

## REPORTE DEL MERCADO DE CIGARRILLOS EN ARGENTINA

SEGUNDO TRIMESTRE DE 2019

FIC ARGENTINA

El **reporte del mercado de cigarrillos** sintetiza la información económica del mercado de cigarrillos en el Segundo Trimestre de 2019, analizando la evolución de las variables clave: **ventas, precios, distribución del mercado, asequibilidad y recaudación impositiva.**

El **objetivo** del informe es explicar de manera simple la evolución del mercado para el conocimiento de los interesados en seguir su dinámica.

### RESUMEN EJECUTIVO

*Las ventas declaradas de cigarrillos en la primera mitad del año fueron un 8% inferiores en comparación con 2018. En tanto, los precios evolucionan a la par de la inflación en lo que va del año, aunque en comparación interanual los precios aumentaron menos que la inflación. Al primer semestre de 2019, el precio de un paquete de 20 cigarrillos en Argentina era de \$ 77 (USD 1.80). Las grandes compañías promediaron una participación de mercado del 87%, siendo el 13% restante acaparado por las denominadas “PyMEs”, que experimentaron un crecimiento en participación en los últimos meses. La asequibilidad bajó ligeramente 1.2% en el último año, implicando que se pueden adquirir menos paquetes con un sueldo promedio. Sin embargo, el salario real en el mismo período perdió un 9%. La recaudación, en tanto, aumentó un 27%, muy lejos de la inflación general y de la recaudación.*

#### INDICE

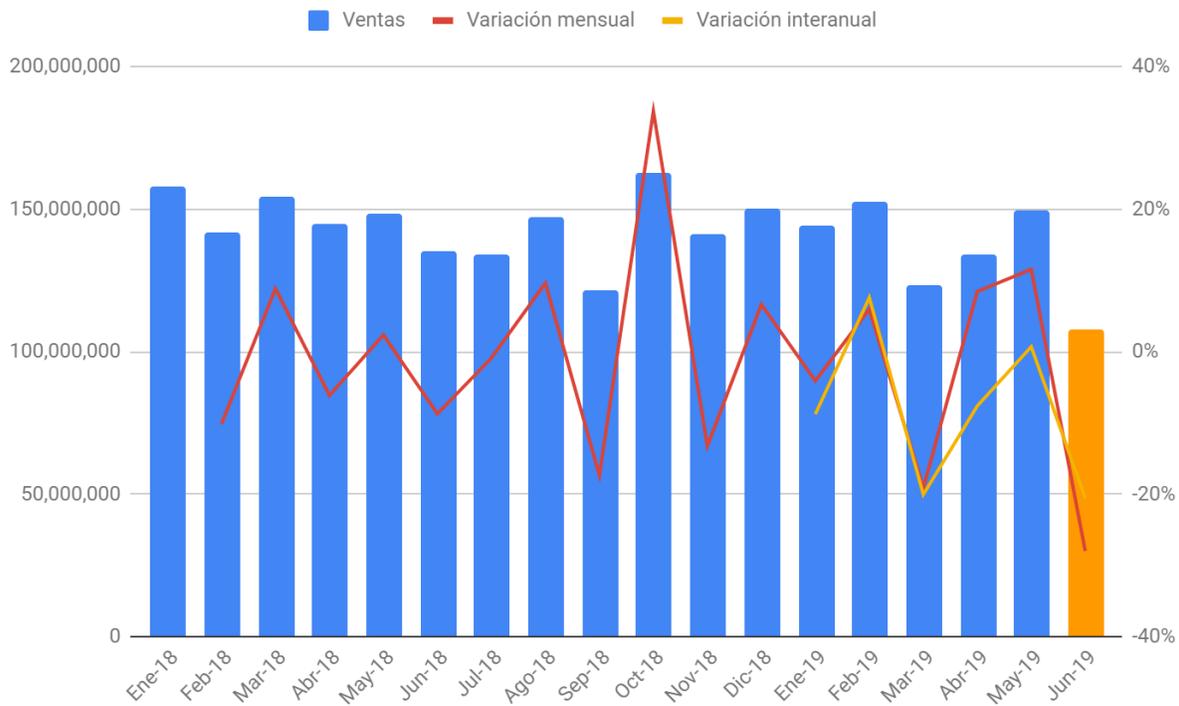
1. VENTAS	1
2. PRECIOS	4
3. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO Y BRECHA DE PRECIOS	¡Error! Marcador no definido.
4. ASEQUIBILIDAD	¡Error! Marcador no definido.
5. RECAUDACION	¡Error! Marcador no definido.

