

REPORTE DEL MERCADO DE CIGARRILLOS EN ARGENTINA

PRIMER TRIMESTRE DE 2020

FIC ARGENTINA

El **reporte del mercado de cigarrillos** sintetiza la información económica del mercado de cigarrillos en el Primer Trimestre de 2020, 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 de cigarrillos en Argentina.

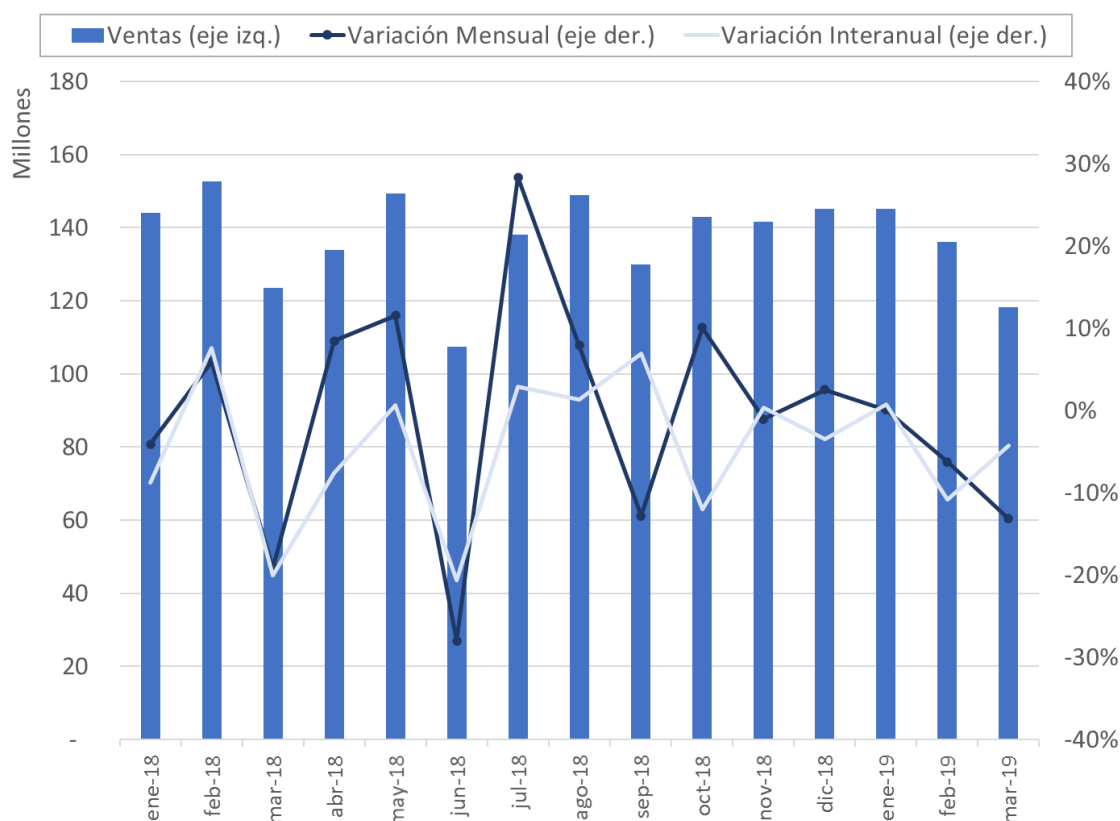
RESUMEN EJECUTIVO

- Las ventas declaradas de cigarrillos durante los primeros tres meses del año fueron de aproximadamente 400 millones, un 7,0% menos que en el último trimestre de 2019 y 4,9% menos que en el primer trimestre de ese mismo año.
- En marzo de 2020, el precio promedio de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de \$110,33 (USD 1,75), lo que representa un incremento del 50,5% respecto del mismo mes del año anterior.
- En los primeros tres meses del año, las PyMEs acapararon un 20,4% del mercado, lo cual representa un incremento de 7,6 puntos porcentuales con respecto al primer trimestre de 2019.
- La asequibilidad se redujo ligeramente en marzo de 2020, un 1,4% en comparación con el mismo mes del año anterior. No obstante, si la comparación se hace con el último mes del año 2019, se advierte un incremento de la asequibilidad del 6,2%.
- La recaudación por impuestos al tabaco en los primeros tres meses de 2020 se incrementó un 22,5% en comparación con el mismo trimestre del año anterior. Este incremento es inferior a la inflación del mismo período (50,4%) y que el incremento de la recaudación total (41,3%).

