

REPORTE DEL MERCADO DE CIGARRILLOS EN ARGENTINA

TERCER TRIMESTRE DE 2021

FIC ARGENTINA

El **reporte del mercado de cigarrillos** sintetiza la información económica del mercado de cigarrillos en el Tercer 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 tercer trimestre de 2021 se vendieron más de 433 millones de paquetes de cigarrillos, lo cual representa un incremento del **6,0% respecto del segundo trimestre de 2021.**
- En **septiembre de 2021, el precio promedio de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de \$149,03 (1,52 USD)**, lo que representa un **incremento nominal del 31,8%** 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 13,6%** del precio promedio de los cigarrillos en términos reales con **respecto al mismo período del año 2020.**
- La **asequibilidad** de los cigarrillos **continúa en aumento.** En septiembre de 2021, registró un **incremento del 18,9%** en comparación con el mismo mes del año anterior, y es el valor más elevado desde enero de 2019.
- En el tercer trimestre de 2021, **las ventas de las PyMEs representaron el 33,7% del total de mercado**, lo cual representa un **incremento de 2,1 puntos porcentuales con respecto al mismo período del año anterior** y continúa la tendencia creciente en la participación de mercado de las empresas nacionales más pequeñas.
- La **recaudación por impuestos al tabaco** superó los **\$45 mil millones** en el tercer 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, quienes solicitaron medidas cautelares para no pagar el impuesto (y continúan sin cubrirlo pese a que recientemente la Corte Suprema de Justicia de la Nación revocó la cautelar por medio de una sentencia, exigiendo el pago del impuesto mínimo), 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 hasta la última reforma tributaria del año 2017).



@ficargentina



/ficargentina



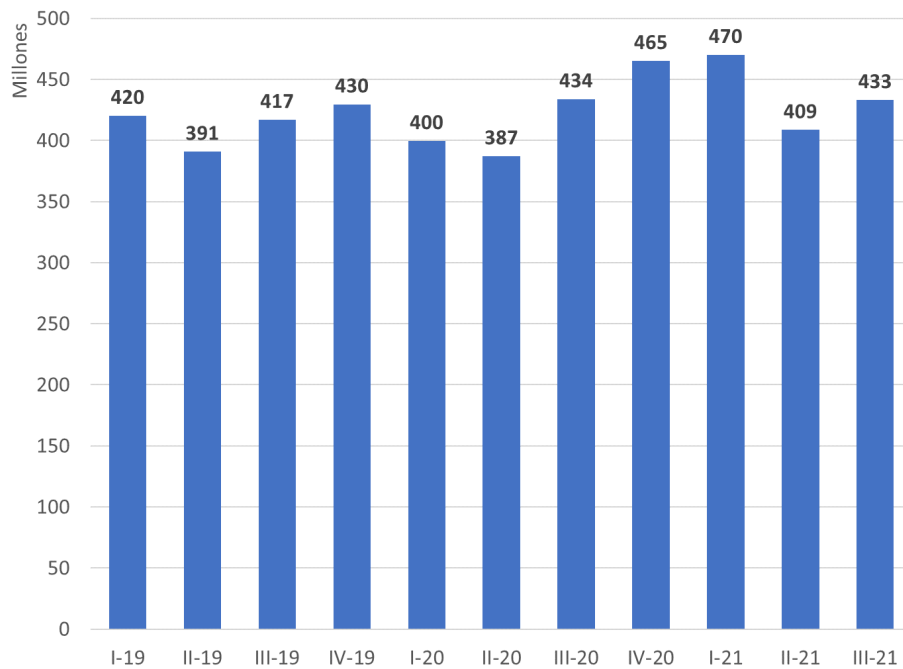
@fic_argentina

- La **pérdida de recaudación por no pago del impuesto mínimo** durante el tercer trimestre de 2021 se estima en **\$ 2,8 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 **\$ 8,1 mil millones** (18% de la recaudación total).

