

MERCADO MUNDIAL DEL TABACO: Una mirada

Resumen de la presentación realizada por Zora MILENKOVIC, Analista Jefe de Euromonitor Internacional en ocasión de la 24° Reunión Anual de la Asociación Internacional de Productores de Tabaco (ITGA siglas en inglés)

Resumen realizado por: Ing. Agr. Rafael CUESTA e Ing. Agr. Roberto SEGESSO

Temario

- ✓ Impacto de Legislaciones
- ✓ Tema Precios
- ✓ Tendencias de la Población Fumadora
- ✓ Desarrollo de nuevos productos
- ✓ Performance de otros productos de tabaco

IMPACTO DE LEGISLACIONES

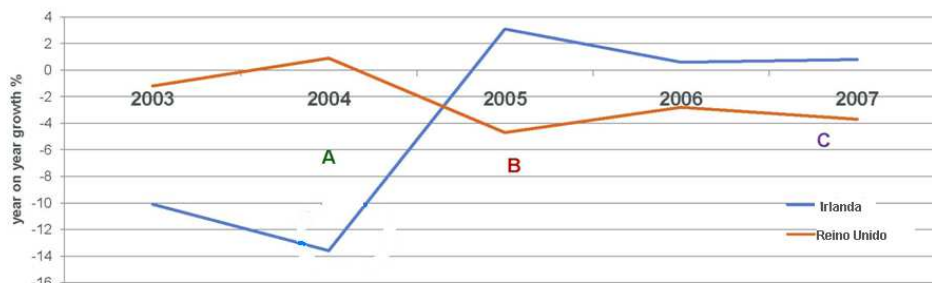
Las legislaciones tienden a evitar el consumo de tabaco. Están las restricciones productivas, aquellas que establecen advertencias de los paquetes, cantidad de capas de alquitrán, producción de cigarrillos a prueba de fuego, etc., y las restricciones operativas que son las que prohíben la publicidad y la promoción, prohibición en lugares públicos, aumento de impuestos, etc.

Para el futuro se prevé que las restricciones al consumo se refuercen: packaging plano, un pack por línea de producto, prohibición de fumar en forma privada.

En general cuando se aplican prohibiciones al fumar en bares y restaurantes, se reduce rápidamente el consumo hasta que se realizan cambios de hábitos, recuperándose luego el consumo, mientras que cambios en los precios hacen que la reducción se mantenga por más tiempo. En Irlanda, el volumen de venta de cigarrillos disminuyó entre 2003 y 2004 por las prohibiciones de fumar en lugares públicos, pero se recuperó en forma acelerada en cuanto los fumadores se acostumbraron a fumar en la calle. En el Reino Unido, las prohibiciones al consumo aceleraron la caída del mismo, manteniéndose en el tiempo dado los altos precios de los cigarrillos y al incremento de contrabando.

Impacto de Prohibiciones de Fumar- El ejemplo del Reino Unido y Irlanda

Volmenes de Cigarrillos en Gran Bretaña e Irlanda y los impactos de Prohibiciones de Fumar en Espacios Públicos 2003-2007



Fuente: Euromonitor Internacional

Australia, Canadá, Irlanda e Islandia son países con prohibiciones (avisos de no fumar, no exhibir cigarrillos, etc.) en los puntos de ventas. Los cigarrillos no se exhiben, sino que están contenidos en una especie de mueble archivo con cajones con las diferentes marquillas. Estas prohibiciones tienen pros y contras:

Dentro del primero tenemos: a) Reduce el consumo al desnormalizar la compra de cigarrillos, b) Previene a jóvenes y nuevos fumadores en el consumo de cigarrillos.

En cuanto a las contras: a) resulta caro para pequeños comercios, b) aumento del comercio ilícito y c) marcas líderes se consolidan, mientras que la competencia está limitada.

Como la innovación responde al entorno operativo

En un contexto de precios altos en los cigarrillos, se incrementa la elasticidad precio, que a su vez conlleva a una mayor oferta de productos baratos y a mayor presencia de un mercado ilegal.

