



Mercado de Cigarrillos



en Argentina



Cuarto trimestre de 2022



Marzo 2023

Resumen ejecutivo

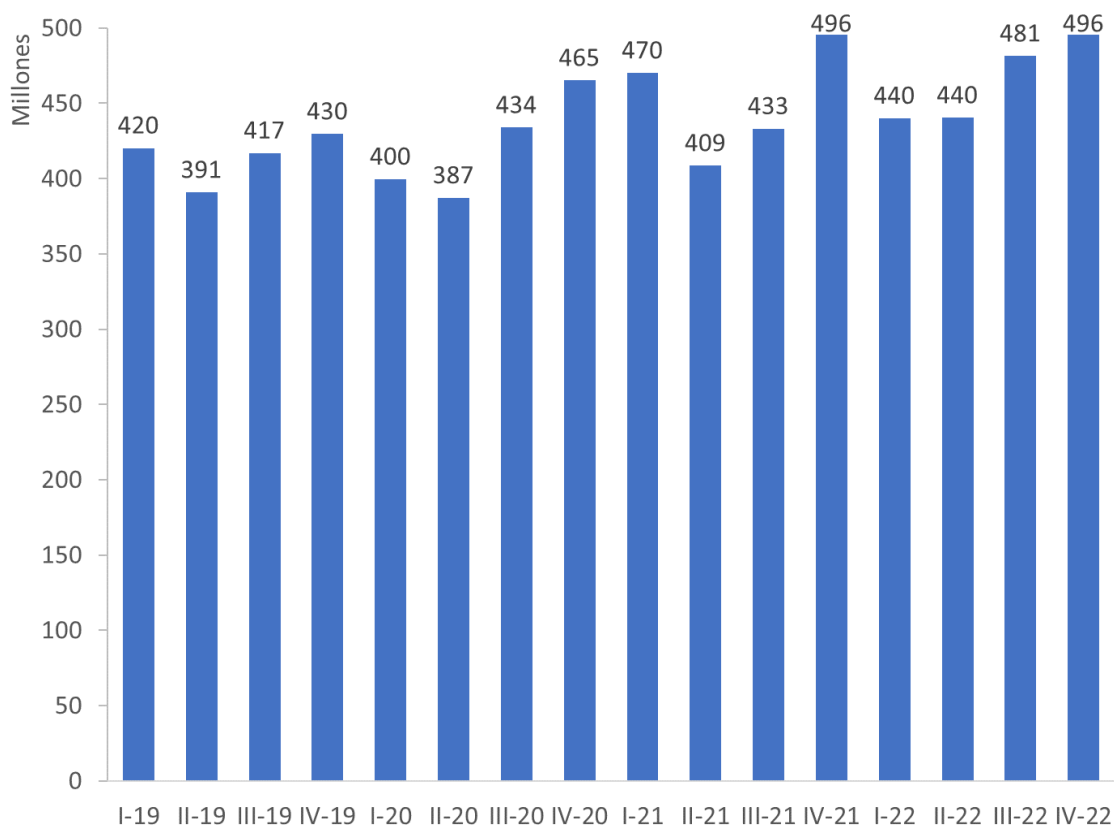
- **En promedio, el precio de un paquete de 20 cigarrillos fue \$292,66** en diciembre de 2022, un 69,8% mayor respecto del mismo período del año anterior pero tal incremento fue inferior a la inflación interanual (94,8% durante el mismo período).
- **Las ventas de cigarrillos superaron los 1.850 millones de paquetes** en 2022 (2,8% más que en 2021).
- **El consumo aparente fue superior a 40 paquetes**, creciendo 2,2% respecto del año 2021 y 9,4% respecto a 2019.
- **Las PyMEs incrementaron su participación** en las ventas de cigarrillos, representando el 37,2% de las ventas en el año 2022 (5,3 puntos porcentuales más que en 2021).
- **Se amplió la brecha de precios** entre cigarrillos de marcas caras y baratas: en diciembre de 2022 un paquete de cigarrillos de marcas baratas costaba, en promedio, el 22% de lo que costaba un paquete de marcas premium; mientras que un paquete de segundas marcas costaba el 74% de un paquete promedio de marcas premium.
- **La asequibilidad de los cigarrillos se incrementó en un 16,4%** en diciembre de 2022, comparado con el mismo mes de 2021. En el último período, se podían adquirir aproximadamente 750 paquetes de 20 cigarrillos con un sueldo promedio.
- **La recaudación por impuestos al tabaco superó los \$278 mil millones** en 2022, y representa un incremento del 46,7% en comparación con el año anterior. No obstante, este incremento fue inferior a la inflación del período.
- **El Estado Argentino continúa perdiendo recaudación por impuestos al tabaco.** Esto ocurre por el no cumplimiento en el pago del impuesto interno mínimo a causa de medidas cautelares presentadas por las empresas más pequeñas. En el año 2022, se estimó que la pérdida de recaudación por esta causa superaría los \$12 mil millones (esto es, en un 4,7%).
- En un escenario hipotético en que todas las empresas cumplieran con el pago del impuesto mínimo y se incrementara la alícuota del Impuesto Interno al 75%, **se estimó que la recaudación incrementaría en más de \$38 mil millones** (esto es, en un 13,8%).

Ventas

En el año 2022, las ventas de cigarrillos superaron los 1.850 millones de paquetes equivalentes a 20 unidades. De este modo, las ventas totales presentaron un incremento del 2,8% respecto del año previo.

En términos trimestrales, durante el cuarto trimestre del año 2022 las ventas casi alcanzaron los 500 millones de paquetes de cigarrillos equivalentes a 20 unidades. Este valor indica incremento del 3,0% respecto del tercer trimestre de 2022, pero se mantuvieron en un valor similar al del cuarto trimestre del año 2021 (ver **Gráficos 1 y 2**).

