



Incidencia de Cigarrillos Ilegales en Colombia

2017



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

Precios

Otros indicadores

Demográficos

Próximos pasos

	<p>Universo Hombres y mujeres mayores de 18 años, de las cinco zonas del país, pertenecientes a todos los niveles socioeconómicos, habitantes de zonas urbanas y rurales que en la actualidad sean fumadores.</p>															
	<p>Objetivo Continuar con la medición periódica de la incidencia de contrabando de cigarrillos en Colombia, con el fin de establecer su tendencia y compartir la información con la opinión pública y autoridades encargadas, para así estimular el fortalecimiento de las políticas públicas que combaten este flagelo.</p>															
	<p>Tipo de encuesta Personal a través de dispositivos móviles.</p>															
	<p>Duración de la encuesta La encuesta tuvo una duración promedio de 18 minutos.</p>															
	<p>Marco Muestral Se usaron las siguientes fuentes de información:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nº Etapa</th> <th>Unidad de muestreo</th> <th>Marco Muestral</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>I</td> <td>Municipios</td> <td>Listado de municipios división político-administrativa proyecciones DANE 2016.</td> </tr> <tr> <td>II</td> <td>Conglomerados</td> <td>Listado de Manzanas zonas urbanas propios de INVAMER, y zona rural listado de corregimientos, caseríos y centros poblados del DANE.</td> </tr> <tr> <td>III</td> <td>Hogar</td> <td>Trabajo de campo levanta marco muestral para los conglomerados seleccionados.</td> </tr> <tr> <td>IV</td> <td>Persona</td> <td>Trabajo de campo levanta marco muestral para los hogares seleccionados.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Este marco muestral cubre el 100% del grupo objetivo.</p>	Nº Etapa	Unidad de muestreo	Marco Muestral	I	Municipios	Listado de municipios división político-administrativa proyecciones DANE 2016.	II	Conglomerados	Listado de Manzanas zonas urbanas propios de INVAMER, y zona rural listado de corregimientos, caseríos y centros poblados del DANE.	III	Hogar	Trabajo de campo levanta marco muestral para los conglomerados seleccionados.	IV	Persona	Trabajo de campo levanta marco muestral para los hogares seleccionados.
Nº Etapa	Unidad de muestreo	Marco Muestral														
I	Municipios	Listado de municipios división político-administrativa proyecciones DANE 2016.														
II	Conglomerados	Listado de Manzanas zonas urbanas propios de INVAMER, y zona rural listado de corregimientos, caseríos y centros poblados del DANE.														
III	Hogar	Trabajo de campo levanta marco muestral para los conglomerados seleccionados.														
IV	Persona	Trabajo de campo levanta marco muestral para los hogares seleccionados.														

	<p>Margen de error Los resultados tienen un $\pm 2,4\%$ de margen de error con un 95% de confianza para la columna total.</p> <p>Tasa de respuesta 26,79%. La tasa de respuesta es el número de encuestas completas sobre el número de casos elegibles en la muestra.</p>
	<p>Método de Muestreo Diseño probabilístico Multietápico, estratificado por regiones y subestratificado por zonas (Cabecera y resto). En la primera etapa, selección de municipios. Segunda etapa selección de conglomerados de viviendas y en las demás etapas, selección al azar hasta conseguir la persona a encuestar.</p>
	<p>Número de encuestadores En el estudio participaron 66 encuestadores.</p>
	<p>Método de supervisión Se supervisó el 10% de las encuestas.</p>
	<p>Trabajo de campo La recolección de la información fue llevada a cabo entre el 3 de noviembre y el 1 de diciembre de 2017.</p>
	<p>Incentivos Se entregó a cada encuestado el valor de \$5,000 pesos por cajetilla.</p>
<p>Cuestionario </p>	

El estudio se realizó en cumplimiento a la norma ISO 20252 versión 2012 Investigación de mercados social y de Opinión.

La tendencia 2011 y 2013 por departamento no se puede visualizar porque la base es representativa a partir de la medición de 2015.





