



Mercado de Cigarrillos en Argentina



Segundo trimestre de 2024



Octubre 2024



Resumen ejecutivo

- **En promedio, el precio de un paquete de 20 cigarrillos fue \$1.699,85** en junio de 2024, un 312,5% mayor respecto del mismo período del año anterior y un incremento mayor a la inflación interanual (271,5% durante el mismo período). Este incremento se vió muy influenciado por el incremento del precio de las marcas más baratas.
- **El precio promedio de las marcas más baratas aumentó más** que el precio de los cigarrillos de segundas marcas y de marcas premium, algo que no sucedía desde junio de 2020. Incluso, el incremento del precio promedio de las marcas más baratas fue superior a la inflación.
- **Las ventas de cigarrillos superaron los 385 millones de paquetes** en el segundo trimestre de 2024 (19,4% menos que en el mismo periodo en 2023).
- **Las PyMEs incrementaron su participación** en las ventas de cigarrillos, representando el 41,8% de las ventas en el segundo trimestre de 2024 (3 puntos porcentuales más que en el primer trimestre del año).
- **No obstante, se mantiene una gran brecha de precios** entre cigarrillos de marcas caras y baratas. En junio de 2024, un paquete de cigarrillos de marcas baratas costaba, en promedio, el 25,6% de lo que costaba un paquete de marcas premium; mientras que un paquete de segundas marcas costaba el 75,2% de un paquete promedio de marcas premium.
- **La asequibilidad de los cigarrillos disminuyó en un 14,3%** en junio de 2024, comparado con el mismo mes de 2023. En el último período, se podían adquirir 688 paquetes de 20 cigarrillos con un sueldo promedio.
- **La recaudación por impuestos al tabaco superó los \$408 mil millones** en el segundo trimestre de 2024, lo cual representa un incremento del 227,2% en comparación con el mismo período del año anterior. Este incremento fue inferior a la inflación del mismo período (278,7%).

El período sobre el cual se reporta en el presente informe (segundo trimestre de 2024) se corresponde con el período en el cual se estaban discutiendo las modificaciones del Capítulo de Impuestos Internos a Cigarrillos en la Ley Bases y Puntos de Partida para la Libertad de los Argentinos (“Ley Bases” 27.742)¹. La misma fue finalmente aprobada el 28 de junio de 2024 y, en lo que respecta a dicho Capítulo, la AFIP aprobó, con fecha 15 de julio de 2024, un nuevo programa aplicativo para la implementación de esta nueva normativa². A partir de este momento, el componente ad-valorem pasó del 70% al 73% a la misma vez que se eliminó el componente de impuesto mínimo a los cigarrillos.

Cabe hacer esta mención dado que muchos de los valores de mercado observados en este período se ven fuertemente afectados por especulaciones y expectativas en torno a la discusión sobre las modificaciones incluídas en dicha Ley. Esta situación pudo generar mayormente dos cuestiones: por un lado, una retención de las ventas³ a la espera de un menor impuesto a liquidar y, por el otro, el incremento en el precio declarado de venta de los cigarrillos de las marcas más baratas por presiones y mayor control.

¹ Ley N° 27.742, Bases y Puntos de Partida para la Libertad de los Argentinos. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/310189/20240708>