Con un crecimiento de consumo de cigarrillos por parte del público femenino, conduce a marcas con el target pensando en mujeres sacando al mercado cigarrillos superslims, packs elegantes, etc.

Las presiones públicas de organismos de salud o de medio ambiente conducen a la fabricación de cigarrillos orgánicos y sin aditivos.

Las prohibiciones de fumar en espacios públicos, conducen a cigarrillos más ancho y cortos con mayor liberación de nicotina.

TEMA PRECIOS

Tendencia hacia las grandes marcas.

La tendencia hacia las grandes marcas en los últimos años ha sido la concentración. La participación en el mercado de las 25 marcas más importantes del mundo, aumentó de un 25% en el 2002 al 35% en el 2008. (estos datos excluyen a china).

Las principales compañías internacionales de cigarrillos siguen una estrategia de marcas muy similar, concentrando la innovación de productos en un pequeño número de marcas internacionales (conocidas como Marcas Mundiales Emblemáticas para la JTI, Marcas Mundiales líderes de BAT y simplemente Marcas Internacionales para PMI) que atraen a la mayor cantidad de consumidores posibles.

PMI: Marlboro y Parliament (precio premium), L&M y Chesterfield (precio medio)

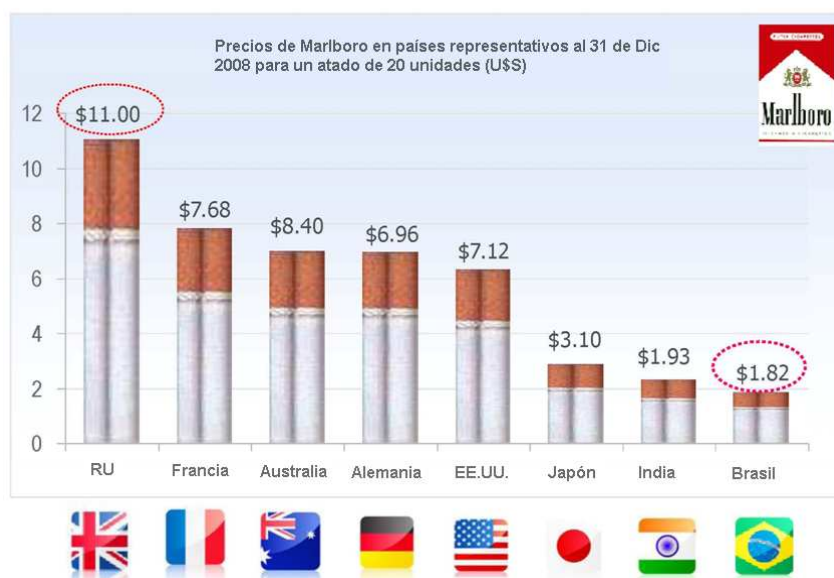
BAT: Kent y Dunhil (precio premium), Pall Mall y Lucky stricke (precio medio)

JTI: Camel (precio premium), Mid 7 y Winston (precio medio), LD (precio económico)

El precio promedio del paquete de cigarrillos de 20 unidades es diferente en cada región, en parte a los diferentes regímenes fiscales existentes entre ellas. En Estados Unidos el precio promedio de venta en el 2008 estuvo en el orden de U\$S 4,3/paquete de 20, en Europa Occidental U\$S 4,5 y Australasia U\$S 5,6/paquete. En éstos países el consumo está decreciendo, mientras que en América Latina (U\$S 2,2/paq.), Europa Oriental (U\$S 1,0/paq.), Asia Pacífico (U\$S 1,0/paq.) y Medio Oriente y África (U\$S 1,3/paq.) el consumo está aumentando.

También se observan discrepancias en los precios de un mismo producto para los diferentes países.

