

Impacto de la Ley Bases en el Mercado de Cigarrillos de Argentina

Resumen ejecutivo

En 2024, con la aprobación de la “Ley Bases”, se modificó el impuesto interno a los cigarrillos. La reforma incrementó la alícuota ad-valorem (del 70% al 73%), pero eliminó el impuesto mínimo, que operaba como un piso de referencia para la fijación de precios. Si bien este componente se encontraba judicializado por algunas empresas y no tenía pleno cumplimiento, buscaba prevenir tanto la existencia de marcas ultrabaratadas en el mercado como reducir la brecha de precios entre marcas. Por lo cual, la eliminación de tal componente sin introducir una alternativa superadora constituye una medida negativa en términos de salud pública.

El **objetivo** de este documento es **analizar el impacto de esta reforma tributaria** en términos de **precios, ventas y recaudación tributaria**.

Se hizo un análisis comparativo, durante los primeros doce meses desde la implementación de la reforma, entre la situación real y dos escenarios contrafactuales, en los cuales se mantuvieran los parámetros del impuesto interno previos a la reforma: a. considerando que continuaba judicializado el *componente mínimo* por parte de las pequeñas tabacaleras; y b. considerando un *pleno cumplimiento del componente mínimo*.

Se comprobó que, como consecuencia de la reforma, se dio un ajuste de precios a la baja en los cigarrillos de segundas marcas (aquellos cuyo precio antes se veía afectado por el componente mínimo), un incremento en las ventas y una menor recaudación tributaria, considerando los dos escenarios contrafactuales.

En términos globales, puede concluirse que **el impacto de la reforma tributaria es negativo**, algo que se acentúa aún más si se lo compara con un caso en el que sí hubiera habido cumplimiento del pago del componente mínimo. Por consiguiente, se enfatiza la necesidad de **avanzar hacia una nueva reforma del impuesto interno al cigarrillo que tenga perspectiva de salud y solucione las falencias tanto de la última reforma como del esquema tributario previo a ella**.

*FIC Argentina ha sido financiado por la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI) y por Bloomberg Philanthropies (www.bloomberg.org) para realizar investigaciones económicas sobre la tributación del tabaco en Argentina. UAI es socio de la Iniciativa Bloomberg para Reducir el Consumo de Tabaco. Los puntos de vista expresados en este documento no se pueden atribuir ni representan los puntos de vista de UAI o de Bloomberg Philanthropies.

Introducción

En el año 2024, se aprobó y reglamentó una modificación al capítulo de tabaco de la Ley de Impuestos Internos¹ por medio de lo que se denominó Ley de “Bases y puntos de partida para la libertad de los Argentinos”² (en adelante, “Ley Bases”). Si bien versiones previas del proyecto de la Ley Bases incluyeron intentos para modificar la totalidad del capítulo de impuestos al tabaco e, incluso, incorporar impuestos a productos emergentes como productos de tabaco calentado o cigarrillos electrónicos, las modificaciones finalmente aprobadas afectaron solamente al impuesto interno a cigarrillos.

Por medio de la Ley Bases se estableció un incremento en la alícuota ad-valorem del impuesto interno al cigarrillo (del 70% al 73%) a la vez que se eliminó el componente mínimo del impuesto interno que estaba vigente hasta entonces. La eliminación de este componente mínimo es considerada como un retroceso en el marco normativo logrado hasta el momento para prevenir y controlar el consumo de tabaco, ya que se eliminó el piso de referencia para el precio de los cigarrillos, que buscaba prevenir la existencia de marcas ultrabaratadas. Pese a que este componente no tenía pleno cumplimiento, en tanto algunas empresas nacionales habían obtenido medidas judiciales que les permitían no cumplir con el mismo, se considera que no debía ser eliminado sin establecer una alternativa superadora que lo reemplace.

Conjuntamente con estas modificaciones, se introdujo en el articulado un mecanismo de control a cargo de la Agencia de Recaudación y Control Aduanero (ARCA, en adelante) para determinar si la base imponible del impuesto (precio de venta declarado) era pertinente o no, a partir de un relevamiento directo de precios de venta en kioscos y puntos de venta del país.

Impuestos al cigarrillo en Argentina

En Argentina, la estructura tributaria que aplica a los productos de tabaco es sumamente compleja. Se encuentra compuesta principalmente por cuatro impuestos que, en conjunto, antes de la Ley Bases representaban el 76,1% del precio final de venta en junio de 2024³: Impuestos Internos (II), Impuesto Adicional de Emergencia (IAE), Impuesto al Valor Agregado (IVA) y Fondo Especial del Tabaco (FET). Adicionalmente, existen otros impuestos a nivel subnacional que gravan la producción, comercialización o venta de estos productos. Una particularidad, que incrementa la complejidad del sistema, es que algunos de estos impuestos conforman la base imponible para el cálculo de los otros impuestos o incluso de sí mismo. El Impuesto Interno es el principal componente impositivo, representaba aproximadamente el 55,7% del precio de venta de cigarrillos.

