

REPORTE DEL MERCADO DE CIGARRILLOS EN ARGENTINA

PRIMER TRIMESTRE DE 2021

FIC ARGENTINA

El **reporte del mercado de cigarrillos** sintetiza la información económica del mercado de cigarrillos en el Primer Trimestre del año 2021, 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.

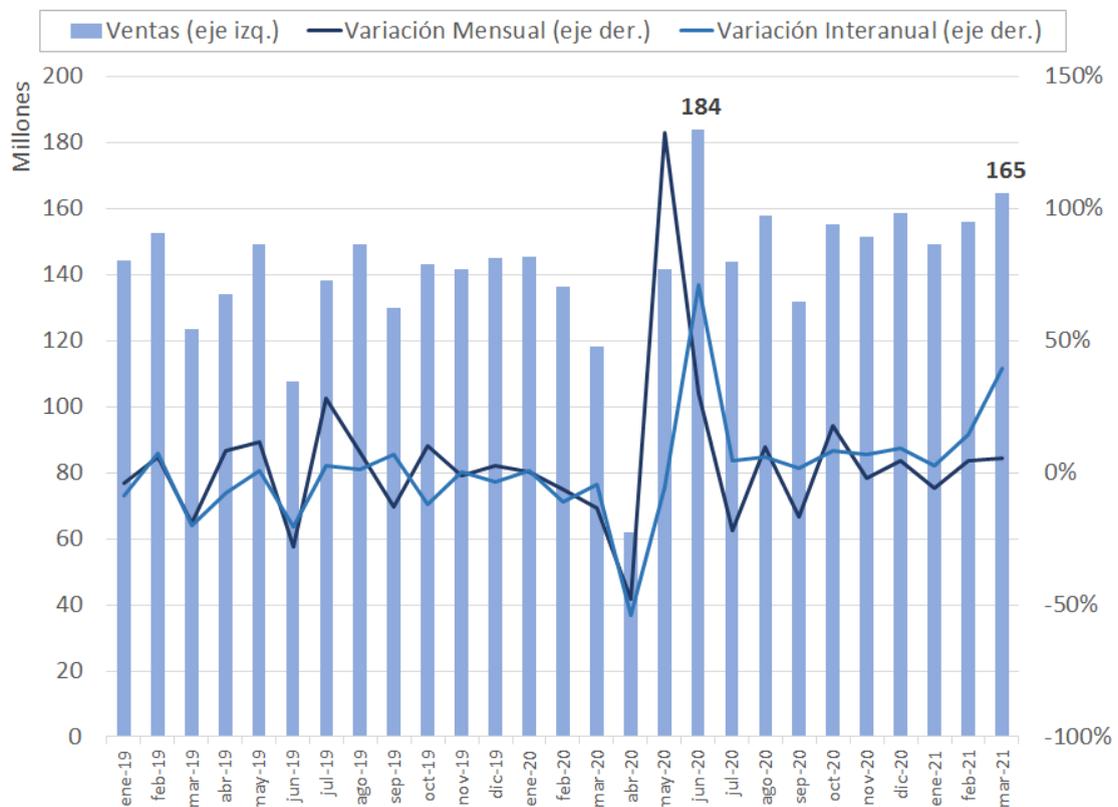
RESUMEN EJECUTIVO

- Durante el primer trimestre de 2021 se vendieron más de 470 millones de paquetes de cigarrillos, lo cual representa un **incremento del 1,1% de las ventas con respecto del último trimestre de 2020** y del **17,6% respecto del primer trimestre de 2020.**
- En marzo de 2021, el **precio promedio de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de \$142,17 (USD 1,56)**, lo que representa un **incremento nominal del 28,9%** respecto del mismo mes del año anterior. No obstante, **en términos reales** continúa la tendencia a la baja del precio de los cigarrillos, representando una **caída del 9,7%** del precio promedio de los cigarrillos en términos reales con **respecto al mismo período del año anterior.**
- La **asequibilidad** de los cigarrillos **se incrementó en un 9,8%** en marzo de 2021, comparado con el mismo mes del año anterior.
- En el primer trimestre de 2021, **las ventas de las PyMEs representaron el 29,5% del total de mercado**, lo cual representa un **incremento de 9,2 puntos porcentuales con respecto al mismo período del año anterior.** De este modo, continúa la tendencia creciente en la participación de mercado de las empresas nacionales más pequeñas.
- La **recaudación por impuestos al tabaco** superó los **\$ 44 mil millones** en el primer trimestre de 2021. No obstante, el Estado Argentino continúa perdiendo recaudación por impuestos al tabaco como consecuencia tanto del no cumplimiento en el pago del impuesto interno mínimo por parte de las empresas más pequeñas que pusieron medidas cautelares sobre este impuesto, así como también por imponer una alícuota de impuesto interno del 70% cuando podría aplicar la recomendada del 75% (la cual, a su vez, estuvo vigente con anterioridad a la última reforma tributaria del año 2017).
- La **pérdida de recaudación por no pago del impuesto mínimo** durante el primer trimestre de 2021 se estima en **\$ 3 mil millones** (6% de la recaudación total) mientras que la **pérdida de recaudación respecto del escenario ideal de alícuota 75% y cumplimiento del pago de impuesto mínimo** durante el mismo trimestre se estima en **\$ 9 mil millones** (20% de la recaudación total).