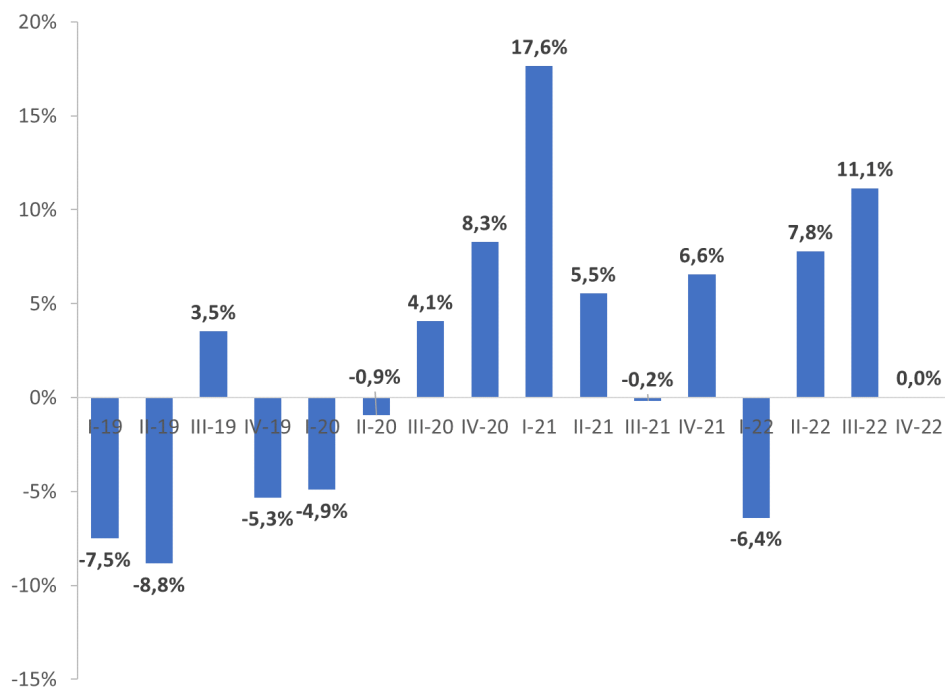
Gráfico 1. Ventas trimestrales de cigarrillos. En millones de paquetes*. IT-2019 a IVT-2022



*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. IT-2019 a IVT-2022

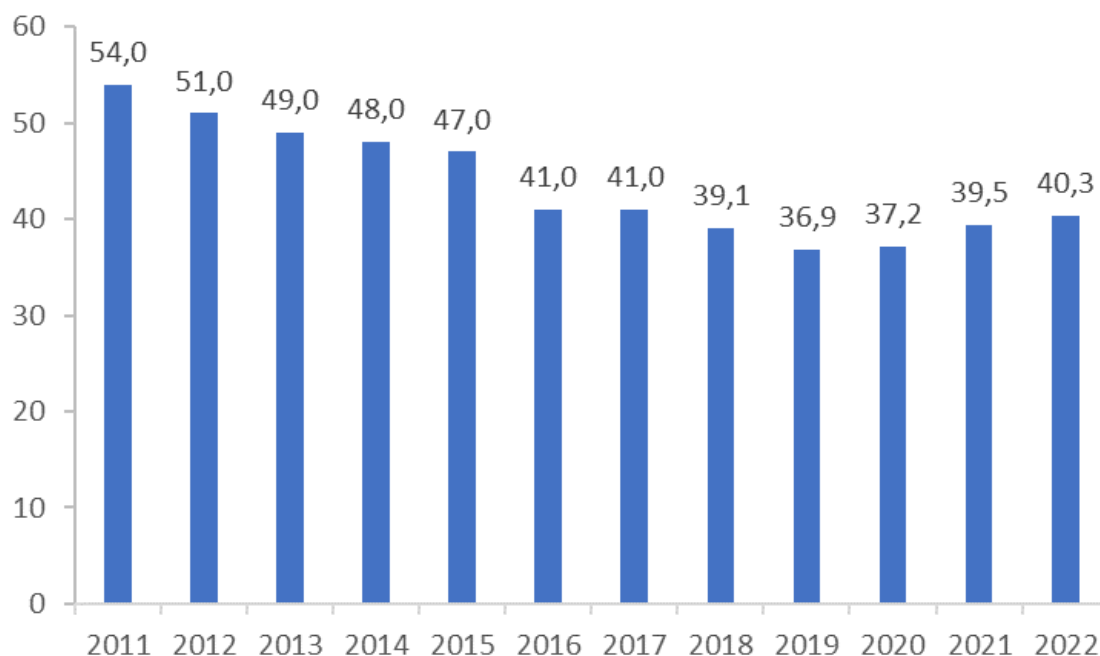


Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

El consumo aparente de cigarrillos¹ en 2022, estimado como la cantidad de paquetes per cápita que se vendieron durante el año, fue superior a 40. Esto representa un incremento del 2,2% respecto del año anterior, y del 9,4% respecto del año 2019 (año en el cual se registró el menor valor para el consumo aparente de cigarrillos en el país). Asimismo, en el **Gráfico 3** es posible advertir que desde el año 2020 se está revirtiendo la tendencia decreciente que tenía el consumo aparente de cigarrillos.

¹ Consumo aparente de cigarrillos medido como el cociente entre las ventas totales de paquetes de cigarrillos por la población total proyectada. Fuente de la estimación: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Gráfico 3. Consumo aparente de cigarrillos*. Año 2011 a 2022



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

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

Precios

El precio promedio ponderado de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de \$292,66 en diciembre de 2022. A pesar de que este valor representa un incremento del 69,8% respecto del mismo período del año anterior (ver **Gráfico 4**), el incremento en el precio promedio de los cigarrillos fue inferior a la inflación interanual medida por el índice general de precios, que según el INDEC fue del 94,8% durante el mismo período.