1. VENTAS

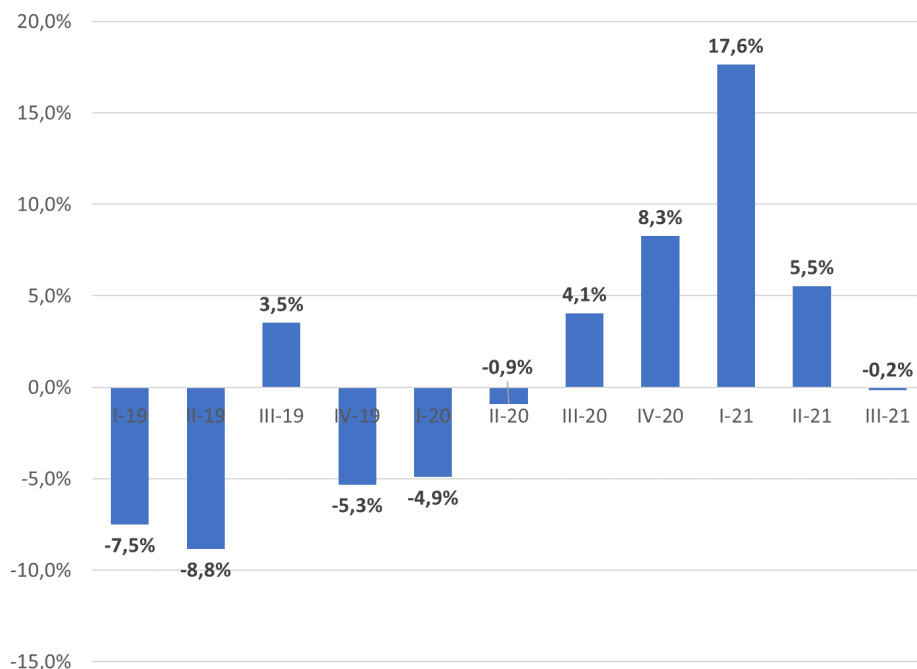
Durante el tercer trimestre del **año 2021**, las ventas superaron los **433 millones de paquetes de cigarrillos** equivalentes a 20 unidades. Este valor indica incremento del 6,0% respecto del segundo trimestre de 2021 y se encontró aproximadamente en los mismos niveles que durante el **tercer trimestre del año 2020** (ver Gráfico 1 y 2).

Gráfico 1. Ventas trimestrales de cigarrillos. En millones de paquetes*. 1er trimestre de 2019 a 3er 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 2. Variación interanual en las ventas trimestrales. Años 2019 a 2021



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

En términos mensuales, el último mes del período (septiembre de 2021) se vendieron más de 139 millones de paquetes de cigarrillos equivalentes a 20 unidades. Esto representa un valor 10,3% menos que el mes previo pero un 5,6% más de ventas en relación con el mismo mes del año anterior (ver Gráfico 3).