1. VENTAS

En el mes de **marzo de 2020** se vendieron **118 millones de paquetes de cigarrillos** equivalentes a 20 unidades. Esto representa un 4,2% menos que en el mismo mes de 2019 y 13,1% menos que el mes anterior (ver Gráfico 1). Cabe mencionar que esta reducción se produjo de manera coincidente con el inicio de las medidas de aislamiento social preventivo y obligatorio dispuestas por el Gobierno Nacional para contener el avance de la pandemia de COVID-19 en el país, a partir del 20 de marzo.

Gráfico 1. Ventas mensuales de cigarrillos. En millones de paquetes*. Enero 2019 a marzo 2020

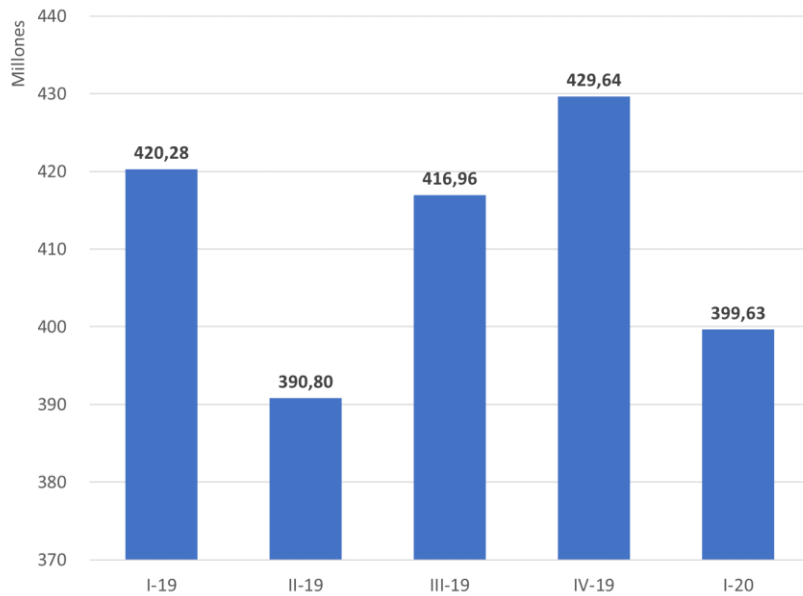


*Nota: *cantidad de paquetes equivalentes a 20 unidades vendidos.*

Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

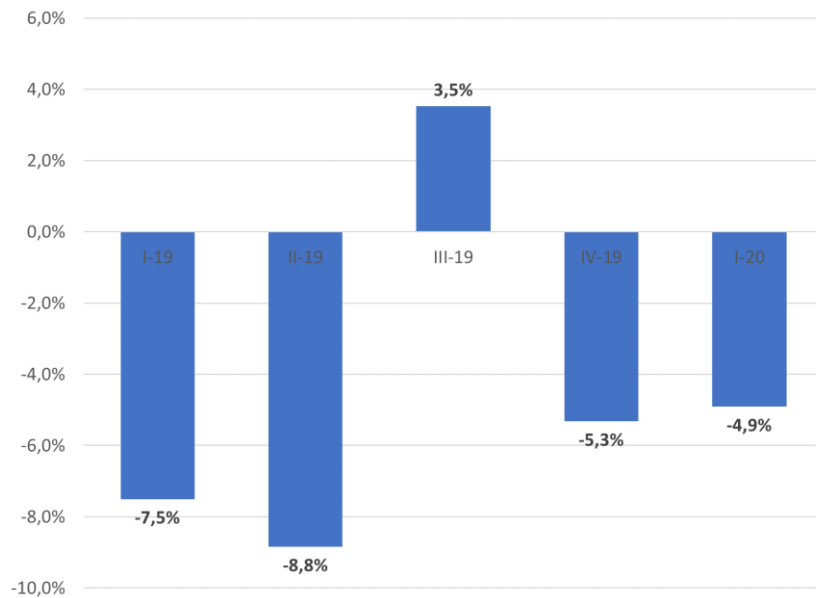
En los **primeros tres meses del año**, las ventas de paquetes equivalentes a 20 unidades totalizaron **400 millones**, un 7,0% menos que en el último trimestre de 2019 y 4,9% menos que en el primer trimestre de ese mismo año (ver Gráfico 2 y 3).