1. VENTAS

En el mes de marzo de 2021 se vendieron casi 165 millones de paquetes de cigarrillos equivalentes a 20 unidades. Esto representa un valor 5,5% más que el mes previo y un 39,3% más en relación con el mismo mes del año anterior (ver Gráfico 1). Cabe recordar que las ventas del mes de marzo de 2020 habían registrado una importante caída como consecuencia del inicio de las restricciones dispuestas en el marco del ASPO¹. De todos modos, las ventas del último mes, marzo 2021, representan uno de los valores más altos de la serie, a excepción del pico de ventas en junio de 2020, que se debió fuertemente a la liberación de las restricciones por la pandemia de Covid-19.

Gráfico 1. Ventas mensuales de cigarrillos. En millones de paquetes*. Enero 2019 a marzo de 2021



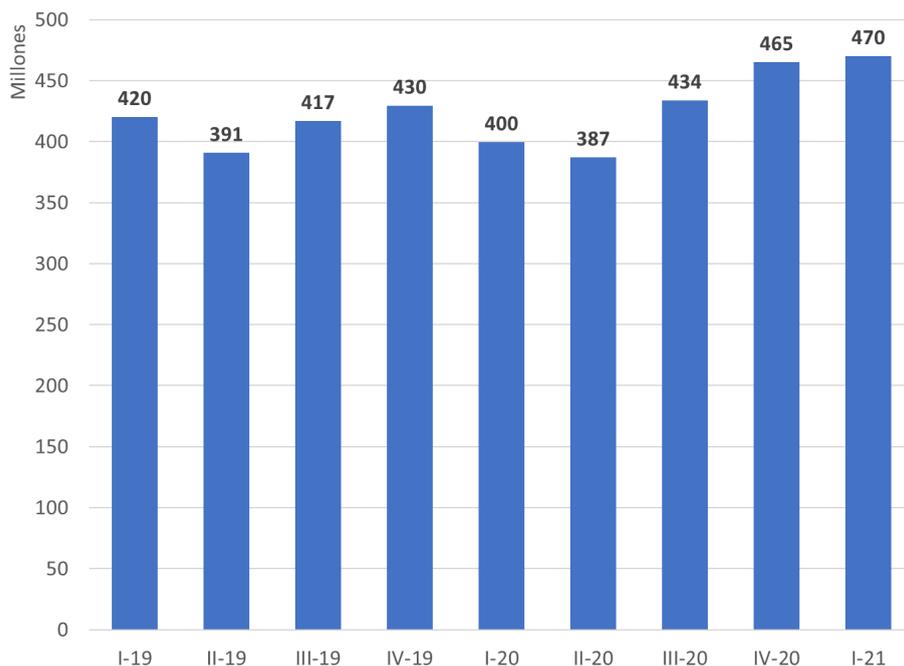
*Nota: *cantidad de paquetes equivalentes a 20 unidades vendidos.
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.*

¹ Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio. Decreto 297/2020, disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>.

En el Gráfico 1 se pueden observar fluctuaciones en las ventas que se asocian a las distintas instancias en las restricciones dispuestas por la pandemia COVID-19 y de su posterior relajamiento para la actividad tabacalera, a partir del mes de mayo de 2020. Las ventas registraron una caída en el mes de marzo 2021, que se hizo más profunda en el mes de abril (alcanzando su valor mínimo mensual de 62 millones de paquetes), y luego experimentaron un incremento notable en los meses de mayo y junio (alcanzando en este mes el máximo mensual de casi 184 millones de paquetes). Tal situación generó un notable incremento en la volatilidad de la serie de ventas mensuales.

