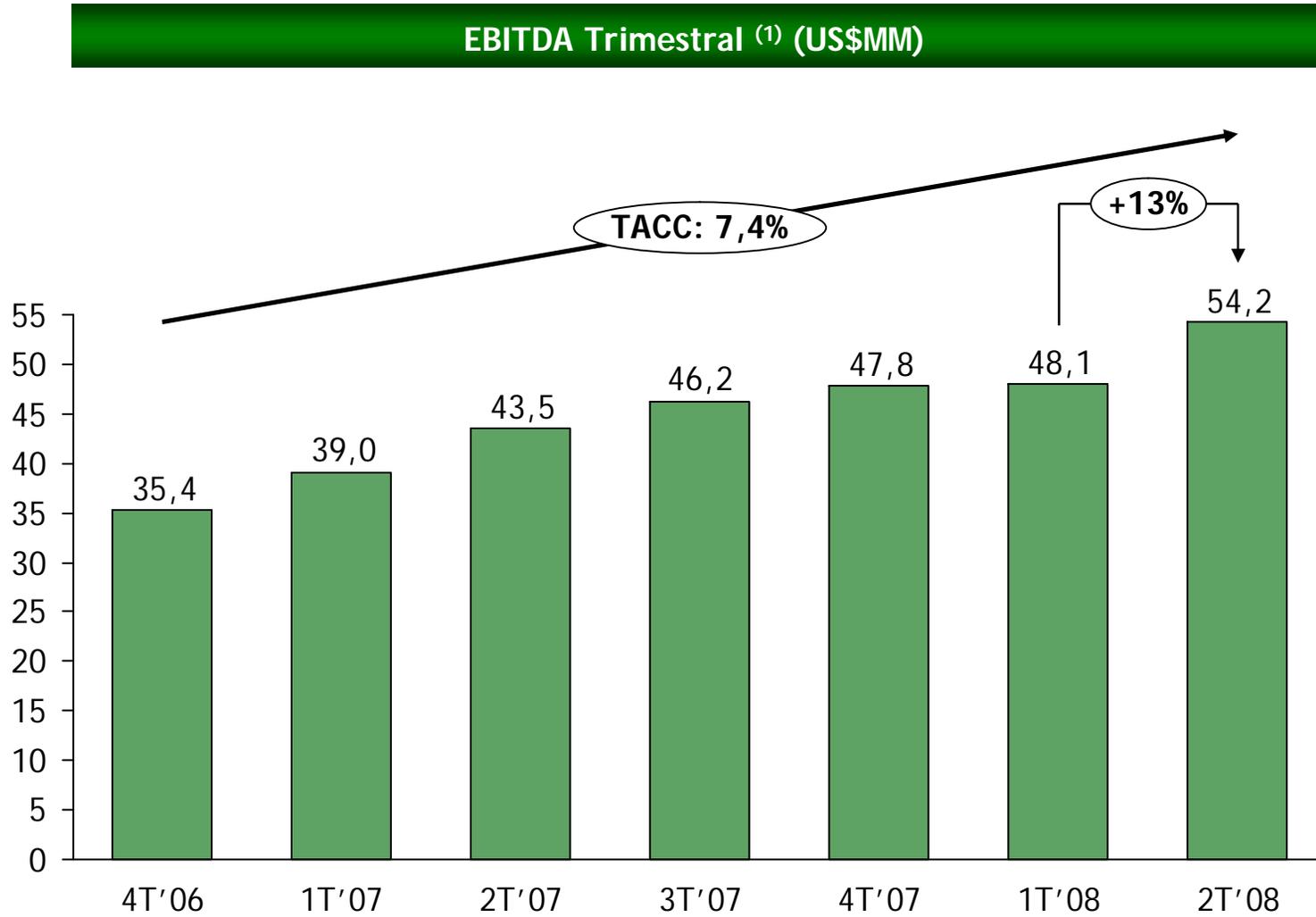


*UDM: Períodos de 12 meses móviles terminados el 30 de Junio de cada año.