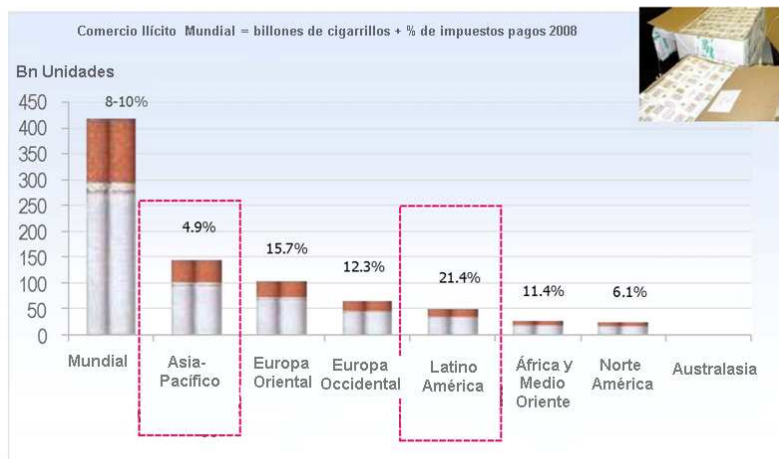
Discrepancias en la unidad de Precio Mundial....



Fuente: Euromonitor Internacional

En cuanto al comercio ilícito, este a nivel mundial alcanza entre los 400 a 600 billones de cigarrillos, esto es aproximadamente entre un 8 al 10% del comercio mundial.

El "Cuarto Mercado del Tabaco" - Comercio Ilícito Regional



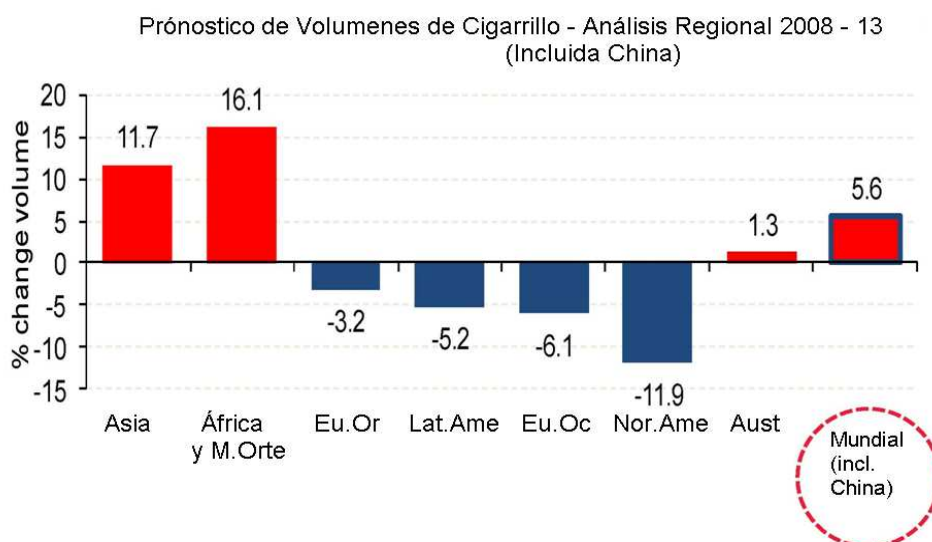
Fuente: Euromonitor Internacional

Pronostico de comportamiento del volumen del consumo de cigarrillos por regiones

En los próximos 5 años, y analizando las trabas legales y la recesión financiera que aún no afecto al consumo, se espera que el consumo aumente 5,6% (incluye China) a nivel mundial.

En Asia, África, Medio Oriente y Australia el consumo aumentará, mientras que se espera una disminución en Europa Oriental, Occidental, Latino América y Norte América.

Pronóstico de Crecimiento de Volumen de Cigarrillo por Región



Fuente: Euromonitor Internacional

En general, la población está aumentando a un ritmo del 7,9% entre 2003 y 2008, mientras que los fumadores lo hacen a un ritmo del 7%

En **Brasil**, la tendencia indica que la mayor presión fiscal y la prohibición de fumar en espacios públicos, deprimirá el volumen de ventas entre 2008 y 2013.