## 1. VENTAS

En el mes de junio de 2019 se vendieron 107 millones de paquetes de cigarrillos equivalentes a 20 unidades. Esto representa un 20% menos que en marzo de 2019, y 28% menos que en abril de 2018.

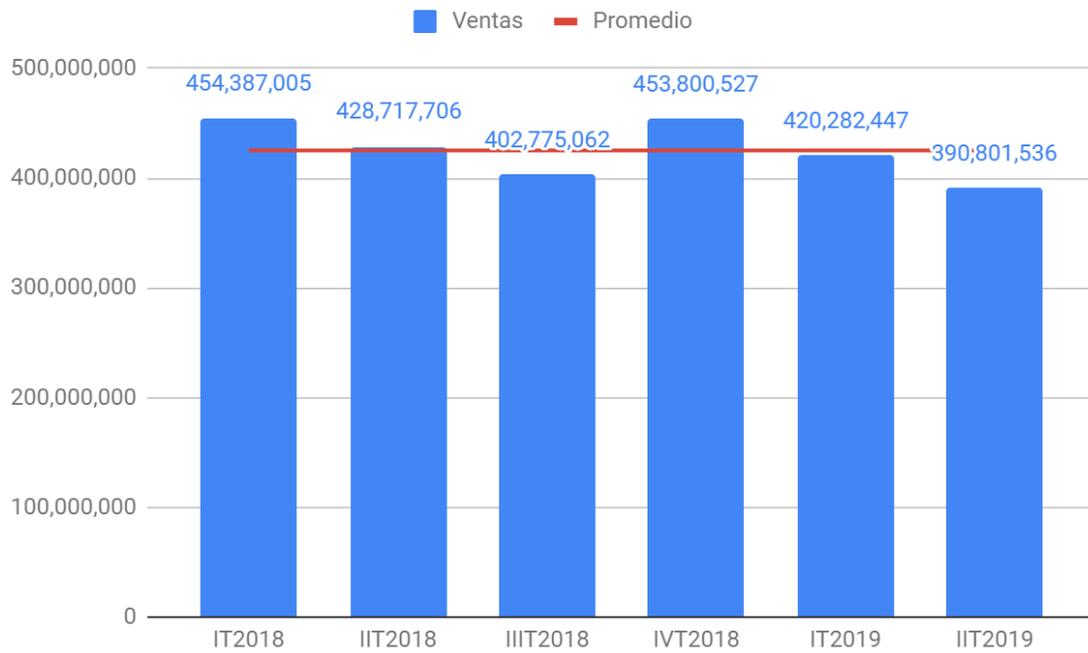
En los primeros seis meses del año, las ventas de paquetes equivalentes a 20 unidades totalizaron 811 millones, un monto 8.1% más bajo que el año anterior. Por primera vez en los últimos 18 meses, las ventas trimestrales fueron inferiores a los 400 millones de paquetes entre Abril y Junio de 2019.