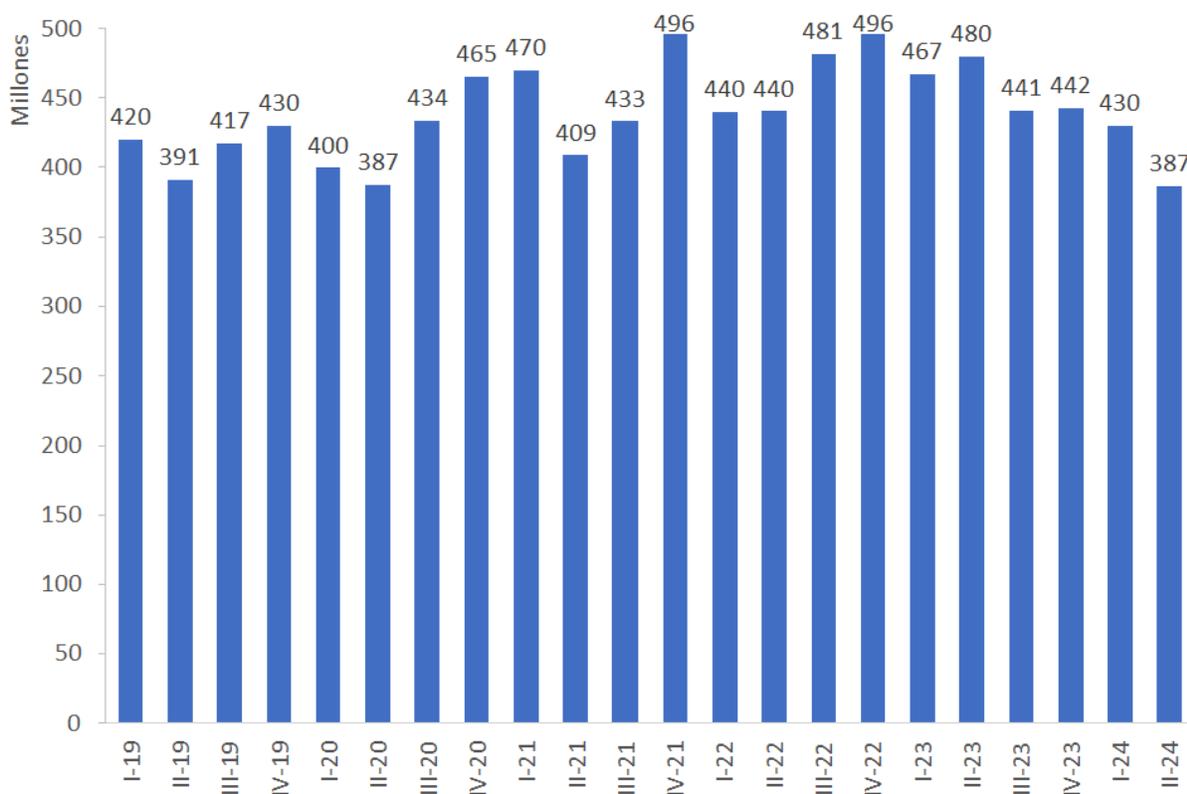
² Resolución General 5524/2024. Disponible en: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/310455/20240715#:~:text=Resoluci%C3%B3n%20General%205524%2F2024.-RESOG%2D2024%2D5524&text=Que%20corresponde%20disponer%20la%20utilizaci%C3%B3n,primer%20p%C3%A1rrafo%20de%20este%20Considerando.>

³ Cabe recordar que los datos de ventas presentadas en este informe son aquellos que se registran entre la fábrica y el distribuidor, y no las realizadas en los puntos de venta al consumidor final.

Ventas

En el segundo trimestre del año 2024, las ventas de paquetes de cigarrillos superaron los 385 millones de paquetes de cigarrillos equivalentes a 20 unidades. Este valor indica una disminución del 10,1% respecto del primer trimestre del 2024 y del 19,4% respecto del segundo trimestre de 2023, mostrando un volumen de ventas trimestrales solo comparable con el del segundo trimestre del 2020, donde cumplió rigor el aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) a causa del COVID-19 (ver **Gráficos 1 y 2**). Tal situación podría estar reflejando una retención de ventas⁴ producto de la especulación en torno a las modificaciones a Impuestos Internos a Cigarrillos que se podían aprobar por medio de la "Ley Bases".

Gráfico 1. Ventas trimestrales de cigarrillos. En millones de paquetes*. IT-2019 a IIT-2024