Objetivo Específicos

- Determinar el porcentaje de cigarrillos de contrabando/ilícito, recolectado en campo a personas mayores de edad y que declaran ser fumadores (es decir, que hayan fumado un cigarrillo o más a la semana).
- Establecer la distribución por marca de los cigarrillos de contrabando.
- Evaluar cuáles son las regiones y los estratos con la incidencia más alta de cigarrillos de contrabando.
- Determinar los canales de distribución más predispuestos para el contrabando de cigarrillos.
- Analizar el perfil del consumidor que presenta más incidencia de consumo de cigarrillo de contrabando; en cuanto a nivel socioeconómico, edad, nivel educativo, frecuencia y lugar de compra de cigarrillos, dinero destinado a la compra de cigarrillos, entre otros.
- Identificar el monto total de dinero que se deja de percibir por el contrabando de cigarrillos, en caso de que se tengan cifras de recaudo disponibles.
- Indagar por el conocimiento y opinión de la inversión del recaudo de impuestos en educación, recreación y deporte.

La tendencia 2011 y 2013 por departamento no se puede visualizar porque la base es representativa por departamento a partir de la medición de 2015.



Tamaño y distribución de la muestra

Se realizaron un total de 1.648 encuestas distribuidas así:

Zonas	
Zona 1	576
Zona 2	408
Zona 3	240
Zona 4	112
Zona 5	312
Total	1.648

Grupo Edad	
18 a 24 años	342
25 a 34 años	390
35 a 44 años	254
45 a 54 años	305
55 a 64 años	357
Total	1.648

Tipo población	
Urbana	1232
Rural	416
Total	1.648

Género	
Masculino	1210
Femenino	438
Total	1.648

Estrato	
Estrato 1-2	1278
Estrato 3	252
Estrato 4-5-6	118
Total	1.648

Este tamaño muestral esta de acuerdo a lo contenido en la propuesta.



Ficha Técnica

Zona 1
Atlántico
Cesar
La Guajira
Magdalena
Norte de Santander
Santander

Zona 2
Antioquia
Bolívar
Córdoba
Chocó
Sucre

Zona 3
Bogotá
Boyacá
Cundinamarca
Huila
Meta
Tolima

Zona 4
Caquetá
Casanare
Putumayo

Zona 5
Caldas
Cauca
Nariño
Quindío
Risaralda
Valle del Cauca

Los departamentos en negrilla, son los departamentos en los que se definió tener muestra representativa para análisis independiente. Los demás departamentos hacen parte de la muestra de la zona y no tienen resultados independientes.