Aunque la participación de los impuestos en el precio supera el 75%⁴, los cigarrillos son muy baratos y asequibles en Argentina. A la vez, se advierte que existe una amplia brecha de precios entre los cigarrillos de marcas baratas, mayormente producidos por empresas locales más pequeñas, y aquellos cigarrillos de marcas premium o de segundas marcas, mayormente producidos por empresas multinacionales. Por ejemplo, en junio de 2024 un paquete de cigarrillos de segunda marca costaba en promedio el 75,2% que uno de marca premium, y un paquete de cigarrillos de marca barata costaba en promedio apenas el 25,6% que uno de marca premium⁵. Esta brecha de precios se fue ampliando en los últimos años, en gran medida debido al otorgamiento de medidas judiciales que autorizaron el no cumplimiento pleno del pago del impuesto interno a algunas empresas productoras (específicamente, el no cumplimiento del

componente mínimo), y contribuyó a que el consumo aparente no se reduzca e incluso incremente en algunos períodos⁶.

Se considera que la eliminación del componente mínimo es una medida negativa en tanto quita la perspectiva de salud pública al impuesto y habilita legalmente la posibilidad de marcas muy baratas y la ampliación de la brecha de precios entre marcas. Por tanto, resulta importante analizar el efecto que la reforma tributaria tuvo en los precios y ventas de los cigarrillos, con el propósito de dar cuenta de la necesidad de modificar nuevamente la estructura de los impuestos a los cigarrillos en el país desde una perspectiva de salud.

El **objetivo** de este documento es presentar las estimaciones de **impacto** de las **modificaciones del impuesto interno al cigarrillo** establecidas por medio de la **Ley Bases**, en los precios de venta, en las ventas y en la recaudación tributaria.

Impacto de la Ley Bases en el Mercado de Cigarrillos

El análisis consiste en la comparación entre la situación real posterior a los cambios introducidos por la Ley y un escenario contrafactual en el que los parámetros del impuesto interno al cigarrillo fueran como los previos a la Ley Bases. Se analiza un período de un año, entre los meses de julio de 2024 y junio de 2025. Se estima el impacto en precios, ventas, composición de mercado por segmento y recaudación durante los primeros doce meses del nuevo esquema tributario. Para más detalles, ver el [Anexo de Datos y Metodología](#) al final de este documento.

Se analiza el impacto respecto de dos escenarios contrafactuales. El primer escenario

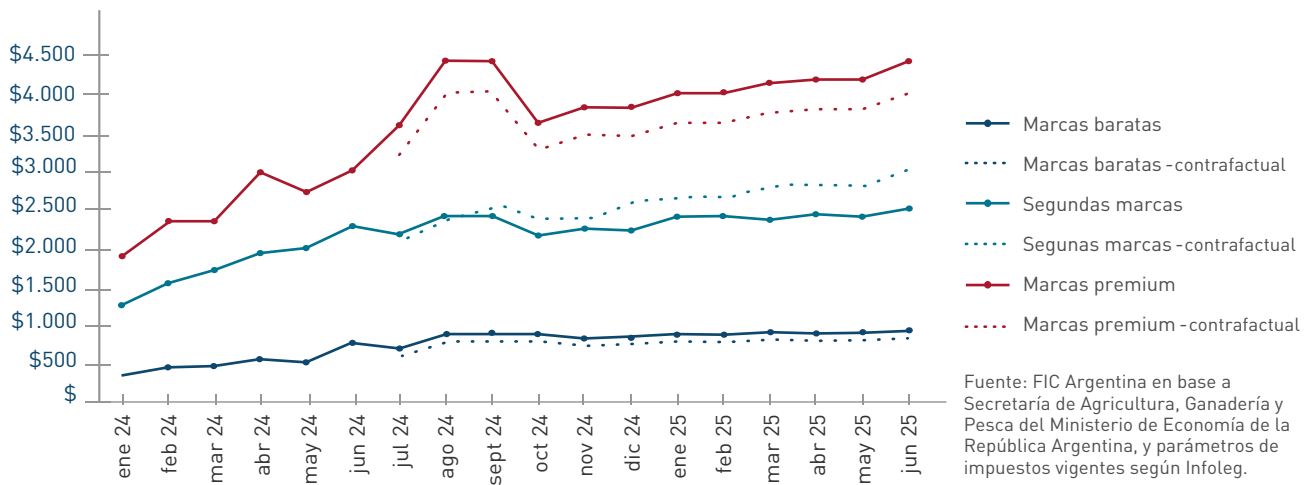
considera una alícuota ad valorem del 70% junto con un impuesto mínimo actualizable cada tres meses por inflación que, tal como se mencionó, se encontraba judicializado por algunas tabacaleras pequeñas (situación previa a Ley Bases). El segundo escenario contrafactual considera la misma estructura impositiva (componente ad valorem del 70% y componente mínimo actualizable por inflación cada tres meses), pero considerando un pleno cumplimiento del impuesto mínimo. Este escenario resulta fundamental para comprender la relevancia del componente mínimo.

Impacto respecto de la situación previa a la Ley Bases

Impacto en precios

En primera instancia, se proyectaron los precios de cigarrillos por segmento de mercado⁷. En el **Gráfico 1** se observa en línea continua los precios observados y en líneas punteadas las proyecciones para el escenario contrafactual. Se advierte que los precios de los cigarrillos de marcas premium y los de marcas baratas fueron mayores que los que hubieran sido si no se modificaba el impuesto interno a cigarrillos. Esto se debe al aumento de la alícuota ad-valorem, ya que los precios en esos segmentos se veían plenamente influenciados por ese componente del impuesto. Por el contrario, los precios de los cigarrillos de segundas marcas fueron inferiores a lo que hubieran sido si se mantenían los parámetros tributarios previos. Esto se debe a que los precios en este segmento se veían guiados por la referencia que establecía el componente mínimo del impuesto y que, al no estar más vigente, les dió la posibilidad de reducir o no aumentar sus precios como estrategia para competir en el mercado.