**Gráfico 1.** Ventas mensuales de cigarrillos, Ene-18 a Jun-19.



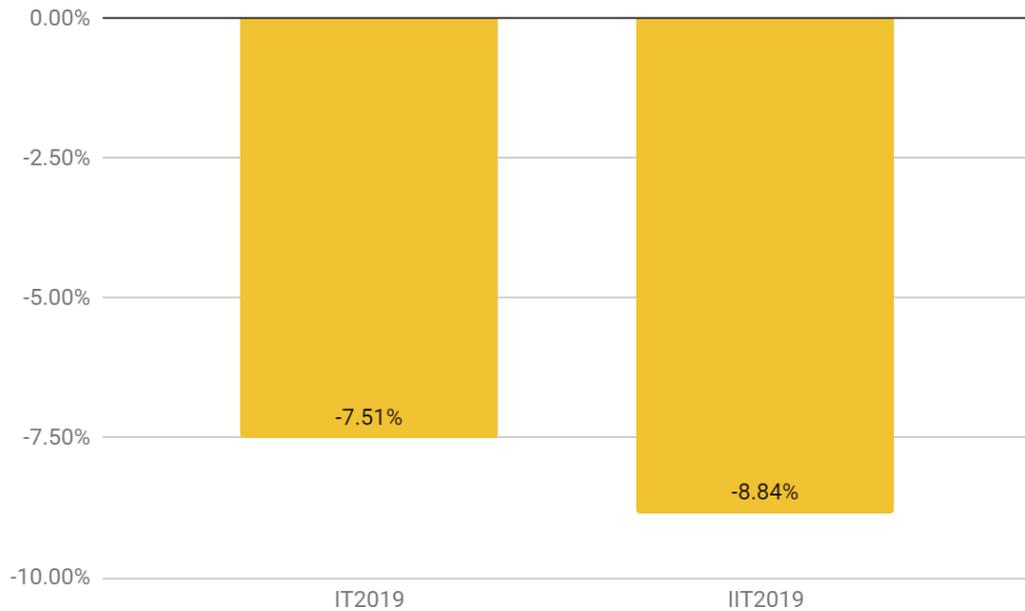
Fuente: Elaboración propia en base a MinAgri