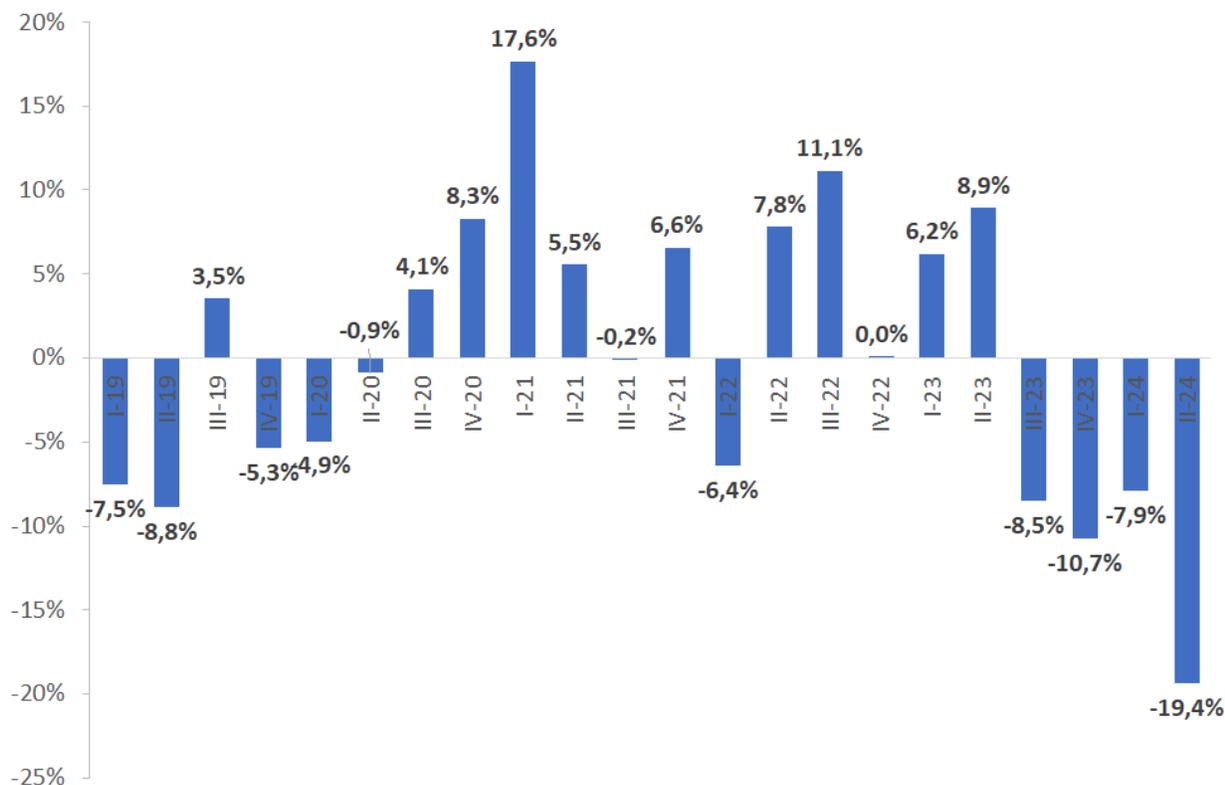


Nota: *cantidad de paquetes (equivalentes a 20 unidades) vendidos.

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

⁴ Cabe recordar que los datos de ventas presentadas en este informe son aquellos que se registran entre la fábrica y el distribuidor, y no las realizadas en los puntos de venta al consumidor final.

Gráfico 2. Variación interanual en las ventas trimestrales. IT-2019 a IIT-2024



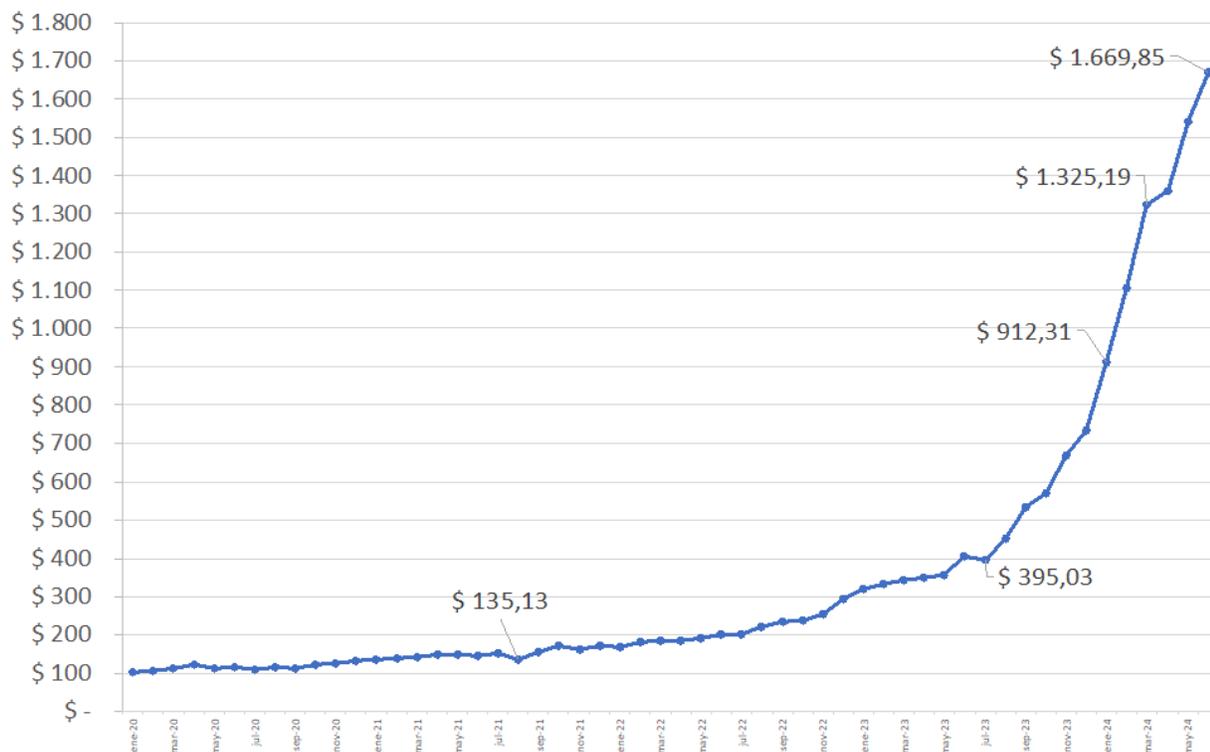
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Precios

El precio promedio ponderado de un paquete de 20 cigarrillos en el mercado fue de **\$1.699,85** en junio de 2024 (ver **Gráfico 3**). El precio promedio de los cigarrillos se incrementó en un 312,5% respecto del mismo período del año anterior, lo cual fue mayor a la inflación interanual medida por el índice general de precios, que según el INDEC fue del 271,5% durante el mismo período.