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

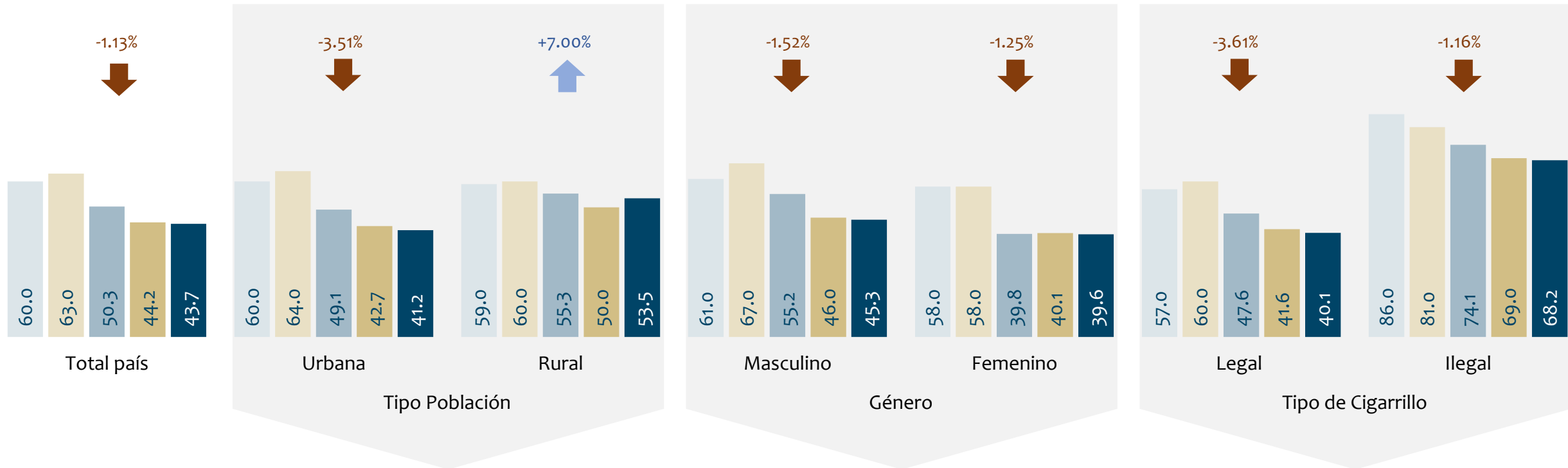
Precios

Otros indicadores

Demográficos

Próximos pasos

Variación
2016 vs. 2017



Se evidencia una caída del consumo promedio de cigarrillos a la semana por fumador, focalizada en las áreas urbanas más no en las rurales. En el grupo de jóvenes es donde se mantiene mayor estabilidad aunque es el grupo que menos consumo semanal presenta. **Con respecto a los ilegales, se presenta menor caída que en legales.**

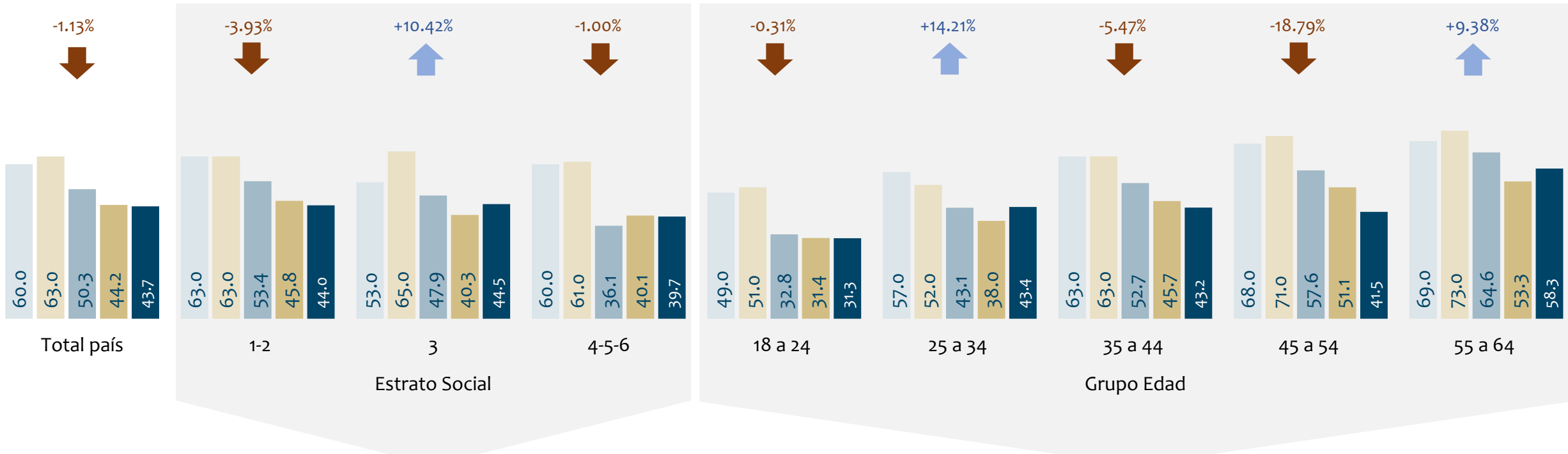
■ 2011 ■ 2013 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

¿Cuántos cigarrillos ha fumado usted en los últimos 7 días?



