



Ipsos - Mora y Araujo

---

# Percepciones sobre el cambio en la venta de tabaco.

Investigación en kioscos en el área  
metropolitana

Septiembre 2003

---

Introducción	3.
Principales conclusiones	6.
Resumen ejecutivo	9.
Capítulo 1. Radiografía de la situación de venta actual	20.
Capítulo 2. La venta de cigarrillos en paquetes más pequeños.	56.
Capítulo 3. La venta sin estampillado.	66.
Ficha técnica	73.

Ipsos - Mora y Araujo realizó una investigación entre vendedores minoristas de kioscos en el área metropolitana.

Se entrevistaron 600 responsables de comercios (kioscos, maxikioscos y drugstores). Para guardar relación con el universo de comercios, se trabajó con el siguiente diseño muestral:

<b>Punto</b>	
Ciudad de Buenos Aires	50%
Gran Buenos Aires	50%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

<b>Tipo de comercio</b>	
Kioscos	75%
Maxikioscos y drugstores	25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

El trabajo de campo se realizó entre el 26 de agosto y el 19 de septiembre.

Como para tener información desde el lado de la demanda, se incluyó una batería de preguntas en una encuesta bus de la empresa. Se entrevistaron 440 personas mayores de 18 años residentes en el área metropolitana.

Los datos recogidos pueden ser trasladados al universo de estudio con un margen de error del 4.7% en más o en menos para un nivel de confianza del 95%.

El trabajo de campo se realizó entre los días 19 y 25 de septiembre.

- En general, los maxikioscos por sus características, poseen mayor portfolio de productos derivados del tabaco.
- Los cigarrillos son los productos con mayor relevancia en el negocio.
- El tabaco para armado de cigarrillos , para pipas y cigarros tienen un perfil más parecidos a productos “premium” . Es mayor el porcentaje de venta en maxikioscos y en la Ciudad de Buenos Aires. De este grupo, los cigarros son comercializados por un menor porcentaje de canales relevados.
- En un tercer estadio se encuentran los cigarrillos, este producto se comercializa por igual en toda el área estudiada.
- No se produjo una disminución de la venta de estos productos en los últimos tres meses. Como así tampoco han disminuido de forma significativa los canales de venta de los productos.

- Analizando el porcentaje de venta de cada producto en el total de la venta del canal por cada uno de los tres últimos meses, vemos que no se produjo un cambio significativo en la misma, lo que concuerda con la sensación que los distribuidores poseen. Lo que si ocurre es que a mayor tiempo transcurrido mayor es el porcentaje de “no sabe / no responde”, lo que muestra que entrevistados no recuerdan el detalle las ventas pasadas.
- En el caso particular de los cigarrillos, si bien cerca del 60% de los entrevistados opina que la venta no varió, un 29% nota una disminución en las ventas debido principalmente a los aumentos producidos y la falta de dinero de la gente. En este caso, mencionan que no se ha reemplazado la venta de este producto por otro.
- La modalidad de venta de cigarrillos según su packaging ha cambiado. Ha aumentado la venta de cigarrillos en paquetes más pequeños.

## Principales conclusiones

- Según los comerciantes los paquetes más pequeños se venden mejor entre las personas más jóvenes. Mientras los compradores de 10 pertenecen a las clases más bajas, los de 14 y 16 se venden más entre personas de clase media.
- La opinión mayoritaria es que el principal motivo de este cambio son los problemas económicos.
- Los entrevistados parecen no ser sinceros en cuanto a la venta de productos sin estampillados. La gran mayoría no responde sobre este tema.
- Solo se habla del tema de los cigarrillos. La idea es que aumentó la venta de esta modalidad a partir de la salida de la convertibilidad y que aumentó también en los últimos tres meses.
- Con respecto a la venta futura de estos productos, la sensación es que ante un nuevo aumento de precios aumentará la venta sin estampillado de todos los productos.



# Resumen ejecutivo

---

# Radiografía de la situación actual

PRODUCTO	PUNTOS DE VENTA	LA VENTA EN LOS ULTIMOS 3 MESES NO VARIO *	PRODUCTO QUE DEJO DE VENDER **	MOTIVOS
CIGARRILLOS	100%	62% ↓ 29%	-	-
TABACO PARA ARMADO DE CIGARRILLOS	26%	79% ↑ 13%	8%	Falta de Demanda
TABACO PARA PIPAS	23%	83%	8%	Falta de Demanda
CIGARRITOS	21%	61% ↓ 22%	6%	Falta de Demanda
CIGARROS	14%	65% ↓ 29%	7%	Falta de Demanda

\* Base : kioscos que venden ese producto.

\*\* Base : kioscos que actualmente no venden ese producto.

# Radiografía de la situación actual. Características de los puntos de venta.

PRODUCTO	PUNTOS DE VENTA	CARACTERÍSTICAS DE LOS PUNTOS DE VENTA
<b>CIGARRILLOS</b>	<b>100%</b>	Producto "transversal". Venta en el total de la muestra relevada.
<b>TABACO PARA ARMADO DE CIGARRILLOS</b>	<b>26%</b>	Mayor porcentaje de puntos de venta en la Ciudad de Buenos Aires. - Maxikioscos-
<b>TABACO PARA PIPAS</b>	<b>23%</b>	Mayor porcentaje de puntos de venta en la Ciudad de Buenos Aires. - Maxikioscos-
<b>CIGARRITOS</b>	<b>21%</b>	Igual porcentaje de puntos de venta en la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. - Maxikioscos-
<b>CIGARROS</b>	<b>14%</b>	Mayor porcentaje de puntos de venta en la Ciudad de Buenos Aires. - Maxikioscos-

# Radiografía de la situación actual.

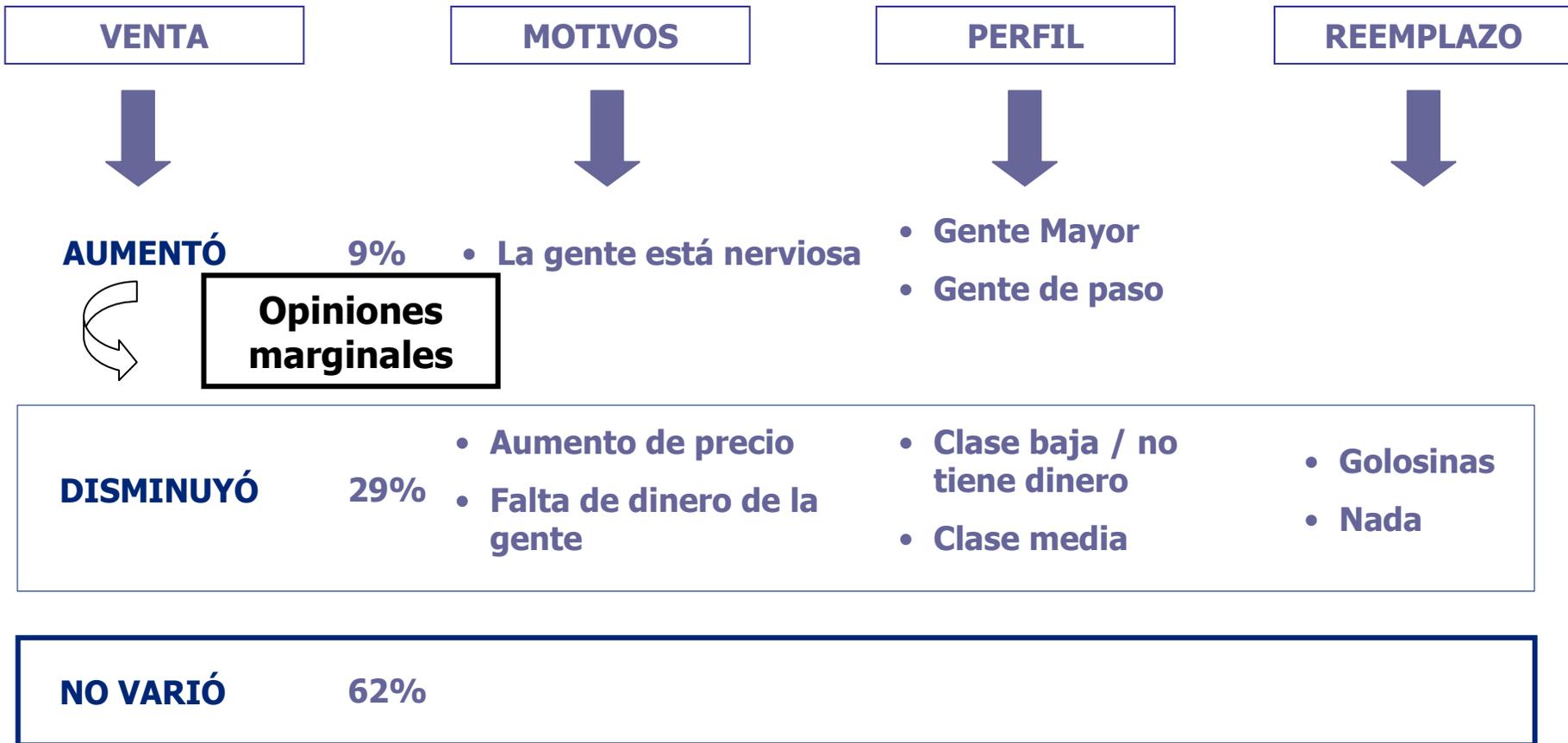
## Variaciones en la venta en los últimos tres meses.

PRODUCTO	PUNTOS DE VENTA	LA VENTA EN LOS ULTIMOS 3 MESES NO VARIO *	LA VENTA EN LOS ULTIMOS 3 MESES NO VARIO	MEDIA DEL PORCENTAJE DE VENTA DEL PRODUCTO * ULTIMO MES
CIGARRILLOS	100%	62%		95%
TABACO PARA ARMADO DE CIGARRILLOS	26%	79%	<p>Si nos remitimos a la media de los porcentajes de la venta de cada producto en el total de las ventas del comercio reportada mes a mes en los últimos tres meses, tampoco se nota una variación.</p> <p>En la distribución de porcentajes vemos que lo que varía es el porcentaje de personas que no responden a la pregunta, esto producto de no recordar las ventas pasadas.</p>	6%
TABACO PARA PIPAS	23%	83%		5%
CIGARRITOS	21%	61%		8%
CIGARROS	14%	65%		6%

\* Base : kioscos que venden ese producto.

# Radiografía de la situación actual. Variaciones en la venta en los últimos tres meses.

## CIGARRILLOS - 100%



# Radiografía de la situación actual. Variaciones en la venta en los últimos tres meses.

## TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS - 26%





# Radiografía de la situación actual. Variaciones en la venta en los últimos tres meses.

**TABACO PARA PIPAS -  
23%**

**VENTA**



**AUMENTÓ 4%**



**Opiniones marginales**

**MOTIVOS**



**PERFIL**



**REEMPLAZO**



**DISMINUYÓ 13%**

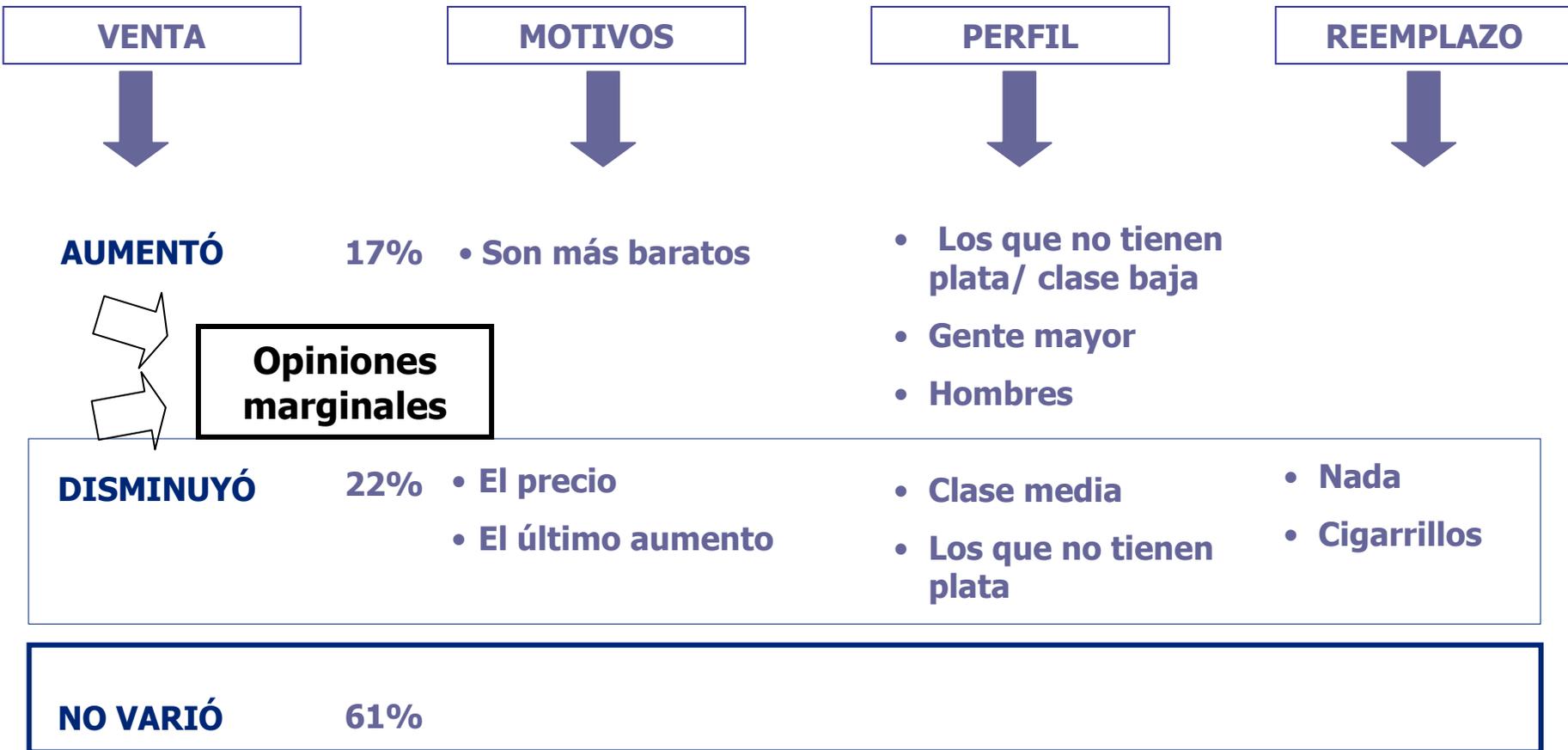
- Es caro
- Gente mayor
- Nada
- Por último aumento
- Cigarrillos