El precio promedio de los cigarrillos ha mostrado una tendencia creciente en términos corrientes (**Gráfico 3**). Sin embargo, dado que históricamente estos incrementos habían sido menores a la inflación, el precio promedio ponderado en términos reales ha presentado una tendencia decreciente a largo plazo. Esta tendencia descendente se ha visto interrumpida en el año 2024, cuando los incrementos en el precio promedio ponderado han sido mayores al aumento del nivel general de precios, observándose así un aumento en el precio real de los cigarrillos (ver **Gráfico 4**). Más allá de lo expuesto, el precio promedio ponderado real se encuentra en niveles bajos, siendo aún 36% inferior al precio real registrado en enero de 2017 (**Gráfico 4**).

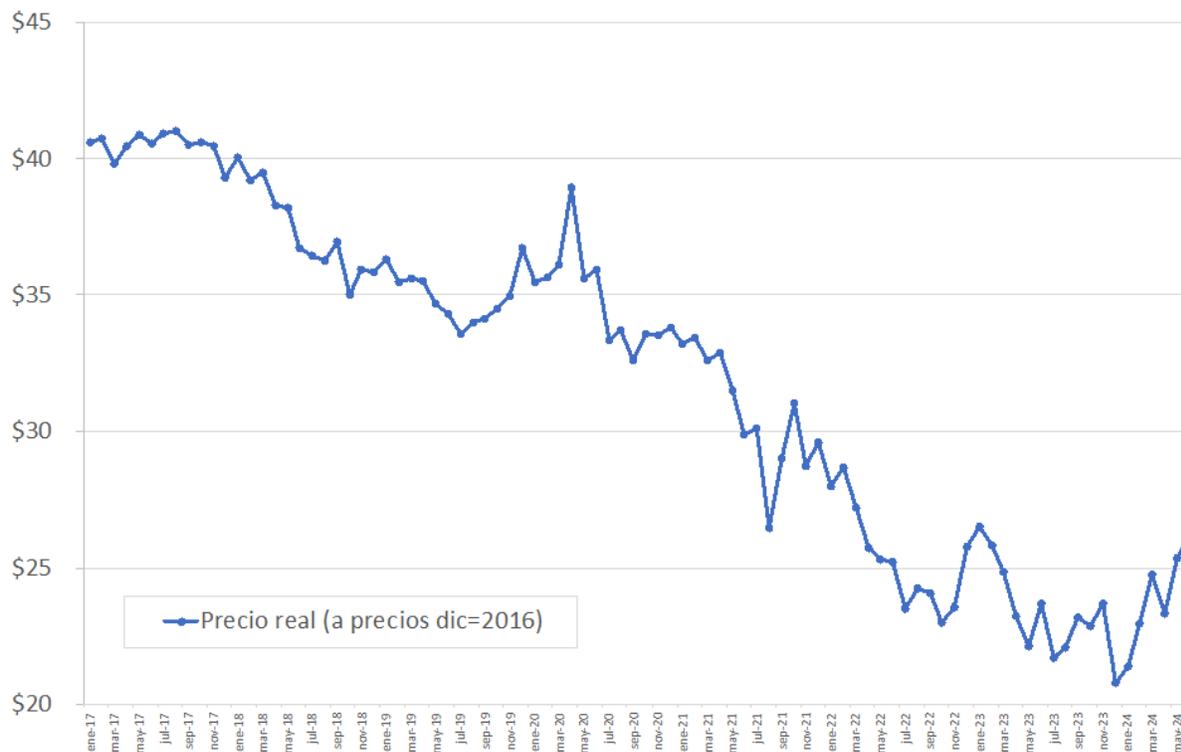
Gráfico 3. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos corrientes. Ene-2020 a Jun-2024



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

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

Gráfico 4. Evolución del precio promedio ponderado*. En pesos constantes (base=dic 2016). Ene-2017 a Jun-2024