Habrà una fuerte competencia entre marcas económicas, y se espera que la industria se focalice en marcas con bajo y muy bajos niveles de alquitrán con aditivos de distintas características.

Se espera un incremento en el consumo conducido principalmente por consumidores de bajos ingresos y jóvenes de sexo femenino.

Durante 2009 ha disminuido el contrabando por la acción del estado Brasileiro, pero es muy probable que por los nuevos valores de mercado vuelva a incrementarse.

China en el 2008 ha aumentado su producción un 5,7% respecto de años anteriores y en el 2009 tiene la estimación de subir el consumo a 2,3 trillones de unidades. La relación consumo/valor está en constante crecimiento y se estima que siga así hasta el 2013. En el 2008 dicha relación es 7/27 y al 2013 se espera que sea 4/7. Existe la tendencia de un crecimiento del 20% de las marcas Premium y los precios se equilibraran entre económicos, medios y Premium. Las marcas chinas están invadiendo países de Europa como Checoslovaquia.

China es el “mercado de mercados” liderando el volumen del mercado mundial de cigarrillos, y por lo tanto, el mercado global de sub productos de tabaco en los últimos 5 años. De los 342 billones de cigarrillos que se sumaron al mercado mundial entre 2002 y 2007, 338 billones le pertenecen a China, aumentan su participación en el consumo mundial del 33% al 37%.



Fuente: Euromonitor Internacional

India tiene un comportamiento diferente al resto de los países, ya que el tabaco utilizado para cigarrillos solo representa el 14%.

El 40% del tabaco se utiliza para cigarrillos hecho a mano (Bidis)

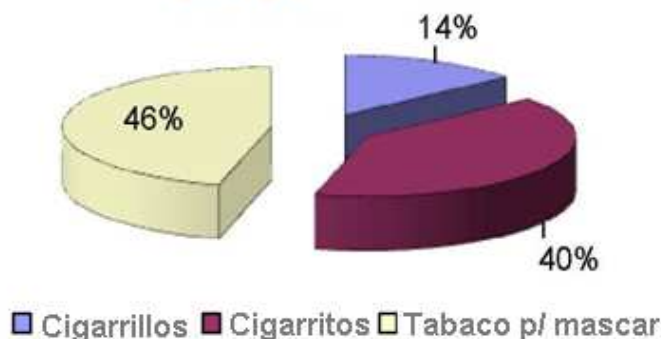
El resto, o sea el 46% del tabaco se usa para mascar ya que es más barato.

Más del 80% de las ventas de tabaco, son a granel en cigarrillos individuales, no en paquetes

El bidi contiene un 300% más de nicotina que el cigarrillo.

La tendencia indica que las mayores medidas de control de tabaco, llevarán a bajar los ingresos por bidis y otro tipo de tabacos no fumables, habrá mayor venta de marcas de cigarrillos económicas y habrá mayor presión fiscal.

Consumo de Tabaco en India por Tipo



Fuente: Euromonitor Internacional

En **Rusia** la proyección hasta el 2013, indica que el volumen de cigarrillos bajará y el control de tabaco será limitado aún luego de haber ratificado la FCTC en abril de 2008.

El aumento en el 2008 del poder adquisitivo de los consumidores, hará que aumente el consumo de marca Premium y de precio medio.

También hay una tendencia al aumento de productos "light" y superslim (super delgado) por parte del consumidor femenino y masculino.

En **USA** el volumen de cigarrillos caerá inexorablemente debido al aumento considerable en los precios en el 2009 y 2010 como consecuencia de una mayor carga fiscal federal y estatal.

El sector de tabaco no fumable, particularmente el snus, (tabaco que se coloca debajo del labio), se prevé que crezca, manteniendo la tendencia actual, pero con menor ritmo para los próximos años.