**NO VARIÓ 83%**



# Radiografía de la situación actual. Variaciones en la venta en los últimos tres meses.

## CIGARRITOS - 21%



# Radiografía de la situación actual. Variaciones en la venta en los últimos tres meses.

**CIGARROS - 14%**

VENTA



MOTIVOS



PERFIL

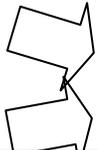


REEMPLAZO



**AUMENTÓ**

6%



**Opiniones marginales**

**DISMINUYÓ**

29%

- Es caro
- Aumento de precio
- Falta de dinero de la gente

**NO VARIÓ**

65%

# Cambios en el Consumo de Cigarrillos por Tamaño de los Paquetes

**SE VENDEN MAS LOS PAQUETES DE CIGARRILLOS DE MENOR CANTIDAD**



**77%**

**PAQUETE QUE AUMENTO LA VENTA**



**10 94%**

**14 24%**

**16 36%**

**PERFIL DE NUEVOS CONSUMIDORES**



- 18-29 años
- Clases más bajas o con problemas económicos

- 18-29 años
- Clases media

- 18-29 años
- Clases media

**MOTIVOS POR LO QUE SE VENDE MEJOR**



- ECONÓMICOS 86%
- CUIDADOS DE LA SALUD 15%
- COMODIDAD 4%
- NR 5%

# La venta de Productos sin Estampillado

PRODUCTO	VENTA A PARTIR DE LA SALIDA DE LA CONVERTIBILIDAD	% DE VENTA SIN ESTAMPILLADO		VENTA EN LOS ULTIMOS 3 MESES	INFLUENCIA DEL AUMENTO DE PRECIOS EN LA VENTA FUTURA
		Total de la Muestra	Total de los que venden el producto *		
<b>CIGARRILLOS</b>	<b>Aumentó</b>	6%	6%	<b>Aumentó</b>	<b>Aumentará</b>
<b>CIGARROS</b>	No responde	4%	5%	No responde	<b>Aumentará</b>
<b>CIGARRITOS</b>	No responde	3%	3%	No responde	<b>Aumentará</b>
<b>TABACO P/ ARMADO DE CIGARRILLOS</b>	No responde	4%	6%	No responde	<b>Aumentará</b>
<b>TABACO P/ PIPAS</b>	No responde	3%	5%	No responde	<b>Aumentará</b>

Total de los que venden el producto \*. Se consultó sobre la venta en general, no si vendía sin estampillado.



# Capítulo 1. Radiografía de la situación actual

---

%

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
Cigarrillos	100	100	100	100	100
Tabaco para armado de cigarrillos	26	27	25	21	38
Tabaco para pipas	23	26	19	18	34
Cigarritos	21	21	21	19	26
Cigarros	14	17	11	10	25

# Estimación de porcentaje de ventas por productos.

		%			
			Julio	Junio	Mayo
Cigarrillos vendedores	➔ 100 % ➔	<b>Media</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>95</b>
		<b>Desvío standart</b>	<b>0.41</b>	<b>0.41</b>	<b>0.41</b>
		Entre el 26% y el 50%	1	1	1
		Entre el 51% y el 75%	5	5	4
		76% y más	91	87	86
		Ns/Nc	3	7	9
Tabaco para armado de cigarrillos vendedores	➔ 26 % ➔	<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
		<b>Desvío standart</b>	<b>0.54</b>	<b>0.56</b>	<b>0.55</b>
		Hasta 15%	70	68	68
		Entre el 16% y el 25%	7	5	5
		Entre el 26% y el 50%	1	1	1
		Ns/Nc	22	26	26
Tabaco para Pipas vendedores	➔ 23 % ➔	<b>Media</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
		<b>Desvío standart</b>	<b>0.37</b>	<b>0.4</b>	<b>0.39</b>
		Hasta 15%	84	77	75
		Entre el 16% y el 25%	1	1	1
		Ns/Nc	15	22	24
Cigarritos vendedores	➔ 21 % ➔	<b>Media</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
		<b>Desvío standart</b>	<b>0.7</b>	<b>0.73</b>	<b>0.72</b>
		Hasta 15%	74	70	69
		Entre el 16% y el 25%	8	9	9
		Entre el 26% y el 50%	3	3	2
		Ns/Nc	15	18	20
Cigarros vendedores	➔ 14 % ➔	<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
		<b>Desvío standart</b>	<b>0.72</b>	<b>0.68</b>	<b>0.69</b>
		Hasta 15%	76	74	72
		Entre el 16% y el 25%	5	5	3
		Entre el 26% y el 50%	3	2	2
		Ns/Nc	16	19	23

# Porcentaje de venta de cigarrillos por mes

## NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS

100 %

JULIO		Punto muestral			Categoría	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
	<b>Media</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>96</b>	<b>93</b>
	<b>Desvío standart</b>	<b>0.41</b>	<b>0.59</b>	<b>0.56</b>	<b>0.44</b>	<b>0.88</b>
	Entre el 26% y el 50%	1	1	1	1	1
	Entre el 51% y el 75%	5	7	3	3	9
	76% y más	91	89	93	93	86
	Ns/Nc	3	3	3	3	4

JUNIO		Punto muestral			Categoría	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
	<b>Media</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>96</b>	<b>93</b>
	<b>Desvío standart</b>	<b>0.41</b>	<b>0.61</b>	<b>0.55</b>	<b>0.45</b>	<b>0.87</b>
	Entre el 26% y el 50%	1	1	1	1	1
	Entre el 51% y el 75%	5	6	3	4	8
	76% y más	87	84	90	88	83
	Ns/Nc	7	9	6	7	8

MAYO		Punto muestral			Categoría	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
	<b>Media</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>95</b>	<b>96</b>	<b>93</b>
	<b>Desvío standart</b>	<b>0.41</b>	<b>0.61</b>	<b>0.55</b>	<b>0.44</b>	<b>0.89</b>
	Entre el 26% y el 50%	1	1	1	1	1
	Entre el 51% y el 75%	4	6	3	3	8
	76% y más	86	83	90	88	82
	Ns/Nc	9	10	6	8	9



# Porcentaje de venta de tabaco para el armado de cigarrillos por mes

**NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA EL ARMADO DE CIGARRILLOS 26 %**

	Punto muestral					Categoría
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores	
<b>JULIO</b>						
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
<b>Desvío standart</b>	<b>0.54</b>	<b>0.87</b>	<b>0.61</b>	<b>0.54</b>	<b>0.78</b>	
Hasta 15%	70	63	79	70	71	
Entre el 16% y el 25%	7	11	3	7	8	
Entre el 26% y el 50%	1	1	0	1	1	
Ns/Nc	22	25	18	22	20	
<b>JUNIO</b>						
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	
<b>Desvío standart</b>	<b>0.56</b>	<b>0.92</b>	<b>0.59</b>	<b>0.83</b>	<b>0.69</b>	
Hasta 15%	68	64	74	66	71	
Entre el 16% y el 25%	5	7	3	6	5	
Entre el 26% y el 50%	1	2	0	2	0	
Ns/Nc	26	27	23	26	24	
<b>MAYO</b>						
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
<b>Desvío standart</b>	<b>0.55</b>	<b>0.91</b>	<b>0.58</b>	<b>0.83</b>	<b>0.67</b>	
Hasta 15%	68	65	71	65	71	
Entre el 16% y el 25%	5	6	3	6	3	
Entre el 26% y el 50%	1	2	0	2	0	
Ns/Nc	26	27	26	27	26	

# Porcentaje de venta de tabaco para pipas por mes

## NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA PIPAS

23 %

JULIO		Punto muestral			Categoría	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
	<b>Media</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
	<b>Desvío standart</b>	<b>0.37</b>	<b>0.52</b>	<b>0.51</b>	<b>0.47</b>	<b>0.61</b>
	Hasta 15%	84	83	85	87	79
	Entre el 16% y el 25%	1	2	0	1	2
	Ns/Nc	15	15	15	12	19

JUNIO		Punto muestral			Categoría	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
	<b>Media</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
	<b>Desvío standart</b>	<b>0.4</b>	<b>0.55</b>	<b>0.56</b>	<b>0.52</b>	<b>0.62</b>
	Hasta 15%	77	78	76	77	78
	Entre el 16% y el 25%	1	1	2	1	2
	Ns/Nc	22	21	22	22	20

MAYO		Punto muestral			Categoría	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
	<b>Media</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>Desvío standart</b>	<b>0.39</b>	<b>0.53</b>	<b>0.57</b>	<b>0.48</b>	<b>0.64</b>
	Hasta 15%	75	77	72	76	74
	Entre el 16% y el 25%	1	1	2	1	2
	Ns/Nc	24	22	26	23	24

# Porcentaje de venta de cigarrillos por mes

## NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRITOS

21 %

	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>JULIO</b>					
<b>Media</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.7</b>	<b>0.59</b>	<b>1.13</b>	<b>0.96</b>	<b>0.92</b>
Hasta 15%	74	72	77	74	76
Entre el 16% y el 25%	8	3	13	6	11
Entre el 26% y el 50%	3	0	7	5	0
Ns/Nc	15	25	3	15	13

	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>JUNIO</b>					
<b>Media</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.7</b>	<b>0.6</b>	<b>1.2</b>	<b>1.0</b>	<b>0.9</b>
Hasta 15%	70	70	70	69	73
Entre el 16% y el 25%	9	3	15	8	11
Entre el 26% y el 50%	3	-	7	5	-
Ns/Nc	18	27	8	18	16

	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>MAYO</b>					
<b>Media</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.7</b>	<b>0.6</b>	<b>1.2</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>
Hasta 15%	69	67	70	69	69
Entre el 16% y el 25%	9	3	15	8	11
Entre el 26% y el 50%	2	-	5	4	-
Ns/Nc	20	30	10	19	20

# Porcentaje de venta de cigarros por mes

## NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARROS

14 %

	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>JULIO</b>					
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.72</b>	<b>0.95</b>	<b>1.09</b>	<b>1.04</b>	<b>0.98</b>
Hasta 15%	76	74	79	70	81
Entre el 16% y el 25%	5	6	3	9	-
Entre el 26% y el 50%	3	4	3	2	5
Ns/Nc	16	16	15	19	14

	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>JUNIO</b>					
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>5</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.68</b>	<b>0.85</b>	<b>1.14</b>	<b>1.07</b>	<b>0.86</b>
Hasta 15%	74	74	73	68	79
Entre el 16% y el 25%	5	6	3	7	2
Entre el 26% y el 50%	2	2	3	2	2
Ns/Nc	19	18	21	23	17

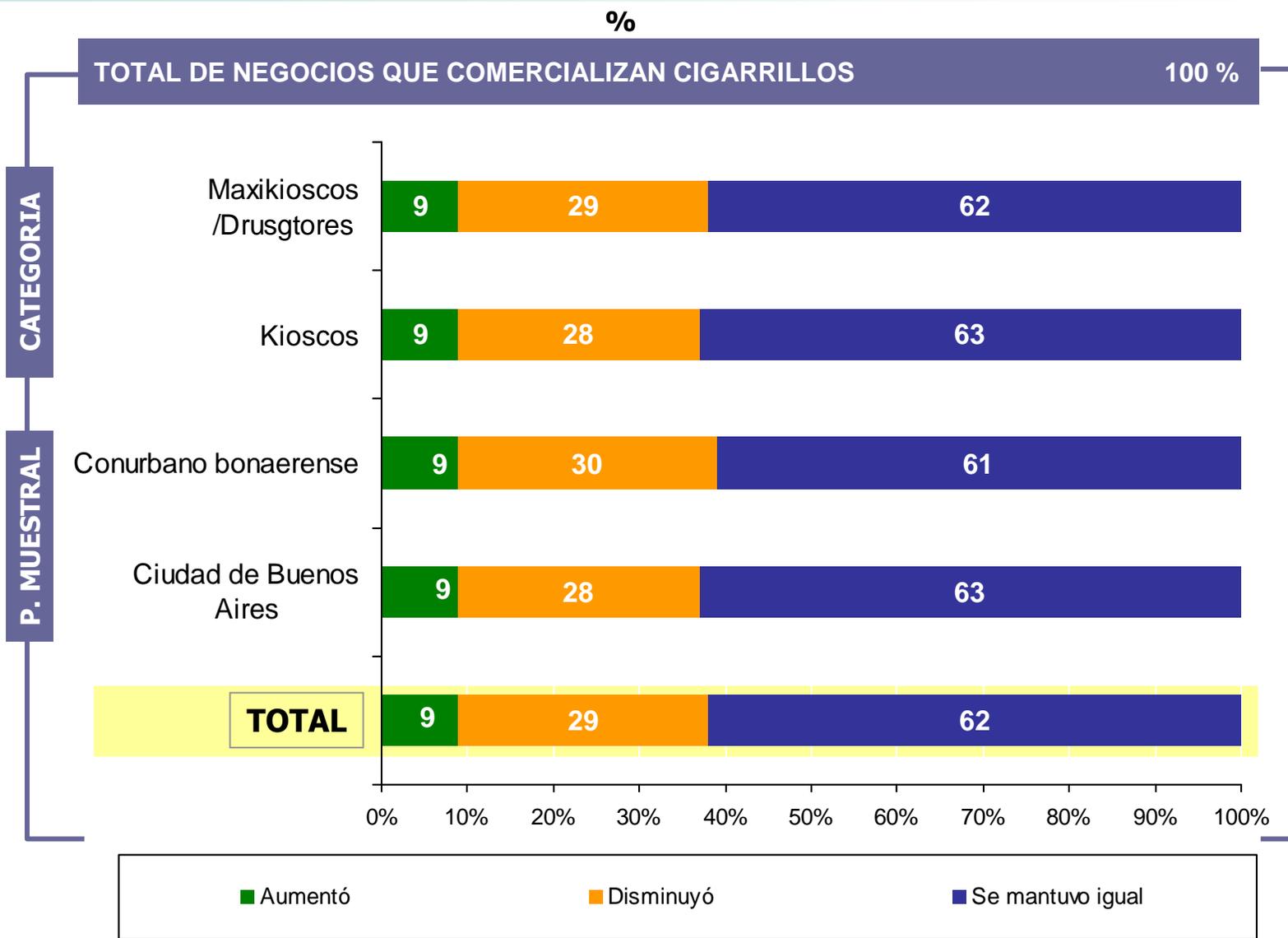
	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>MAYO</b>					
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>5</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.69</b>	<b>0.83</b>	<b>1.2</b>	<b>1.11</b>	<b>0.82</b>
Hasta 15%	72	74	70	66	79
Entre el 16% y el 25%	3	4	3	7	-
Entre el 26% y el 50%	2	2	3	2	2
Ns/Nc	23	20	24	25	19