Consumo de cigarrillos –Cantidad Promedio-

Variación
2016 vs. 2017



Se evidencia una caída del consumo promedio de cigarrillos a la semana por fumador, focalizada en las áreas urbanas más no en las rurales. En el grupo de jóvenes es donde se mantiene mayor estabilidad aunque es el grupo que menos consumo semanal presenta. **Con respecto a los ilegales, se presenta menor caída que en legales.**

■ 2011 ■ 2013 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

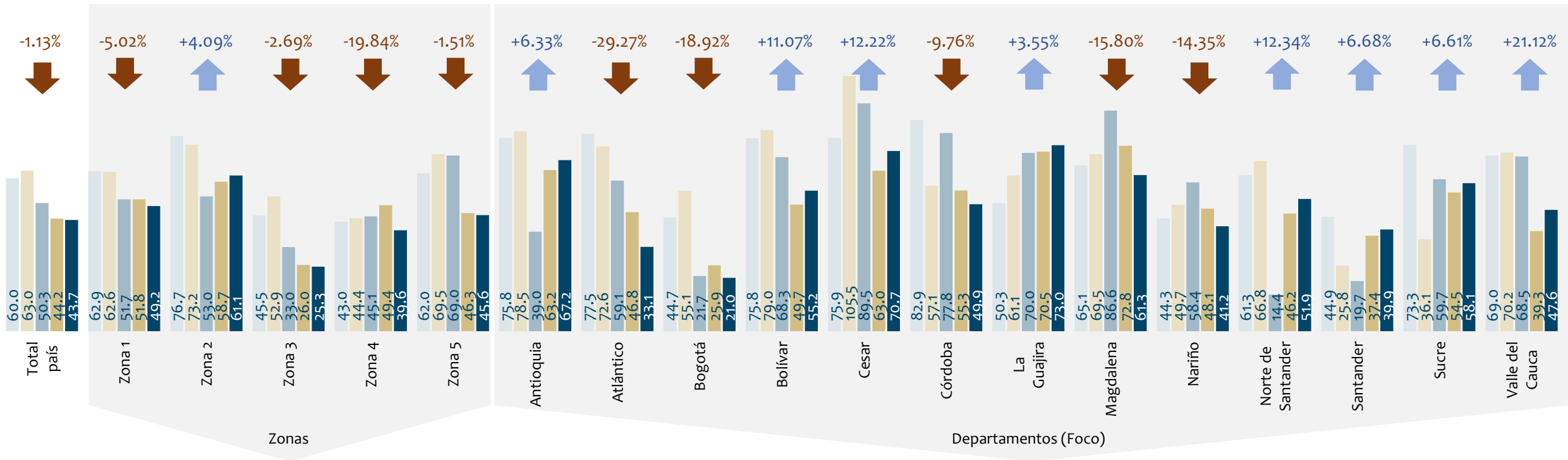
¿Cuántos cigarrillos ha fumado usted en los últimos 7 días?

Base: Total Encuestados (1.648)