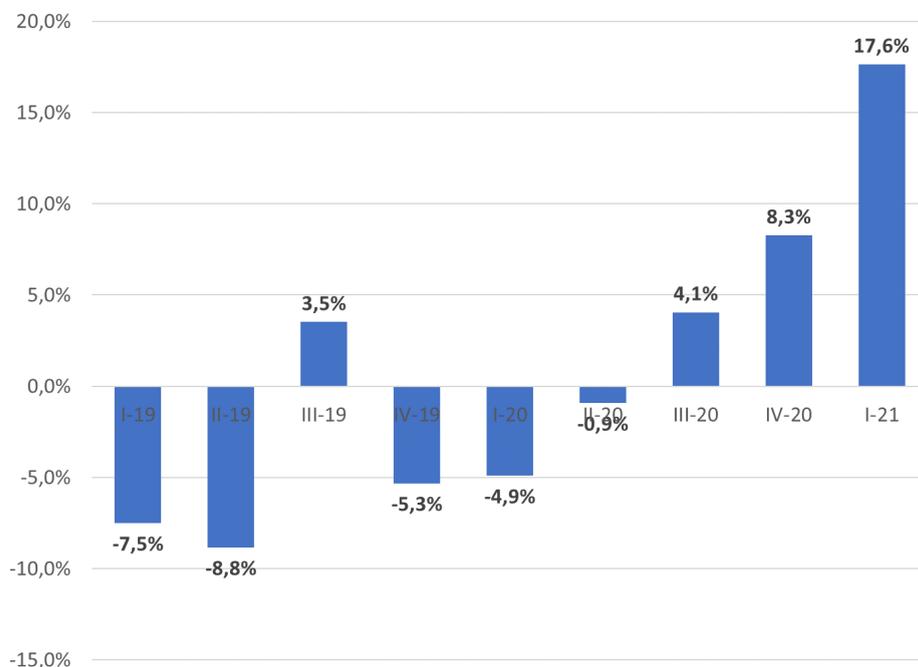
En términos agregados, por trimestre, se advierte que durante los primeros tres meses del **año 2021** las ventas superaron los **470 millones de paquetes de cigarrillos** equivalentes a 20 unidades. Este valor indica un incremento del 1,1% respecto del último trimestre de 2020 y de un 17,6% respecto del primer trimestre del año 2020. Las ventas del primer trimestre registraron así el valor más alto observado desde el primer trimestre del año 2016 (previo al decreto que incrementó el impuesto interno del 60% al 75%). Asimismo, se advierte una tendencia alcista en las ventas trimestrales de cigarrillos (ver Gráfico 2 y 3).

Gráfico 2. Ventas trimestrales de cigarrillos. En millones de paquetes*. 1er trimestre de 2019 a 1er trimestre de 2021



*Nota: *cantidad de paquetes equivalentes a 20 unidades vendidos.*
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Gráfico 3. Variación interanual en las ventas trimestrales. Años 2019 a 2021



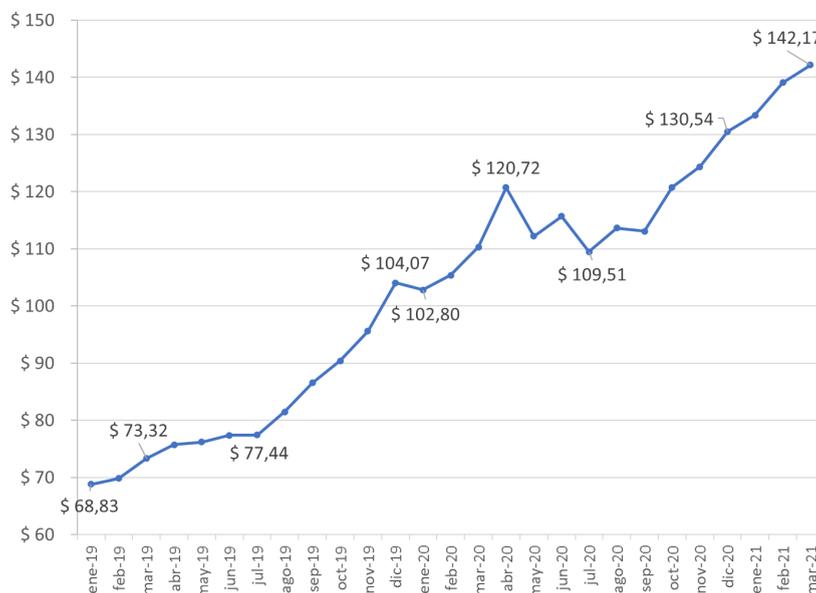
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

2. PRECIOS

El **precio promedio ponderado** de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de **\$142,17** en marzo de 2021, a pesar de que número representa un incremento del **28,9%** respecto del mismo período del año anterior (ver Gráfico 4), **el incremento en el precio promedio de los cigarrillos fue inferior a la inflación medida por el índice general de precios**, que según el INDEC fue del 42,6% durante el mismo período.