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

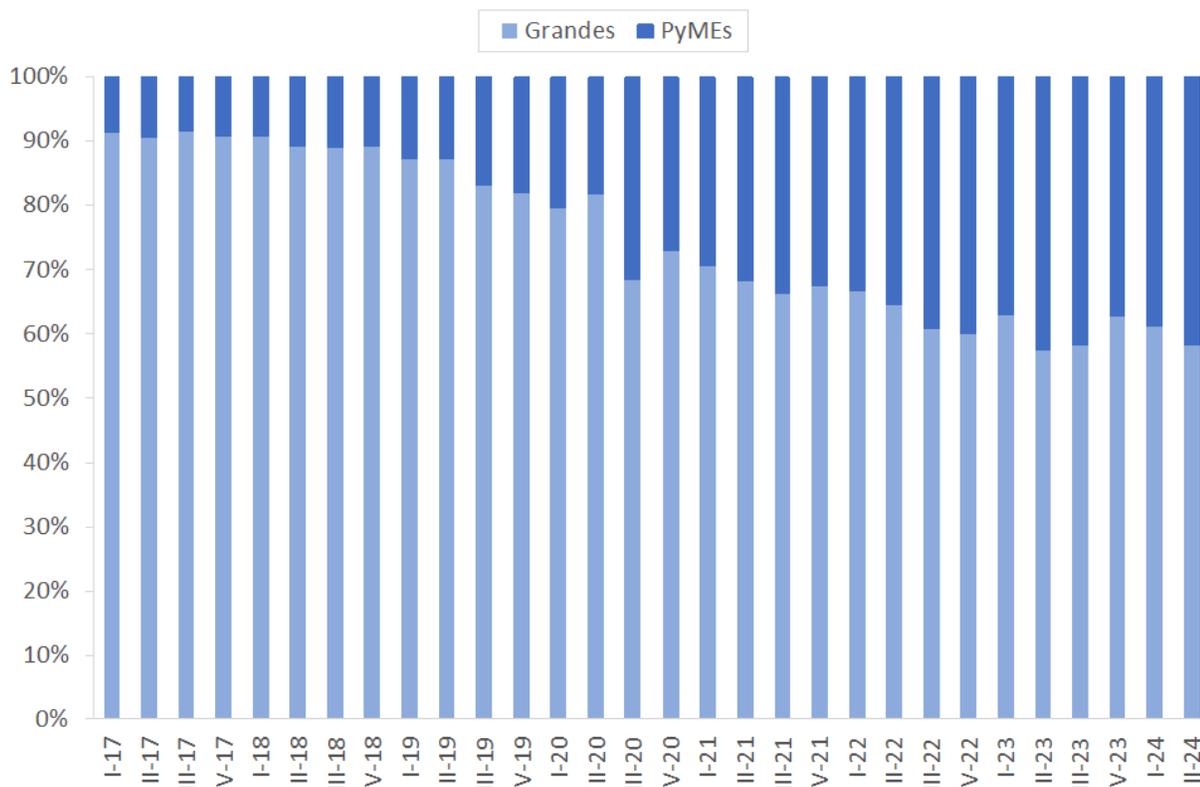
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, y del INDEC.

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 41,8% de las ventas totales de cigarrillos en el segundo trimestre de 2024, 3 puntos porcentuales más que en el primer trimestre del año y 4,4 puntos porcentuales más que en el último trimestre del año 2023 (ver **Gráfico 5**).

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 5. Distribución del mercado entre Grandes y PyMEs. IT-2017 a IIT-2024



Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Economía, Secretaría 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.

Cabe recordar que, en el contexto de la última reforma impositiva de diciembre de 2017⁵ (previo a la discusión de modificaciones por medio de la Ley Bases que se mencionó anteriormente), 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 \$1201,95 para el mes de junio de

⁵ Cabe mencionar que recientemente se ha modificado la Ley de Impuestos Internos a los Cigarrillos por medio de la Ley Bases, no obstante, los efectos de tal reforma son posteriores al período de análisis de este informe.

2024⁶), mientras que muchos de los productores de las marcas baratas judicializaron el pago del impuesto mínimo alegando confiscatoriedad y discriminación, en algunos casos obteniendo medidas cautelares que suspendieron temporalmente el pago correspondiente al mínimo. Inclusive, algunas obtuvieron sentencia a favor, en las que se declaró la inconstitucionalidad del impuesto mínimo para el caso, autorizando al pago de la alícuota del 70%⁷.

A partir de julio de 2024, comienzan a implementarse las modificaciones a Impuestos Internos a Cigarrillos establecidas en la **Ley Bases**: a. el componente ad-valorem pasó del 70% al 73%, y b. se eliminó el componente de impuesto mínimo a los cigarrillos. **Los primeros impactos de estos cambios podrán ser observados en el próximo informe trimestral de mercado**, aunque también cabe mencionar que dado que muchos de los valores de mercado observados en el período del presente informe también se ven fuertemente afectados por especulaciones y expectativas en torno a la discusión sobre las modificaciones incluidas en dicha Ley.