Consumo de cigarrillos –Cantidad Promedio–

Variación
2016 vs. 2017



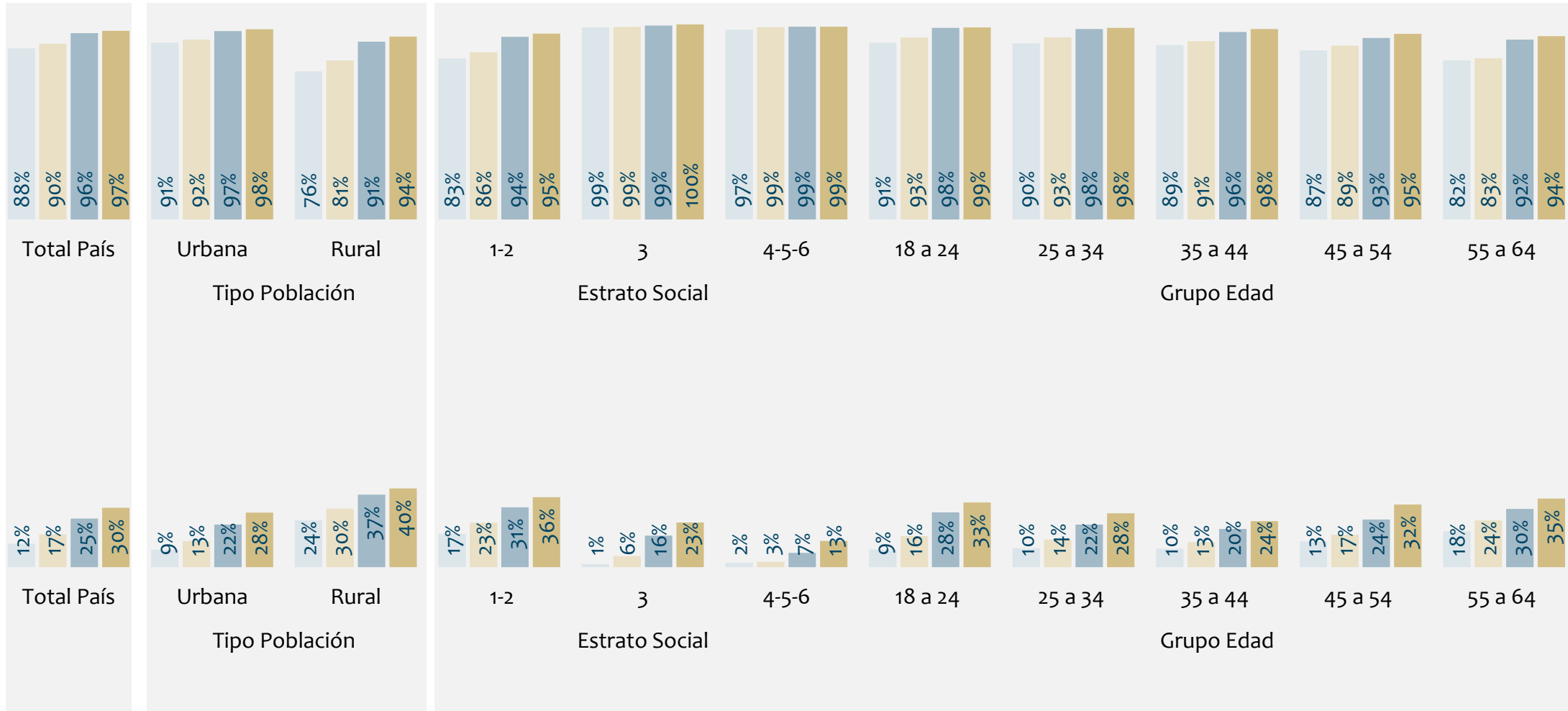
■ 2011 ■ 2013 ■ 2015 ■ 2016 ■ 2017

¿Cuántos cigarrillos ha fumado usted en los últimos 7 días?

Base: Total Encuestados (1.648)



Frecuencia de Consumo Legal vs. Ilegal



Frecuentemente
Últimos 7 días
Último Mes
Últimos 3 Meses

P9. ¿Y cuál de estas marcas, es la que usted consume más frecuentemente?
P8. ¿Y cuáles de ellas ha comprado en los últimos 7 días para su consumo personal ____?
P7. Consumió usted la marca ____ en el último mes?
P6. Consumió usted la marca ____ en los últimos 3 meses?