El precio promedio de los cigarrillos en términos corrientes presentó una tendencia fluctuante entre el mes de abril y octubre de 2020, asociada también a las fluctuaciones de stock mencionadas en cuanto a las ventas, pero retomó la tendencia creciente a partir de entonces y se encuentra a la fecha en valores superiores al último pico registrado en marzo del año 2020 (Gráfico 4). No obstante, es importante destacar que, debido a que los incrementos en el precio nominal son inferiores a la inflación, **el precio promedio ponderado en términos reales presenta una tendencia decreciente y se encuentra en sus niveles más bajos, siendo un 22% inferior al precio real que se registraba en enero de 2017** (Gráfico 4b). Asimismo, en marzo de 2021 el precio promedio real de un paquete de cigarrillos se redujo en un 9,7% respecto del mismo período del año previo. De tal forma, podemos afirmar que, desde enero de 2017, el precio real de los cigarrillos presenta una tendencia a la baja.

Gráfico 4. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos corrientes. Enero 2019 a marzo 2021



*Nota: *precio promedio ponderado de un paquete equivalentes a 20 unidades.
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.*

Gráfico 4b. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos constantes (base=dic 2016). Enero 2017 a marzo 2021



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

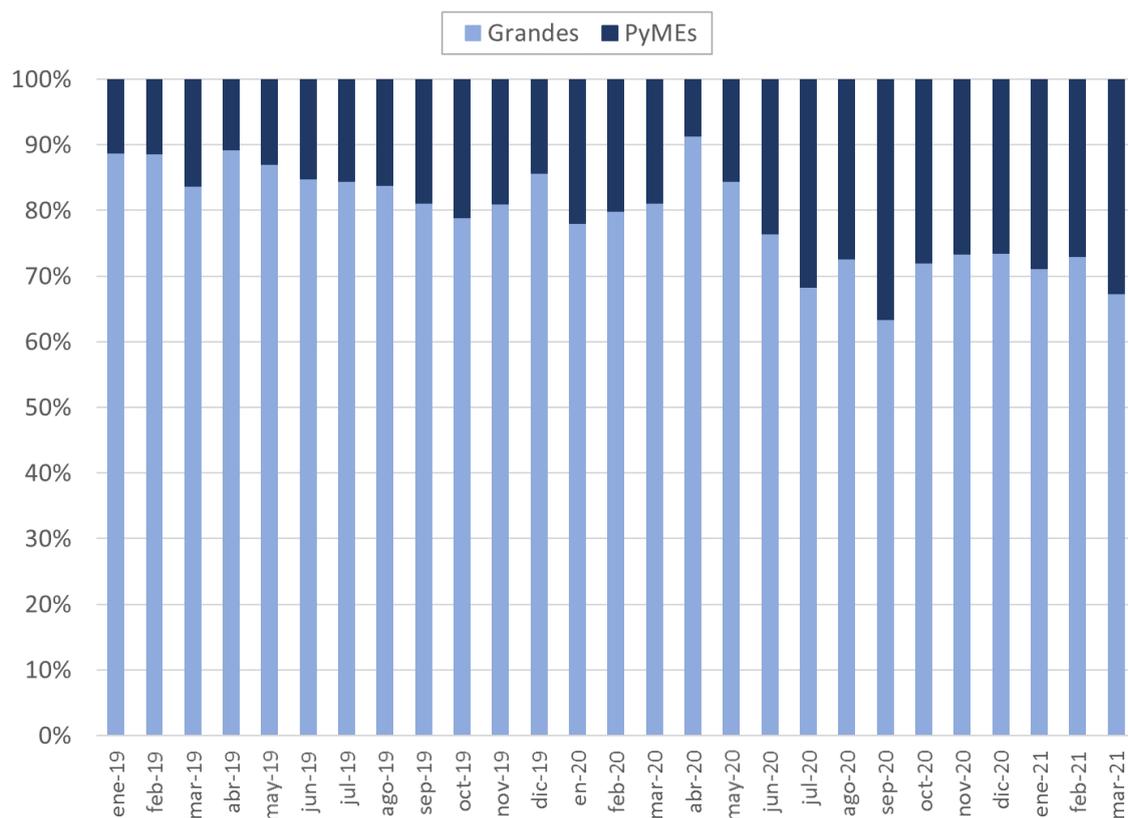
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

3. DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO Y BRECHA DE PRECIOS

El mercado de cigarrillos está segmentado, en cuanto a fabricantes, en compañías multinacionales (Philip Morris International -PMI- y British American Tobacco -BAT-) y firmas nacionales PyMEs (Tabacalera Sarandí, Espert, Tabacalera Centro, entre otras). Las **PyMEs** representaron en el mes de marzo un **32,6%** del mercado de cigarrillos (ver Gráfico 5). En el primer trimestre del año 2021, las PyMEs acapararon el **29,5% del mercado**, lo cual representa una suba de 9,2 puntos porcentuales con respecto del mismo período en el año 2020.