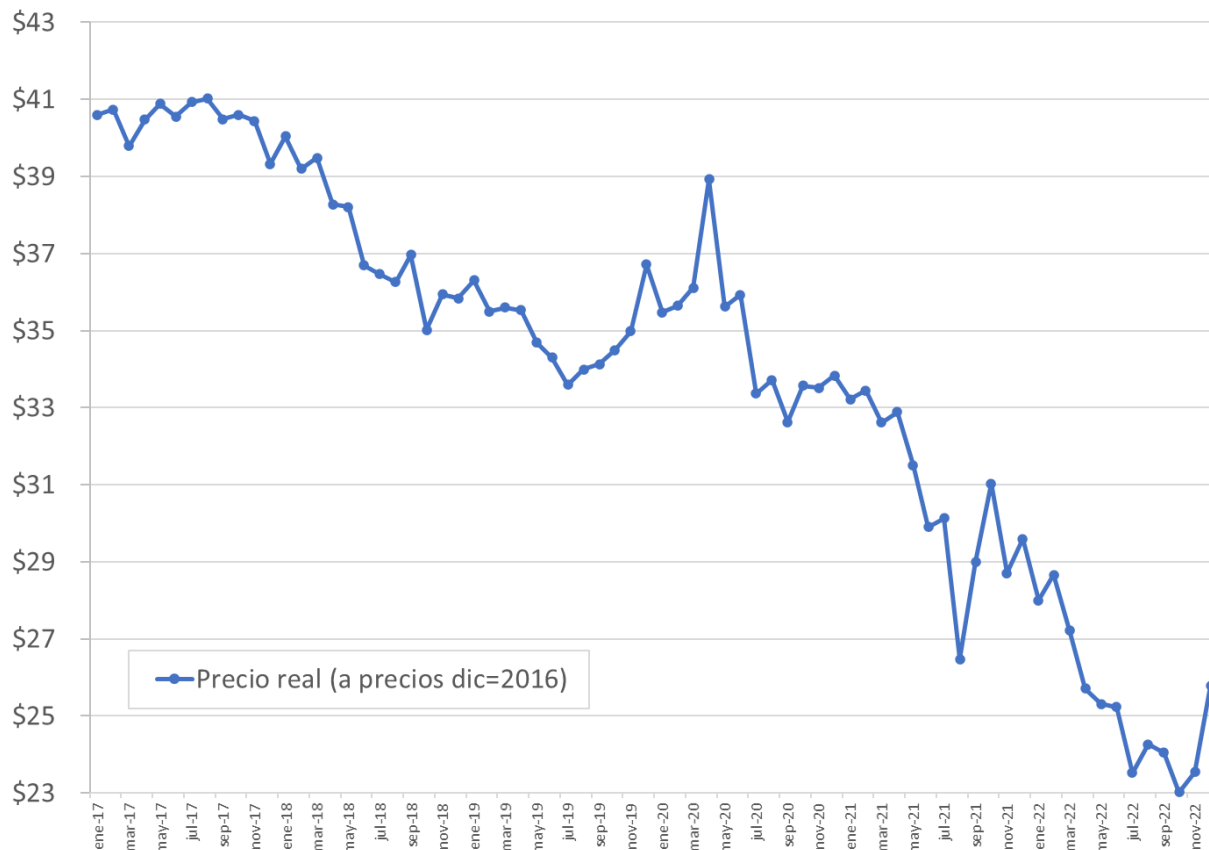
El precio promedio de los cigarrillos en términos corrientes continúa con su tendencia creciente (**Gráfico 4**), no obstante, dado que los incrementos en el precio nominal son inferiores a la inflación, el precio promedio ponderado en términos reales presenta una tendencia decreciente. El precio promedio ponderado real se encuentra en sus niveles más bajos, siendo un 36,5% inferior al precio real que se registraba en enero de 2017 (**Gráfico 5**). Asimismo, en diciembre de 2022 el precio promedio real de un paquete de cigarrillos presentó una reducción del 12,9% respecto del mismo período en 2021.

Gráfico 4. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos corrientes. Ene-2019 a dic-2022



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

Gráfico 5. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos constantes (base=dic 2016). Ene-2017 a dic-2022



Nota: *precio promedio ponderado de un paquete (equivalente a 20 unidades).