Gráfico 1. Precios de cigarrillos por segmento de mercado, y proyecciones de precios según escenario contrafactual. Enero 2024 a junio 2025



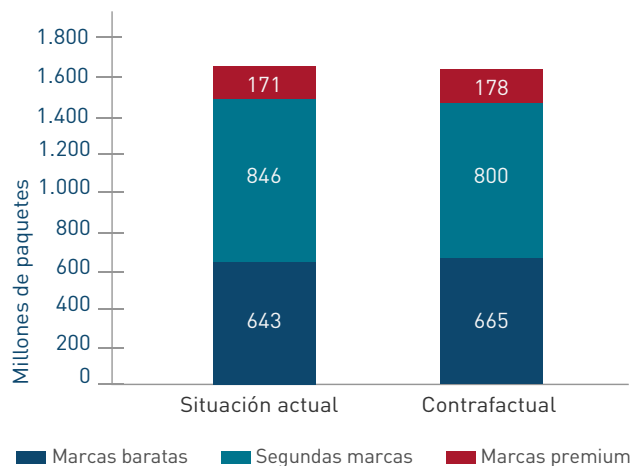
En términos de brecha de precios, se advierte que no se modificó significativamente entre las marcas premium y las marcas baratas. En junio de 2025, en promedio, un cigarrillo de marca barata cuesta el 21,1% de lo que cuesta un cigarrillo de marca premium y si no se hubiese modificado el impuesto interno, costaría el 21,2%. En el otro extremo, se amplió la brecha de precios entre las segundas marcas y las marcas premium. En junio 2025, un cigarrillo de segunda marca cuesta promedio el 56,8% de lo que cuesta en promedio un cigarrillo de marca premium, mientras que si no se hubiera modificado el impuesto costarían el 75,7%.

Impacto en ventas

Para la estimación de ventas se partió de la variación entre el precio proyectado para el escenario contrafactual y el precio real observado, así como también estimaciones previas para Argentina que indican que ante un incremento en los precios de cigarrillos del 10%, las ventas se reducen en un 4%⁸⁹.

En el **Gráfico 2** se presentan las ventas de cigarrillos por segmento observadas y las estimadas según el escenario contrafactual. En los doce primeros meses desde la implementación

Gráfico 2. Ventas de cigarrillos por segmento de mercado, situación actual y estimada según escenario contrafactual. Julio 2024 a junio 2025.

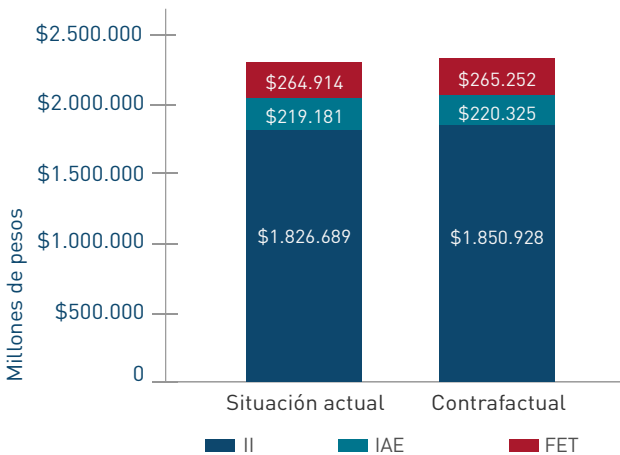


de los cambios tributarios, las ventas fueron un 1,0% mayores que lo que hubieran sido si no se modificaba el impuesto interno al cigarrillo. En términos de la composición de mercado, se observan algunos cambios. La participación de mercado de las segundas marcas fue mayor (51,0% vs 48,7% si no se hubieran introducido los cambios tributarios) y la participación de mercado de las marcas premium y marcas baratas fue menor (10,3% vs 10,8% y 38,7% vs 40,5%, respectivamente).

Impacto en recaudación

Por último, se estimó la recaudación por tributo, en base al precio proyectado y la participación de cada impuesto (en dicho precio) simulada para el escenario contrafactual, y se la compara con la recaudación de la situación actual para el mismo período.

Gráfico 3. Recaudación por tributo, situación actual y estimada para el escenario contrafactual. En millones de pesos argentinos. Julio 2024 a junio 2025



Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina, parámetros de impuestos vigentes según Infoleg, Rodríguez-Iglesias, et al 2017/González-Rosada, 2020, y ARCA.

En el **Gráfico 3** se presenta la recaudación por tributo observada y la estimada según el escenario contrafactual. En total, la recaudación por impuestos al tabaco fue superior a los \$2.300 mil millones en los primeros doce meses luego de la implementación de los cambios, pero podría haber sido levemente mayor si se mantenían los parámetros previos. En la **Tabla 1** se

muestra que la recaudación total por impuestos al cigarrillo fue un 1,1% menor que lo que hubiera sido si no se modificaba el Impuesto Interno al Cigarrillo por medio de la Ley Bases. Por componente, la recaudación de II fue un 1,3% menor y la del IAE fue un 0,5% menor, mientras que la del FET no presentaría cambios significativos.