USA, es el mayor mercado de cigarros. Se espera que el mercado experimente un fuerte crecimiento de los precios de los cigarros debido a un aumento en la presión fiscal que reducirá las ventajas que los cigarros más chicos tenían con los cigarrillos.

Se están desarrollando nuevos productos superslim para el consumidor femenino.

Blends de Tabaco – Participación Global

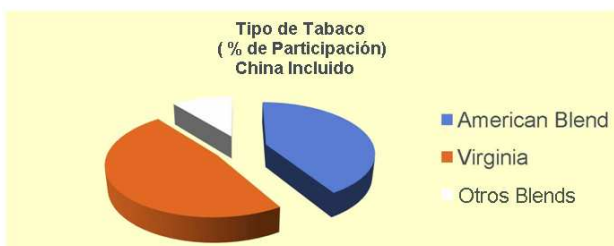
Existen tres tipos básicos de Blend

Blend americano: representa el 41%, está en todos los países

Blend Británico, es el 48% y está asociado al virginia, tiene presencia en 22 países, pero éstos consumen más.

Otros Blends, representan el 11%

Blends Tabaco - Participación Global



Fuente: Euromonitor Internacional

TENDENCIA DE LA POBLACIÓN FUMADORA

Como la Población y la Frecuencia de fumadores impulsa al mercado

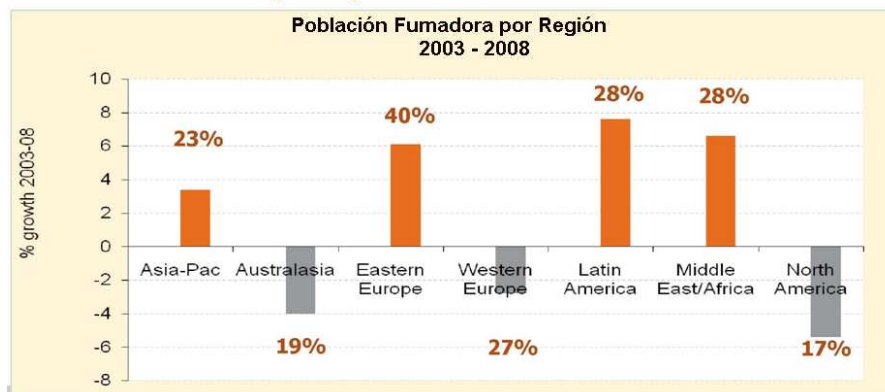
A pesar de la creciente influencia del control en el tabaco, aumento de precios, prohibiciones de fumar en espacios públicos, restricciones publicitarias, temores por la salud, el número de cigarrillos consumidos ha continuado aumentando, y la correlación entre aumento poblacional, número de fumadores y consumo de cigarrillos, es notable.

Entre el 2003 y 2008 la población mundial aumentó un 8%, el consumo de cigarrillos lo hizo en un 7,5% y los fumadores aumentaron un 7%.

Entre 2008 y 2013, se espera que la población mundial de fumadores crezca en un 1,6%, llegando a 1.640 millones de fumadores, esto es casi 26 millones de nuevos fumadores.

“Fumador en esencia”: este es un importante concepto en la industria del tabaco. Muchos mercados como el de Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Canadá, Alemania y otros, están disminuyendo sus volúmenes por una menor cantidad de gente que fuma cigarrillos. Si se proyecta la tasa de disminución hacia delante, hay un año determinado en que ya no habrá fumadores. Sin embargo se asume que seguirá el consumo de cigarrillos en unos 20 ó 30 años en esos países, porque habrá un punto donde aquellos menos dedicados/comprometidos/adictos a fumar dejaran a un conjunto firme de consumidores insensibles a precios, prohibiciones, advertencias de salud y cualquier otra cosa – “el fumador en esencia”.