Desempeño

- Excepcional generación de flujo operacional (EBITDA), a pesar de las presiones de costos.

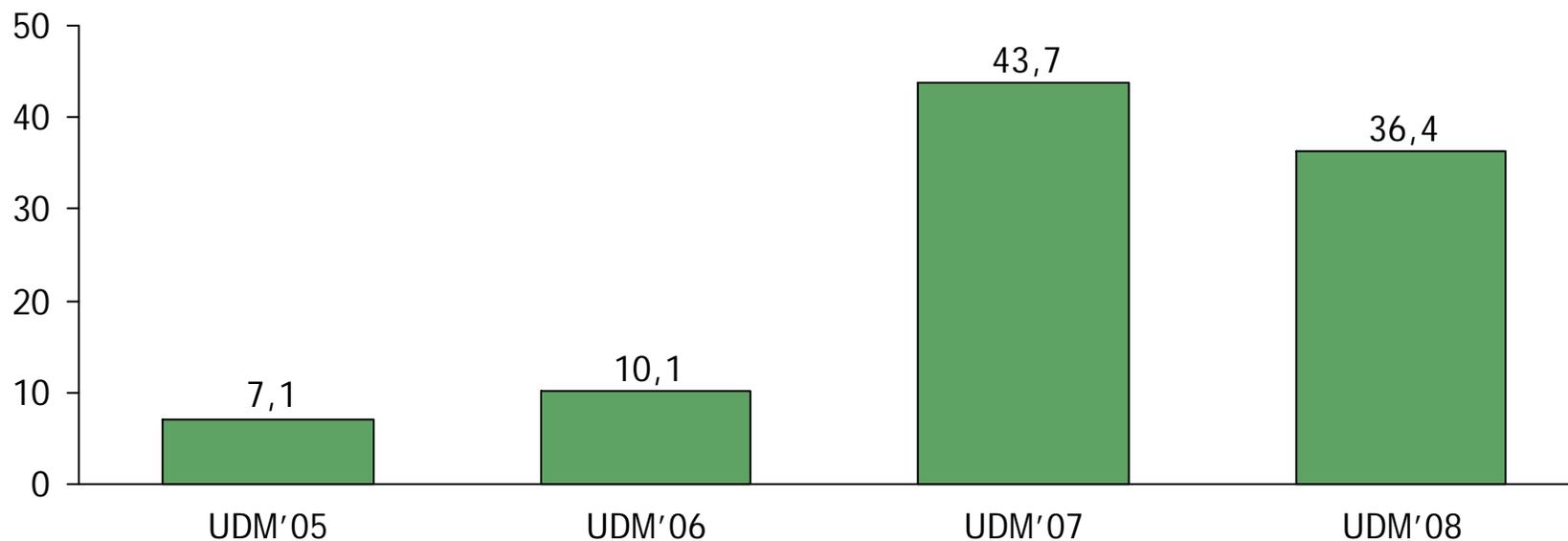


(1) EBITDA = Resultado Operacional + Depreciación + Amortizaciones + Consumo materia prima propia.

Desempeño



Utilidad Neta (US\$MM)