De esta forma, se pone de manifiesto que las PyMEs están capturando una porción cada vez más elevada del mercado, basándose en una estrategia agresiva en materia de precios y en el marco de un contexto económico e impositivo que favorece el traslado del consumo hacia opciones de menor costo.

Gráfico 5. Distribución del mercado entre Grandes y PyMEs. Enero 2019 a marzo 2021



Fuente: FIC Argentina en base a datos del 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** (por ejemplo, Rothmans, Chesterfield) elaboradas también por las mismas multinacionales, y **marcas baratas** (Red Point, Melbour, etc.) vendidas por PyMEs.

En el contexto de la última reforma impositiva de diciembre de 2017, 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 \$86,58 para el trimestre marzo a mayo 2021²), 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. Por lo que, por orden judicial, se encontraban pagando el mismo impuesto que las tabacaleras multinacionales, es decir, el 70% que, en su caso, representa un valor inferior al impuesto mínimo³. Tal situación se modificó a mediados del mes de mayo del 2021, cuando la Corte Suprema de Justicia de la Nación, a pedido de la AFIP-DGI, falló en contra de una de las medidas cautelares interpuestas, obligando a una tabacalera a pagar el impuesto mínimo. Sin embargo, a la fecha no se registra evidencia de que esta disposición sea efectiva, y que la tabacalera en cuestión se encuentre pagando el impuesto correspondiente. Tal situación, a su vez, podría generar que otras cautelares entregadas por la justicia a otras tabacaleras también sean eliminadas.

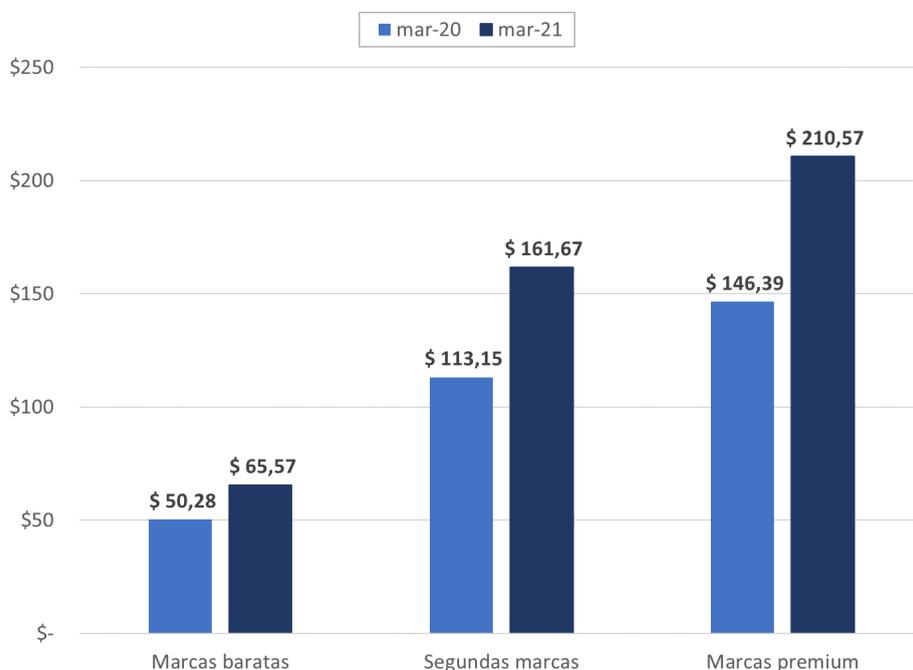
Al mes de marzo de 2021, un paquete de 20 unidades de cigarrillos del **segmento premium** costaba **\$210,57** en promedio para productos de referencia, mientras que uno de **segunda marca \$161,67** y un paquete de **marca barata \$65,57** (ver Gráfico 6)⁴. Se destaca que el precio promedio de un paquete de cigarrillos de marcas baratas es inferior incluso que el impuesto mínimo establecido por Ley (\$86,58).