Impacto respecto de la situación previa considerando un pleno cumplimiento del componente mínimo

Impacto en precios

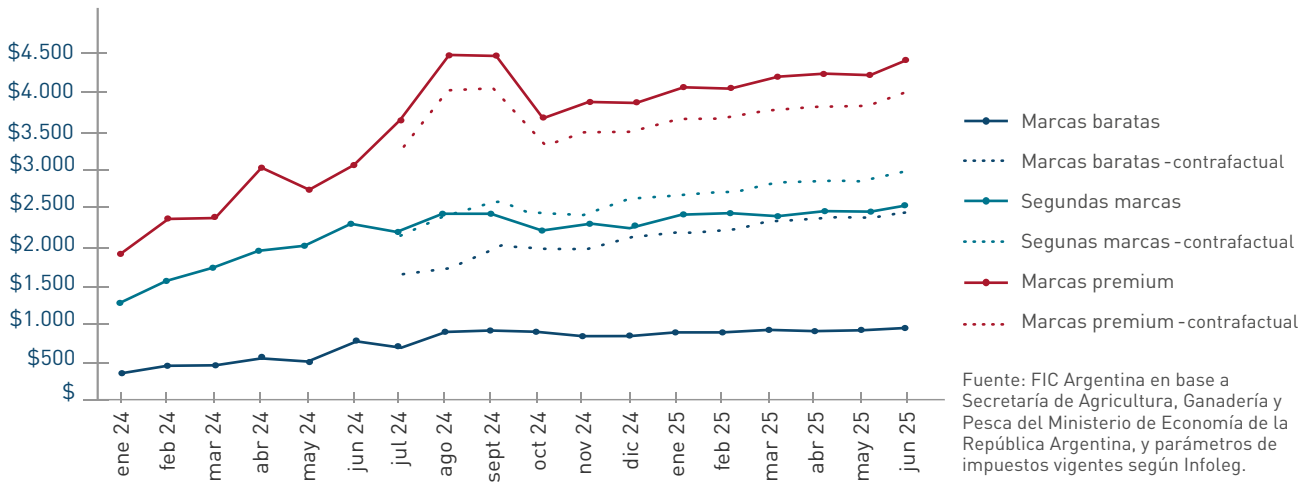
En el **Gráfico 4** se observan en línea continua los precios observados y en líneas punteadas las proyecciones para este escenario contrafactual. Se observa que los precios de los cigarrillos de marcas premium fueron mayores que los que hubieran sido en este escenario contrafactual, lo cual se debe al aumento de la alícuota ad-valorem, ya que los precios en este segmento se ven plenamente influenciados por ese componente del impuesto. Por el contrario, los precios de los cigarrillos de segundas marcas y de las marcas baratas fueron inferiores a lo que hubieran sido si se mantenían los parámetros tributarios previos y se lograba el pleno cumplimiento de la aplicación del componente mínimo del impuesto interno. En ambos

Tabla 1. Recaudación por tributo, situación actual (en millones de pesos) y variación respecto del escenario contrafactual (en porcentaje). Julio 2024 a junio 2025

Escenario	II	IAE	FET	TOTAL
Recaudación situación actual	\$1.826.689	\$219.181	\$264.914	\$2.310.784
Variación estimada respecto del escenario contrafactual	-1,3%	-0,5%	-0,1%	-1,1%

Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina, parámetros de impuestos vigentes según Infoleg, Rodríguez-Iglesias, et al 2017/González-Rosada, 2020, y ARCA.

Gráfico 4. Precios de cigarrillos por segmento de mercado, y proyecciones de precios según escenario contrafactual. Enero 2024 a junio 2025.



Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina, y parámetros de impuestos vigentes según Infoleg.

casos, al suponer que se traslada totalmente el impuesto, los precios de venta deberían ser, por lo menos, lo suficientemente altos como para cubrirlo.

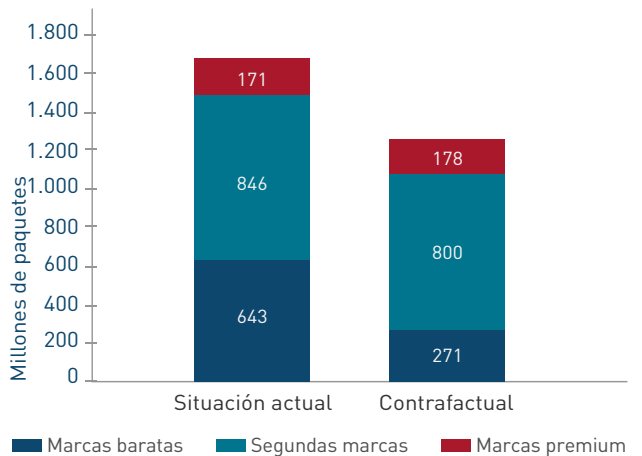
En términos de brecha de precios, la misma se reduciría como consecuencia del incremento de los precios de los cigarrillos en los segmentos más bajos. En junio de 2025, en promedio, un cigarrillo de marca barata cuesta el 21,1% de lo que cuesta un cigarrillo de marca premium mientras que en el escenario contrafactual que aquí se analiza costaría el 63,3%. Por otra parte, en junio 2025 un cigarrillo de segunda marca cuesta en promedio el 56,8% de lo que cuesta en promedio un cigarrillo de marca premium, mientras que si no se hubiera modificado el impuesto costaría el 75,7%.

Impacto en ventas

En el **Gráfico 5** se presentan las ventas de cigarrillos por segmento observadas y las estimadas según el escenario contrafactual. En este caso, se advierte que las ventas fueron un 32,9% mayores que lo que hubieran sido si no se modificaba el impuesto interno al cigarrillo y

se lograba el pleno cumplimiento del componente mínimo. En términos de la composición de mercado, también se observan algunos cambios. La participación de mercado de las

Gráfico 5. Ventas de cigarrillos por segmento de mercado, situación actual y estimadas según escenario contrafactual. Julio 2024 a junio 2025.



Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina, parámetros de impuestos vigentes según Infoleg, Rodríguez-Iglesias, et al 2017/González-Rosada, 2020, y ARCA.

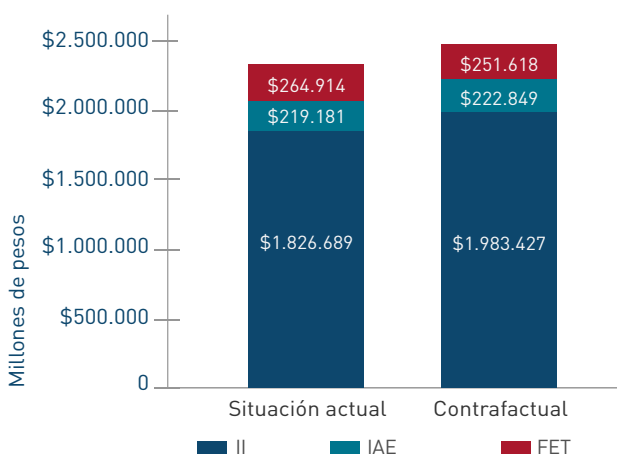
marcas baratas fue mayor (38,7% vs 21,7% si se mantenía el componente mínimo y se cumplía plenamente) y la participación de las marcas premium y segundas marcas fue menor (10,3% vs 14,2% y 51,0% vs 64,1%, respectivamente).

Impacto en recaudación

Por último, se estimó la recaudación por tributo, en base al precio proyectado y la participación de cada impuesto (en dicho precio) simulada para el escenario contrafactual, y se la compara con la recaudación de la situación actual para el mismo período.

En el **Gráfico 6** se presenta la recaudación por tributo observada y la estimada según el escenario contrafactual. En total, la recaudación por impuestos al tabaco fue superior a los \$2.300 mil millones en los primeros meses luego de la implementación de los cambios, pero podría haber sido mayor a los \$2.450 mil millones si se

Gráfico 6. Recaudación por tributo, situación actual y estimada para el escenario contrafactual. En millones de pesos argentinos. Julio 2024 a junio 2025.



Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina, parámetros de impuestos vigentes según Infoleg, Rodríguez-Iglesias, et al 2017/González-Rosada, 2020, y ARCA.

Tabla 2. Recaudación por tributo, situación actual (en millones de pesos) y variación respecto del escenario contrafactual (en porcentaje). Julio 2024 a junio 2025

Escenario	II	IAE	FET	TOTAL
Recaudación situación actual	\$1.826.689	\$219.181	\$264.914	\$2.310.784
Variación estimada respecto del escenario contrafactual	-7,9%	-1,6%	5,3%	-6,0%

Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina, parámetros de impuestos vigentes según Infoleg, Rodríguez-Iglesias, et al 2017/González-Rosada, 2020, y ARCA.

mantenían los parámetros previos y se cumplía con el pago del componente mínimo. En la **Tabla 2** se muestra que la recaudación total por impuestos al cigarrillo fue un 6,0% menor que lo que hubiera sido en ese caso. Por componente, la recaudación de II fue un 7,9% menor y la del IAE fue un 1,6% menor, mientras que la del FET fue un 5,3% mayor.

Reflexiones finales

La reforma de Impuestos Internos dispuesta en la Ley Bases generó efectos sobre el mercado de cigarrillos que van en diferentes sentidos. Por un lado, se incrementó la alícuota ad-valorem del impuesto, lo cual es una

medida positiva, mientras que por otro lado eliminó el componente mínimo de dicho impuesto, lo cual quita una especie de barrera que tenía el propósito de prevenir la existencia de precios muy bajos. El problema con dicho componente era que no registraba un pleno cumplimiento debido a que algunas empresas pequeñas nacionales habían obtenido la autorización judicial para no cumplir con el mismo. No obstante, el análisis desarrollado en este documento permite advertir que en términos globales **el impacto de esta reforma tributaria es negativo**, algo que se acentúa aún más si se lo compara con un caso en el que sí hubiera habido cumplimiento del pago del componente mínimo.

Durante los primeros doce meses luego de la implementación de los cambios dispuestos por medio de la Ley Bases, la brecha de precios fue mayor entre las marcas premium y las segundas marcas, las ventas fueron mayores y la recaudación fue menor a lo que hubiera sido si se mantenían los parámetros tributarios previos a la Ley Bases. Más aún, estos impactos se amplifican si los comparamos con un caso en que se mantenían los parámetros tributarios previos a la Ley Bases y además **se aseguraba el pleno cumplimiento del componente mínimo del impuesto interno a cigarrillos**.

Por consiguiente, se enfatiza la necesidad de **avanzar hacia una nueva reforma de impuestos internos al cigarrillo** que tenga **perspectiva de salud y solucione las falencias** tanto de la última reforma como del esquema tributario previo a ella, procurando asegurar un sistema con pleno cumplimiento del impuesto. En este sentido, se recomienda una estructura tributaria mixta, que contenga los siguientes componentes:

- **Aumento de la alícuota advalorem**, pasando del 73% vigente al 75%.
- **Introducción de un componente específico fijo**, en un valor de inicio de \$993,30 (para el trimestre Septiembre a Noviembre de 2025), actualizable por inflación cada tres meses.