*Los resultados se muestran como un conteo de marcas por lo tanto no suman 100%

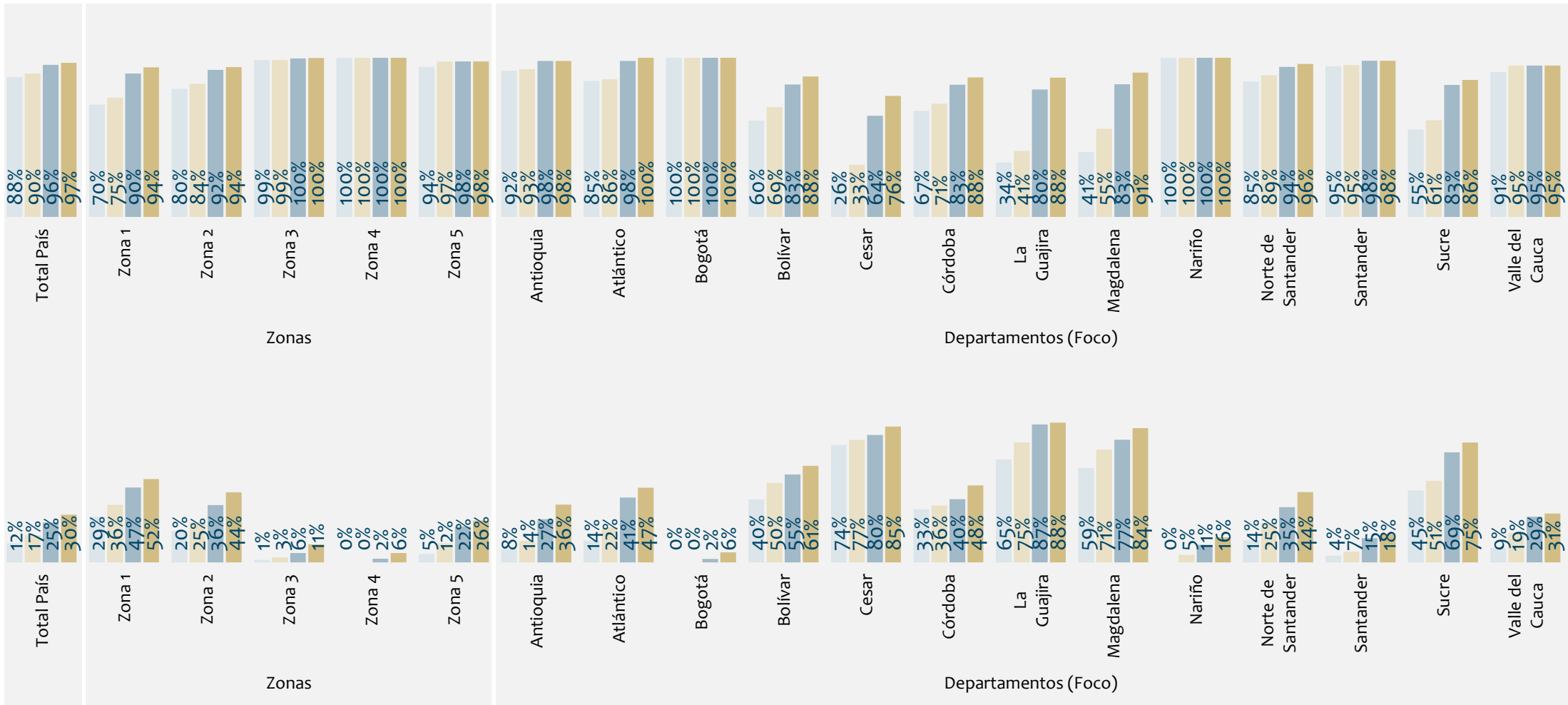
Base: Total Encuestados (1.648)



Frecuencia de Consumo Legal vs. Ilegal



-Legal-



-Ilegal-

Frecuentemente
Últimos 7 días
Último Mes
Últimos 3 Meses

P9. ¿Y cuál de estas marcas, es la que usted consume más frecuentemente?
P8. ¿Y cuáles de ellas ha comprado en los últimos 7 días para su consumo personal ____?
P7. Consumió usted la marca ____ en el último mes?
P6. Consumió usted la marca ____ en los últimos 3 meses?

*Los resultados se muestran como un conteo de marcas por lo tanto no suman 100%

Base: Total Encuestados (1.648)