² Información recuperada de <http://biblioteca.afip.gob.ar/cuadroslegislativos/getAdjunto.aspx?i=12150>. Valores vigentes en marzo de 2021.

³ Tal fallo se dio en el contexto de la causa “TABACALERA SARANDI SA C/ EN-AFIP-DGI S/PROCESO DE CONOCIMIENTO”, CAF 008093/2018. Es importante señalar que la Corte Suprema de Justicia de la Nación decidió sobre la idoneidad del otorgamiento de la medida cautelar, y no sobre la constitucionalidad del impuesto mínimo, lo cual debe debatirse en un proceso ordinario.

⁴ 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”.

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



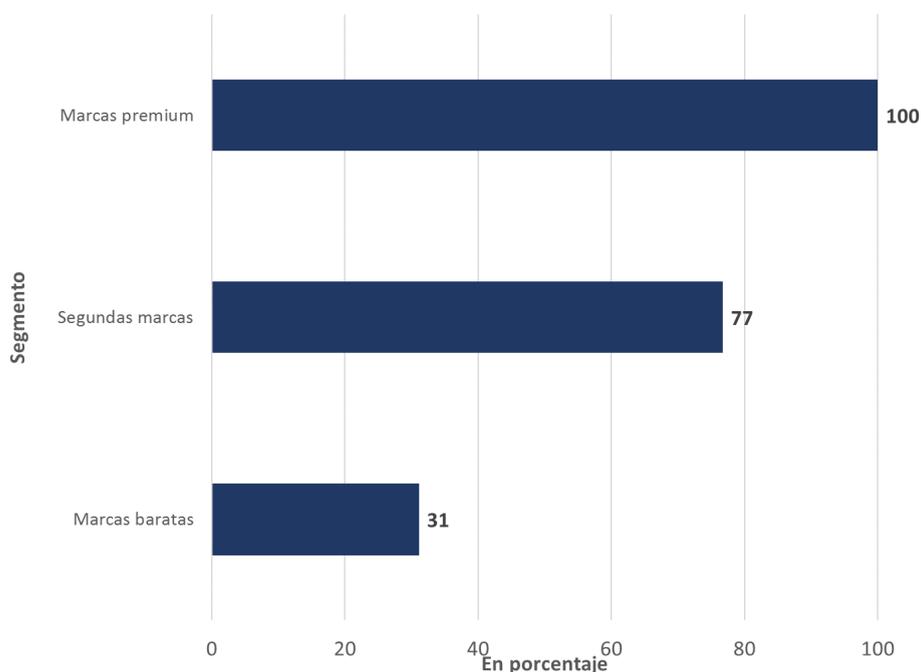
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

A su vez, la variación interanual en el precio del segmento premium fue del 43,8%, en el segmento de segundas marcas fue del 42,9%, mientras que para el segmento de marcas baratas fue de apenas un 30,4%. Esto continúa acentuando la brecha de precios entre las diferentes marcas.

Para puntualizar la diferencia de precios entre segmentos, se calculó un índice de brecha de precios entre ellos⁵. En el mes de marzo de 2021, este índice indica que un paquete de cigarrillos de marcas baratas, en promedio, cuesta el 31% 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).

⁵ El índice de brecha se calcula como el cociente entre el precio promedio de un paquete de cigarrillos del segmento de marcas baratas o segundas marcas sobre el precio promedio de un paquete cigarrillos de las marcas premium.