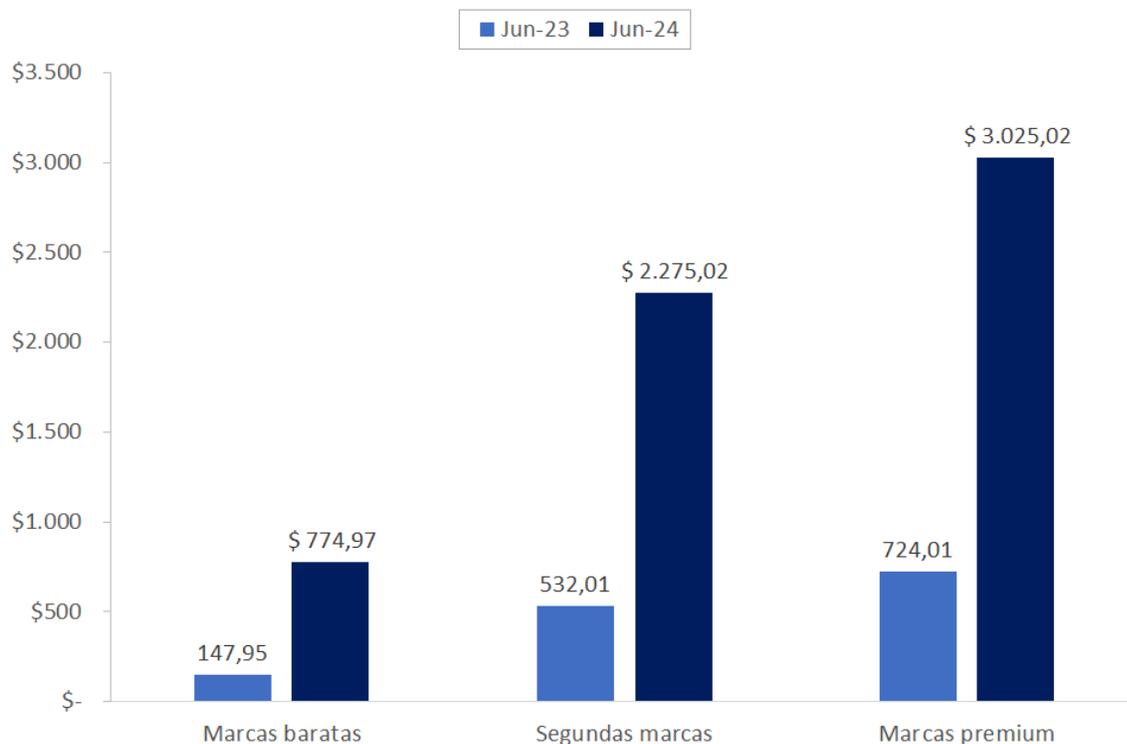
⁶ Información recuperada de <http://biblioteca.afip.gob.ar/cuadroslegislativos/cuadroLegislativo.aspx?i=6>.

⁷ TABACALERA SARANDI SA C/ EN-AFIP-DGI S/ PROCESO DE CONOCIMIENTO, CAF 008093/2018. Sentencia del 07/06/2022, confirmada en segunda instancia el 31/10/2023.

ESPERT SA c/ EN-AFIP-DGI s/ PROCESO DE CONOCIMIENTO, 48385/2018. Sentencia del 21/09/2022, apelada.

TODO TABACO SRL Y OTRO c/ ESTADO NACIONAL Y OTRO S/ ACCIÓN MERAMENTE DECLARATIVA DE INCONSTITUCIONALIDAD, 11550/2022. Sentencia del 07/02/2023, revocada en segunda instancia el 25/04/2024.