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

Precios

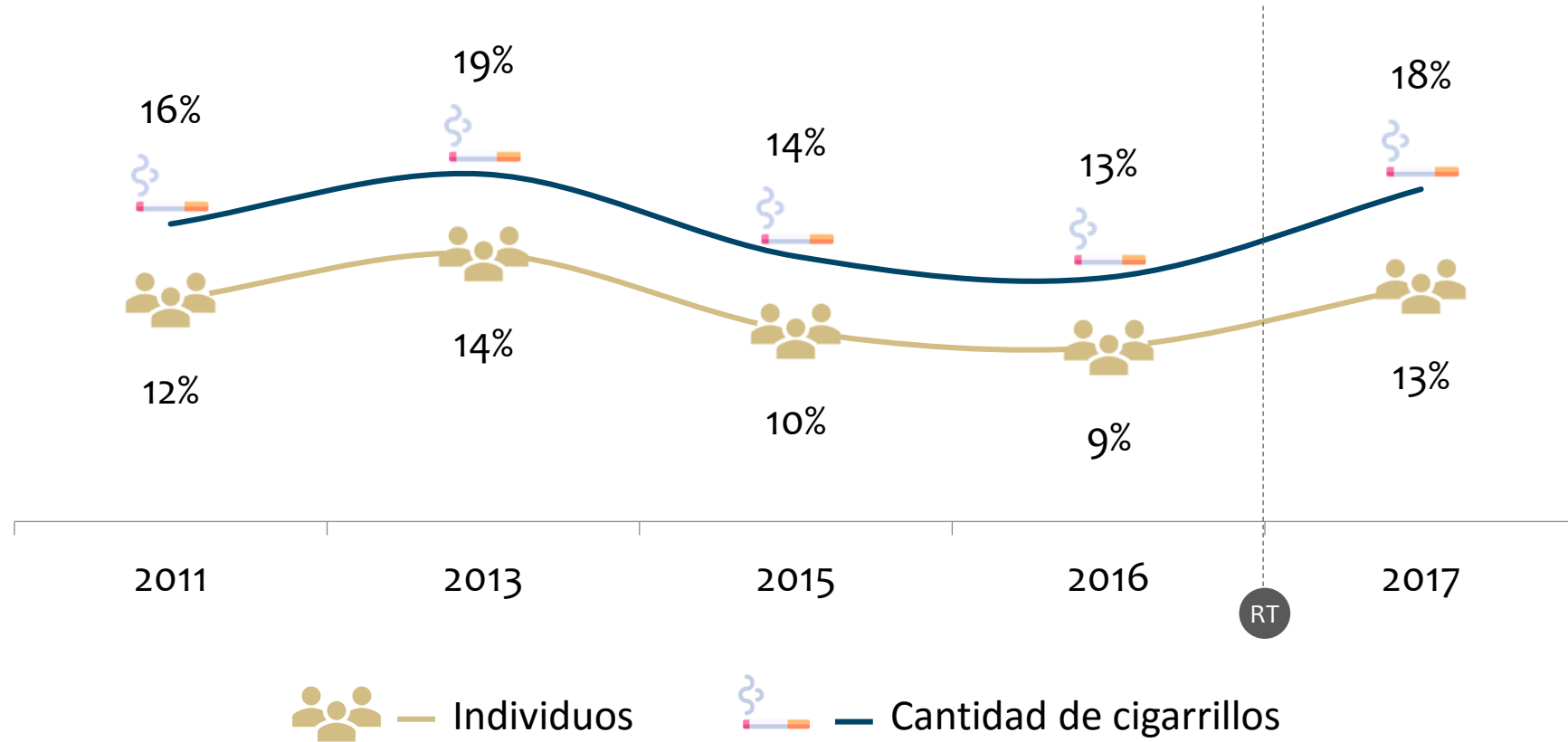
Otros indicadores

Demográficos

Próximos pasos

Evolución del porcentaje de cigarrillos ilegales

El contrabando crece 5 puntos porcentuales con respecto a la medición del año anterior. Después del año 2013, el 2017 es el año con mayor porcentaje de ilegalidad desde que se realiza el estudio.



*Reforma Tributaria.

*Los resultados de individuos se refieren a número de personas.



Participación de mercado de cigarrillos según el País de origen

Individuos y Cantidad de Cigarrillos



Cantidad de Cigarrillos 18%

	2017	vs. 2016
Uruguay	3.8%	↓
Hong Kong	3.7%	↑
Paraguay	2.8%	↑
Indonesia	2.3%	↑
China	2.0%	↓
UAE Emiratos Arabes	1.1%	
The Philippines	0.9%	
India	0.5%	
Cambodia	0.4%	↑
Vietnam	0.2%	↓
Venezuela	0.2%	
Nicaragua	0.1%	

Base: Total Encuestados

Base: Número total de cigarrillos de las cajetillas que utiliza actualmente (Cajetilla Encontrada)