## Cambios en la venta en los últimos tres meses

%

	Total de negocios que comercializan	Aumento	Disminución	Igual
Cigarrillos	100	9	29	62
Tabaco para armado de cigarrillos	26	13	8	79
Tabaco para pipas	23	4	13	83
Cigarritos	21	17	22	61
Cigarros	14	6	29	65

# Cambios en la venta de cigarrillos en los últimos tres meses



# Ante la disminución en la venta de cigarrillos que lo reemplazó

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS 100 %**

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRILLOS 29 %**

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>GOLOSINAS</b>	<b>15</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>12</b>
<i>Pastillas</i>	5	4	6	6	2
<i>Chicles</i>	5	4	6	5	4
<i>Caramelos</i>	5	4	7	6	4
<i>Golosinas en gral</i>	3	4	2	2	4
<i>Bocadillos de chocolate/ Chocolate</i>	1	2	-	2	-
<i>Chupetines</i>	2	4	-	2	2
<i>Alfajores</i>	1	1	1	1	2
<b>TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>10</b>
<b>CIGARRITOS</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
<b>TABACO PARA PIPAS</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
<b>CIGARROS</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>
<b>OTROS</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<i>Vino</i>	1	-	1	-	2
<i>Productos de Almacen</i>	1	-	1	1	-
<i>Librería</i>	1	-	1	1	-
<b>NINGUNO</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>79</b>	<b>80</b>	<b>76</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas

# Motivos por los que disminuyó la venta de cigarrillos

NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS

100 %

DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRILLOS

29 %

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
Por el ultimo aumento	51	56	45	48	58
Falta de dinero de los clientes/económicos	39	31	48	40	38
El precio/es caro	26	29	23	26	26
Para cuidar la salud	4	5	2	4	2
Fuman menos	2	-	3	2	2
Aumento de impuestos	1	-	1	1	-
Compran marcas de menor precio	1	1	-	1	-
Mas competencia en la zona	1	-	1	1	-
Otros	1	-	2	2	-
Ns/Nc	1	-	1	1	-

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 3 respuestas

# Perfil de gente que dejo de comprar cigarrillos

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS**

**100 %**

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRILLOS**

**29 %**

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>40</b>	<b>21</b>	<b>58</b>	<b>41</b>	<b>36</b>
los que no tienen plata / el que menos trabaja / los que trabajan poco	17	13	21	20	10
Clase media	12	4	21	10	18
Clase baja	11	4	19	11	12
Cualquier nivel social	4	1	6	3	4
Clase media baja	2	-	5	2	2
Clase media alta	1	1	-	1	-
<b>EDAD</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>14</b>
18-29 años	9	7	12	10	8
Gente mayor	5	5	5	6	2
30-44 años	3	2	3	2	4
Adultos	2	-	3	1	4
45-69 años	2	1	2	2	-
Adolescentes	2	4	-	2	2
<b>OCUPACION</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>2</b>
Trabajadores	5	5	6	7	2
Taxistas / Remiseros	1	1	-	1	-

## Perfil de gente que dejo de comprar cigarrillos (cont.)

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS** 100 %

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRILLOS** 29 %

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>SEXO</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
Hombres	2	4	1	2	2
Mujeres	1	2	-	2	-
Sin distinción de sexo	1	1	1	2	-
<b>OTROS</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
El cliente de paso	4	4	3	4	2
El que quiere dejar de fumar / el que no quiere fumar mucho	3	5	1	2	4
El cliente fijo	1	-	1	1	-
Los mismos que antes / son los mismos que compraban antes	1	2	-	1	2
Los que van al gimnasio	1	1	-	-	2
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>36</b>	<b>49</b>	<b>22</b>	<b>32</b>	<b>44</b>
<b>NS/NR</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>10</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 3 respuestas

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS 100 %**

**AUMENTO EN LA VENTA DE CIGARRILLOS 9 %**

Al tratarse de pocos casos solo se muestran los porcentajes más significativos.

**MOTIVOS POR LOS QUE AUMENTO LA VENTA**

La gente está más nerviosa y fuma más	51
Hay cigarrillos económicos	11
El vicio es más fuerte	11
Dejaron de venderse en otros kioscos	8
Otros	6
Ns/nr	17

**PERFIL DE LOS QUE COMENZARON A COMPRAR**

<b>EDAD</b>	<b>43</b>
Gente mayor	13
18-29 años	11
30-44 años	11
<b>SEXO</b>	<b>19</b>
Hombres	9
Sin distinción de sexo	8
<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>17</b>
Clase media	9
Clase baja	4
<b>OTROS</b>	<b>21</b>
El cliente de paso	13
El cliente fijo	6
Los que fuman más	6
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>32</b>
<b>NS/NR</b>	<b>9</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 3 respuestas

# Marcas de cigarrillos que variaron la venta

## NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRILLOS

100 %

### DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRILLOS 29 %

### AUMENTO EN LA VENTA DE CIGARRILLOS 9 %

Malboro	33
Camel	12
Jockey	11
Benson	11
Philips Morris	10
Derby	7
L y M	4
Lucky	4
Kent	3
Pallmall	2
Le Mans	2
Viceroy	2
Parliament	2
43/70	2
Otros *	12
Todas	2
Ns/Nr	29

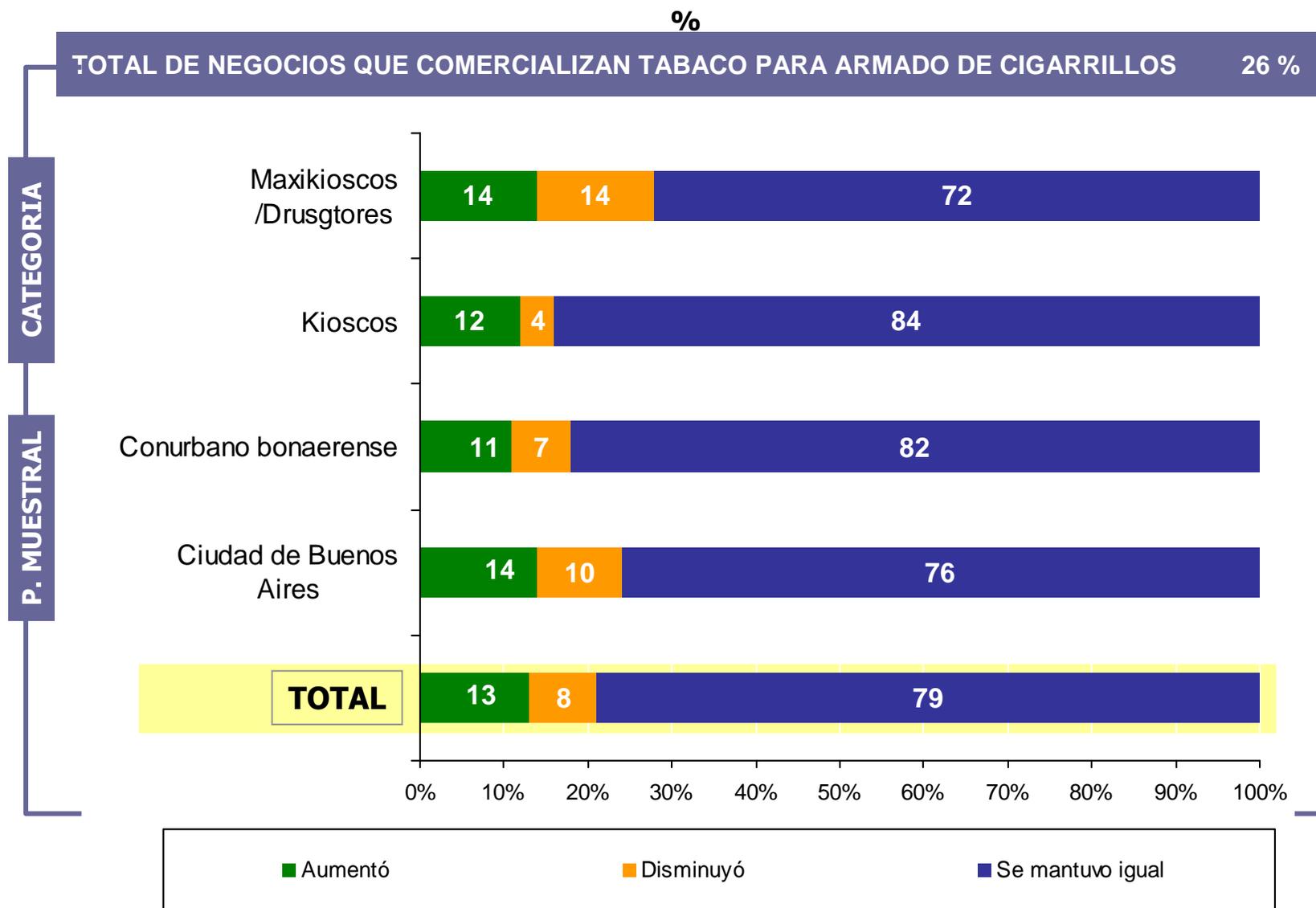
Otros: Parisiens, Dirado, Richards, Vieginia, Gitanes, Chester, Colorado, Imparcial, los de Nobleza, los de Massalin, Cool y Richmond.

**Opiniones marginales**

Malboro	54
Philips Morris	33
L y M	15
Derby	9
Jockey	7
Viceroy	7
Camel	6
Le Mans	4
Melbourn	4
Richmond	4
Otros	6
Todas	2
Ns/nr	11

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas

# Cambios en la venta de tabaco para armado de cigarrillos en los últimos tres meses



%

**NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA EL ARMADO DE CIGARRILLOS** 26 %

**AUMENTO EN LA VENTA DE TABACO PARA EL ARMADO DE CIGARRILLOS** 13 %

Al tratarse de pocos casos solo se muestran los porcentajes más significativos.

**MOTIVOS POR LOS QUE AUMENTO LA VENTA**

Son más baratos que los cigarrillos	79
Rinde más	11
Hay más plata en la calle	5
Ns/nr	5

**PERFIL DE LOS QUE COMENZARON A COMPRAR**

<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>53</b>
los que no tienen plata / el que menos trabaja	37
Clase baja	11
Clase media	11
<b>EDAD</b>	<b>26</b>
18-29 años	16
45-69 años	5
Gente mayor	5
<b>OCUPACION</b>	<b>5</b>
Trabajadores	5
<b>OTROS</b>	<b>11</b>
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>26</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 3 respuestas.  
Solo se presenta el total por contarse con baja cantidad de casos.