**Gráfico 2.** Ventas trimestrales de cigarrillos, 1er Trimestre de 2018 a 2do Trimestre de 2019.



Fuente: Elaboración propia en base a MinAgri

**Gráfico 3.** Variación interanual en las ventas trimestrales en 2019

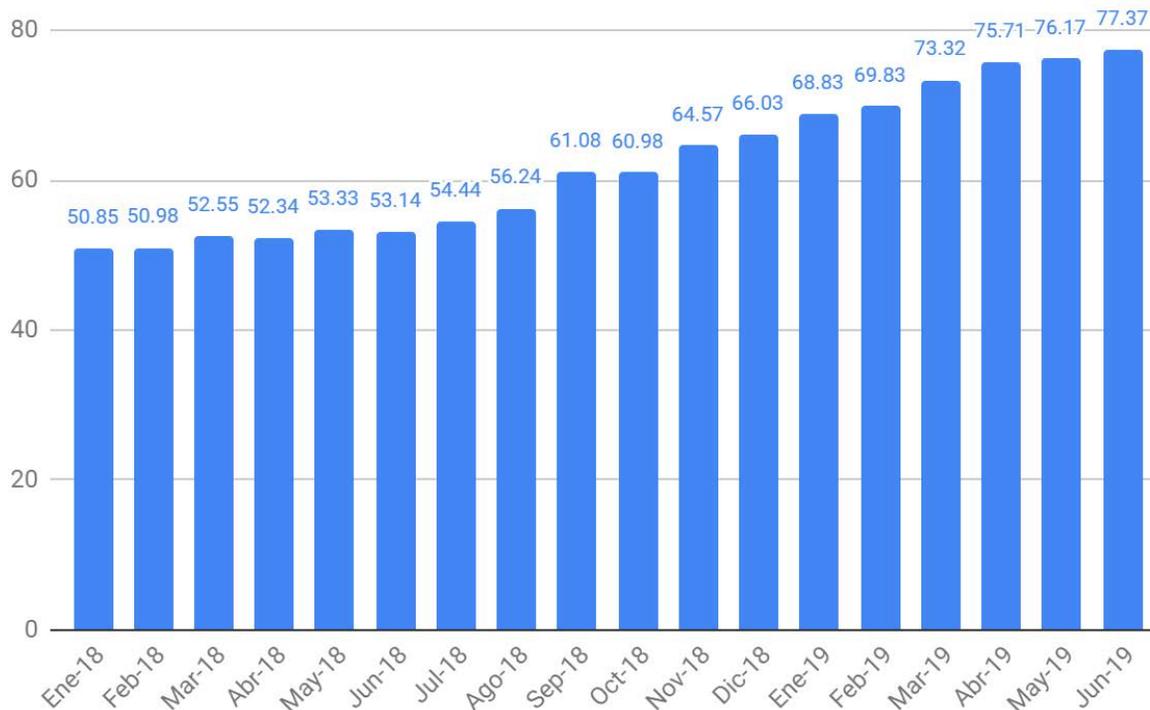


Fuente: Elaboración propia en base a MinAgri

## 2. PRECIOS

El **precio promedio ponderado** de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de **\$77,37** en Junio de 2019, un valor un **45% mayor** que el año anterior, una variación menor al índice general de precios, que según el INDEC en ese período se incrementó un 54,8%. Según el INDEC, los productos de tabaco se incrementaron un **45.2%** en el último año. **En el 2019**, en tanto, el precio de los cigarrillos aumentó un **22.5%** en línea con la inflación general que varió un **22.1%**. Esta dinámica tiene sentido por efecto del aumento del impuesto mínimo que está indexado a la inflación.

**Gráfico 4.** Precio promedio ponderado, Ene-18 a Jun-19.



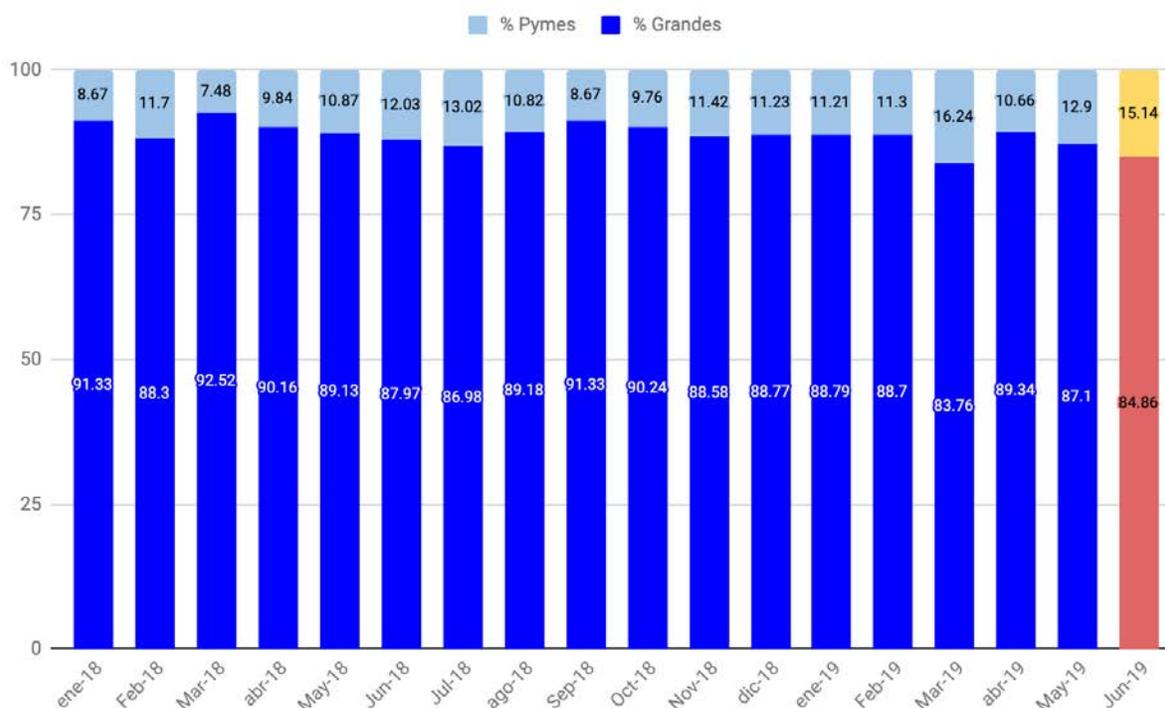
Fuente: Elaboración propia en base a MinAgri