@ficargentina

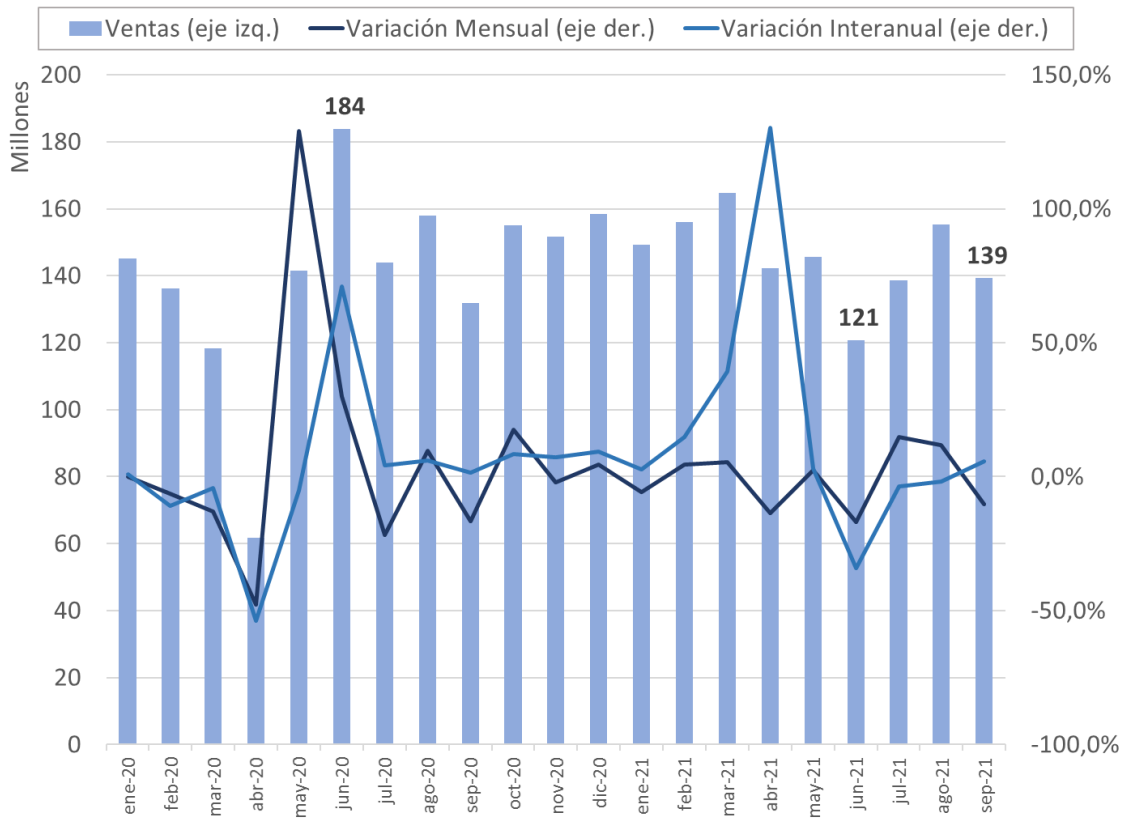


/ficargentina



@fic_argentina

Gráfico 3. Ventas mensuales de cigarrillos. En millones de paquetes*. Enero 2020 a septiembre 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.*

En el Gráfico 3 se observan 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 que hace que las comparaciones mensuales no representen de manera clara la tendencia de aumento en las ventas que se viene observando.

2. PRECIOS

El **precio promedio ponderado** de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de **\$149,03** en septiembre de 2021, a pesar de que el número representa un incremento del **31,8%** respecto del mismo período del año anterior (ver Gráfico 4). Sin embargo, **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 52,5% durante el mismo período.

El precio promedio de los cigarrillos en términos corrientes presenta una tendencia creciente, aunque tuvo ciertas fluctuaciones durante el año 2020 y durante el último trimestre de 2021 (Gráfico 4). Dado 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 31% inferior al precio real que se registraba en enero de 2017** (Gráfico 4b). Asimismo, en septiembre de 2021 el precio promedio real de un paquete de cigarrillos presentó una reducción del 13,6% respecto del mismo período de 2020.

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



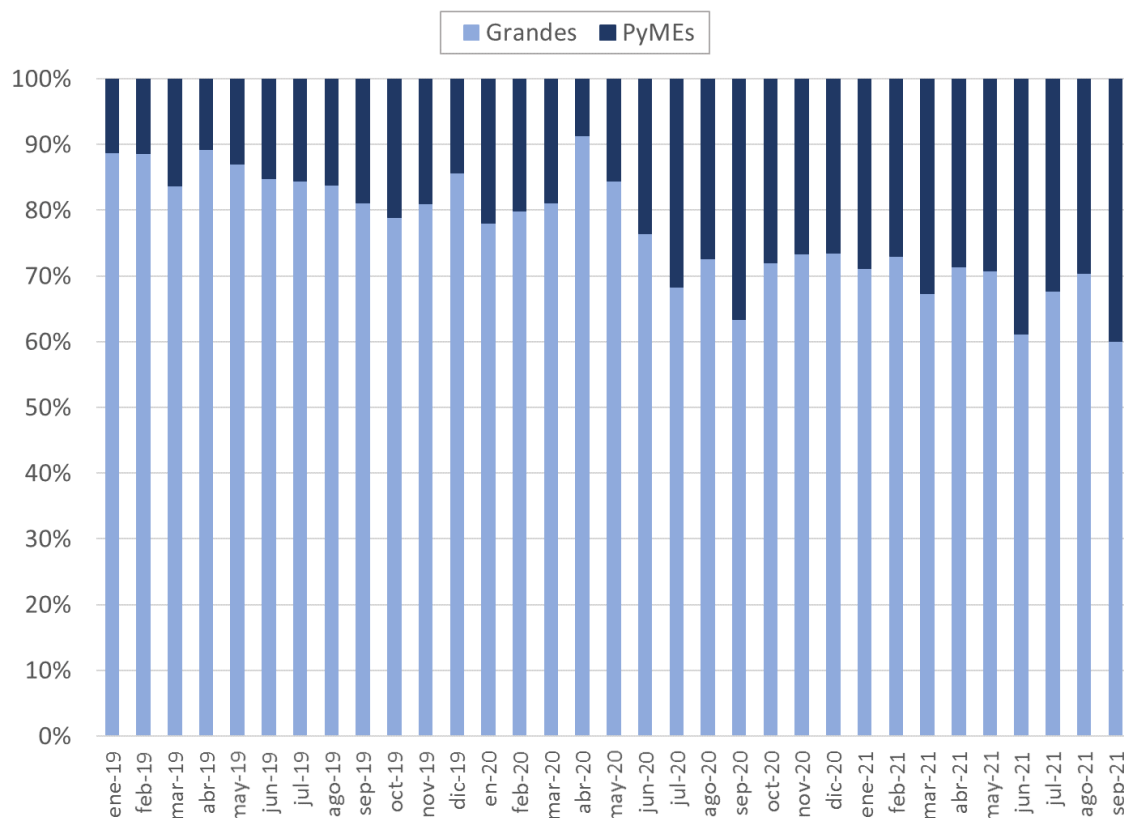
*Nota: *precio promedio ponderado de un paquete equivalentes a 20 unidades.
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.*