Una reforma de este tipo permitiría lograr una reducción de las ventas del 28,1% en el primer año de implementación. Esto representaría una reducción del consumo aparente de 36 a 26 paquetes de cigarrillos por persona. Adicionalmente, se estimó que la recaudación tributaria podría aumentar en un 31,7%, lo cual representaría \$806.773 millones (USD 754 millones) adicionales. Si estos fondos se reasignaran al fortalecimiento del sistema de salud y a programas de cesación tabáquica, los beneficios de la reforma propuesta serían aún mayores en términos de salud pública¹⁰.

Anexo: Datos y Metodología

Fuentes de datos

Los datos a emplear para el desarrollo del análisis aquí propuesto provienen de diversas fuentes, las cuales se mencionan a continuación. Primeramente, los datos respecto de precio y ventas de cigarrillos por cuartiles de precio, y las ventas por tamaño de empresa se toman de las estadísticas de tabaco publicadas por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina¹¹. Los precios declarados por marca de cigarrillos se toman a partir de los precios de referencia por marca de cigarrillos publicados por la ARCA¹² y por Infokioscos¹³, así como también se emplean los datos de los recientes relevamientos para el Precio Base Nacional de Marquillas de Cigarrillos, publicados por Defensa del Consumidor del Ministerio de Economía de la Nación¹⁴. Los valores de recaudación por tributos se obtienen de los datos estadísticos de la recaudación tributaria de ARCA¹⁵ (para el Impuesto Interno y el Impuesto Adicional de Emergencia) y de los Informes de Recursos de tabaco publicados por la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina¹⁶ (para el Fondo Especial del Tabaco). Adicionalmente, para deflactar las series monetarias se utiliza la evolución del Índice de Precios al Consumidor del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC)¹⁷. Por último, se emplean también estimaciones de la elasticidad precio de la demanda de cigarrillos en Argentina, total (Rodríguez-Iglesias, et al 2017; González-Rosada, 2020)^{18 19}.

Metodología

La metodología de análisis se basa, en una primera instancia, en la proyección de la serie temporal de precios (y la participación de cada tributo en los precios) y ventas en distintos escenarios. A continuación, a partir de la recaudación efectiva, los cálculos de carga tributaria y las proyecciones de precios y ventas, se estima la recaudación por cada tipo de impuesto en distintos escenarios. Luego, se comparan los valores estimados para cada escenario con la situación efectiva para identificar los efectos que podrían atribuirse a las modificaciones tributarias introducidas por medio de la Ley Bases.

Los escenarios respecto de los cuales se realizan proyecciones en la presente investigación son los siguientes dos:

1. El **primer escenario (E1)** considera la situación previa a la reforma. En este escenario hipotético, la alícuota ad-valorem se encontraba en 70% y el impuesto mínimo se encuentra judicializado por algunas de las tabacaleras pequeñas.
2. El **segundo escenario (E2)** considera el hipotético caso de que no se hubiera modificado el Impuesto Interno al cigarrillo pero que además si hubiera pleno cumplimiento de la aplicación del componente de impuesto mínimo.

Para la proyección de precios se toman como referencia los cálculos de carga tributaria sobre el precio de los cigarrillos, por cuartiles de precio. En todos los escenarios, la estimación de precios se hace por cuartiles y se

considera como supuesto que el impuesto es trasladado de manera completa al precio y que se mantiene constante la ganancia para la cadena productiva de cigarrillos, respectivamente en cada cuartil.

La estimación de ventas se hace a partir de las variaciones de precios entre el escenario correspondiente y la situación efectiva, para cada cuartil, y la elasticidad de precio de la demanda de cigarrillos estimada previamente para el caso Argentino. Se toma una elasticidad constante a lo largo de todos los segmentos de mercado, que indica que ante un aumento del precio en un 10% las ventas caen en un 4%, según referencias generales de estimaciones de elasticidad previas realizadas para el caso argentino^{20 21}.

En cuanto a la recaudación, a partir de la estimación de la carga tributaria y ventas por cuartiles se estima la recaudación tributaria correspondiente por impuesto y en total, para cada escenario. Luego, se suma la recaudación en términos anuales y se calcula la distribución de esos recursos hacia los diferentes fines según se indique en las respectivas leyes de impuestos.

A los efectos de analizar el impacto que se le puede asociar a las modificaciones establecidas por medio de la Ley Bases, se compararán las proyecciones de precios, ventas y la recaudación estimada para cada escenario con los valores de los mismos en la situación actual. De esta manera, será posible obtener una medida aproximada del impacto de la más reciente reforma tributaria que recae sobre los cigarrillos.

Otras consideraciones metodológicas

En referencia a cuestiones específicas de las proyecciones realizadas, se supone que en el

mes de julio de 2024 ya comenzaron a implementarse los nuevos parámetros de la Ley. Este supuesto es razonable en tanto al haberse aprobado las modificaciones a fines de junio, mes en el que se observa una clara retención de ventas, se esperaba que los cambios comiencen a aplicarse en el próximo mes con lo cual las empresas podrían haber esperado hasta ese momento para continuar liquidando sus ventas.