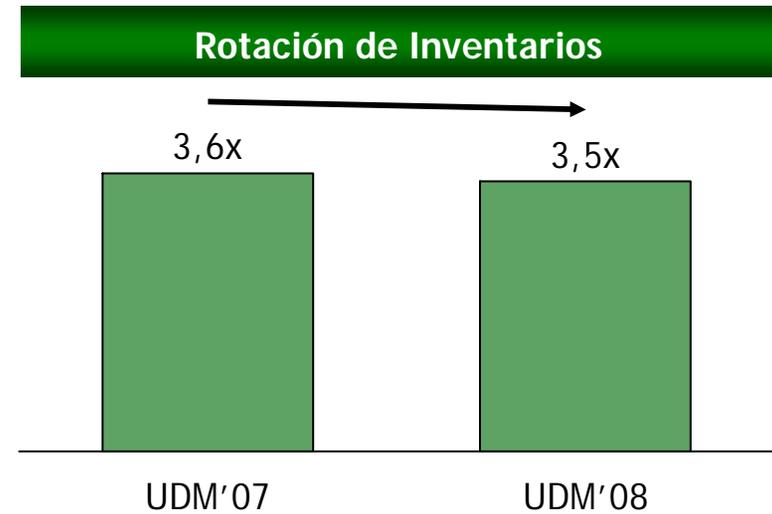
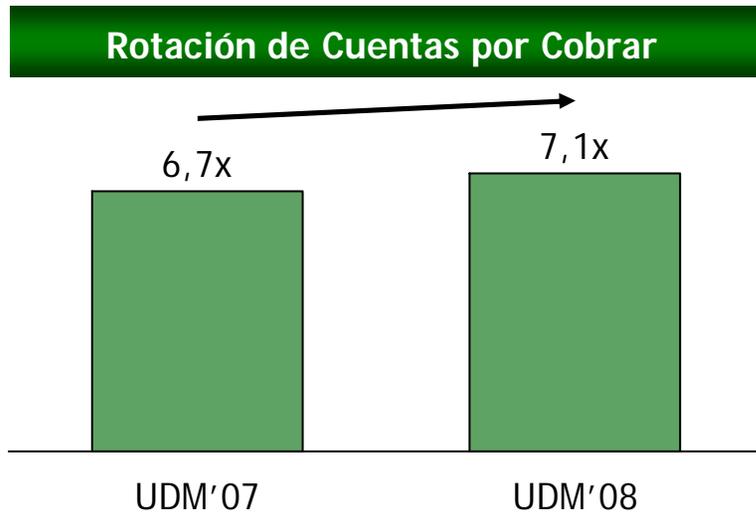
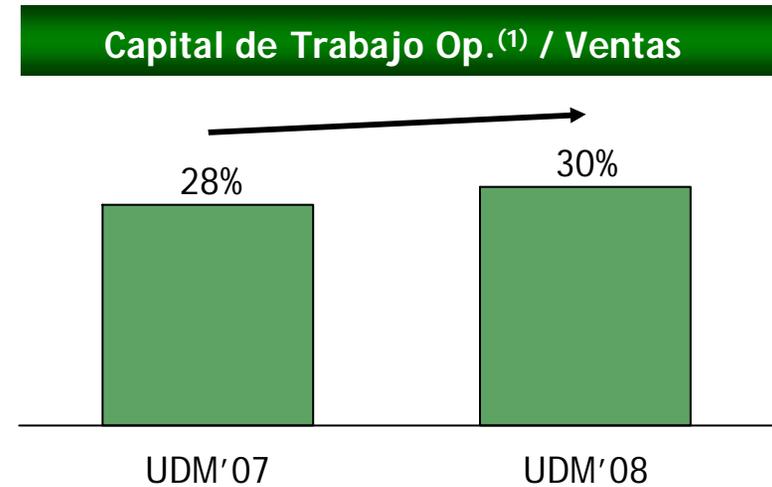
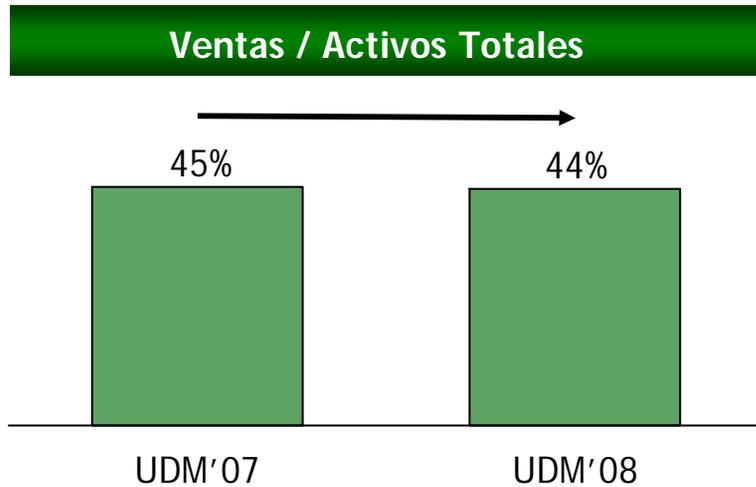
- La utilidad neta disminuyó en 2T'08, debido a menores ingresos no operacionales, y a mayores impuestos diferidos en Brasil, relacionados con la apreciación del Real brasileño.