# Disminución en la venta de tabaco para cigarrillos

**Opiniones marginales**

**NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA CIGARRILLOS** 26 %

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE TABACO PARA CIGARRILLOS** 8 %

**PRODUCTOS POR LOS CUALES LO REEMPLAZÓ**

**Tabaco para cigarrillos**

<b>CIGARRILLOS</b>	<b>33</b>
<b>TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS</b>	-
<b>TABACO PARA PIPAS</b>	-
<b>GOLOSINAS</b>	<b>25</b>
<i>Pastillas</i>	8
<i>Golosinas en gral</i>	8
<i>Chupetines</i>	8
<b>NINGUNO</b>	<b>50</b>

**PERFIL DE LOS QUE DEJARON DE COMPRAR**

<b>EDAD</b>	<b>33</b>
18-29 años	25
Gente mayor	17
<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>17</b>
Clase baja	17
Clase media	8
<b>SEXO</b>	<b>8</b>
Sin distinción de sexo	8
<b>OTROS</b>	<b>17</b>
El cliente de paso	8
El cliente fijo	8
Los mismos que antes / son los mismos que compraban antes	8
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>25</b>
<b>NS/NR</b>	<b>17</b>

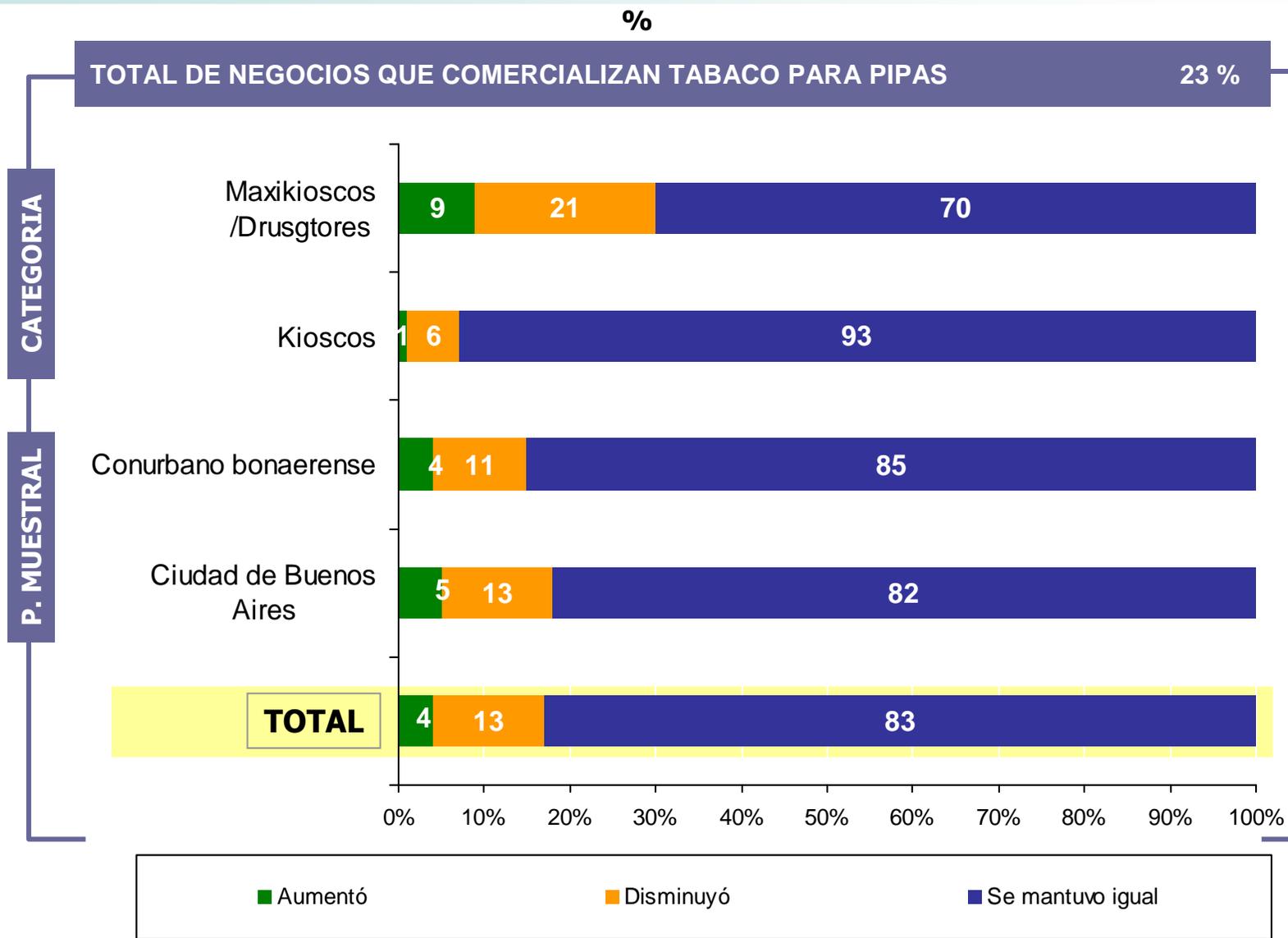
**MOTIVOS POR LOS QUE DISMINUYO LA VENTA**

Por el ultimo aumento	25
Falta de dinero de los clientes/económicos	42
Es sólo ára personas mayores	8
El precio/es caro	25

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Solo se presenta el total por contarse con baja cantidad de casos.

# Cambios en la venta de tabaco para pipas en los últimos tres meses





# Disminución en la venta de tabaco para pipa

**Opiniones marginales**

## NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA PIPA 23 %

### PRODUCTOS POR LOS CUALES LO REEMPLAZÓ

	Tabaco para pipas
<b>CIGARRILLOS</b>	<b>33</b>
<b>GOLOSINAS</b>	<b>8</b>
<b>NINGUNO</b>	<b>67</b>

### MOTIVOS POR LOS QUE DISMINUYO LA VENTA

El precio/es caro	33
Por el ultimo aumento	25
Falta de dinero de los clientes/económicos	17
Compran marcas truchas	8
NS/NR	25

## DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE TABACO PARA PIPA 13 %

EDAD	PERFIL DE LOS QUE DEJARON DE COMPRAR	50
45-69 años		8
Gente mayor		42

NIVEL ECONOMICO	17
los que no tienen plata / el que menos trabaja / los	8
Clase baja	8

OCUPACION	8
Psicólogos	8

SEXO	8
Hombres	8

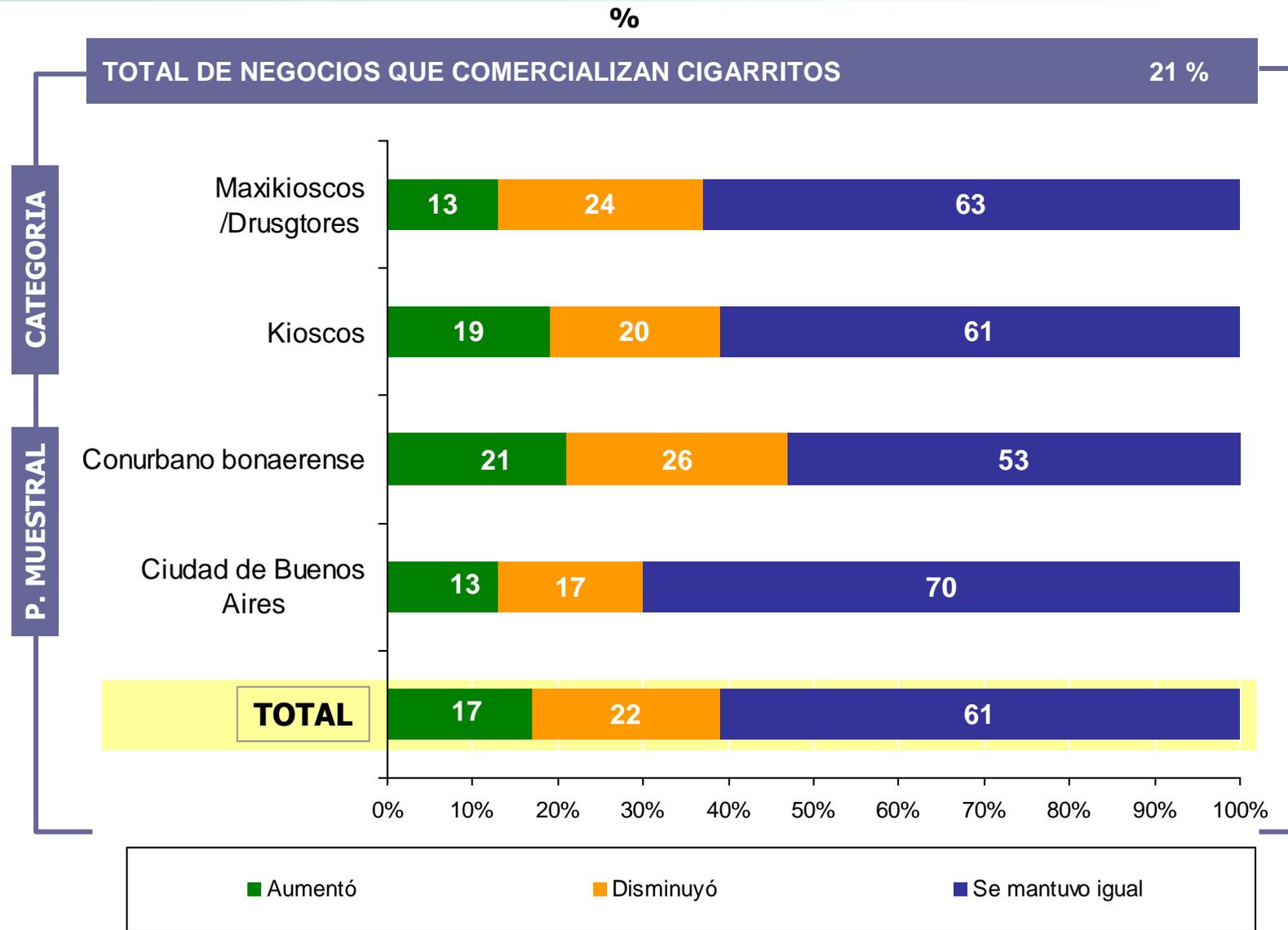
OTROS	8
Los mismos que antes / son los mismos que compr:	8

<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>8</b>
<b>NS/NR</b>	<b>25</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Solo se presenta el total por contarse con baja cantidad de casos.

# Cambios en la venta de cigarrillos en los últimos tres meses



### NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRITOS 21 %

PRODUCTOS POR LOS CUALES LO REEMPLAZÓ	Total
<b>CIGARRILLOS</b>	<b>38</b>
<b>TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS</b>	<b>13</b>
<b>TABACO PARA PIPAS</b>	<b>4</b>
<b>GOLOSINAS</b>	<b>8</b>
Chicles	8
Caramelos	4
<b>NINGUNO</b>	<b>42</b>

### MOTIVOS POR LOS QUE DISMINUYO LA VENTA

El precio/es caro	33
Por el ultimo aumento	25
Falta de dinero de los clientes/económicos	21
Fuman menos	8
Compran marcas de menor precio	8
Para cuidar la salud	4
NS/NR	8

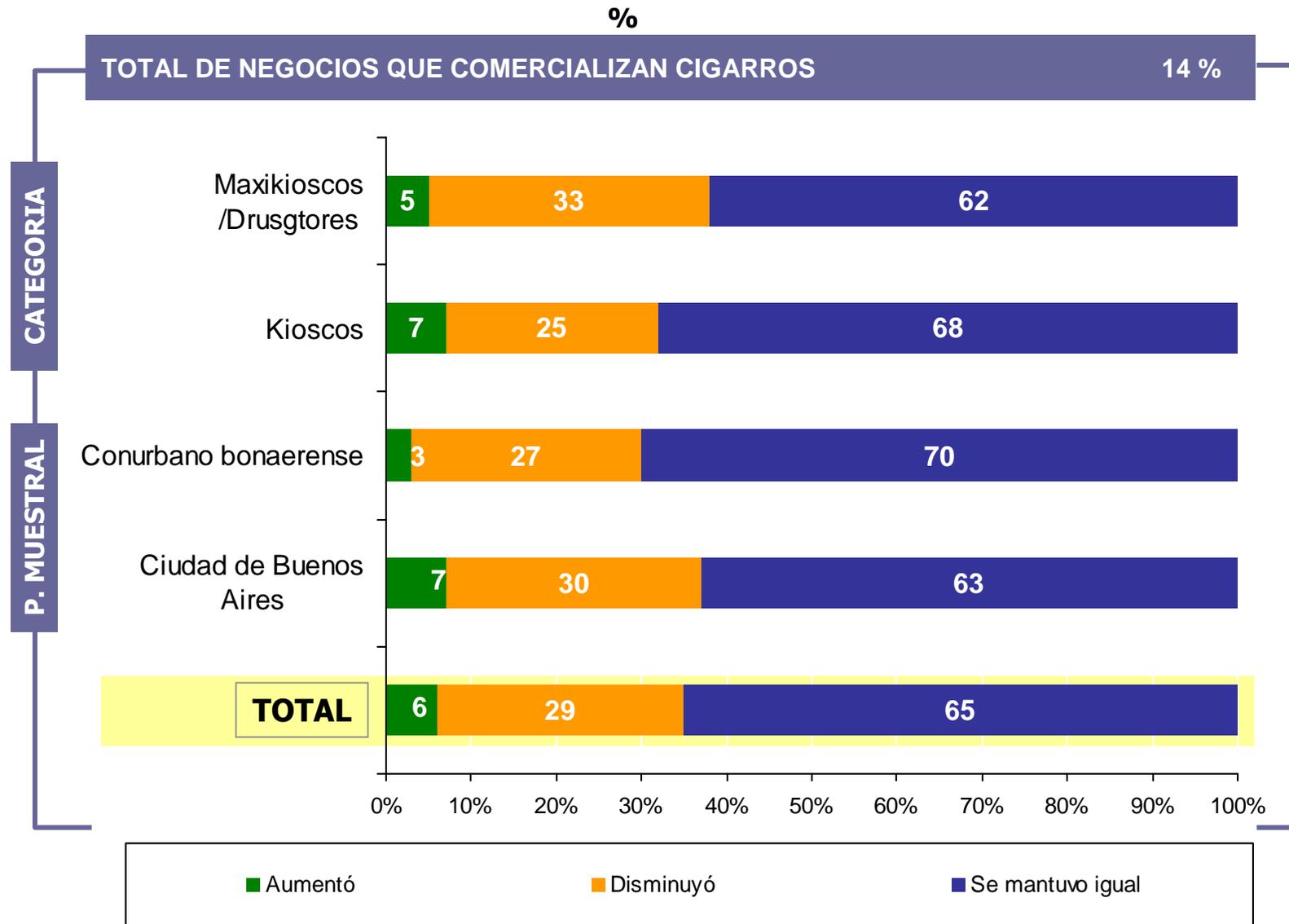
### DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRITOS 22 %

### PERFIL DE LOS QUE DEJARON DE COMPRAR

<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>67</b>
Clase media	29
los que no tienen plata / el que menos trabaja	21
Clase baja	17
Clase media baja	8
Clase media alta	8
Cualquier nivel social	8
<b>EDAD</b>	<b>29</b>
18-29 años	13
Mediana Edad	8
Adultos	8
45-69 años	4
Gente mayor	4
<b>SEXO</b>	<b>4</b>
Hombres	4
<b>OTROS</b>	<b>8</b>
El cliente de paso	4
Personas con problemas de salud	4
<b>NS/NR</b>	<b>8</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas

# Cambios en la venta de cigarrros en los últimos tres meses



## NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARROS 14 %

### PRODUCTOS POR LOS CUALES LO REEMPLAZÓ

	Cigarros
<b>CIGARRILLOS</b>	24
<b>TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS</b>	8
<b>TABACO PARA PIPAS</b>	4
<b>GOLOSINAS</b>	4
<b>NINGUNO</b>	68

### MOTIVOS POR LOS QUE DISMINUYO LA VENTA

El precio/es caro	24
Por el ultimo aumento	24
Falta de dinero de los clientes/económicos	24
Fuman menos	4
Poca salida	4
Son importados	8
Por la salida de la convertibilidad	4
NS/NR	12

## DISMINUCIÓN EN LA VENTA CIGARROS 29%

### PERFIL DE LOS QUE DEJARON DE COMPRAR

#### NIVEL ECONOMICO 36

Clase media alta	24
Clase media	12
Clase media baja	4

#### EDAD 24

Adultos	8
Gente mayor	8
18 - 29 años	4
30-44 años	4

#### OCUPACION 4

Oficinistas	4
-------------	---

#### SEXO 4

Hombres	4
---------	---

#### OTROS 8

Los mismos que antes / son los mismos que compraban antes	8
---	---

#### TODOS / CUALQUIERA 16

#### NS/NR 24

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Solo se presenta el total por contarse con baja cantidad de casos.