## 3. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO Y BRECHA DE PRECIOS

El mercado de cigarrillos está segmentado, en cuanto a fabricantes, en compañías multinacionales (PMI, BAT) y firmas nacionales denominadas Pymes (Tabacalera Sarandí,

Esperit, Tabacalera Centro, entre otras). Las **PyMEs** representaron en el mes de junio un **15.1%** del mercado de cigarrillos. En el primer semestre del año, en promedio, la PyMEs acapararon un 13% del mercado, una suba de 3 puntos porcentuales con respecto al mismo período de 2018. Las compañías denominadas PyMEs capturan así una porción más elevada del mercado, basándose en una estrategia agresiva en materia de precios, y en el marco de un contexto económico caracterizado por un traslado del consumo hacia segundas marcas y opciones de menor costo.

**Gráfico 5.** Distribución del mercado entre Grandes y Pymes, 2018 a 2019.



Fuente: Elaboración propia en base a MinAgri

Una segunda manera de observar la distribución del mercado es a través de las **marcas** de cigarrillos. El mercado de cigarrillos argentino está dividido en 3 **segmentos** diferenciados: marcas **premium** (Marlboro, Lucky Strike, entre otras) elaboradas por compañías multinacionales, **segundas marcas** (Rothmans, Chesterfield) elaboradas también por las mismas multinacionales, y **marcas baratas** (Red Point, Melbour) vendidas por Pymes.

En el contexto de la última reforma impositiva, cada segmento tiene un tratamiento impositivo distinto. Las marcas **premium se beneficiaron** de una **reducción del 75% al 70%** en el impuesto de más relevancia (Impuestos Internos). Las **segundas marcas** afrontaron la carga del **impuesto mínimo** (actualmente en \$46,24<sup>1</sup>) en mayor medida, mientras que las **marcas baratas judicializaron** el pago del impuesto mínimo alegando confiscatoriedad y discriminación, en algunos casos obteniendo medidas **cautelares** que suspendieron el pago correspondiente al mínimo.

**Al mes de Junio de 2019**, un paquete de 20 unidades de cigarrillos del segmento premium costaba \$93 en promedio para productos de referencia, mientras que uno de segunda marca \$80 y un paquete de marca barata \$36. La inflación a 13 meses para el segmento premium fue del 55% para el segmento premium y del 63% para las segundas marcas, por lo que la **brecha entre productos premium y segundas marcas se redujo**.

Si se relaciona el precio de un producto de segmento premium con los precios promedio en los otros segmentos, en Junio de 2019 un producto de segunda marca era un **14% más barato** que un producto premium, mientras que uno del segmento barato era un **61% más barato**.