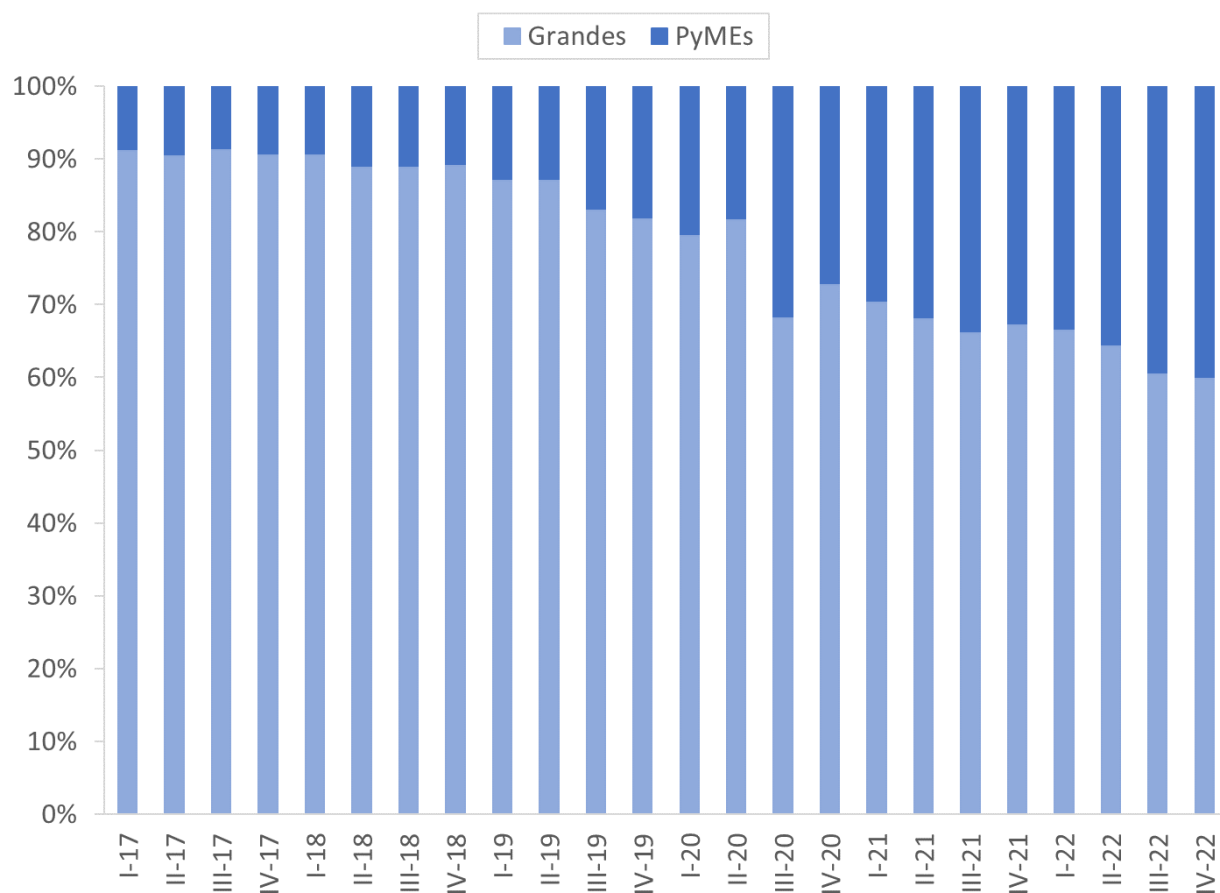
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, y del INDEC.

Distribución de 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 PyMEs nacionales (Tabacalera Sarandí, Espert, Tabacalera Centro, entre otras). Las ventas de cigarrillos de las PyMEs representaron el 37,2% de las ventas totales de cigarrillos en el año 2022, 5,3 puntos porcentuales más que en el año 2021 y 12,6 puntos porcentuales más que en 2020. En términos trimestrales, en el cuarto trimestre del año 2022, las ventas de las PyMEs representaron el 40% del mercado de cigarrillos (ver Gráfico 6).

De esta forma, las PyMEs continúan 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 6. Distribución del mercado entre Grandes y PyMEs. IT-2017 a IVT-2022



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

Alternativamente, se puede observar también la distribución del mercado a través de los segmentos/marcas de cigarrillos. De esta manera, el mercado de cigarrillos argentino está dividido en 3 segmentos diferenciados: i. marcas premium (Marlboro, Lucky Strike, entre otras) elaboradas por compañías multinacionales, ii. segundas marcas (por ejemplo, Rothmans, Chesterfield) elaboradas también por las mismas multinacionales, y iii. marcas baratas (Red Point, Melbour, etc.) vendidas por PyMEs nacionales.

En el contexto de la última reforma impositiva de diciembre de 2017, cada segmento tiene un tratamiento impositivo diferente. 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 \$217,03 para el trimestre diciembre 2022 a febrero 2023²), 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. Inclusive, Tabacalera Sarandí y Espert obtuvieron sentencias a favor en el fuero Contencioso Administrativo, donde se les dio lugar a su demanda de declarar el impuesto mínimo inconstitucional para tal tabacalera, imponiendo que deben pagar el impuesto del 70%³.

De esta forma, al mes de diciembre de 2022, un paquete de 20 unidades de cigarrillos del segmento premium costaba \$495,77 en promedio para productos de referencia, mientras que uno de segunda marca \$367,27 y un paquete de marca barata \$110,25⁴ (ver **Gráfico 7**). Se destaca que el precio promedio de un paquete de cigarrillos de marcas baratas es inferior incluso que el impuesto mínimo establecido por Ley (\$217,03).