# Marcas de otros productos que disminuyeron la venta

**Opiniones marginales**

%

**NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS 26 %**

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE TABACO PARA ARMAR CIGARRILLOS 8 %**

Richmond	15
Exeter	8
Ritmo	8
Todas	8
Ns/Nr	70

**NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA PIPAS 23 %**

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE TABACO PARA PIPAS 13 %**

Richmond	12
Exeter	6
Todas	6
Ns/Nr	77

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRITOS 21 %**

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARRITOS 22%**

Luchador	4
Algún importado	4
Drum	4
Todas	4
Ns/Nr	85

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARROS 14 %**

**DISMINUCIÓN EN LA VENTA DE CIGARROS 29 %**

Los cubanos	4
Todas	8
Ns/Nr	88

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas. Solo se presenta el total por contarse con baja cantidad de casos.

# Marcas de otros productos que aumentaron la venta

**Opiniones marginales**

%

**NEGOCIOS QUE VENDEN TABACO PARA EL ARMADO DE CIGARRILLOS 26 %**

**AUMENTO EN LA VENTA DE TABACO PARA EL ARMADO DE CIGARRILLOS 13 %**

Richmond	20
Drum	5
Lich you	5
Ns/Nr	70

**NEGOCIOS QUE VENDEN CIGARRITOS 21 %**

**AUMENTO EN LA VENTA DE CIGARRITOS 17 %**

Dorado	29
Richmond	33
Otros	5
Ns/Nr	52

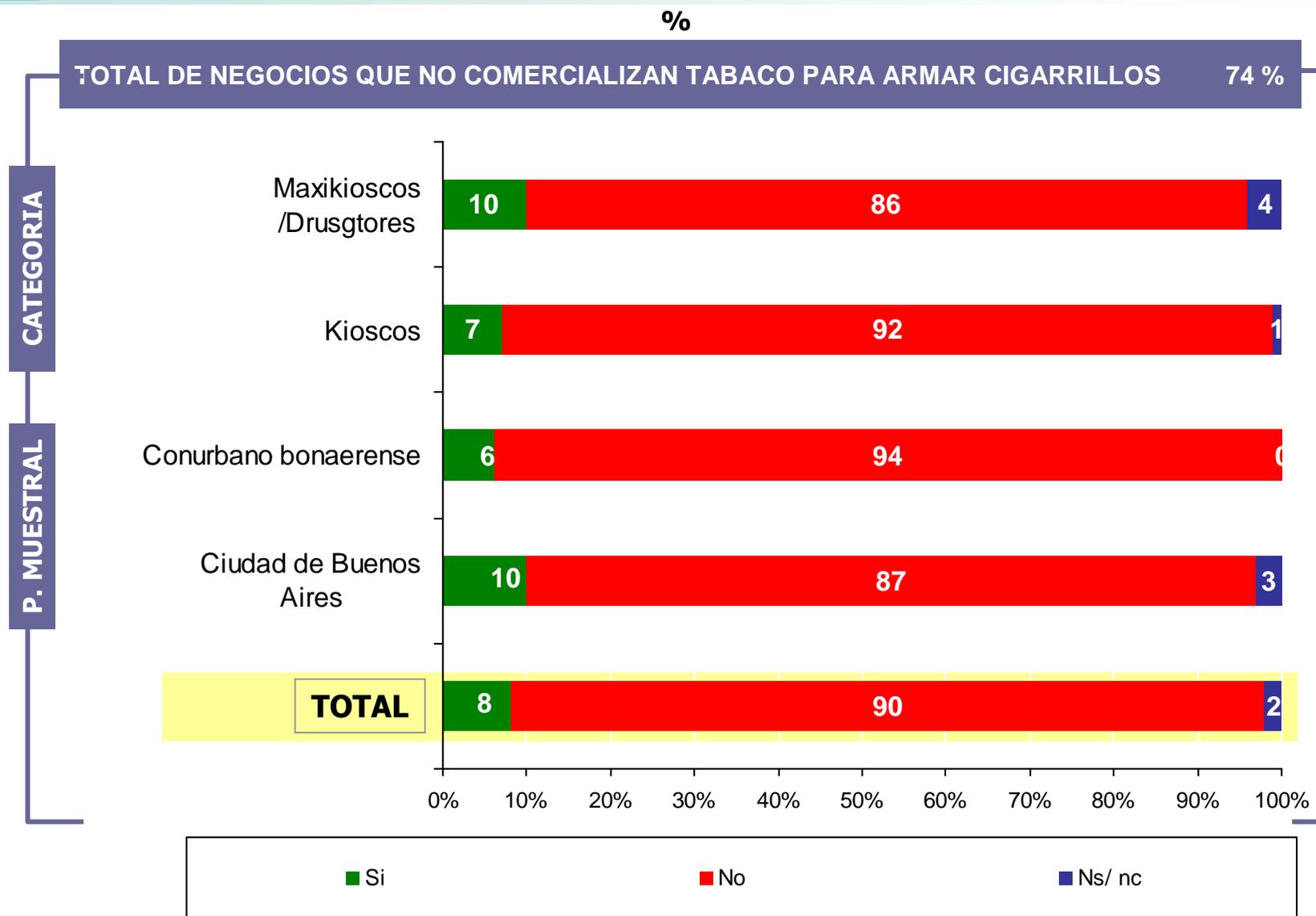
Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas. Solo se presenta el total por contarse con baja cantidad de casos.

# Productos que se dejaron de vender

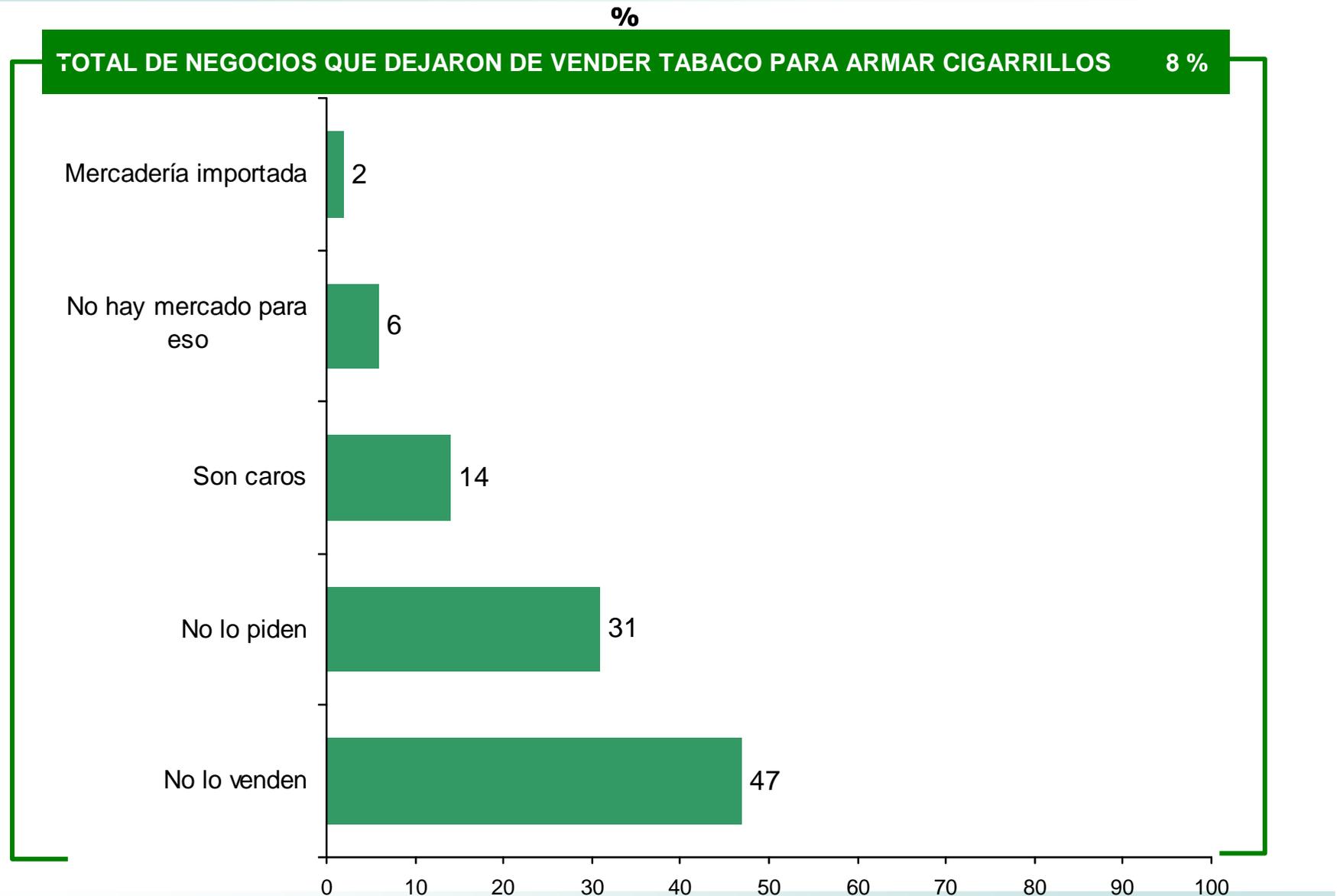
%

	Total de Negocios			Actualmente no venden pero antes lo hacían
	Venden Actualmente	No Venden Actualmente o No Responden		
Cigarrillos	100	-		-
Tabaco para armado de cigarrillos	26	74		8
Tabaco para pipas	23	77		8
Cigarritos	21	79		6
Cigarros	14	86		7

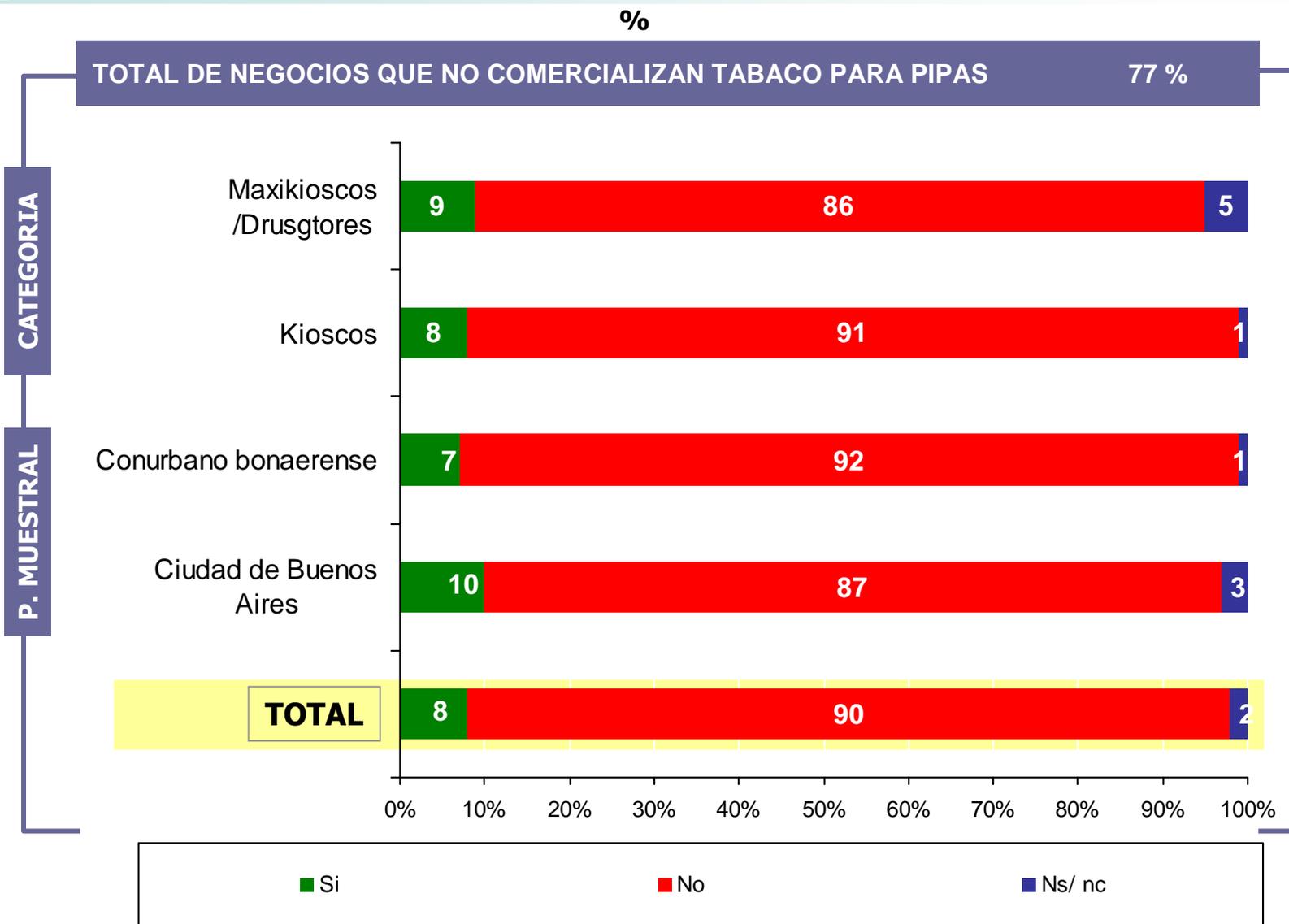
# Productos que se dejaron de vender Tabaco para armar cigarrillos