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 ventas de cigarrillos de las PyMEs representaron, en el tercer trimestre del año 2021, el 33,7% del mercado, lo cual representa una suba de 2,1 puntos porcentuales con respecto del mismo período en el año 2020. Sin embargo, si tomamos el mes de septiembre solamente, el porcentaje que acaparan se eleva a un 39,9% del mercado de cigarrillos (ver Gráfico 5).

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 septiembre 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, Philip Morris, 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, Melbourne, etc.) vendidas por PyMEs.

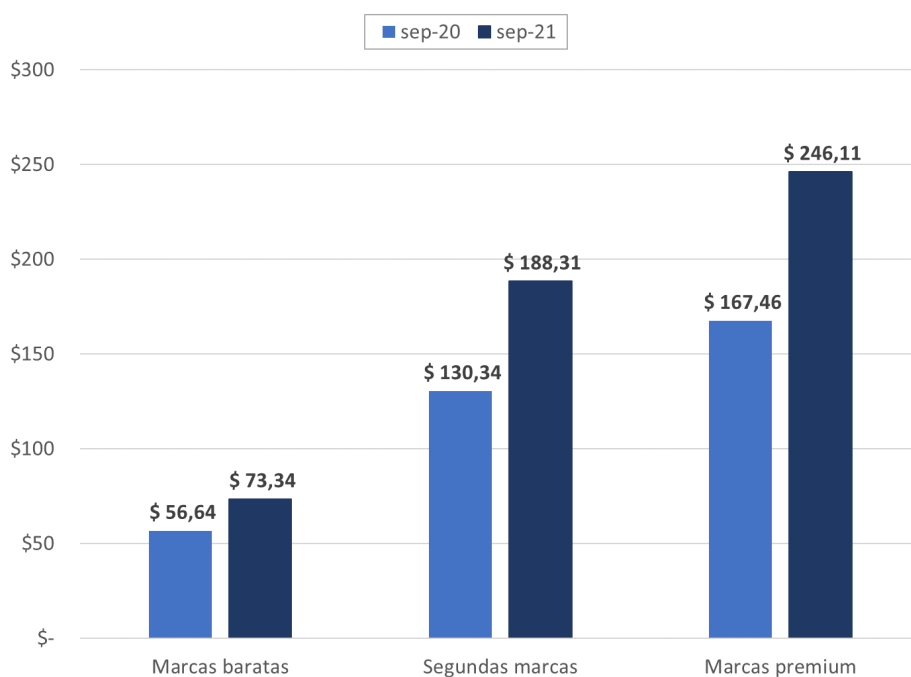
En el contexto de la última reforma impositiva de diciembre de 2017, cada segmento tiene un tratamiento impositivo distinto. Las marcas **premium se beneficiaron de una reducción del 75% al 70%** en el impuesto de más relevancia (Impuestos Internos). Las **segundas marcas**, por su parte, tributan el **impuesto mínimo** (fijado en \$108,50 para el trimestre septiembre a noviembre 2021¹), 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

¹ Información recuperada de <http://biblioteca.afip.gob.ar/cuadroslegislativos/getAdjunto.aspx?i=14549>. Valores vigentes en septiembre de 2021.

encontraban pagando el mismo impuesto que las tabacaleras multinacionales, es decir, el 70% que, en su caso, representa un valor inferior al impuesto mínimo². 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, situación que luego se repitió para con otras PyMES. Sin embargo, a la fecha no se registra evidencia de que esta disposición sea efectiva, y que las tabacaleras con fallos adversos se encuentren pagando el impuesto correspondiente.