Gráfico 7. Índice de brechas de precios (Premium = 100). Marzo 2021



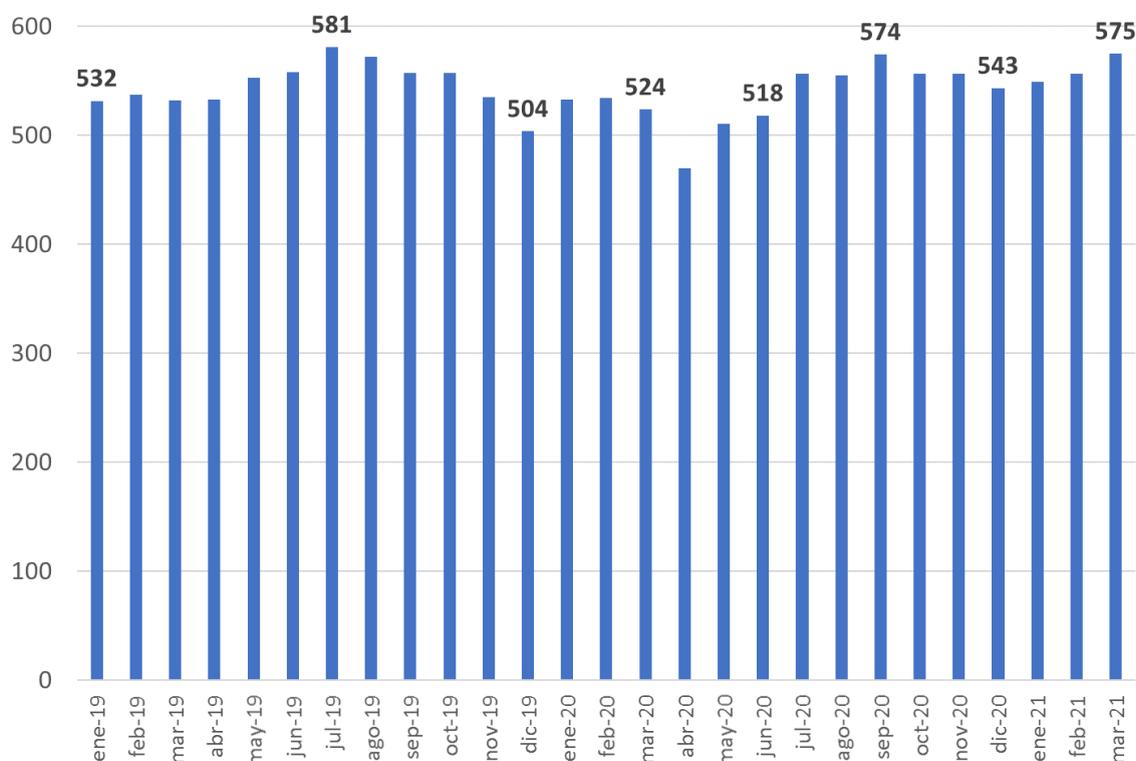
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

4. ASEQUIBILIDAD

El **índice de asequibilidad**, definido como la cantidad de paquetes de cigarrillos que se pueden adquirir con un salario promedio de la economía⁶, se incrementó un **9,8% en marzo de 2021** comparado con el mismo mes del año anterior (ver Gráfico 8). En el mes de marzo de 2021 se podían adquirir aproximadamente 575 paquetes de cigarrillos con un sueldo promedio, representando la cantidad más alta de paquetes de cigarrillos que se pueden comprar desde julio de 2019.

⁶ 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 2021



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: FIC Argentina en base a datos del 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 76,7%**⁷, siendo los impuestos de mayor importancia los Impuestos Internos (54,4% del precio) y el Fondo Especial del Tabaco – FET (10,4%), 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).

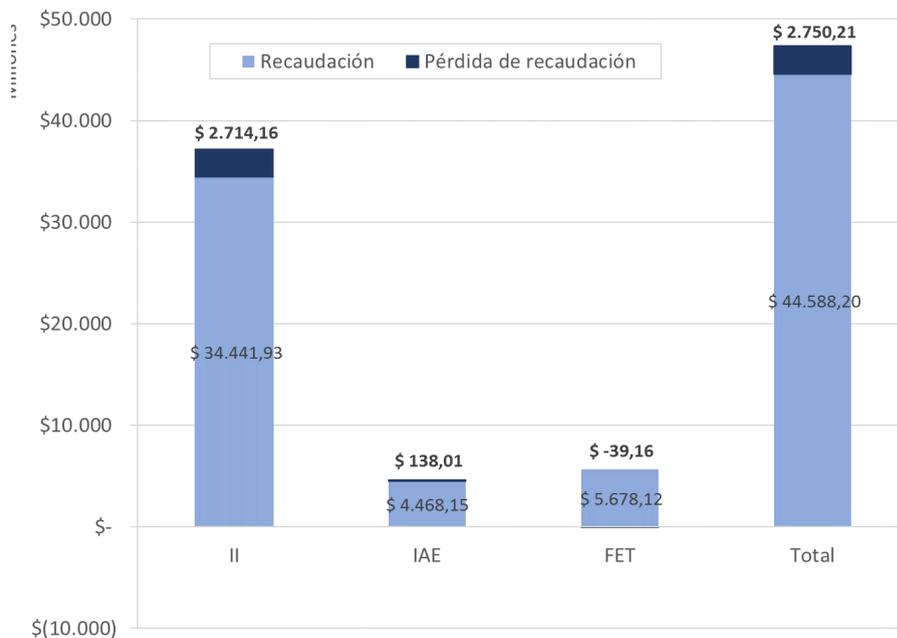
La **recaudación por impuestos al tabaco** superó los **\$44 mil millones** en el primer trimestre de 2021, y representa un incremento del 73,0% en comparación con el mismo período del año anterior, un valor superior a la inflación (40,6% para el período de referencia). Cabe mencionar

⁷ Cálculo a marzo de 2021, para el precio promedio ponderado de \$138,45 por paquete de cigarrillos de 20 unidades.

que este incremento de la recaudación por encima de la inflación se debió en gran parte a las mayores ventas que se registraron en el primer trimestre de 2021 respecto del mismo período en el año anterior, como se mencionó al inicio.