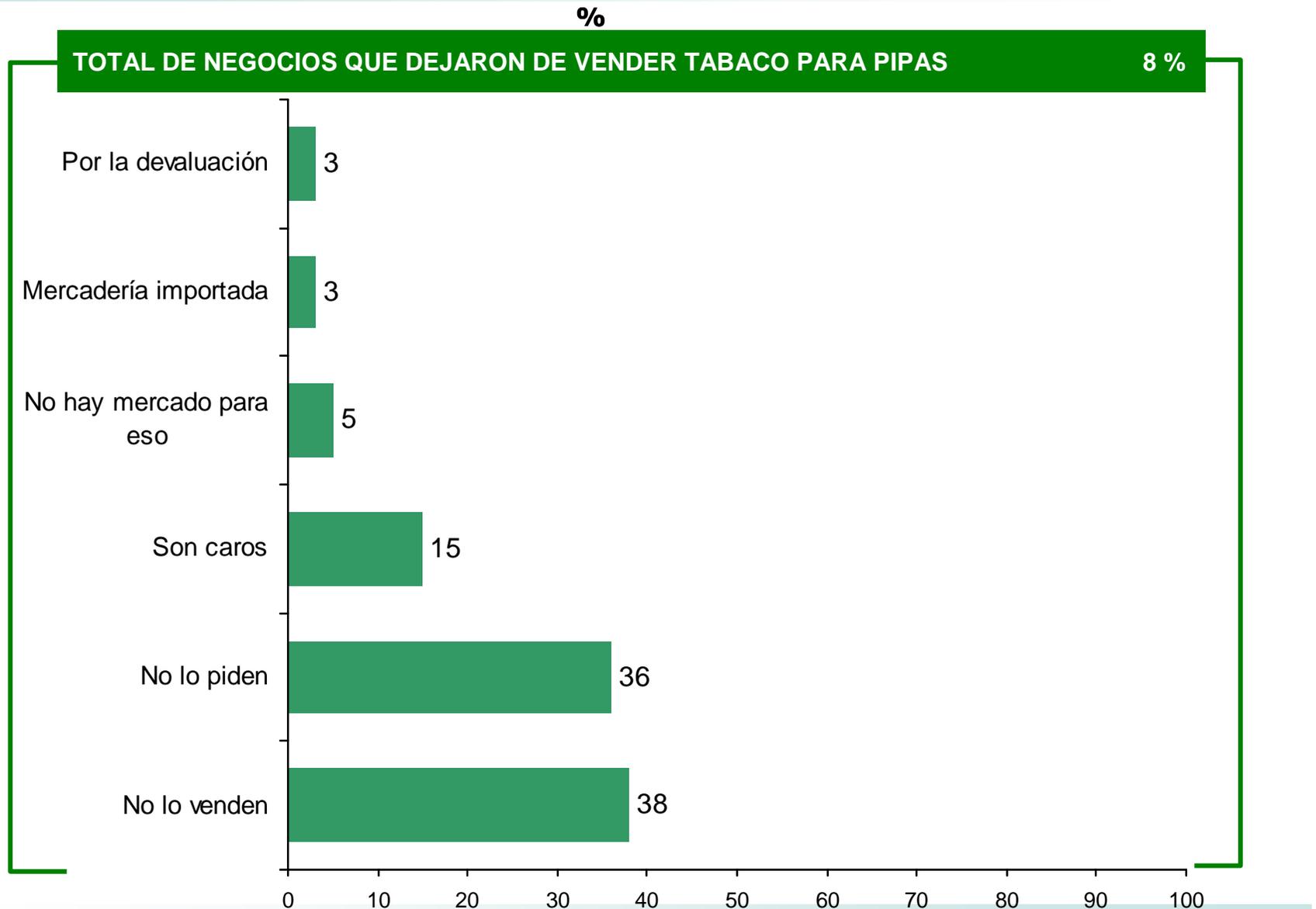
# Motivos por los que dejo de vender Tabaco para armar cigarrillos



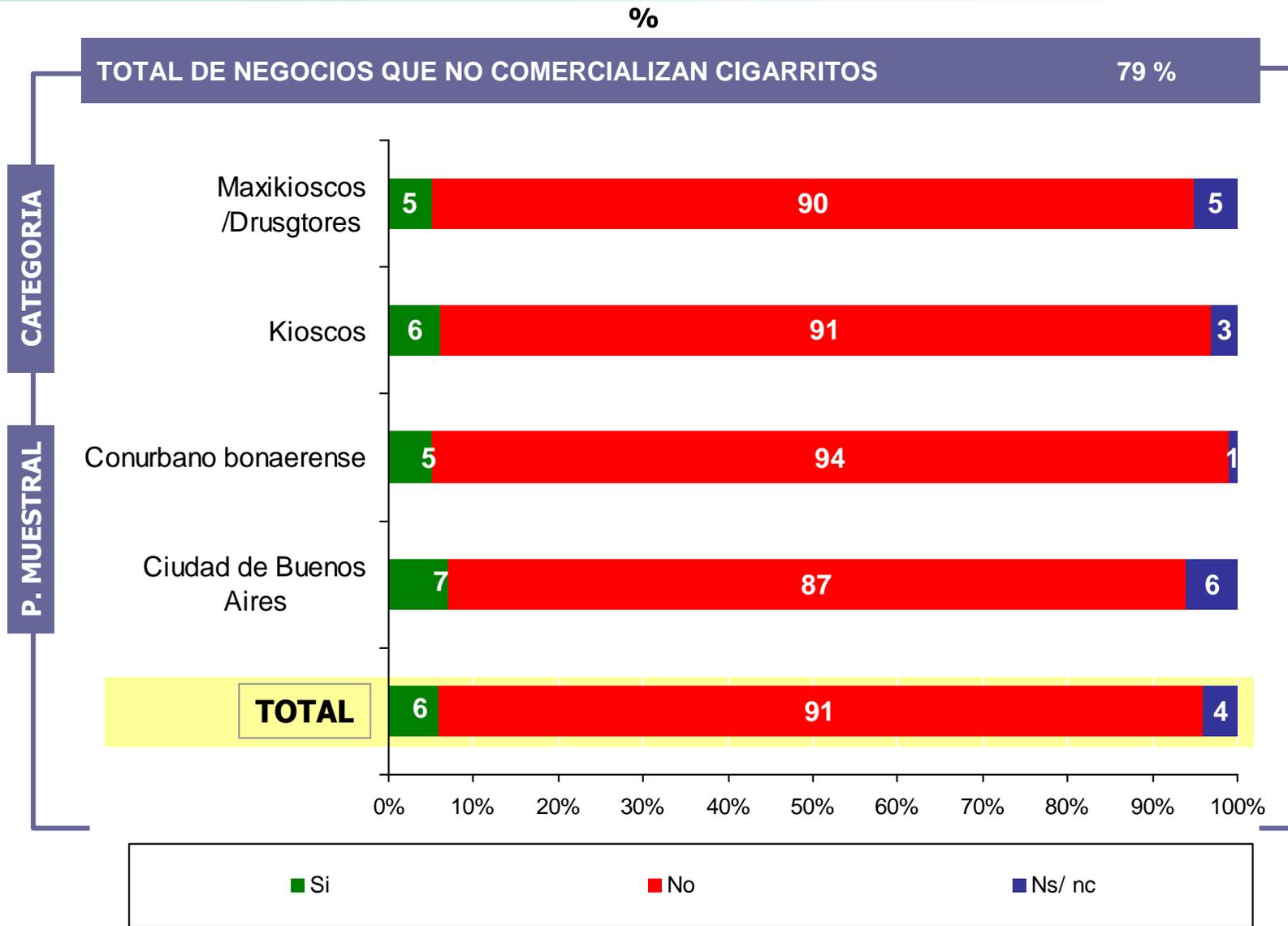
# Productos que se dejaron de vender Tabaco para pipas



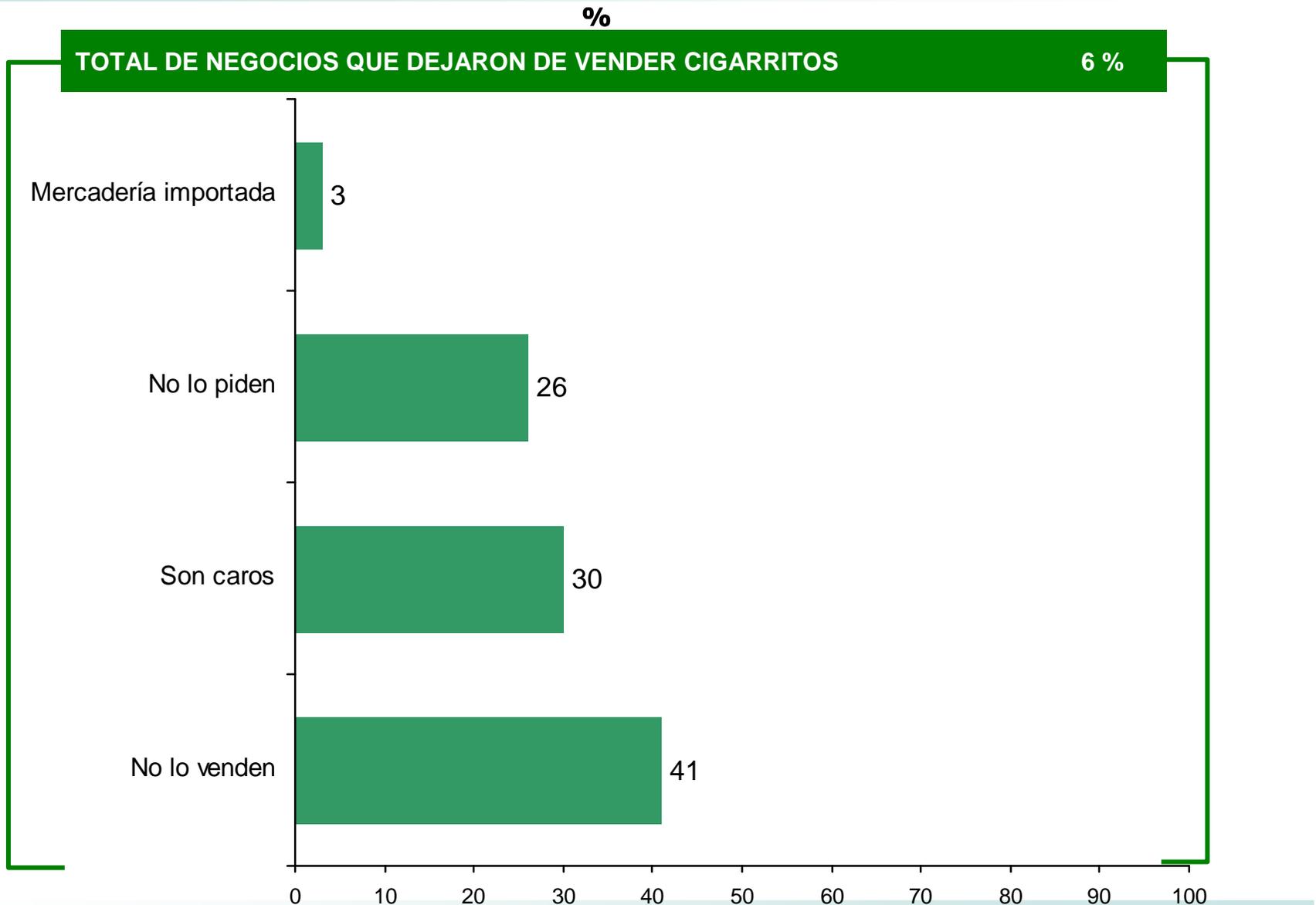
# Motivos por los que dejo de vender Tabaco para pipas