---

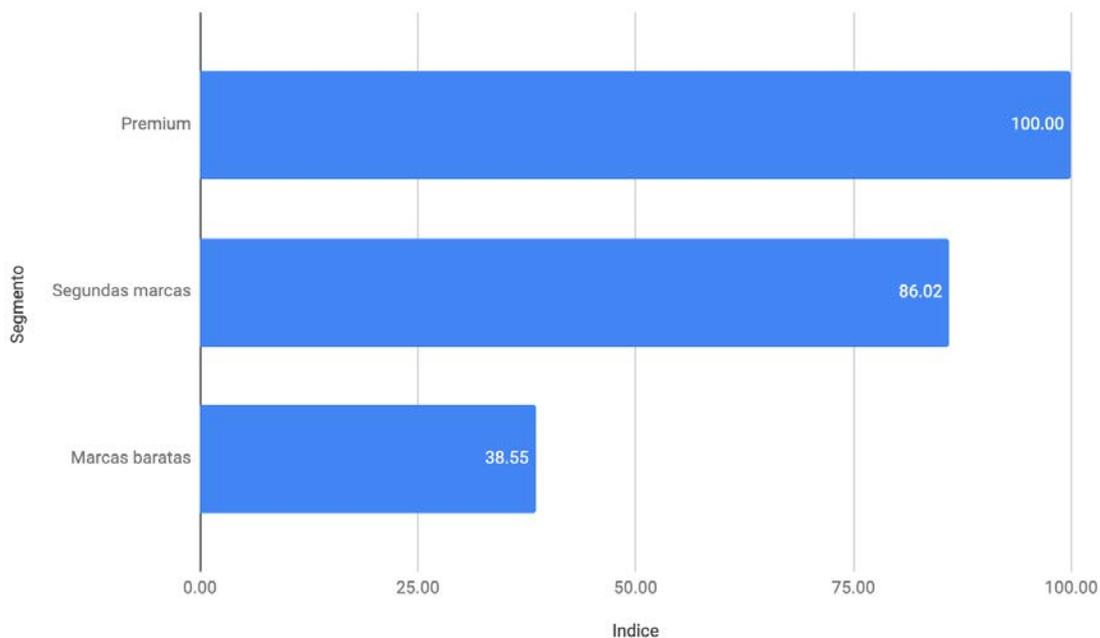
<sup>1</sup> Ver <http://biblioteca.afip.gob.ar/cuadroslegislativos/getAdjunto.aspx?i=4974>.

**Tabla 1.** Precios de paquetes de cigarrillos por marca, Abril-18 a Mayo-19.

	Junio 2019	Mayo 2018	Variacion interanual
<b>Premium</b>			
Marlboro Red Box	\$92.0	\$61.0	51%
Lucky Strike Fresh Box	\$94.0	\$59.0	59%
<b>Segundas marcas</b>			
Chesterfield Red Box	\$80.0	\$50.0	60%
Rothmans Box	\$80.0	\$48.0	67%
<b>Marcas baratas</b>			
Red Point On Box	\$40.0		
Melbourne Full	\$31.7		

Fuente: Elaboración propia en base a InfoKioscos.

**Gráfico 6.** Índice de brechas (Premium = 100).



Fuente: Elaboración propia en base a InfoKioscos

## 4. ASEQUIBILIDAD

El **índice de asequibilidad**, definido como la cantidad de paquetes de cigarrillos que se pueden adquirir con un salario promedio de la economía, se redujo un **1.2% en Mayo de 2019** (última información disponible), en comparación con el año anterior. La asequibilidad bajó fuertemente luego de la suba en el impuesto interno a los cigarrillos del 60% al 75% en Mayo de 2016, para luego estancarse e incluso presentar una leve recuperación. La asequibilidad no se deterioró significativamente a pesar de que el salario perdió poder adquisitivo con relación a la mayoría de los bienes de la economía. En el mismo lapso (Mayo 2018 a Mayo 2019), los salarios reales se redujeron un 8,9%<sup>2</sup>.

**Gráfico 7.** Índice de asequibilidad, Mayo 2018 a Mayo 2019.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de SIPA y MinAgri.