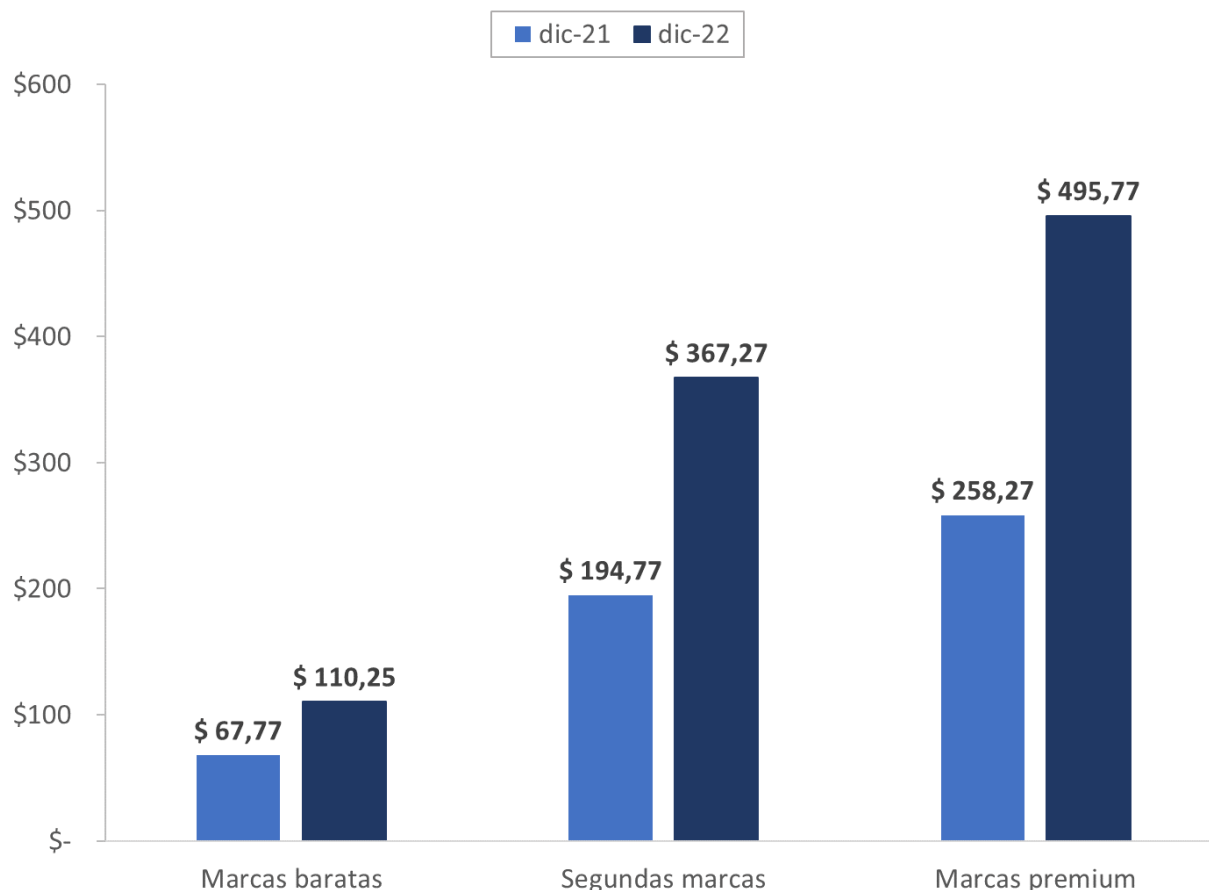
² Información recuperada de

<http://biblioteca.afip.gob.ar/cuadroslegislativos/cuadroLegislativo.aspx?i=6>.

³ TABACALERA SARANDI SA C/ EN-AFIP-DGI S/PROCESO DE CONOCIMIENTO, CAF 008093/2018. Sentencia del 07/06/2022.

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

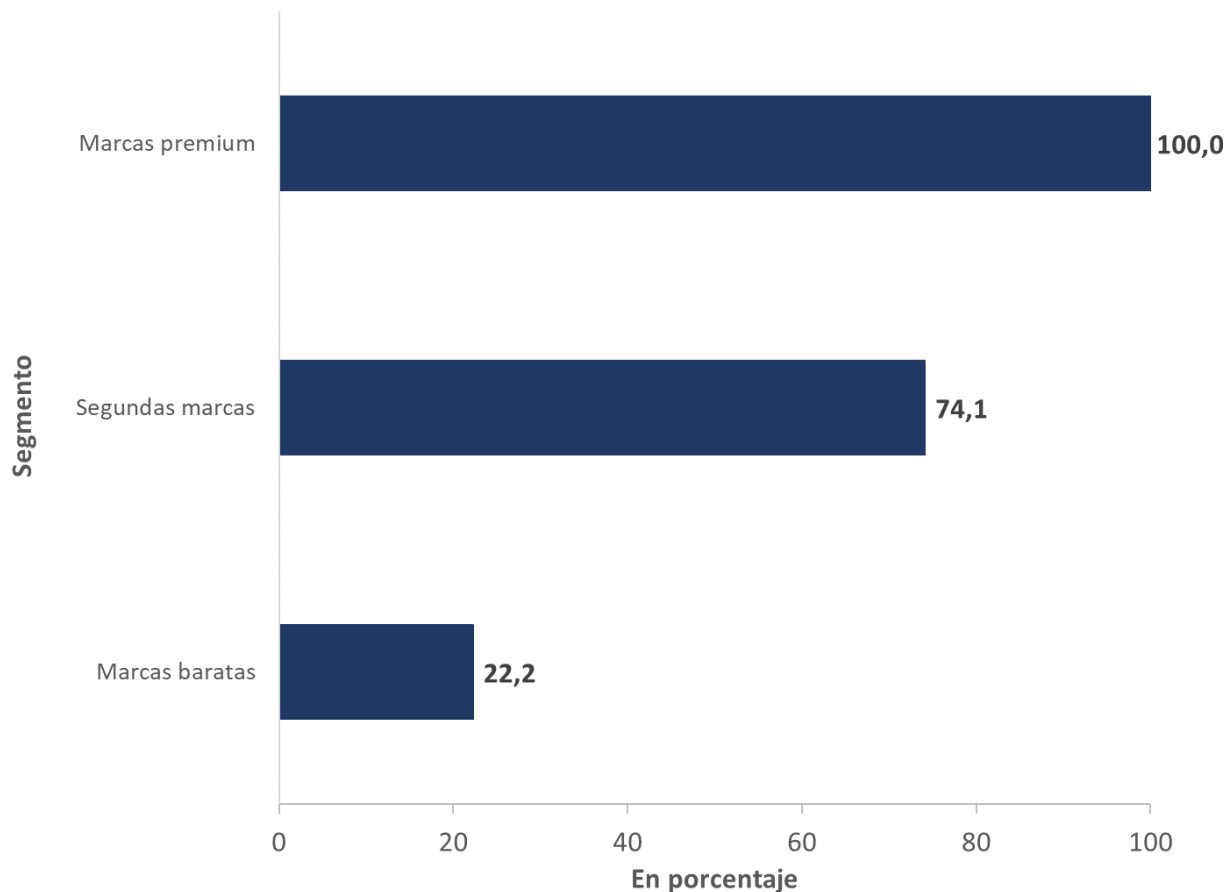


Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

A su vez, la variación interanual en el precio del segmento premium fue del 92,0%, en el segmento de segundas marcas fue del 88,6%, mientras que para el segmento de marcas baratas fue de apenas un 62,7%. 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 diciembre de 2022, este índice indica que un paquete de cigarrillos de marcas baratas, en promedio, cuesta el 22% de lo que cuesta un paquete de marcas premium. Por otra parte, un paquete de segundas marcas cuesta el 74% de un paquete promedio de marcas premium (ver **Gráfico 8**).