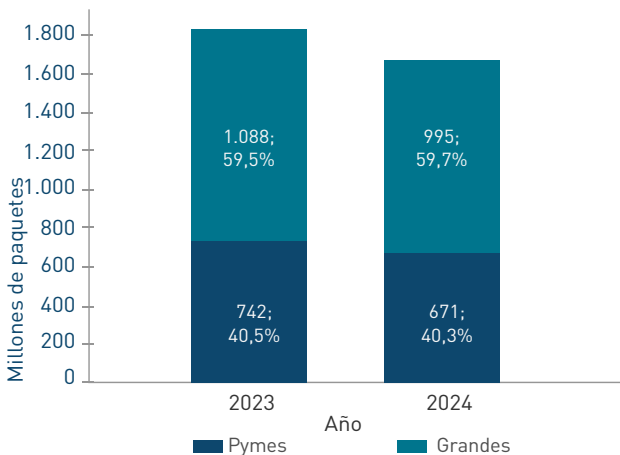
Asimismo, para los cálculos de carga tributaria previos a la modificación del impuesto interno, se considera que el segmento de marcas baratas no cumple con el pago del componente mínimo pero sí se cumple con el mismo en el segmento de segundas marcas.

Composición de mercado de cigarrillos: Identificación de segmentos de mercado

En Argentina, la oferta del mercado de cigarrillos se encuentra compuesta mayormente por empresas que producen de manera local y que pueden ser agrupados en dos grupos según su tamaño: a. empresas grandes, grupo conformado por dos tabacaleras multinacionales que tienen plantas de producción en Argentina, y b. empresas PyMEs, grupo conformado por aproximadamente 8 empresas nacionales, que producen cigarrillos de marcas más baratas. Históricamente, la participación de mercado de las PyMEs se encontraba en torno al 9%. No obstante, desde la reforma tributaria de 2017 comenzaron a aumentar su presencia de mercado, incrementando de manera sostenida su participación en las ventas a partir de una estrategia agresiva de precios bajos que les fue posible implementar debido a una serie de medidas judiciales que obtuvieron y les eximieron del cumplimiento del impuesto interno mínimo²². En el año 2024, las ventas totales de cigarrillos cayeron un 9,0%

respecto del año previo. En cuanto a la participación de las PyMEs, en el año 2023 llegaron a representar el 40,5% de las ventas totales de cigarrillos, no obstante, se advierte que esta participación dejó de crecer (e incluso se redujo levemente) y cerró en 40,3% en el año 2024 (ver **Gráfico A.1**).

Gráfico A.1. Ventas de cigarrillos por tamaño de empresa. Años 2023 y 2024.

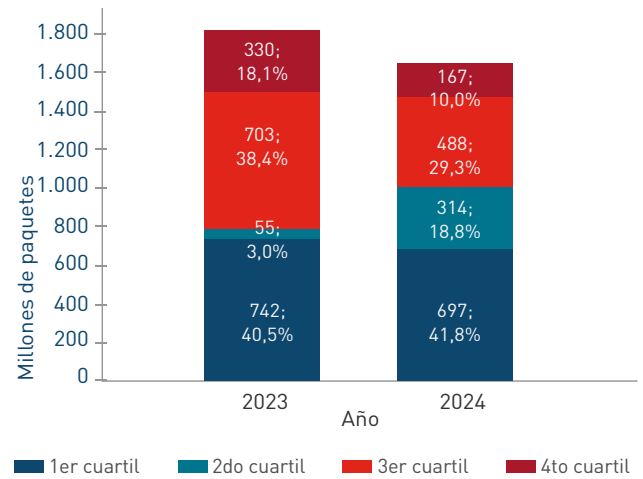


Fuente: FIC Argentina en base a Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca del Ministerio de Economía de la República Argentina.

Adicionalmente, se cuenta con información en serie de tiempo mensual respecto de las ventas y precios de cigarrillos por cuartiles de precios, a partir de la cual es posible aproximar segmentos de mercado. Si bien la identificación no es exacta, un contraste de los datos de precios declarados con el rango de precio de los cuartiles permite pensar que el primer cuartil de precios se corresponde con cigarrillos del segmento de marcas baratas, mientras que los cuartiles dos y tres se corresponderían con cigarrillos del segmento de segundas marcas de empresas grandes y el cuartil cuatro con el segmento de marcas premium. Cabe mencionar que solamente en los meses de agosto y septiembre de 2024 se advirtieron desviaciones respecto de esta aproximación²³, las cuales pudieron ser ajustadas a partir de la información de precios declarados por marcas y de ventas por tamaño de empresa. De esta

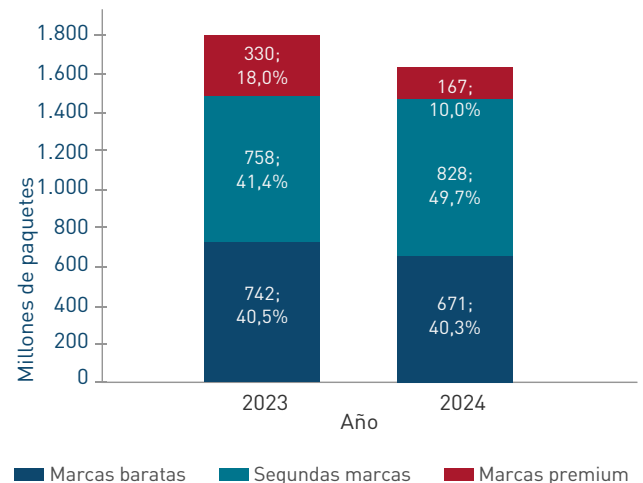
manera, es posible presentar la composición de ventas por cuartiles de precios (ver **Gráfico A.2**) y la aproximación de ventas por segmento de mercado en los últimos dos años (ver **Gráfico A.3**).