Gráfico 2. Ventas trimestrales de cigarrillos. En millones de paquetes*. 1er trimestre de 2019 a 1er trimestre de 2020



*Nota: *cantidad de paquetes equivalentes a 20 unidades vendidas.
Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.*

Gráfico 3. Variación interanual en las ventas trimestrales. Años 2019 y 2020

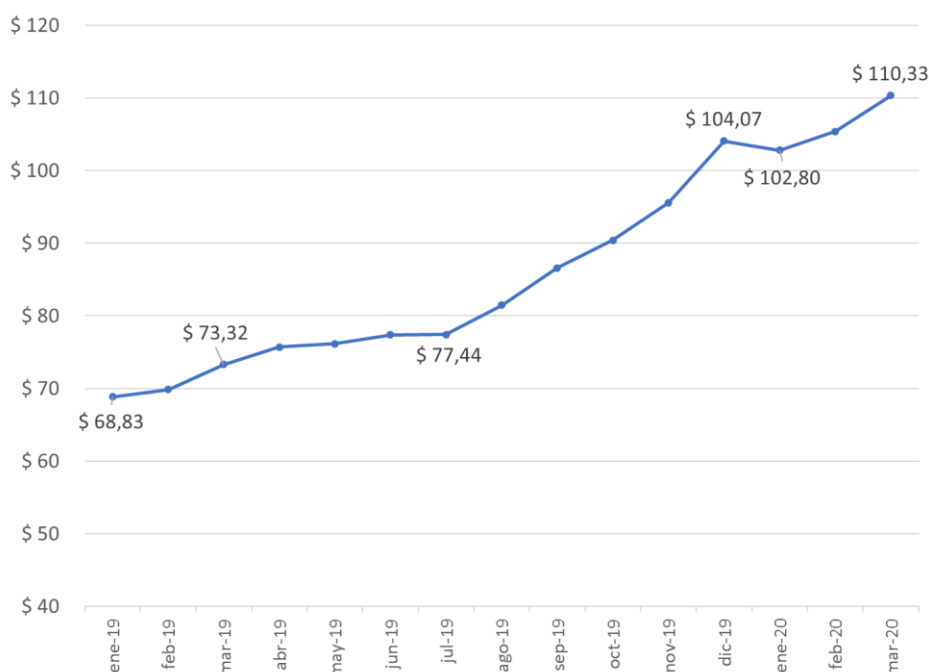


Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

2. PRECIOS

El **precio promedio ponderado** de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de **\$110,33** en marzo de 2020, representando un incremento del **50,5%** respecto del mismo período del año anterior (ver Gráfico 4). El incremento en el precio promedio de los cigarrillos fue mayor a la inflación medida por el índice general de precios, que según el INDEC en ese período fue del 48,4%.

Gráfico 4. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos corrientes. Enero 2019 a marzo 2020