Al mes de septiembre de 2021, un paquete de 20 unidades de cigarrillos del **segmento premium** costaba **\$246,11** en promedio para productos de referencia, mientras que uno de **segunda marca** **\$188,31** y un paquete de **marca barata** **\$73,34** (ver Gráfico 6)³. Se destaca que el precio promedio de un paquete de cigarrillos de marcas baratas es inferior incluso que el impuesto mínimo establecido por Ley (\$108,50).

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.

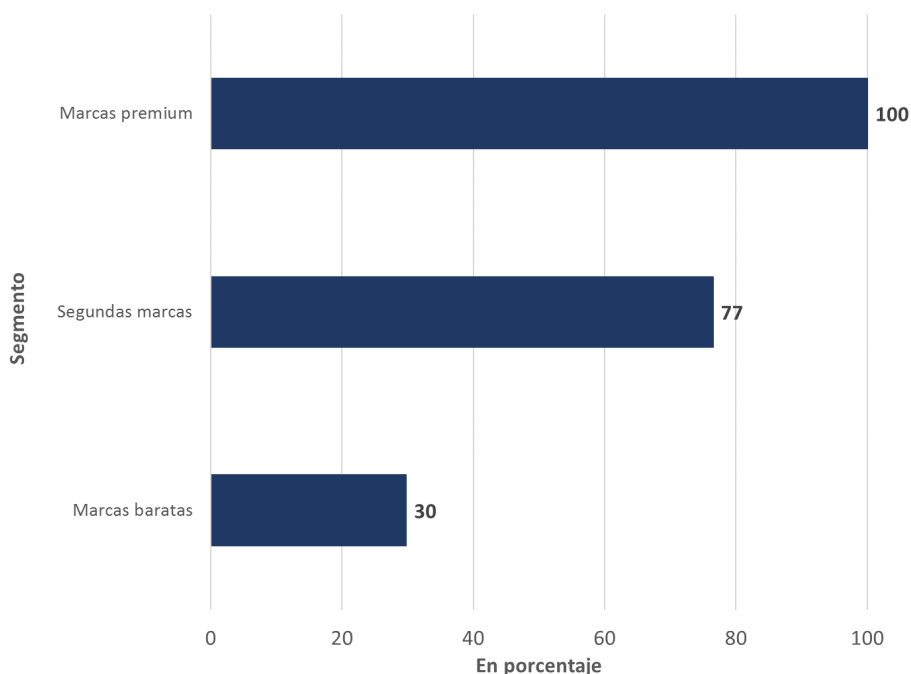
² Tal fallo se dio en el contexto de la causa “TABACALERA SARANDI SA C/ EN-AFIP-DGI S/PROCESO DE CONOCIMIENTO”, CAF 008093/2018. Es importante señalar que la Corte Suprema de Justicia de la Nación decidió sobre la idoneidad del otorgamiento de la medida cautelar, y no sobre la constitucionalidad del impuesto mínimo, lo cual debe debatirse en un proceso ordinario.

³ 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”.

A su vez, la variación interanual en el precio del segmento premium fue del 47,0%, en el segmento de segundas marcas fue del 44,5%, mientras que para el segmento de marcas baratas fue de apenas un 29,5%. Esto continúa acentuando la brecha de precios entre las diferentes marcas, a la vez que representa aumentos de precios inferiores que la inflación del período (52,5%).

Para puntualizar la diferencia de precios entre segmentos, se calculó un índice de brecha de precios entre ellos⁴. En el mes de septiembre de 2021, este índice indica que un paquete de cigarrillos de marcas baratas, en promedio, cuesta el 30% 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). Septiembre 2021