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 de cigarrillos de las marcas premium.

Gráfico 8. Índice de brechas de precios (marcas premium = 100). Diciembre 2022



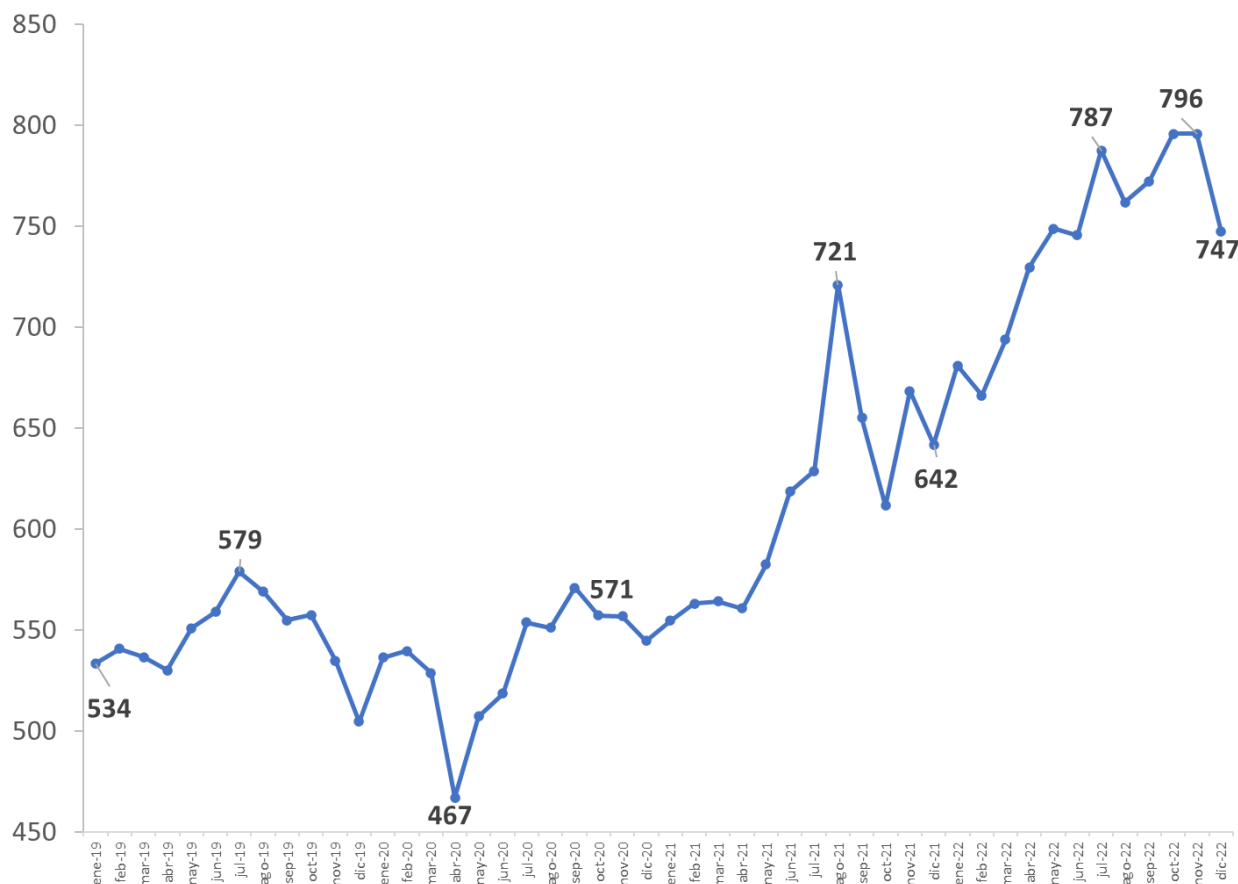
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

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 16,4% en diciembre de 2022 comparado con el mismo mes del año anterior (ver **Gráfico 9**). En el mes de diciembre de 2022 se podían adquirir aproximadamente 750 paquetes de 20 cigarrillos con un sueldo promedio y, si bien este valor presenta una reducción respecto del máximo alcanzado en noviembre de 2022 (796), en el Gráfico 9 resulta evidente el incremento en la asequibilidad de los cigarrillos durante los últimos años.

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 9. Evolución del índice de asequibilidad. Ene-2019 a dic-2022



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.