*UDM: Períodos de 12 meses móviles terminados el 30 de Junio de cada año.



Desempeño

- Adecuado uso de nuestros activos.



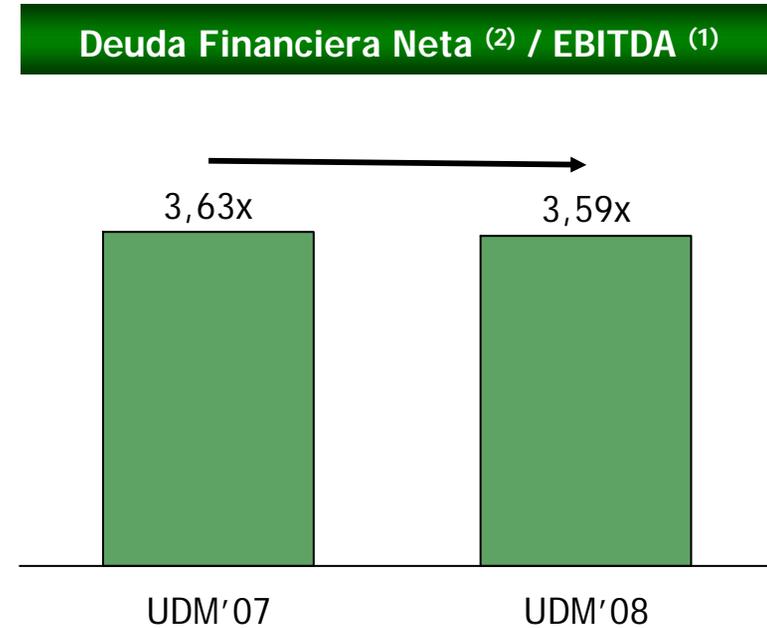
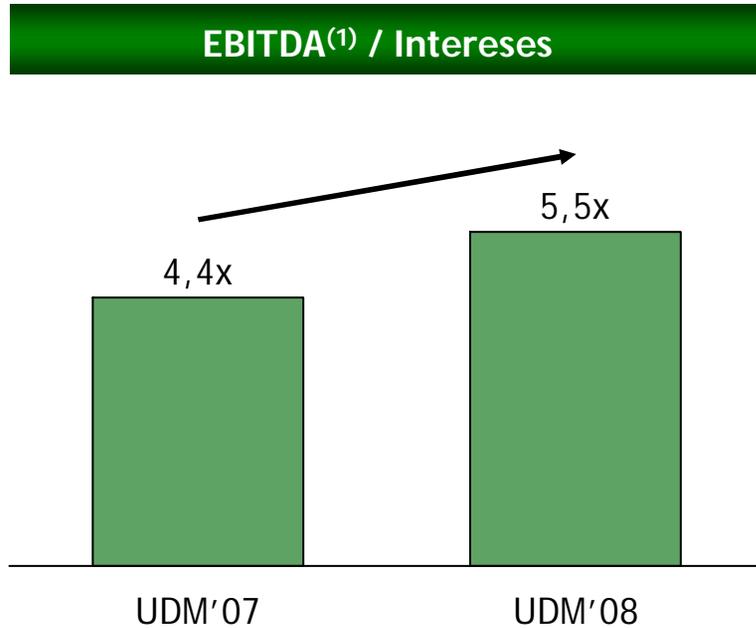
(1) Capital de Trabajo Operativo = Deudores por ventas (neto) + Documentos x Cobrar (neto) + Deudores varios (neto) + Documentos y Ctas x Cobrar de empresas relacionadas - Cuentas x Pagar - Documentos x Pagar - Acreedores varios - Documentos y cuentas por pagar a empresas relacionadas - Madera en Pie.