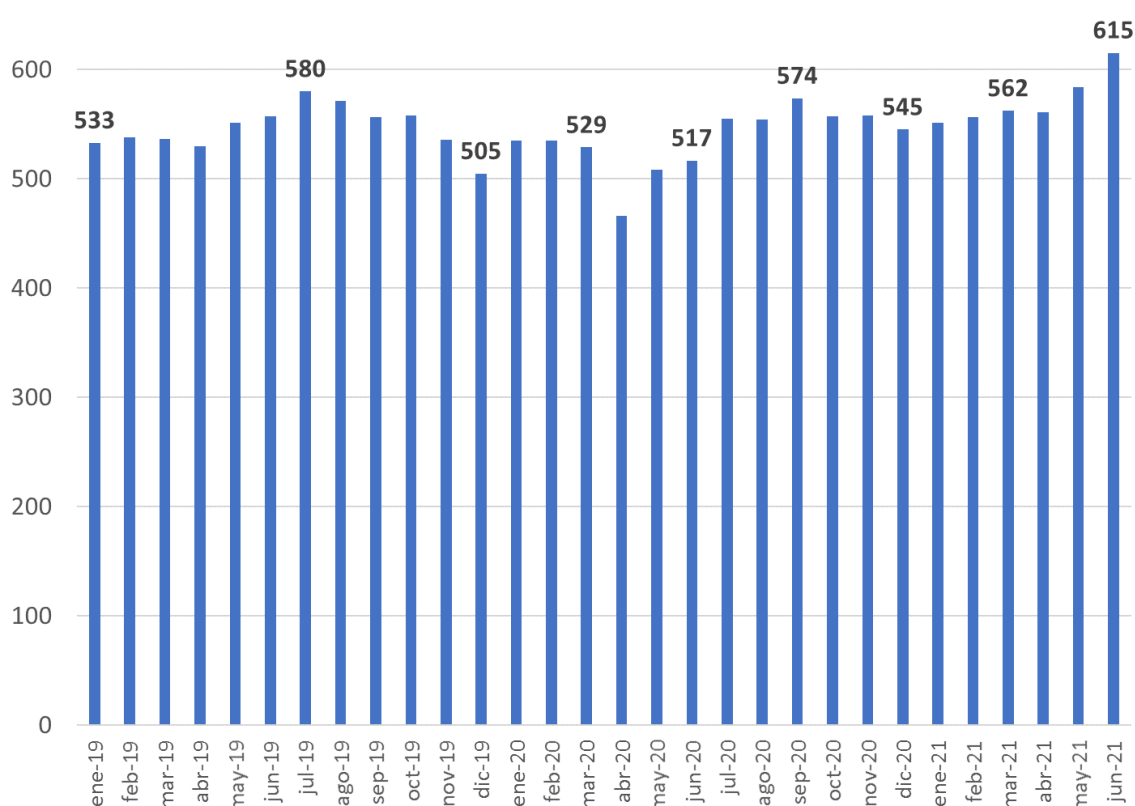
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

⁴ 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 de cigarrillos de las marcas premium.

4. ASEQUIBILIDAD

El **índice de asequibilidad**, definido como la cantidad de paquetes de cigarrillos que se pueden adquirir con un salario promedio de la economía⁵, **se incrementó un 18,9% en septiembre de 2021** comparado con el mismo mes del año anterior (ver Gráfico 8). En los meses de agosto y septiembre de 2021 se podían adquirir aproximadamente 724 y 680 paquetes de cigarrillos, respectivamente, con un sueldo promedio, representando así las cantidades más altas de paquetes de cigarrillos que se pueden comprar con un sueldo promedio desde enero de 2019.

Gráfico 8. Evolución del índice de asequibilidad. Enero 2019 a septiembre 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 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.