Gráfico A.2. Ventas de cigarrillos por cuartil de precios. Años 2023 y 2024.



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

Gráfico A.3. Ventas de cigarrillos por segmento de mercado. Años 2023 y 2024.



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

Referencias

- 1 LEY DE IMPUESTOS INTERNOS. Ley 24.674. Disposiciones. Disponible en <https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/38621/texact.htm>. Última fecha de consulta, 30 de julio de 2025.
- 2 LEY DE BASES Y PUNTOS DE PARTIDA PARA LA LIBERTAD DE LOS ARGENTINOS. Ley 27742. Disposiciones. Disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/310189/20240708>. Última fecha de consulta, 17 de diciembre de 2024.
- 3 FIC Argentina. El mercado de cigarrillos en la Argentina – Segundo trimestre 2024. Disponible en <https://www.ficargentina.org/investigaciones/el-mercado-de-cigarrillos-en-la-argentina-segundo-trimestre-2024/>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 4 WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2015. Rising taxes on tobacco. Disponible en https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/178574/9789240694606_eng.pdf?sequence=1. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 5 FIC Argentina. El mercado de cigarrillos en la Argentina – Segundo trimestre 2024. Disponible en <https://www.ficargentina.org/investigaciones/el-mercado-de-cigarrillos-en-la-argentina-segundo-trimestre-2024/>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 6 FIC Argentina. El mercado de cigarrillos en la Argentina – Cuarto trimestre 2023. Disponible en <https://www.ficargentina.org/investigaciones/el-mercado-de-cigarrillos-en-la-argentina-cuarto-trimestre-2023/>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 7 Para más detalles respecto de cómo se identifican los segmentos de mercado, ver el Anexo de Datos y Metodología.
- 8 Rodríguez-Iglesias G, Schoj V, Chaloupka F, Champagne B, González-Rozada M. Analysis of cigarette demand in Argentina: the impact of price changes on consumption and government revenues. *Salud Publica Mex* 2017;59:95-101. <http://dx.doi.org/10.21149/7861>
- 9 González-Rozada M. Impact of a recent tobacco tax reform in Argentina *Tobacco Control* 2020;29:s300-s303.
- 10 FIC Argentina. Propuesta de Reforma de Impuestos al Tabaco. Policy brief - 2025. En prensa.
- 11 Ministerio de Economía de la República Argentina, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca. Estadísticas de tabaco, disponible en <https://www.magyp.gob.ar/sitio/areas/tabaco/estadisticas/>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 12 ARCA. Sistema de consulta de precios de cigarrillos, disponible en <https://servicioscf.afip.gob.ar/publico/PrecioCigarrillos/listado.aspx>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 13 Infokioscos, Cigarrillos, Precios Kiosqueros, disponible en <https://infokioscos.com.ar/lista-kiosqueros>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 14 Ministerio de Economía de la República Argentina, Secretaría de Industria y Comercio, Defensa del Consumidor, disponible en <https://www.argentina.gob.ar/precio-base-nacional-de-marquillas-de-cigarrillos>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 15 Recaudación y estadística tributaria, datos estadísticos de la recaudación tributaria de ARCA, disponible en <https://www.afip.gob.ar/estudios/>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 16 Ministerio de Economía de la República Argentina, Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca. Informes de Recursos, disponible en <https://www.agroindustria.gob.ar/sitio/areas/tabaco/informes/recursos/>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 17 INDEC. Precios al Consumidor (IPC), disponible en <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-Tema-3-5-31>. Última fecha de consulta, 29 de abril de 2025.
- 18 Rodríguez-Iglesias G, Schoj V, Chaloupka F, Champagne B, González-Rozada M. Analysis of cigarette demand in Argentina: the impact of price changes on consumption and government revenues. *Salud Publica Mex* 2017;59:95-101. <http://dx.doi.org/10.21149/7861>
- 19 González-Rozada M. Impact of a recent tobacco tax reform in Argentina *Tobacco Control* 2020;29:s300-s303.
- 20 Rodríguez-Iglesias G, Schoj V, Chaloupka F, Champagne B, González-Rozada M. Analysis of cigarette demand in Argentina: the impact of price changes on consumption and government revenues. *Salud Publica Mex* 2017;59:95-101. <http://dx.doi.org/10.21149/7861>
- 21 González-Rozada M. Impact of a recent tobacco tax reform in Argentina *Tobacco Control* 2020;29:s300-s303.
- 22 FIC Argentina, Impuestos al tabaco en Argentina: situación actual y recomendaciones. Disponible en <https://www.ficargentina.org/investigaciones/impuestos-al-tabaco-en-argentina-situacion-actual-y-recomendaciones-2/>. Última fecha de consulta, 5 de mayo de 2025.
- 23 Primeramente, la comparación de ventas según dos de las clasificaciones disponibles (ventas por cuartiles y ventas por tamaño de empresa) permitió advertir que las ventas del primer cuartil eran mayores que las ventas correspondientes a las PyMEs, con lo cual se habían filtrado ventas de las grandes empresas en el primer cuartil (algo que no pasaba anteriormente). En segunda instancia, se comparó el rango de precios del cuartil 1 con los precios declarados por marcas de cigarrillos, y se advirtió que dicho cuartil incluía a los precios de las marcas más baratas de las grandes tabacaleras.