Población fumadora por región

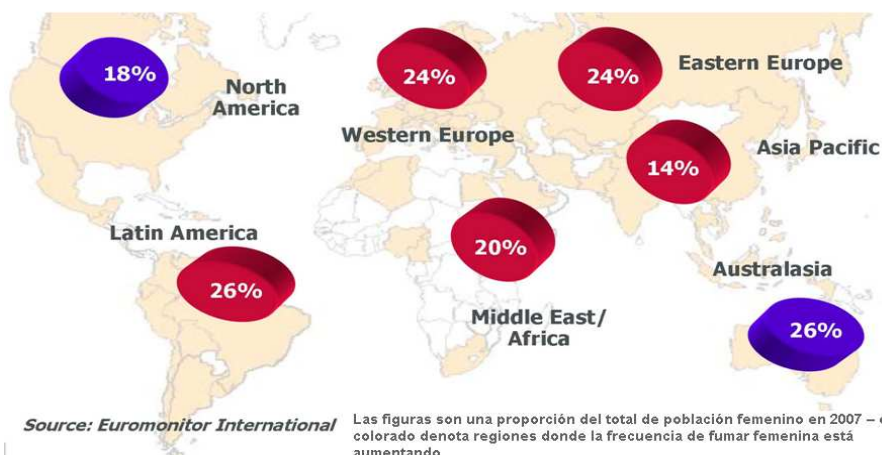


Fuente: Euromonitor Internacional

Población Femenina Fumadora por Región.

La frecuencia de fumadoras está aumentando en todas las regiones a excepción de Norte América y Australasia. En Australasia y Latino América, es mayor, pero en Asia Pacífico el crecimiento es acelerado debido a la emancipación de la mujer en muchos países.

Población Femenina Fumadora por Región...



La oferta de productos super delgados (superslim) para fumadoras está en aumento. En Macedonia la prevalencia de estos productos ya alcanza el 36% de su mercado y en Argentina el 27%. Muy por debajo se encuentra USA con el 14,7% y China con el 2,7% de su mercado. Estos productos son cajas muy pequeñas con 20 cigarrillos delgados. En Europa se están vendiendo paquetes de 5 cigarrillos.

DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Innovación en Packaging

La industria está volcando su esfuerzo para el desarrollo de innovaciones para el consumo. Una de estas innovaciones es el packaging. Se ha desarrollado el “pack cartera” para cigarrillos superslim, también llamado “pack perfume” o “lápiz labial”. Consiste en un pack fino rectangular con extremos cuadrados y contiene 20 cigarrillos superslim. Se lo llama de esta manera, porque se puede introducir fácilmente en una cartera y tiene el tamaño de un lápiz labial o perfume con atomizador. Este pack es adoptado por un número de marcas superslim incluyendo virginia slim y por Silk Cut en el Reino Unido.

En Filipinas la marca PMI´s Marlboro 5s se presenta en packs de 5 atados que se presentan en paquetes de papel de aluminio con 4 cigarrillos. El target es el fumador ocasional de cigarrillos.

Innovación del Tipo de Diseño en Paquetes de Cigarrillos

El packaging es el último bastión de “publicidad” de la industria del tabaco y la forma más inmediata de agregar valor en una marca y crear atractivo para el consumidor. En los últimos años, el desarrollo ha sido una de las principales cuestiones.

Una forma de agregar valor al producto es el desarrollo de filtros y saborizados. La mayoría de las actividades se centran alrededor del filtro, ya que es en este sector donde se manifiestan los aditivos incorporados con diferentes sabores o gustos.

Las nuevas tecnologías en filtros son por lo tanto, plataformas centrales para el agregado de valor de marca internacionales existentes, proceso al que se denomina “Premiluminisación”