*Nota: *precio promedio ponderado de un paquete equivalentes a 20 unidades.*

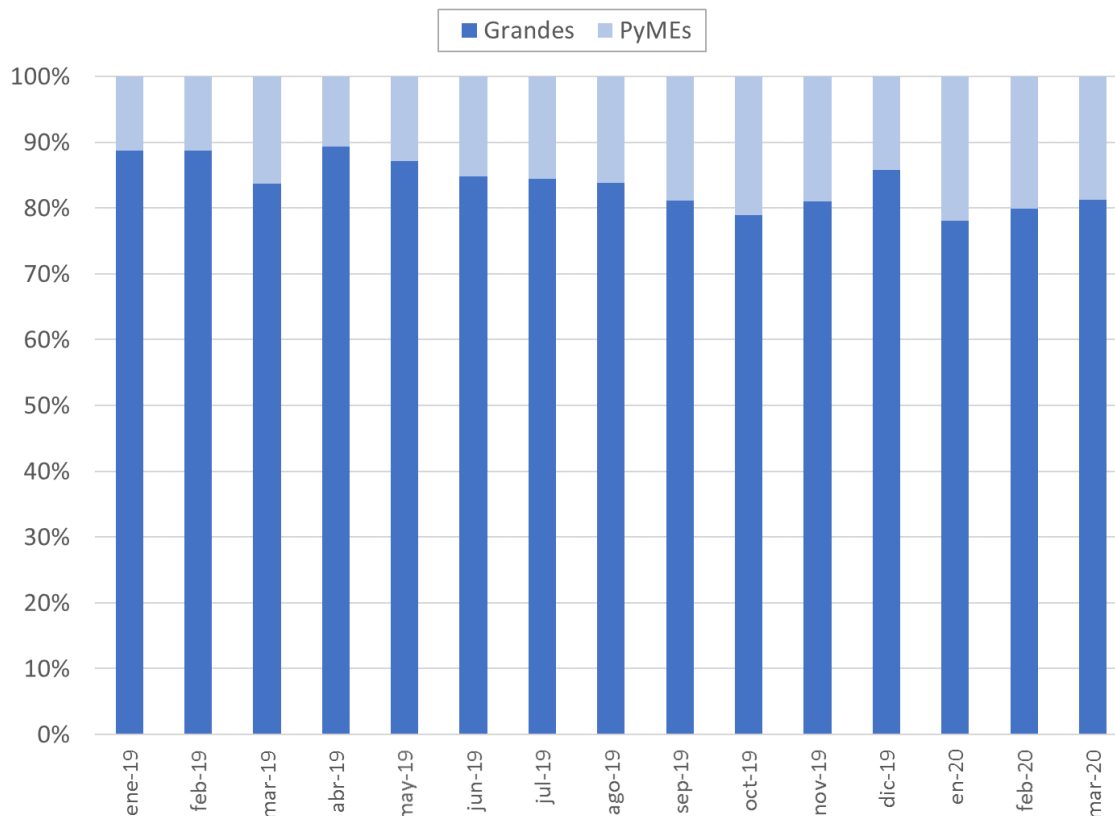
Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

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, Espert, Tabacalera Centro, entre otras). Las **PyMEs** representaron en el mes de marzo un 18,8% del mercado de cigarrillos (ver Gráfico 5), mientras que en los primeros tres meses del año acapararon un **20,4%** del mercado, lo cual representa una suba de 7,6 puntos porcentuales con respecto al mismo período de 2019.

Se pone de manifiesto entonces que en los últimos meses las PyMEs capturaron una porción más elevada del mercado, basándose en una estrategia agresiva en materia de precios y en el marco de un contexto económico que favoreció el traslado del consumo hacia segundas marcas y opciones de menor costo.

Gráfico 5. Distribución del mercado entre Grandes y PyMEs. Enero 2019 a marzo 2020



Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

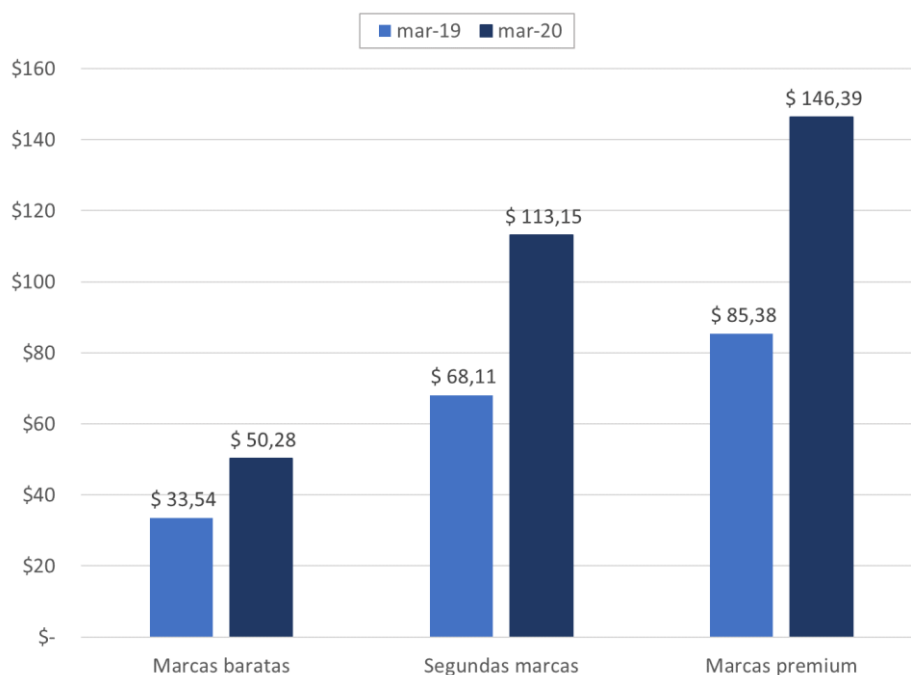
Una segunda manera de observar la distribución del mercado es a través de las **marcas** de cigarrillos. El mercado de cigarrillos argentino está dividido en 3 **segmentos** diferenciados: marcas **premium** (Marlboro, Lucky Strike, entre otras) elaboradas por compañías multinacionales, **segundas marcas** (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, por su parte, tributan el impuesto

mínimo (fijado en \$63,60 para el trimestre marzo a mayo 2020¹), 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 marzo de 2019, un paquete de 20 unidades de cigarrillos del segmento premium costaba \$146,39 en promedio para productos de referencia, mientras que uno de segunda marca \$113,15 y un paquete de marca barata \$50,28 (ver Gráfico 6)². La variación interanual en el precio del segmento premium fue del 71,5%, en el segmento de segundas marcas 66,1%, y en el segmento de marcas baratas fue 49,9%. Se observa aquí con claridad que el impacto del impuesto mínimo y la falta de pago del tributo por parte de un segmento de mercado creó una brecha de precios significativa, lo cual explica el importante crecimiento en participación de mercado de ese segmento.

Gráfico 6. Precio promedio de un paquete de cigarrillos de 20 unidades, por segmento de mercado. A precios corrientes



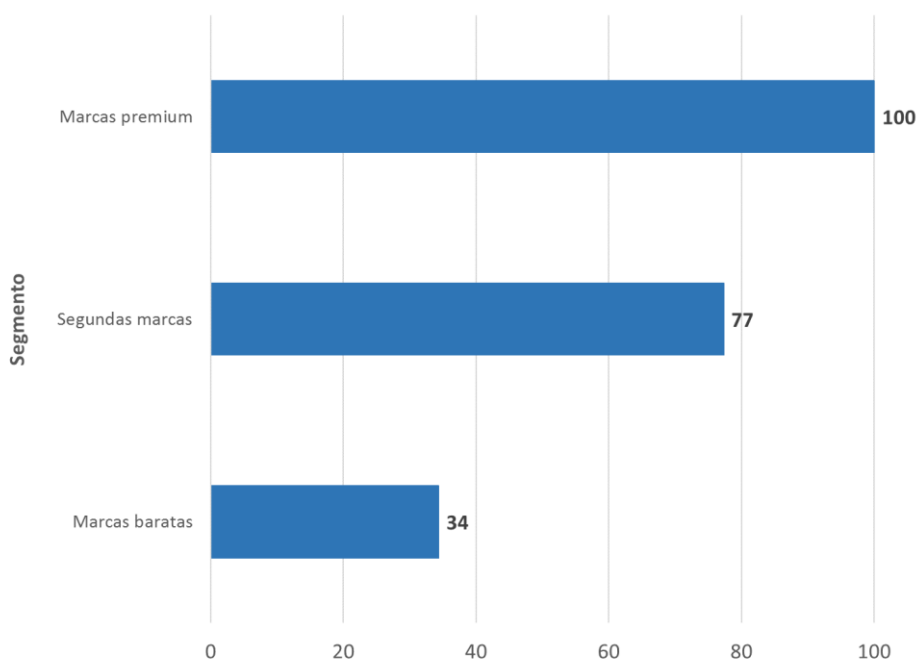
Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

¹ Información recuperada de <http://biblioteca.afip.gob.ar/cuadroslegislativos/getAdjunto.aspx?i=8951>. Valores vigentes en marzo de 2020.