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



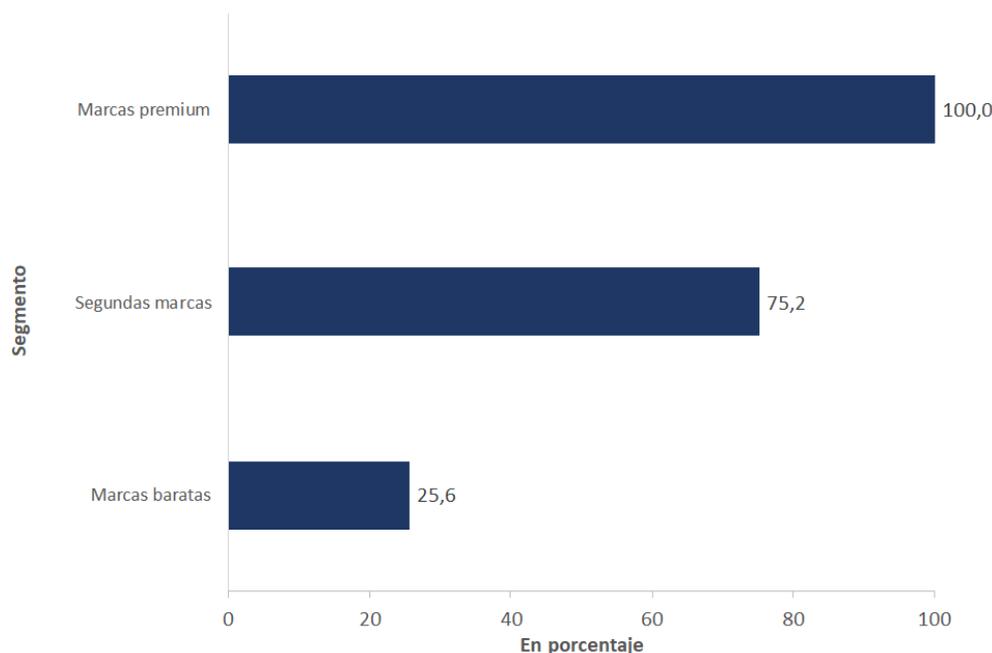
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Al mes de junio de 2024, un paquete de 20 unidades de cigarrillos del segmento premium costaba \$3.025,02 en promedio para productos de referencia, mientras que uno de segunda marca \$2.275,02 y un paquete de marca barata \$774,97⁸ (ver **Gráfico 6**). La variación interanual en el precio del segmento premium fue de 317,8%, en el segmento de segundas marcas fue de 327,6%, mientras que para el segmento de marcas baratas fue de un 423,8%. Esto redujo la brecha de precios entre las diferentes marcas, ya que el incremento de precios de las marcas baratas en este trimestre resulta mayor en términos porcentuales que el aumento de las segundas marcas y marcas premium, algo que no sucedía desde junio de 2020. No obstante, aún persiste una gran brecha de precio entre los productos de distintos segmentos.

⁸ 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 la diferencia de precios entre segmentos, se calculó un índice de brecha de precios entre ellos⁹. En el mes de junio de 2024, este índice indica que un paquete de cigarrillos de marcas baratas, en promedio, cuesta el 25,6% de lo que cuesta un paquete de marcas premium. Por otra parte, un paquete de segundas marcas cuesta el 75,2% de un paquete promedio de marcas premium (ver **Gráfico 7**).

Gráfico 7. Índice de brechas de precios (marcas premium = 100). Junio 2024



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

Asequibilidad

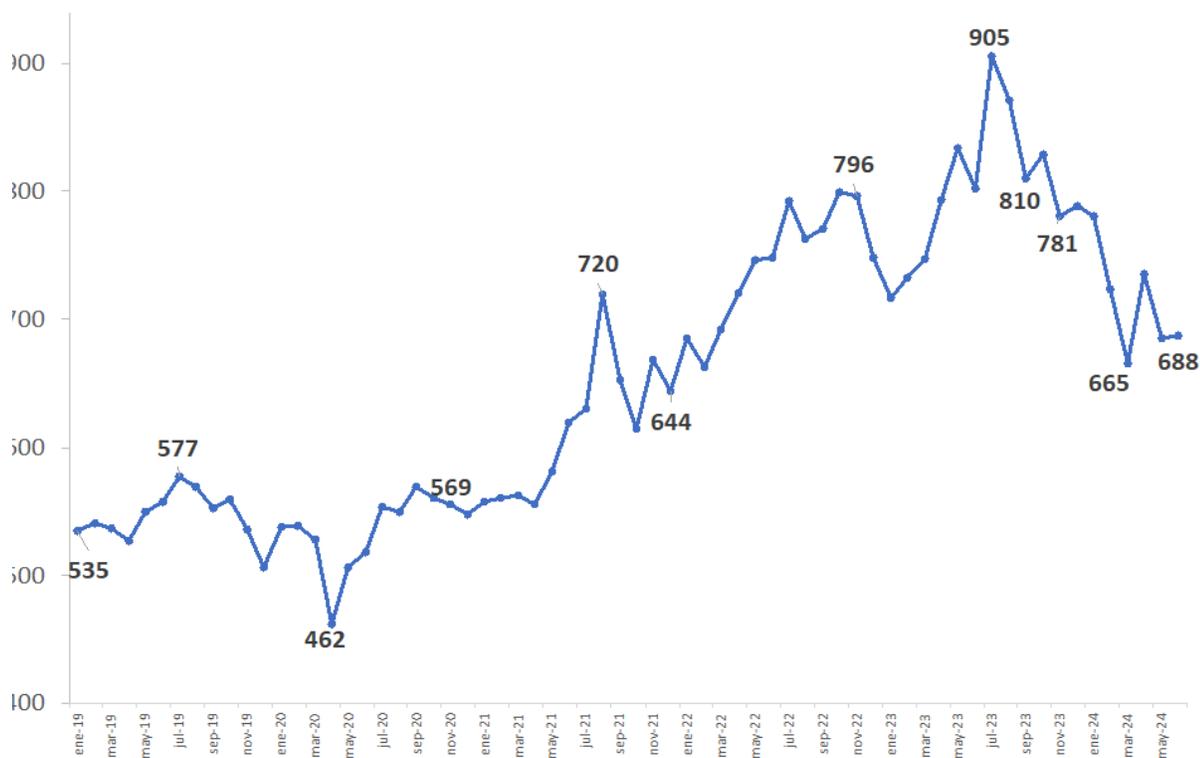
El índice de asequibilidad, definido como la cantidad de paquetes de cigarrillos que se pueden adquirir con un salario promedio de la economía¹⁰, disminuyó un 14,3% en junio de 2024 comparado con el mismo mes del año anterior (ver **Gráfico 8**). En junio de 2024, con un salario promedio se podían adquirir 688 paquetes de 20 cigarrillos, lo que representa una disminución en el índice en comparación con los valores de años anteriores. Sin embargo, este valor muestra una