*UDM: Períodos de 12 meses móviles terminados el 30 de Junio de cada año.



Desempeño

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



Deuda financiera Neta / EBITDA mejoró, hasta llegar a 3,20 veces, después de recibir los fondos provenientes de la venta del 37% de Tafisa a Sonae Industria el 31 de Julio de 2008.

(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: Períodos de 12 meses móviles terminados el 30 de Junio de cada año.



Aspectos Destacados del Trimestre 2T'08

Comparación Resultados Trimestrales 2T'08 Versus 2T'07

Mejoras en el Desempeño 2T'08 Versus 2T'07

Hechos Importantes 2T'08 y Visión del Mercado



Hechos Importantes 2T'08

- Continúa una demanda estable en gran parte de los mercados de la región, lo que se evidencia en el crecimiento en ventas de MDF (+34%) y PB (+21%) en relación a 2T'07. Continúa la capacidad de transferir incrementos en los costos a precios durante el 2008. Precios consolidados se incrementan en 24% y 18% para MDF y PB respectivamente. El margen bruto se incrementa desde 24% en 2T'07 hasta 25% en 2T'08. Mercados con buen desempeño: Argentina (+44,7%), Brasil (21,8%) y Venezuela (70,4%).
- Incremento en ventas de productos con mayor margen (tableros de madera melaminizados).
- Nueva línea de MDF en Cabrero, Chile, aumentando los envíos a los mercados de la costa pacífico en América Latina. Incremento de 7,6% en volumen de tableros MDF, en relación a 2T'08. Capacidad de producción al 70%.
- Disminución en ventas de tableros OSB, en línea con la estrategia de la compañía (foco en tableros de madera para muebles y arquitectura de interiores).

Visión del Mercado

1. Demanda estable para tableros MDF y PB continúa en América Latina.
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 incrementar los márgenes:
 - Mejorar mix de productos con unidades que muestren mejores márgenes (tableros de madera cubiertos con melaminas de sofisticados diseños)
 - Aumentar la venta a través de canales de distribución con mejores márgenes (Placacentros), aumentando la lealtad del cliente.
4. Costos de madera, resinas y energía se espera que permanezcan estables, en sus actuales niveles
5. En general, los márgenes debiesen permanecer en los niveles actuales. Probada y sostenida capacidad para traspasar incrementos de costos a precios.



Retail

Hechos Importantes 2T'08

1. Continúa la migración de contratos de Placacentros desde licencias de marca a contratos tipo franquicia, según lo programado. 21 Placacentros migrados durante 2T'08. **El 65% de la red de Placacentros se encuentra franquiciada.**
 - Total de Placacentros al 30 de Junio de 2008: 324.
 - La red ha sido optimizada con 3 nuevas aperturas y 4 cierres. Foco ha estado en la rentabilidad de la cadena de Placacentros, más que en una agresiva expansión.
2. Penetración ventas de Placacentros a ventas de tableros en mercados domésticos: 31,8% al 30 de Junio de 2008.
3. Central de Compras de Accesorios (CC): Plataforma de ventas por Internet: operando en Brasil, Chile, Ecuador, México, Perú y Colombia. Modelo a ser replicado en nuevas CC's.
 - Ventas Totales durante 2T'08: US\$ 3.3MM v/s US\$ 0.6MM en 2T'07.
 - 39% de la red de Placacentros utiliza la central de compras.
4. Aplicación del manual de operaciones de franquicias: Al 30 de Junio de 2008, 14 Placacentros totalmente capacitados y 100 otros locales en proceso de entrenamiento.