5. RECAUDACIÓN

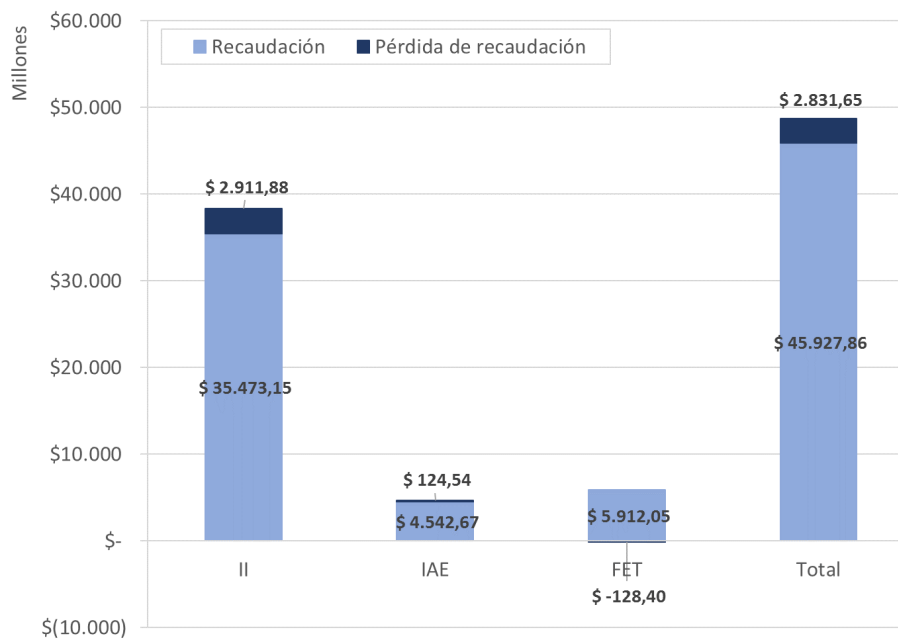
Los cigarrillos tienen una **carga impositiva promedio del 76,8%**⁶, siendo los impuestos de mayor importancia los Impuestos Internos (54,1% del precio) y el Fondo Especial del Tabaco – FET (10,8%), que se distribuye a las provincias tabacaleras. El Impuesto Adicional de Emergencia (7% del precio) también integra la carga de impuestos al tabaco, además de otros tributos generales (IVA e Ingresos Brutos).

La **recaudación por impuestos al tabaco** superó los **\$45 mil millones** en el tercer trimestre de 2021, y **representa una reducción del 3,0% en comparación con el mismo período del año anterior**.

Asimismo, como se mencionaba anteriormente, existen empresas PyMES nacionales que no se encuentran abonando el impuesto mínimo contemplado en la Ley de Impuestos Internos, por lo que 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 tercer trimestre de 2021 habría superado los **\$2,8 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 (\$2,9 mil millones).

Gráfico 9. Recaudación por impuestos al tabaco y pérdida de recaudación por no pago del impuesto interno mínimo. 3er trimestre de 2021

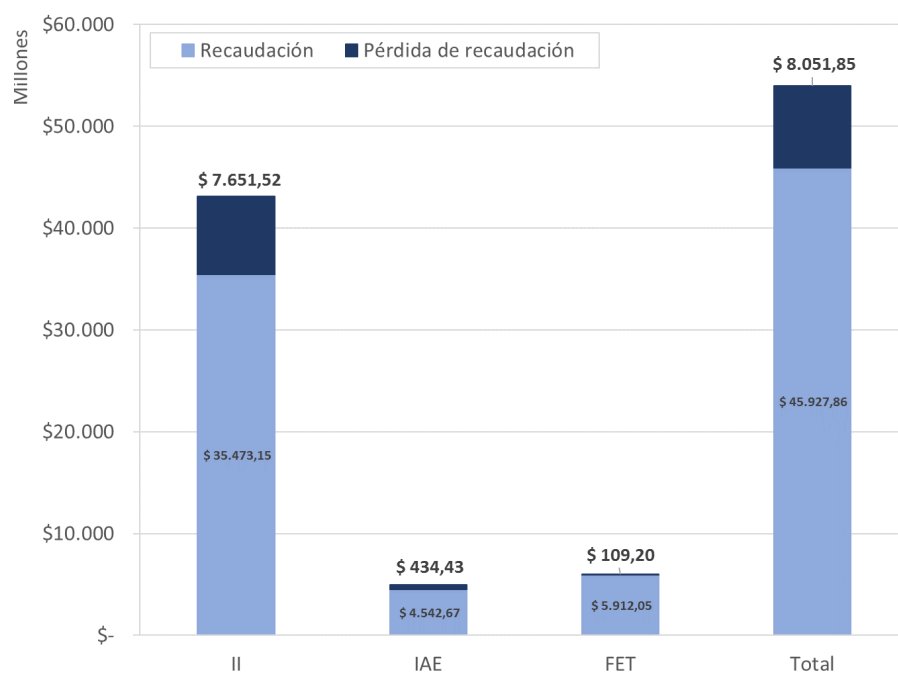
⁶ Cálculo a septiembre de 2021, para el precio promedio ponderado de \$149,03 por paquete de cigarrillos de 20 unidades.



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 más de \$8 mil millones**, que representan el 18% de la recaudación. En el Gráfico 10 se presenta la descomposición de la pérdida de recaudación por tipo de impuesto, siendo el Impuesto Interno también el que registra la mayor pérdida de recaudación (\$7,6 mil millones) en este escenario.

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). 3er trimestre 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](#).