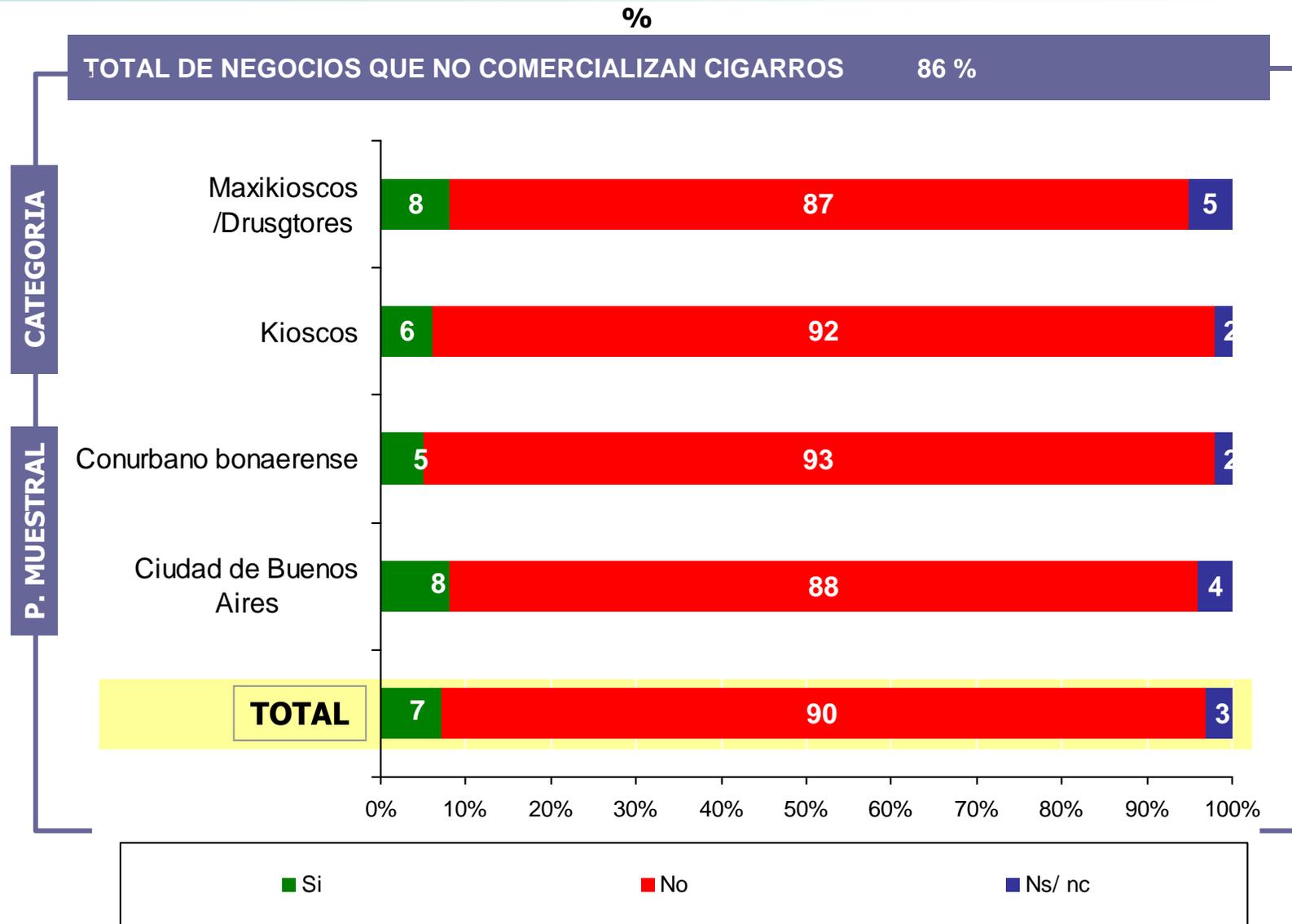
# Productos que se dejaron de vender Cigarritos



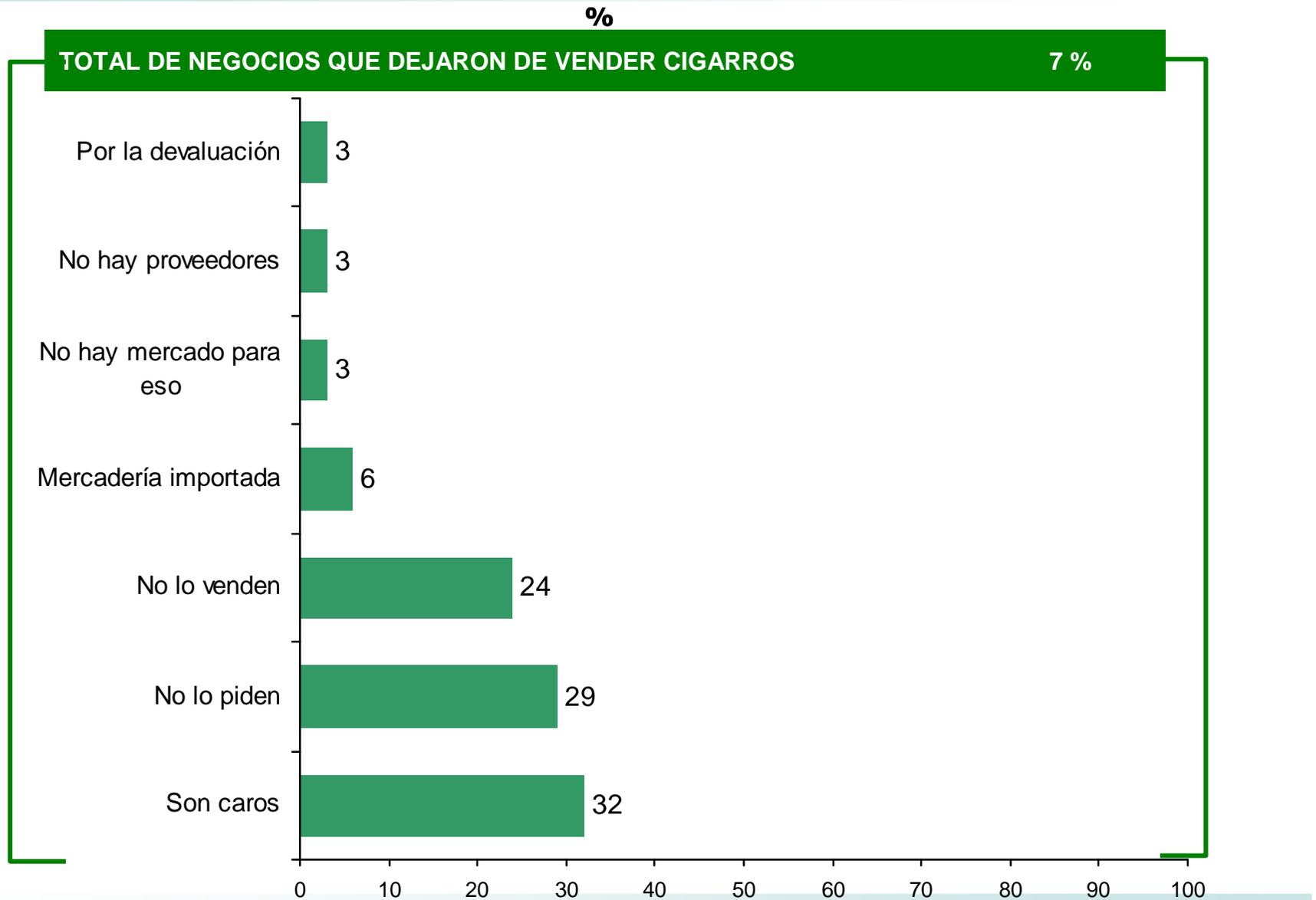
# Motivos por los que dejo de vender Cigarrillos



# Productos que se dejaron de vender Cigarros



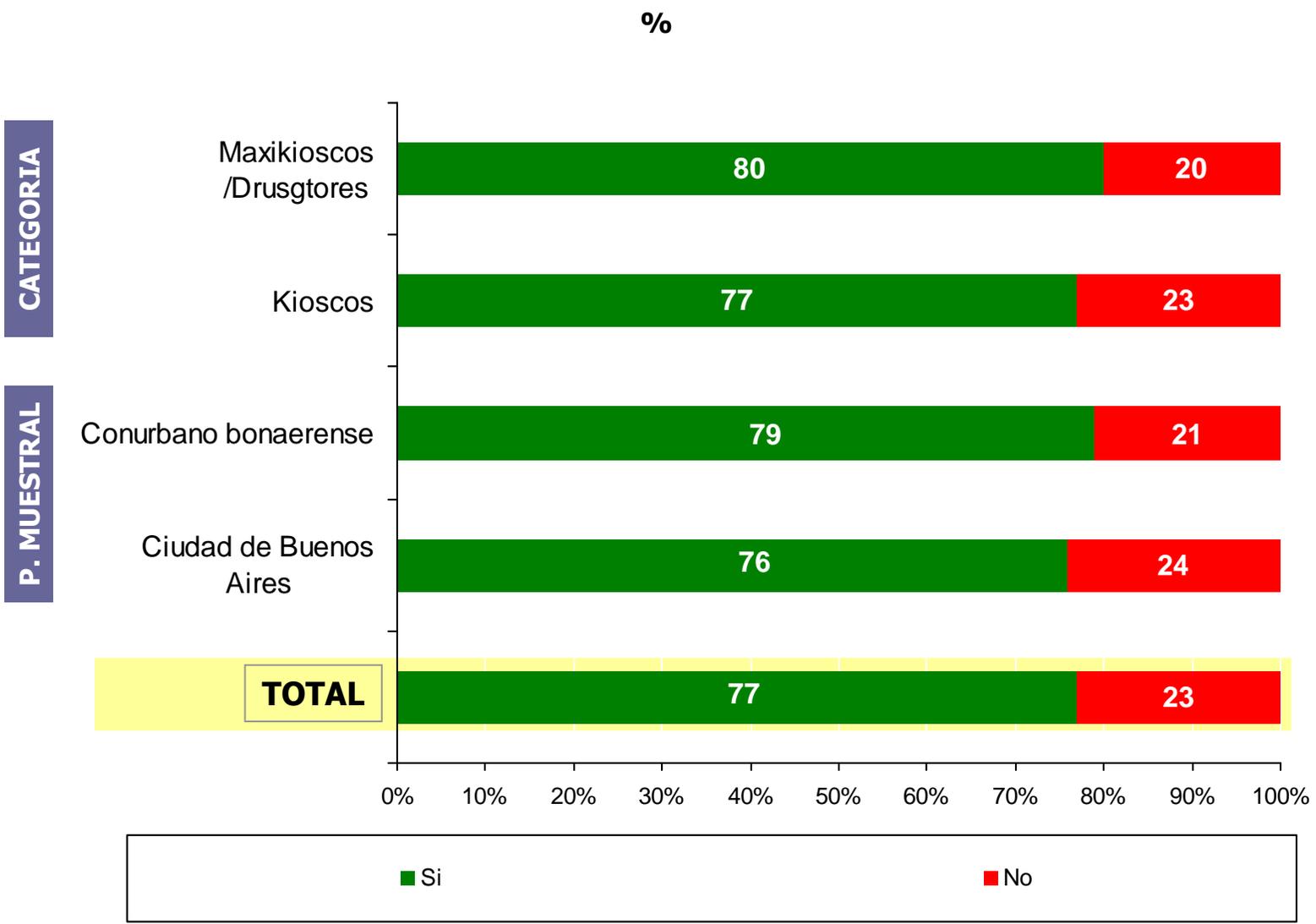
# Motivos por los que dejo de vender Cigarros



## Capítulo 2. La venta de cigarrillos en paquetes más pequeños

---

# Cambios en la venta de paquetes de cigarrillos de menor cantidad



# Percepción del aumento de venta de diferentes tamaños de paquetes

**PERSONAS QUE NOTARON UN GIRO HACIA LA COMPRA DE PAQUETES CON MENOR CANTIDAD DE CIGARRILLOS**

**77%**

**%**

Aumento en la venta de ....	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
paquetes de 10	94	91	97	94	93
paquetes de 14	24	23	25	24	25
paquetes de 16	37	45	30	35	41

# Perfil de nuevos consumidores de paquetes de 10 cigarrillos

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>EDAD</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>47</b>	<b>49</b>	<b>49</b>
18-29 años	40	39	40	40	39
Gente mayor	4	4	4	4	5
Adolescentes	4	6	2	4	3
Adultos	3	6	1	2	6
30-44 años	2	-	3	1	3
Mediana Edad	1	1	-	1	-
45-69 años	1	2	1	2	1
<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>36</b>	<b>30</b>	<b>27</b>
los que no tienen plata / el que menos tr	11	8	13	11	9
Clase media	9	9	9	9	9
Clase baja	9	3	15	8	11
Cualquier nivel social	2	1	2	2	2
Clase media baja	2	2	2	2	2
<b>SEXO</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>11</b>	<b>15</b>
Sin distinción de sexo	7	1	12	6	7
Mujeres	4	3	5	4	5
Hombres	2	-	3	1	3

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Base: Quienes mencionaron un aumento en la venta de cigarrillos de 10 (94%).

## Perfil de nuevos consumidores de paquetes de 10 cigarrillos (cont.)

	%				
	Total	Punto muestral		Categoría	
		Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>OCUPACION</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
Trabajadores	2	1	2	2	1
Taxistas / Remiseros	-	-	-	-	1
Oficinistas	-	-	-	-	1
<b>OTROS</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
El cliente fijo	3	4	2	2	4
El que quiere dejar de fumar / el que	2	2	2	3	2
El cliente de paso	2	1	3	2	2
Los mismos que antes / son los mism	2	1	2	1	2
Clientes fijos y de paso	1	1	-	1	1
El que busca cambio para el colectiv	-	-	-	-	1
Los que comparten	-	-	-	-	-
Los que antes fumaban de 14	-	-	-	-	-
<b>FUMADORES</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Los que antes fumaban de 20	1	-	1	1	1
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>24</b>	<b>33</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>26</b>
<b>NS/NR</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Base: Quienes mencionaron un aumento en la venta de cigarrillos de 10 (94%).



# Perfil de nuevos consumidores de paquetes de 14 cigarrillos

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>EDAD</b>	<b>46</b>	<b>39</b>	<b>52</b>	<b>45</b>	<b>46</b>
18-29 años	19	15	22	18	20
Gente mayor	15	15	16	15	14
Adultos	10	7	12	8	14
Mediana Edad	3	4	2	4	-
45-69 años	3	2	3	3	3
<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>37</b>
Clase media	14	11	17	13	17
los que no tienen plata / el que menos tr	8	11	5	6	11
Clase baja	8	7	9	8	9
Clase media baja	2	4	-	1	3
Cualquier nivel social	2	-	3	1	3
Clase media alta	1	2	-	1	-
<b>OTROS</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>9</b>
Los mismos que antes / son los mismos	4	4	5	4	6
El cliente de paso	3	4	2	4	-
El que quiere dejar de fumar / el que no	2	2	2	3	-
El cliente fijo	2	2	2	1	3
Clientes fijos y de paso	1	2	-	1	-

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Base: Quienes mencionaron un aumento en la venta de cigarrillos de 14 (24%).