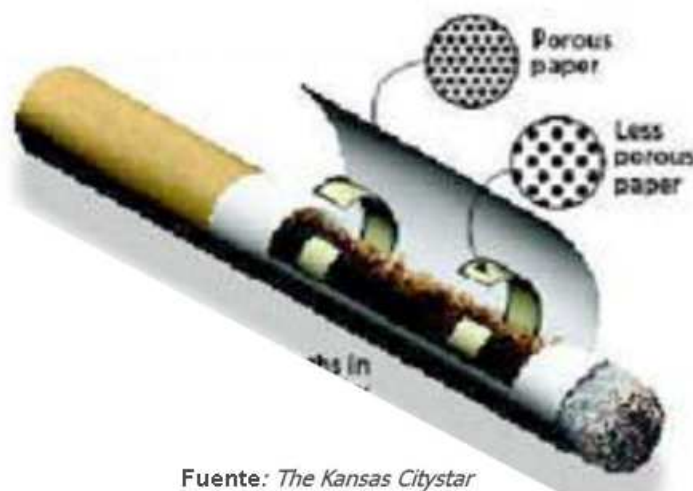
PERFORMANCE DE OTROS PRODUCTOS DE TABACO

Otras Legislaciones – Cigarrillos con “seguro de fuego”

También se los llama “cigarrillos reducidos” o con “Baja propensión al encendido”. Son utilizados en USA y hay planes de introducción en la UE (Unión Europea). Estos cigarrillos tienen un papel con menor porosidad que provee una menor combustión del cigarrillo. Si el mismo se mantiene sin atención, se apagará.

A principios de 2009 9 estados de USA tenían legislaciones de cigarrillos con seguro de fuego, para el 2010 se espera que 50 estados adopten la legislación, requiriendo cigarrillos con seguro de fuego.

La comisión europea probablemente prohíba los cigarrillos tradicionales (sin seguro de fuego) en el 2010. Por las evidencias recabadas en Europa, 2000 personas mueren allí a por incendios en sus viviendas a causa de cigarrillos, y otros 7500 resultan heridos. En USA estas cifras son de 700 y 900 personas respectivamente.

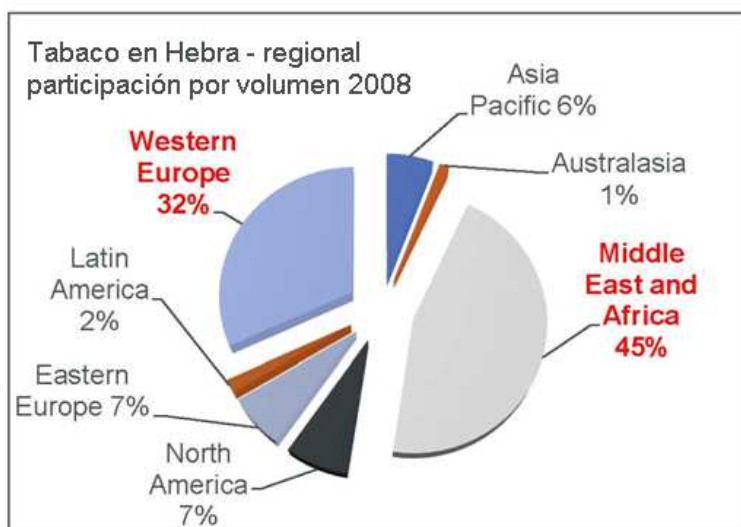


Tabaco Hebra en el Mundo

China es el país de mayor consumo de hebra y le sigue Alemania que consume más de 17% del total del valor de la hebra.

Regionalmente, hay dos regiones que se destacan por el consumo de hebra, Medio Oriente y África con el 45% y Europa Occidental con el 32%.

En Polonia, se viene posicionando el mercado de pipa al del cigarrillo desde el 2003



Fuente: Euromonitor Internacional

Mercado Mundial de Cigarros

USA es el país de mayor venta de cigarros, le sigue en orden de importancia Alemania y luego bastante más lejos se ubica Francia, España, Reino Unido, Bélgica y Nueva Zelanda.

Tabaco para Mascar en el Mundo

Tanto el tabaco sin humo como el de mascar está creciendo su consumo en el mundo.