No obstante, dado que, como se mencionaba anteriormente, existen empresas pymes nacionales que se encuentran exceptuadas del pago del impuesto mínimo contemplado en la Ley de Impuestos Internos, el Estado Argentino se encuentra perdiendo parte de su recaudación potencial. Las estimaciones realizadas por FIC Argentina indican que la **pérdida de recaudación** por esta causa durante el primer trimestre de 2021 casi habría alcanzado los **\$ 3 mil millones**, representando un 6% de lo recaudado. En el Gráfico 9 se presenta la descomposición de la pérdida de recaudación por tipo de impuesto, siendo el Impuesto Interno el que registra la mayor pérdida de recaudación (\$2,7 mil millones).

Gráfico 9. Recaudación por impuestos al tabaco y pérdida de recaudación por no pago del impuesto interno mínimo. 1er trimestre de 2021

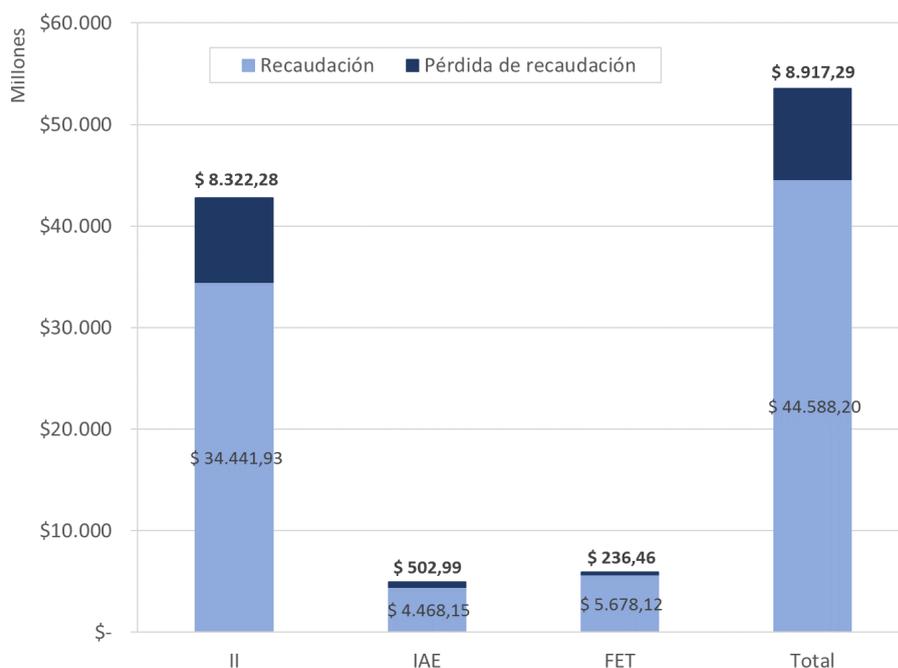


Fuente: FIC Argentina en base a datos de AFIP y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Adicionalmente, el Estado Nacional está perdiendo recursos que podría obtener en el caso de que se retomara la alícuota del Impuesto Interno al tabaco que regía con anterioridad a la reforma tributaria de diciembre de 2017, es decir, una alícuota del 75% (versus 70% de la alícuota actual). Con respecto a este escenario, **el Estado Argentino está perdiendo casi \$ 9 mil millones**, que representan el 20% de la recaudación. En el Gráfico 10 se presenta la

descomposición de la pérdida de recaudación por tipo de impuesto, siendo el Impuesto Interno el que registra la mayor pérdida de recaudación (\$8,3 mil millones).

Gráfico 10. Recaudación por impuestos al tabaco y pérdida de recaudación en relación con una alícuota de impuesto interno del 75% (en lugar de 70% como actualmente). 1er trimestre de 2021



Fuente: FIC Argentina en base a datos de AFIP y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Un mayor detalle sobre la estimación de pérdida de recaudación, los escenarios y supuestos empleados para su estimación, puede encontrarse en [este informe](#).