² Marcas de clase de Cuartiles 1, 2, 3 y 4 según datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Los cuartiles 1 y 2 se ponderan según su participación de mercado en cada período respectivo para obtener el valor de "marca barata".

Para puntualizar esto, se calculó un índice de brecha de precios entre los distintos segmentos de cigarrillos. En el mes de marzo de 2020, este índice indica que un paquete de cigarrillos de las marcas baratas, en promedio, cuesta el 34% de lo que cuesta un paquete de marcas premium. Por otra parte, un paquete de segundas marcas cuesta el 77% de un paquete promedio de marcas premium (ver Gráfico 7).

Gráfico 7. Índice de brechas de precios (Premium = 100). Marzo 2020



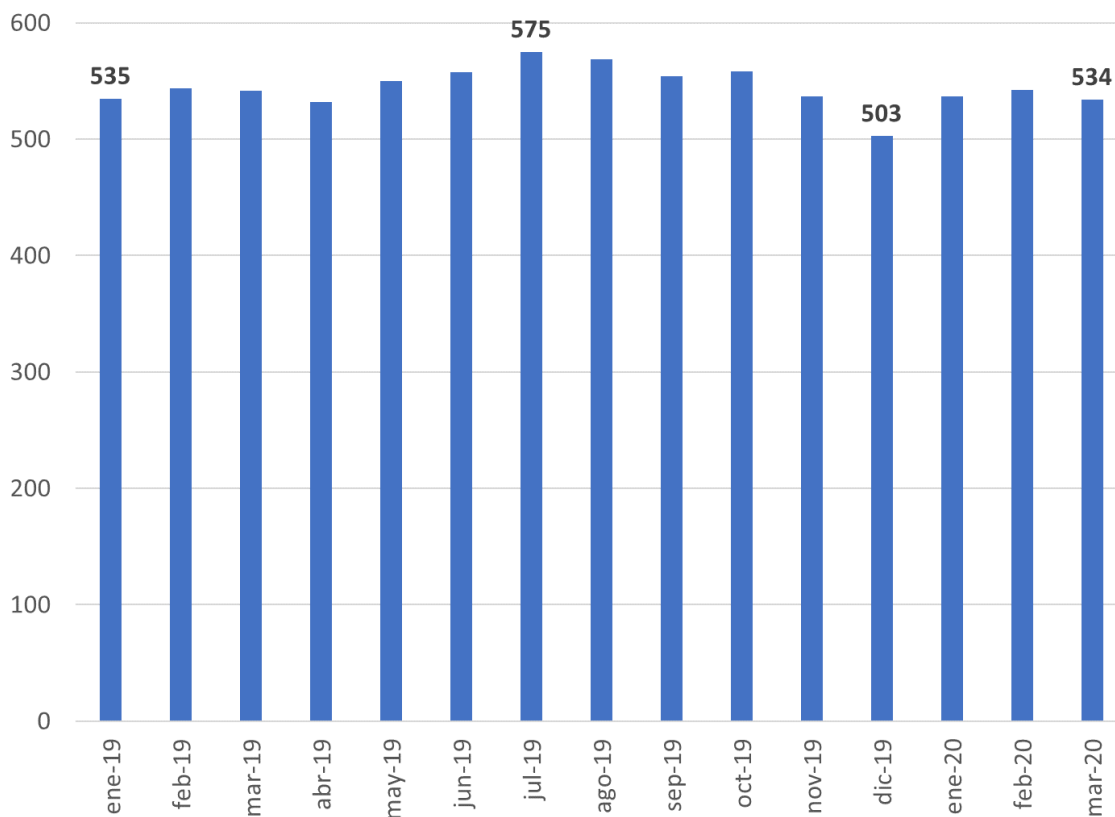
Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

4. ASEQUIBILIDAD

El **índice de asequibilidad**, definido como la cantidad de paquetes de cigarrillos que se pueden adquirir con un salario promedio de la economía³, se redujo un **1,4% en marzo de 2020**, en comparación con el mismo mes del año anterior (ver Gráfico 8). No obstante, si la comparación se hace con el último mes del año 2019 se advierte un incremento de la asequibilidad del 6,2%.