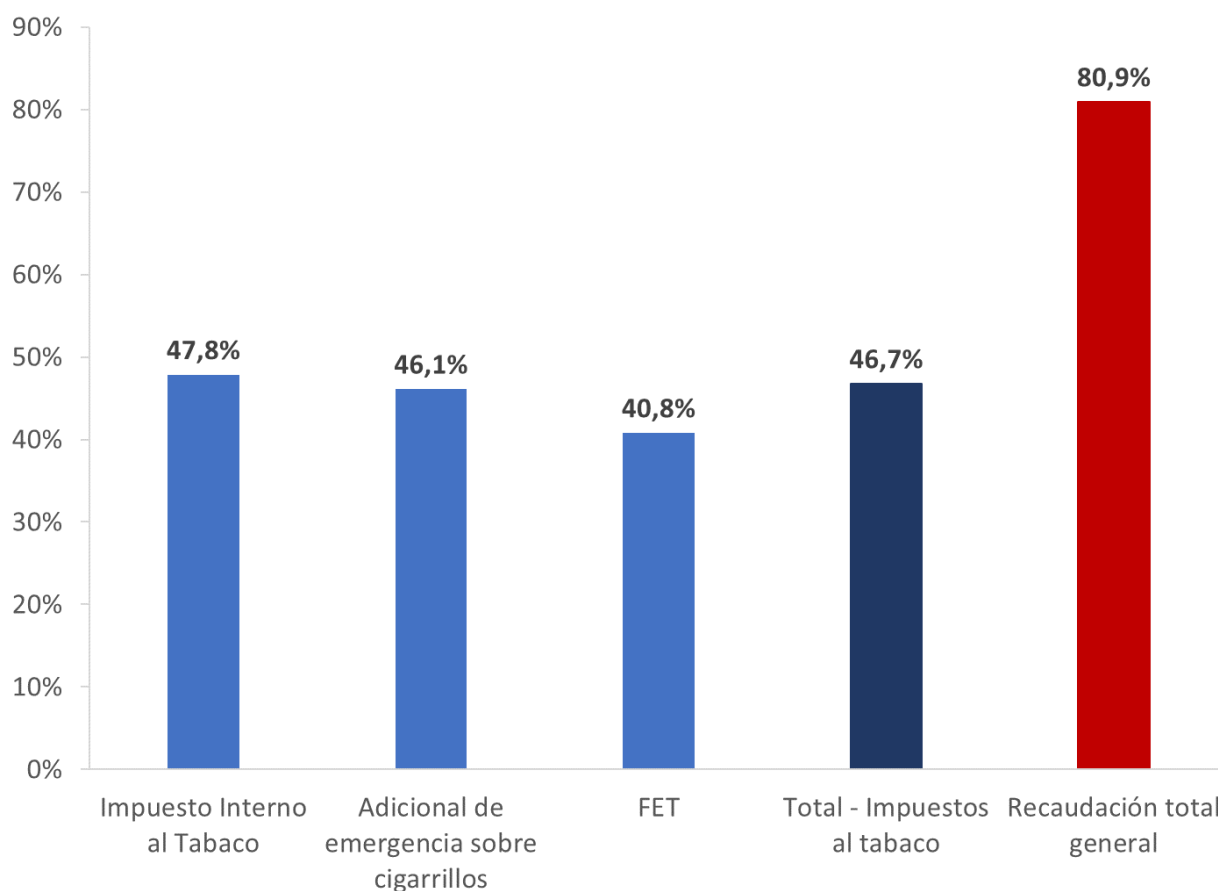
Recaudación

Los cigarrillos tienen una carga impositiva promedio del 76,4%⁷, siendo los impuestos de mayor importancia los Impuestos Internos (55,1% del precio) y el Fondo Especial del Tabaco – FET (9,3%), 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).

⁷ Cálculo a diciembre de 2022, para el precio promedio ponderado de \$292,66 por paquete de cigarrillos de 20 unidades.

La recaudación por impuestos al tabaco superó los \$ 278 mil millones en el año 2022, y representa un incremento del 46,7% en comparación con el año anterior, un valor inferior a la inflación (72,4% anual en 2022). El aumento de la recaudación por impuestos al tabaco fue también inferior al aumento de la recaudación total general, la cual creció un 80,9% durante el año 2022 (ver **Gráfico 10**). Dentro de los tributos, el Impuesto Interno fue el que experimentó el mayor incremento en su recaudación, subiendo un 47,8%, seguido por el IAE que se incrementó 46,1% y el FET 40,8%.

Gráfico 10. Variación anual en recaudación por impuestos al tabaco y total general. Año 2022 vs 2021