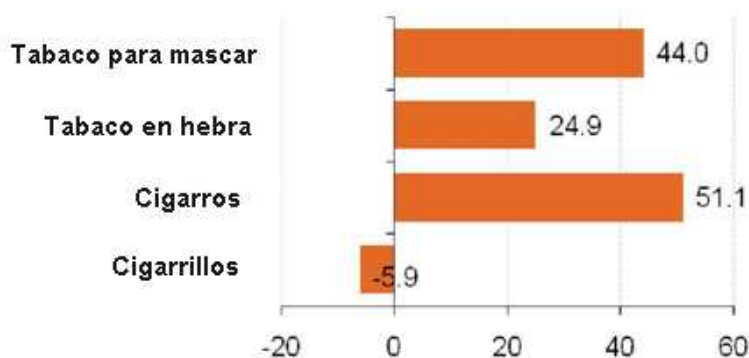
Europa Occidental: el snus tiene dos tipos de presentación, suelta o en paquetes que se está volviendo muy popular en USA. Aproximadamente el 20% de los hombre en Suecia consumen snus. El snus sueco se manufactura en un proceso de calor en contraste con la mayoría de los productos Americanos que son fermentados. El contenido de humedad en el snus varía de un 30% a 60%. Algunas marcas también son saborizadas.

Norte América: el snus se vende como hoja de tabaco o como bloques, y ambos se colocan entre la encía y el labio. Los consumidores los mastican por varias horas para tener una dosis permanente de nicotina.

Asia: mascar tabaco también puede decirse “betel”, “areca”, “masala” o “paan”, generalmente sin marca y disponibles en sachet. Es una pasta seca que incluye tabaco, nuez o productos en base a aromáticas y saborizantes. Muchos productos son utilizados para refrescar el aliento y masticados después de alguna comida.

Entre 2002 y 2007 la tendencia del consumo de tabaco se dio por el lado del tabaco para mascar (44%), cigarros (51%) y tabaco en hebra (25%). Los cigarrillos han disminuido casi un 6% en ese período.

Mercado de Tabaco - % Tendencias de Aumento en el Volumen por Sector 2002-2007

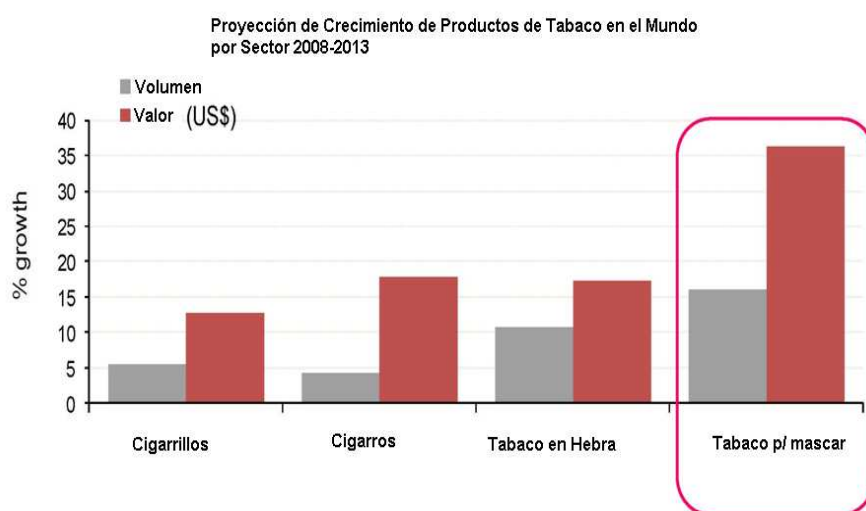


Fuente: Euromonitor Internacional

La proyección de crecimiento de las categorías de tabaco en el período 2008/2013 indica que el tabaco para mascar tendrá un crecimiento significativo en volumen (16%) y en valor (35%).

El tabaco en hebra crecerá un 10% en volumen y un 17% en valor. Los cigarrillos y cigarrillos crecerán casi un 5% en volumen y 17% y 13% en valor respectivamente.

Proyección de Crecimiento del Tabaco para mascar versus otra categoría de tabaco



Fuente: Euromonitor Internacional