³ Se toma como referencia la remuneración promedio de los asalariados del sector privado (serie desestacionalizada), informada por el Observatorio de Empleo y Dinámica Empresarial (OEDE) del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

Gráfico 8. Evolución del índice de asequibilidad. Enero 2019 a marzo 2020



Nota: se tomó la “remuneración normal y permanente” promedio de los asalariados del sector privado, serie desestacionalizada, para el cálculo del índice de asequibilidad.

Fuente: FICA en base a Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca y OEDE, Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

5. RECAUDACIÓN

Los cigarrillos tienen una **carga impositiva promedio del 75,5%**⁴, siendo los impuestos de mayor importancia los Impuestos Internos (54,6% del precio) y el Fondo Especial del Tabaco – FET (9%), 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).

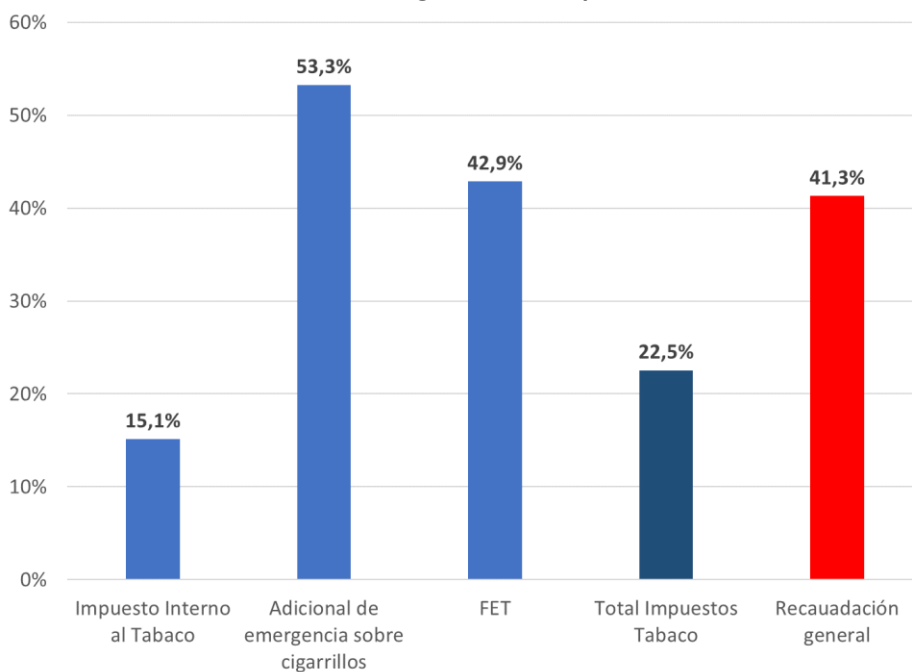
La **recaudación por impuestos al tabaco** superó los **\$25 mil millones** en los primeros tres meses de 2020, representando una variación interanual de apenas el 22,5% en comparación con el mismo trimestre del año anterior. Cabe destacar que este incremento es inferior a la inflación del mismo período (50,4% entre el primer trimestre de 2019 y de 2020). La recaudación por

⁴ Cálculo a marzo de 2020, para un precio teórico de \$100 por paquete.

impuestos al tabaco también fue menor a la recaudación tributaria, que creció un 41,3% (ver Gráfico 9).

Dentro de los tributos, el **Impuesto Interno** fue el que experimentó el menor incremento interanual en recaudación, subiendo apenas un 15,1%. Esto puede asociarse en gran medida al no pago del impuesto mínimo establecido por ley.

Gráfico 8. Variación interanual de la recaudación trimestral por impuestos al tabaco y recaudación general de impuestos



Fuente: FICA en base a AFIP y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.



@ficargentina



/ficargentina



@fic_argentina