⁹ 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.

¹⁰ 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.

leve recuperación en relación con la marcada caída observada en el primer trimestre del año, resultado de la aceleración de los precios. Más allá de lo sucedido en este último reporte, es posible dar cuenta de una tendencia decreciente desde julio de 2023 en lo que a asequibilidad respecta, como puede observarse en el **Gráfico 8**. Tal situación se da producto de dos situaciones: en primera instancia, un mayor incremento en el precio promedio ponderado de los cigarrillos (el cual incluso superó a la inflación en los últimos períodos) y menores incrementos en el salario promedio (lo cual reduce la capacidad adquisitiva de la población).

Gráfico 8. Evolución del índice de asequibilidad. Ene-2019 a Jun-24



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

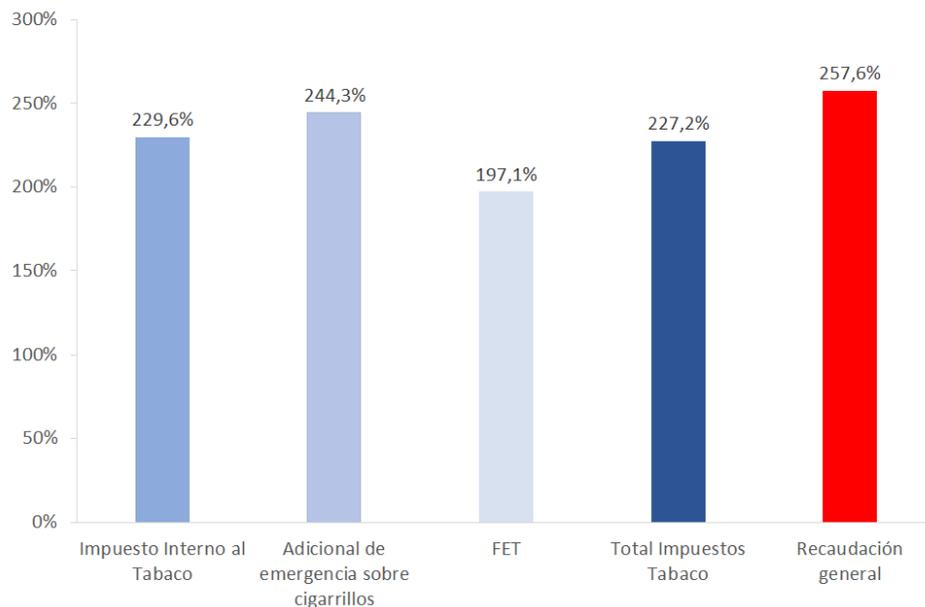
Fuente: FIC Argentina en base a datos del Ministerio de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca y OEDE, Ministerio de Capital Humano, Secretaría de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

Recaudación

Los cigarrillos tienen una carga impositiva promedio del 76,1%¹¹, siendo los impuestos de mayor importancia los Impuestos Internos (55,7% del precio) y el Fondo Especial del Tabaco – FET (7,5%)¹², 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 408 millones en el segundo trimestre de 2024, y representó un incremento del 227,2% en comparación con el mismo período del año anterior, inferior a la inflación del mismo período (278,7%). Dentro de los tributos, el Impuesto Adicional de Emergencia fue el que experimentó el mayor incremento en su recaudación, subiendo un 244,3%, seguido por el II que se incrementó 229,6% y el FET 197,1% (**Gráfico 9**).

Gráfico 9. Variación anual en recaudación por impuestos al tabaco y total general. IIT 2023 vs IIT 2024



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

¹¹ Cálculo a junio de 2024, para el precio promedio ponderado de \$1669,85 por paquete de cigarrillos de 20 unidades.

¹² El FET se conforma con dos componentes, uno tributario y otro no tributario. Al considerar los dos componentes, representa en total el 8,5% del precio de venta (7,5% del componente tributario y 1% del componente no tributario).