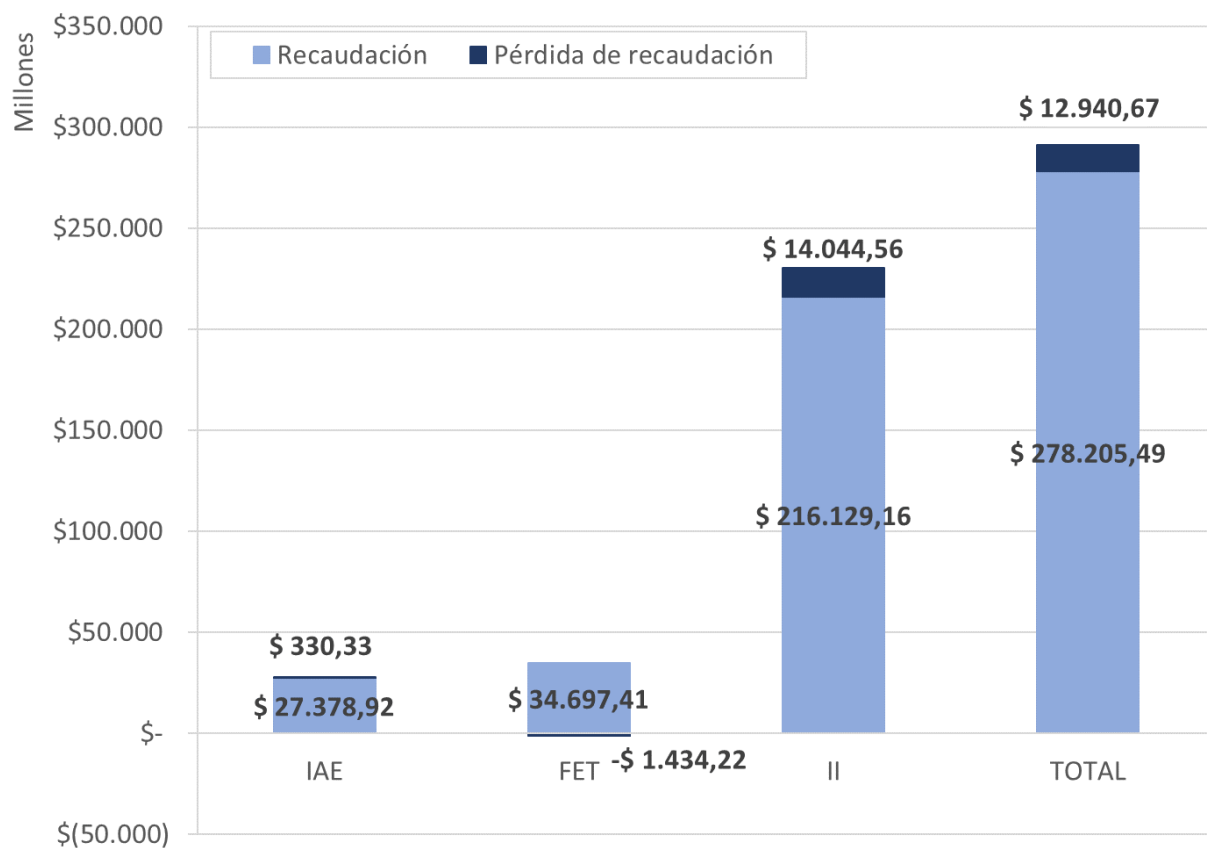


Fuente: FIC Argentina en base a datos de AFIP y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Asimismo, como se mencionaba anteriormente, existen empresas PyMEs nacionales que no se encuentran cumpliendo con el pago del impuesto mínimo contemplado en la Ley de Impuestos Internos, por lo que el Estado Argentino se encuentra perdiendo parte de su recaudación

potencial⁸. Las estimaciones realizadas por FIC Argentina indican que la pérdida de recaudación por esta causa durante el año 2022 habría superado los \$ 12 mil millones, representando un 4,7% de lo recaudado. En el **Gráfico 11** 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 (\$14 mil millones).

Gráfico 11. Recaudación por impuestos al tabaco y pérdida de recaudación por no pago del impuesto interno mínimo. Año 2022



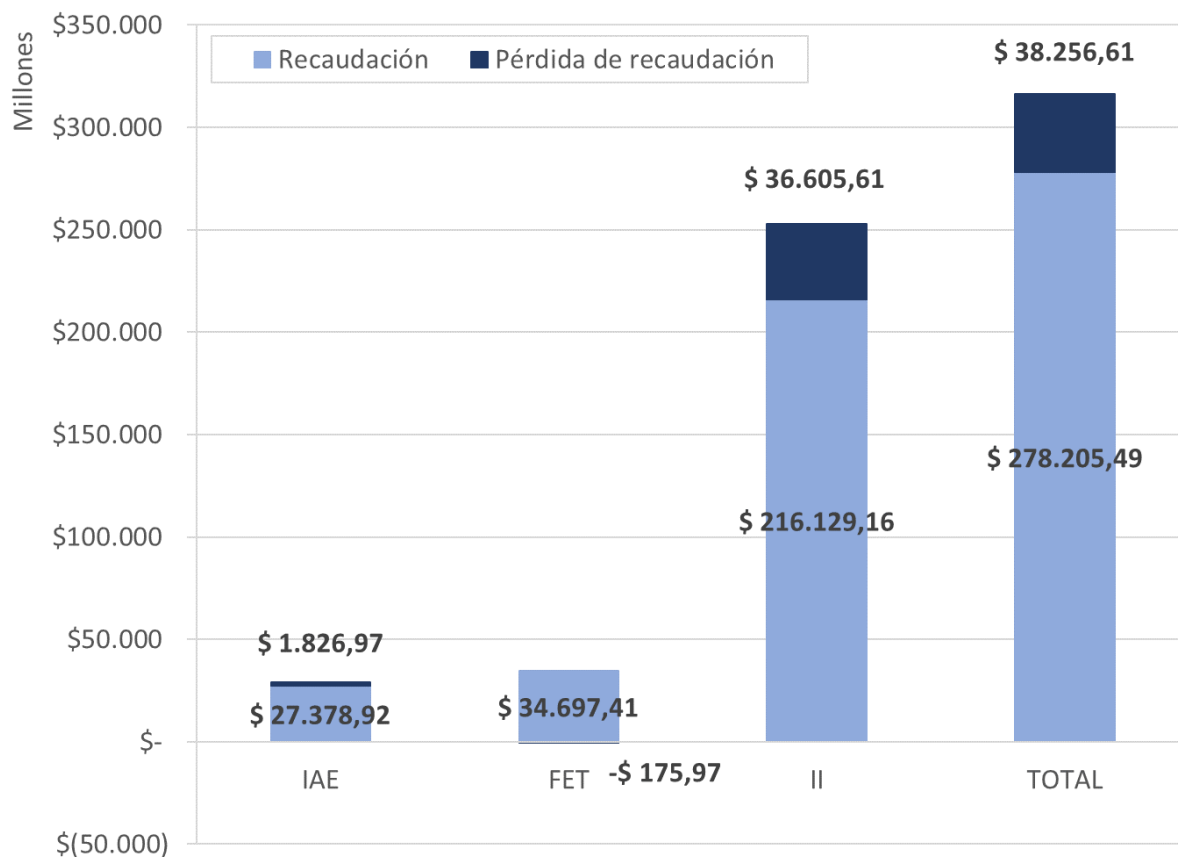
Fuente: FIC Argentina en base a datos de AFIP y Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Adicionalmente, el Estado Nacional está perdiendo recursos que podría obtener en el caso de que se retome la alícuota del Impuesto Interno al tabaco que regía con anterioridad a la reforma

⁸ Un mayor detalle sobre la estimación de pérdida de recaudación, los escenarios y supuestos empleados para su estimación, puede encontrarse en este [informe](#).

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 \$ 38 mil millones, que representan el 13,8% de la recaudación. En el **Gráfico 12** 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 (\$ 46 mil millones).

Gráfico 12. 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) y pleno cumplimiento del impuesto mínimo. Año 2022



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