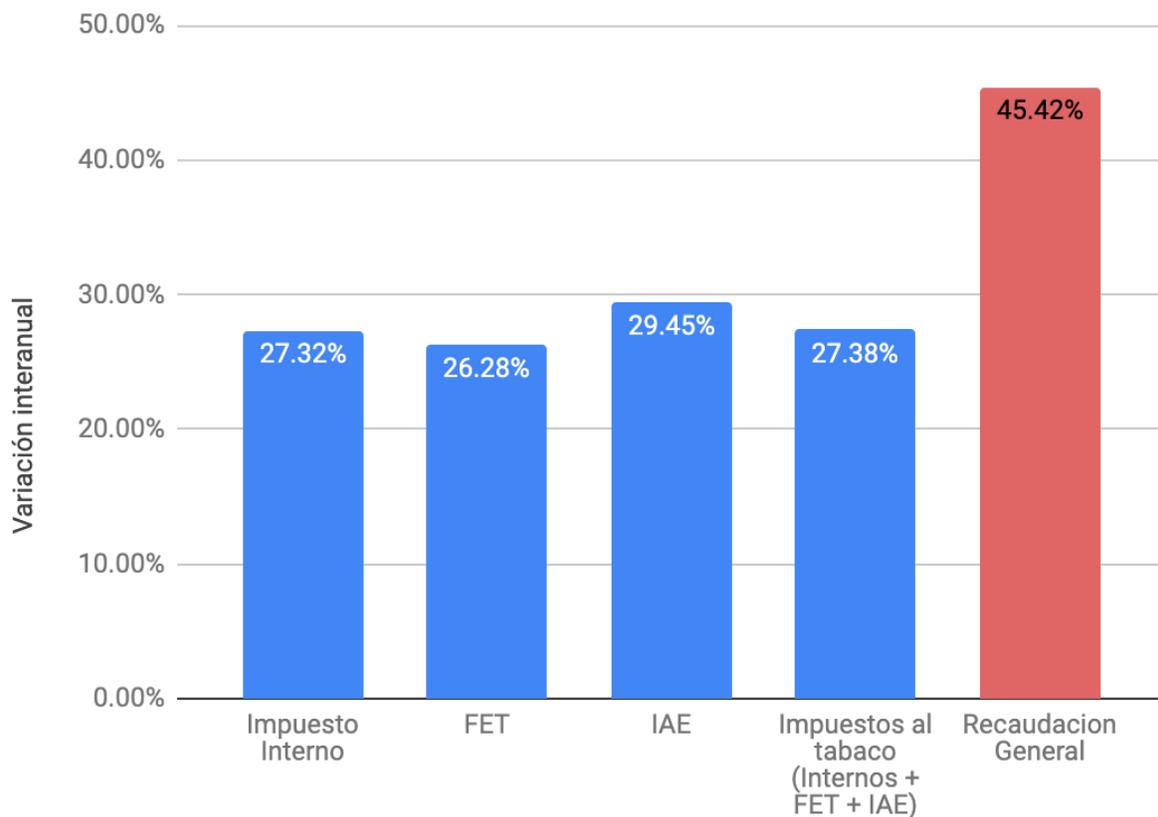
<sup>2</sup> [http://www.trabajo.gov.ar/downloads/estadisticas/Reporte\\_Laboral\\_Mayo\\_2019.pdf](http://www.trabajo.gov.ar/downloads/estadisticas/Reporte_Laboral_Mayo_2019.pdf)

## 5. RECAUDACION

Los cigarrillos tienen una **carga impositiva promedio del 76%**, siendo los impuestos de mayor importancia los Impuestos Internos (54% del precio) y el Fondo Especial del Tabaco - FET, que se distribuye a las provincias tabacaleras. El Impuesto Adicional de Emergencia (7% del precio) también integra la carga de impuestos al tabaco, además de otros tributos generales (IVA e Ingresos Brutos).

La **recaudación por impuestos al tabaco** de estos impuestos totalizó 21 mil millones de pesos en el primer semestre de 2019, representando una variación interanual del **27.38%** en comparación con el mismo período del año anterior, un valor muy inferior a la inflación (55,8% entre Junio 2018 y Junio 2019). La recaudación por impuestos al tabaco también fue menor a la recaudación tributaria, que creció un **45%**. La pérdida tributaria se puede explicar por una combinación entre **menores ventas** y **caída de la presión tributaria** (que bajó del 80% al 76%).

**Gráfico 8.** Variación interanual en impuestos al tabaco y recaudación.



Fuente: Elaboración propia en base a AFIP