## Perfil de nuevos consumidores de paquetes de 14 cigarrillos (cont.)

%

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>SEXO</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
Mujeres	4	4	5	4	6
Sin distinción de sexo	1	-	2	1	-
<b>OCUPACION</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>9</b>
Taxistas / Remiseros	1	2	-	-	3
Oficinistas	1	2	-	-	3
Amas de casa	1	-	2	-	3
<b>FUMADORES</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>-</b>
Los que antes fumaban de 20	3	2	3	4	-
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>21</b>	<b>31</b>	<b>12</b>	<b>22</b>	<b>20</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Base: Quienes mencionaron un aumento en la venta de cigarrillos de 14 (24%).

# Perfil de nuevos consumidores de paquetes de 16 cigarrillos

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>EDAD</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>40</b>	<b>33</b>	<b>47</b>
18-29 años	22	17	29	18	30
Adultos	9	10	7	7	12
Gente mayor	5	5	6	3	9
30-44 años	2	3	-	2	2
45-69 años	2	2	1	1	4
Adolescentes	2	2	1	3	-
Mediana Edad	1	1	-	1	-
<b>NIVEL ECONOMICO</b>	<b>23</b>	<b>19</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>26</b>
Clase media	14	10	19	11	19
los que no tienen plata / el que menos tr	5	7	1	5	4
Clase baja	5	3	7	3	7
Clase media baja	1	1	-	1	-
Clase media alta	1	-	3	2	-
Cualquier nivel social	1	-	3	1	2
<b>FUMADORES</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>7</b>
Los que antes fumaban de 20	7	4	12	8	5
Fumadores de Marlboro	2	1	3	3	-
Los que fumaban box	1	2	-	1	2

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas.

Base: Quienes mencionaron un aumento en la venta de cigarrillos de 16 (37%).

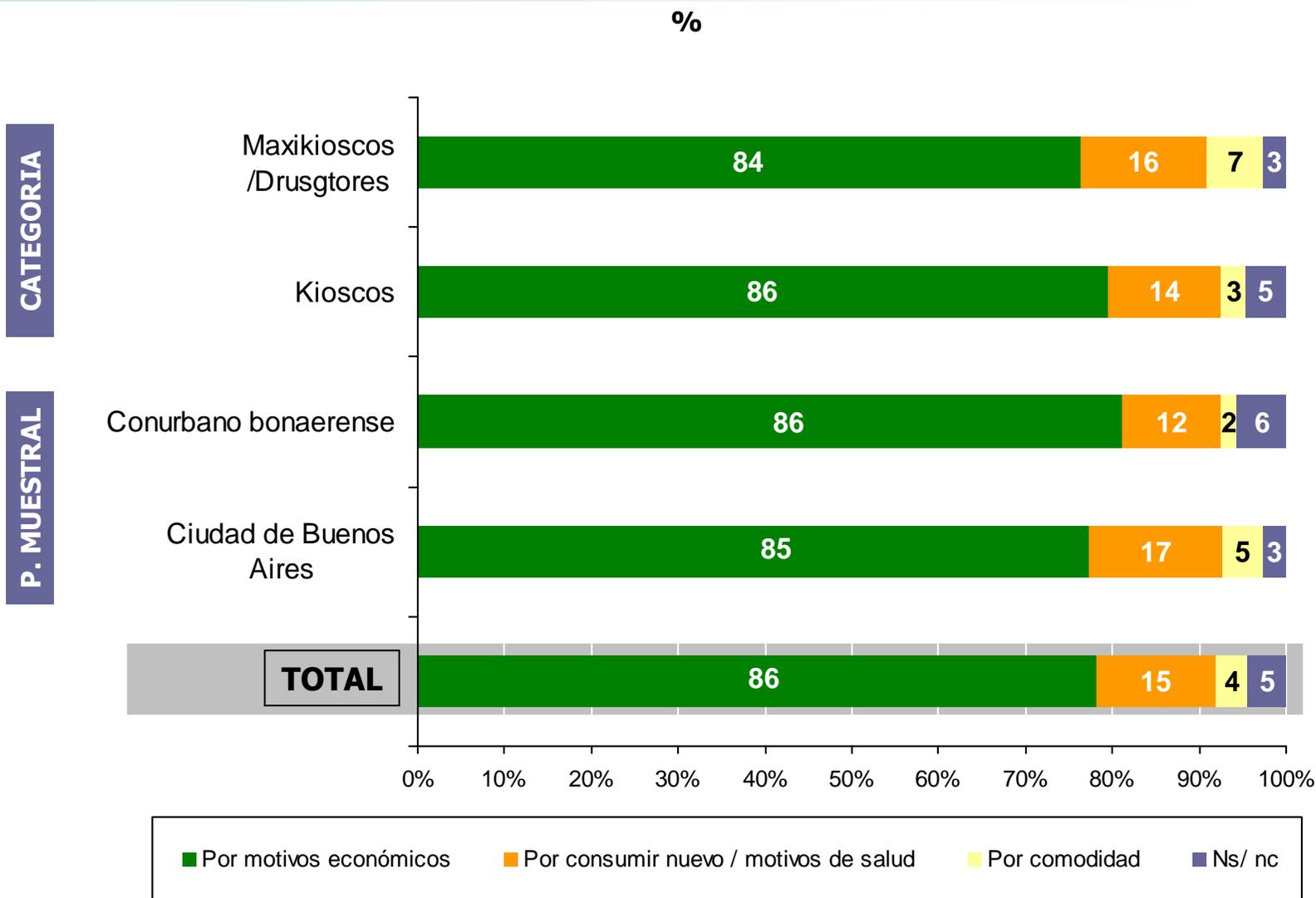
## Perfil de nuevos consumidores de paquetes de 16 cigarrillos (cont.)

%

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>OTROS</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>7</b>
Los mismos que antes / son los misrr	4	3	6	4	4
Los que no pagan \$2,30 el paquete	1	1	1	1	2
El cliente de paso	1	1	1	2	-
El cliente fijo	1	2	-	1	2
Por comodidad pagan \$2	1	1	1	2	-
Clientes fijos y de paso	1	1	-	1	-
<b>SEXO</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>7</b>
Hombres	2	3	-	1	4
Mujeres	2	3	1	3	2
Sin distinción de sexo	2	3	-	2	2
<b>OCUPACION</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Oficinistas	1	2	-	1	2
<b>TODOS / CUALQUIERA</b>	<b>27</b>	<b>35</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>28</b>
<b>NS/NR</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>

Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas

# Motivos de la venta de paquetes más pequeños



Nota. Los porcentajes no suman 100% por tratarse de una pregunta que admite hasta 2 respuestas

# Capítulo 3.

## La venta sin estampillado

---

## Situación de la venta sin estampillado

		%				
		Cigarrillos	Cigarros	Cigarritos	Tabaco para cigarrillos	Tabaco para pipas
Venta a partir de la Convertibilidad	Se venden más sin estampillado	<b>27</b>	16	15	16	15
	Se venden menos sin estampillado	15	12	12	12	12
	Ns/ nc	58	72	73	72	73
Venta en los últimos 3 meses	Aumentó	<b>21</b>	14	14	14	14
	Se mantuvo igual	15	14	14	14	14
	Disminuyó	7	5	5	5	5
	Ns/ nc	57	67	67	67	67
Influencia del aumento de precios en la venta futura	Aumentará	<b>42</b>	<b>30</b>	<b>29</b>	<b>31</b>	<b>29</b>
	Se mantendrá igual	18	17	16	16	17
	Disminuirá	4	3	3	3	3
	Ns/ nc	36	50	52	50	51

# Percepción de la venta sin estampillado a partir de la salida de la convertibilidad.

		%					Vendedores de ....	
		Punto muestral			Categoría		Si	No
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores		
<b>Cigarrillos</b>	Se venden más sin estampillado	27	22	33	28	24		
	Se venden menos sin estampillado	15	16	13	12	21		
	Ns/ nc	58	62	54	60	55		
<b>Cigarros</b>	Se venden más sin estampillado	16	13	19	16	14	16	16
	Se venden menos sin estampillado	12	13	11	11	16	20	11
	Ns/ nc	72	74	70	73	70	64	73
<b>Cigarritos</b>	Se venden más sin estampillado	15	13	18	16	14	12	16
	Se venden menos sin estampillado	12	12	11	11	14	13	12
	Ns/ nc	73	75	71	73	72	75	72
<b>Tabaco para cigarrillos</b>	Se venden más sin estampillado	16	13	19	17	14	24	13
	Se venden menos sin estampillado	12	12	11	10	16	16	10
	Ns/ nc	72	75	70	73	70	60	77
<b>Tabaco para Pipas</b>	Se venden más sin estampillado	15	12	19	16	14	24	13
	Se venden menos sin estampillado	12	13	11	11	16	13	12
	Ns/ nc	73	75	70	73	70	63	75

## Porcentaje de venta sin estampillado

%

	Cigarrillos	Cigarros	Cigarritos	Tabaco para cigarrillos	Tabaco para pipas
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.62</b>	<b>0.51</b>	<b>0.49</b>	<b>0.50</b>	<b>0.46</b>

Hasta 15%	10	7	7	6	7
Entre el 16% y el 25%	3	2	2	3	2
Entre el 26% y el 50%	8	5	4	4	3
Entre el 51% y el 75%	2	1	1	1	1
76% y más	1	1	1	1	1
Ns/ nc	76	84	85	85	86

# Porcentaje de cigarrillos que se vende sin estampillado

%

	Punto muestral			Categoría	
	Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores
<b>Media</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>6</b>
<b>Desvío standart</b>	<b>0.62</b>	<b>0.63</b>	<b>1.07</b>	<b>0.75</b>	<b>1.11</b>
Hasta 15%	10	13	8	8	15
Entre el 16% y el 25%	3	3	3	3	2
Entre el 26% y el 50%	8	4	12	8	7
Entre el 51% y el 75%	2	1	2	2	2
76% y más	1	-	2	1	1
Ns/ nc	76	79	73	78	73

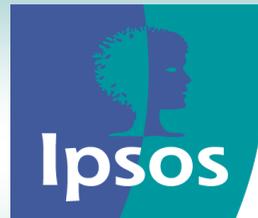
# Situación de la venta sin estampillado en los últimos tres meses

		Punto muestral			Categoría		Vendedores de .....	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores	Si	No
<b>Cigarrillos</b>	Aumentó	21	19	23	22	18		
	Se mantuvo igual	15	12	19	14	19		
	Disminuyó	7	8	5	6	10		
	Ns/ nc	57	61	53	58	53		
<b>Cigarros</b>	Aumentó	14	13	15	15	11	18	13
	Se mantuvo igual	14	10	18	13	16	17	13
	Disminuyó	5	6	4	4	8	8	5
	Ns/ nc	67	71	63	68	65	57	69
<b>Cigarritos</b>	Aumentó	14	13	14	15	10	14	13
	Se mantuvo igual	14	10	18	13	16	15	13
	Disminuyó	5	6	4	4	8	5	5
	Ns/ nc	67	71	64	68	66	66	69
<b>Tabaco para cigarrillos</b>	Aumentó	14	13	16	15	12	22	11
	Se mantuvo igual	14	10	17	12	17	20	11
	Disminuyó	5	6	4	4	8	6	5
	Ns/ nc	67	71	63	69	63	52	73
<b>Tabaco para Pipas</b>	Aumentó	14	12	15	14	12	23	11
	Se mantuvo igual	14	11	18	13	17	18	13
	Disminuyó	5	6	4	4	8	6	5
	Ns/ nc	67	71	63	69	63	53	71

# Situación de la venta sin estampillado en el futuro

		Punto muestral			Categoría		Vendedores de .....	
		Total	Ciudad de Buenos Aires	Conurbano bonaerense	Kioscos	Maxikioscos /Drusgtores	Si	No
<b>Cigarrillos</b>	Aumentará	42	33	51	42	42		
	Se mantendrá igual	18	21	15	18	18		
	Disminuirá	4	4	4	4	4		
	Ns/ nc	36	42	30	36	36		
<b>Cigarros</b>	Aumentará	30	25	36	31	27	36	29
	Se mantendrá igual	17	18	14	16	17	22	16
	Disminuirá	3	3	2	3	2	5	2
	Ns/ nc	50	54	48	50	54	37	53
<b>Cigarritos</b>	Aumentará	29	25	34	30	27	32	28
	Se mantendrá igual	16	18	14	16	17	19	16
	Disminuirá	3	3	2	3	2	3	2
	Ns/ nc	52	54	50	51	54	46	54
<b>Tabaco para cigarrillos</b>	Aumentará	31	25	36	31	28	37	28
	Se mantendrá igual	16	18	14	16	17	19	15
	Disminuirá	3	3	2	3	2	5	2
	Ns/ nc	50	54	48	50	53	39	55
<b>Tabaco para Pipas</b>	Aumentará	29	24	35	30	28	35	28
	Se mantendrá igual	17	18	15	16	17	19	16
	Disminuirá	3	3	2	3	2	6	2
	Ns/ nc	51	55	48	51	53	40	54

Dirección	Ipsos Mora y Araujo
Fecha de relevamiento	26 de agosto y el 19 de septiembre
Universo	<u>Muestra de kioscos</u> de la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.
Cantidad de casos	600 casos.



Ipsos - Mora y Araujo