Visión del Mercado

1. Placacentros franquiciados bajo un esquema de control de propiedad: A los mejores Placacentros, basados en criterios de ubicación, se los llevará bajo un esquema en donde la propiedad es arrendada y las operaciones son llevadas por un tercero. El objetivo es incrementar tanto las ventas como los márgenes. Este proceso se acelerará para fines de año. A la fecha, 3 Placacentros operan bajo esta estructura.
2. Placacetro Masisa es el líder y la mayor cadena de especialistas en su tipo en América Latina. Es la única red de distribución con una completa cobertura regional, y la primera en aparecer en la región, con más de 16 años de experiencia. El objetivo estratégico de Placacetro es convertirse en el futuro en "One Stop Shopping" para todos los pequeños y medianos mueblistas y carpinteros, con un agresivo plan de expansión. Objetivos:
 - Posicionamiento de marca - Lealtad de clientes.
 - Incremento en ventas y márgenes.
 - Mejoramiento del mix de productos.



Hechos Importantes 2T'08

1. Menores ventas de molduras MDF (-35,5%) y Finger-Joint (-42,4%), debido a la decisión estratégica de la Compañía de disminuir producción de tales productos, tomando en consideración el desaceleramiento del mercado inmobiliario en Estados Unidos.
2. Madera aserrada mostró un fuerte aumento en sus ventas (+92,6%), gracias al redireccionamiento de exportaciones hacia mercados locales de Brasil y Venezuela, y también debido a la diversificación de mercados, principalmente hacia Medio Oriente y Centroamérica.
3. Ventas de puertas de madera sólida estables (-1,9%) con demanda constante. Producto relacionado con las remodelaciones de hogares, en contraposición a la construcción de nuevos hogares, mercado que ha sido afectado por la crisis inmobiliaria en Estados Unidos.
4. Foco en productos con mayor margen, orientando insumos de madera a la producción de madera aserrada, disminuyendo la producción de molduras Finger-Joint.
5. Los mayores costos en madera, energía y mano de obra, así como las apreciaciones de monedas locales con respecto al dólar (especialmente en Brasil), han afectado los márgenes de esta unidad de negocios.
6. Continúa la optimización en la estructura de costos, en operaciones de aserrío en Chile y Brasil.

Visión del Mercado

1. Costos en madera, energía y mano de obra: Mantención de precios en sus niveles actuales.
2. Se continuará reduciendo la exposición al mercado inmobiliario de Estados Unidos (Molduras MDF y Finger-Joint), con un leve incremento en precios para molduras.
3. El foco de esta unidad de negocios está en la producción y comercialización de productos con mayores márgenes, como es el caso de la madera aserrada. Acompañado de una diversificación de mercados, se espera un aumento en ventas.
4. Sólido panorama para puertas de madera sólida, con un esperado aumento en precios.



Hechos Importantes 2T'08

1. Implementación de programas para eficiencia en costos en Brasil y Chile.
2. La compañía mantendrá sus activos forestales en FASA (Argentina).

Visión del Mercado

1. Plan de adquisición de terrenos plantables para 2008 (proyectos greenfield): 5.000 hectáreas.
2. Plan de inversiones para activos forestales existentes durante 2008 (poda y raleo): US\$ 21MM.
3. Plan de plantaciones para 2008:
 - Reforestación: 12.000 hectáreas.
 - Nuevas plantaciones: 7.600 hectáreas.
4. La compañía seguirá invirtiendo en proyectos greenfield, ya sea directamente o buscando socios para llevar a cabo estas nuevas inversiones, y en consecuencia aumentar los activos forestales, para asegurar el abastecimiento de fibra en el largo plazo.

Consolidación Liderazgo Regional



- Panorama estable para el mercado de tableros MDF y PB, en toda América Latina.
- Construcción de nueva planta de MDP en Rio Grande do Sul, Brasil, según programa.
- Foco en productos con mayores márgenes (tableros de madera melaminizados y madera aserrada), junto a la diversificación de mercados.
- Optimización de costos: Varios programas en madera sólida y forestal.
- Consolidación estratégica en la región, priorizando Brasil.
- La estrategia forestal de Masisa está en maximizar el valor presente de sus actuales y futuros bosques. El negocio forestal tiene un panorama atractivo en el mediano y largo plazo, por lo que Masisa evaluará diferentes alternativas, que son consistentes con su visión de largo plazo.



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