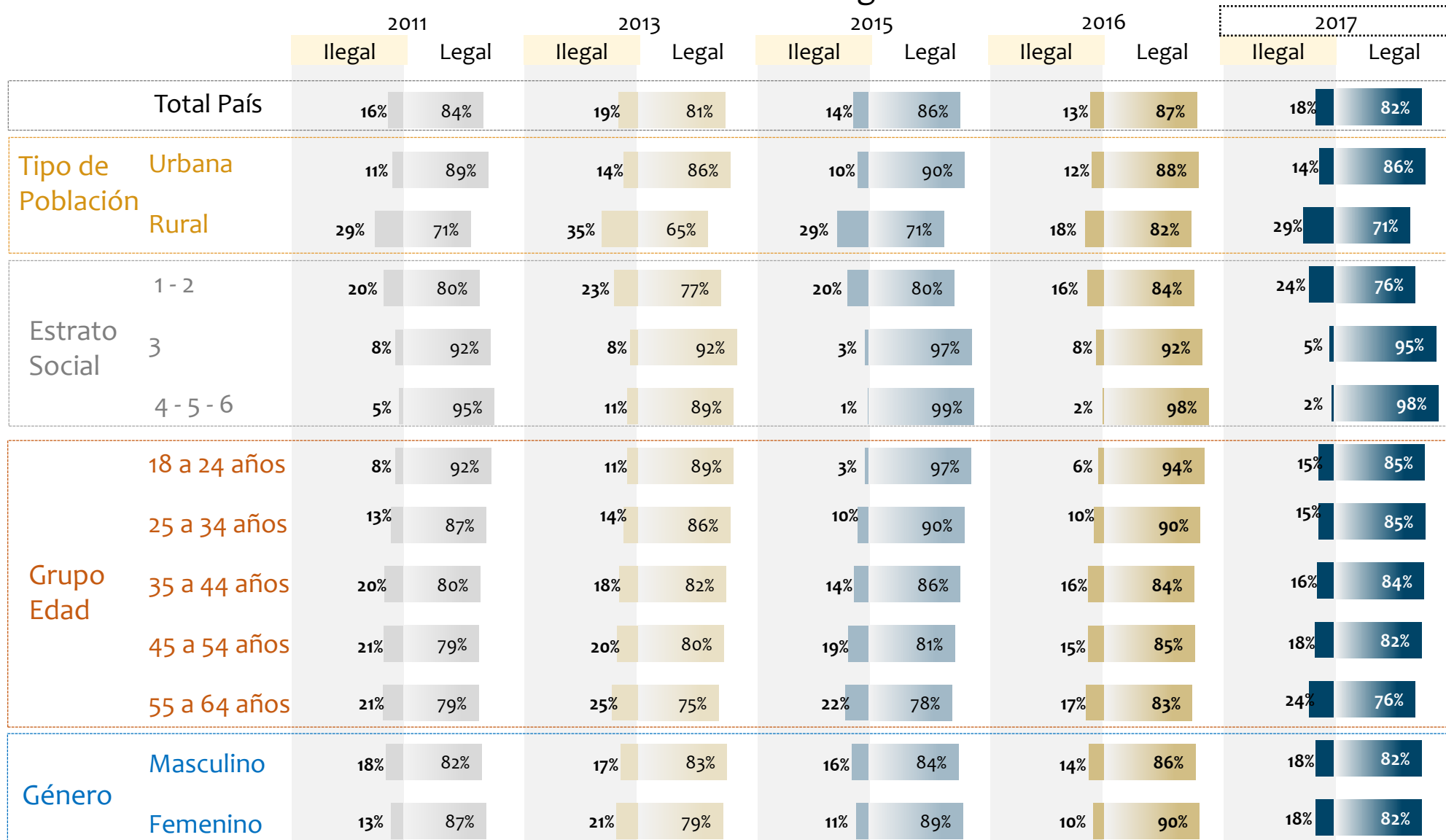
Individuos

		2011		2013		2015		2016		2017	
		Ilegal	Legal	Ilegal	Legal	Ilegal	Legal	Ilegal	Legal	Ilegal	Legal
Total País		12%	88%	14%	86%	10%	90%	9%	91%	13%	87%
Tipo de Población	Urbana	8%	92%	10%	90%	7%	93%	8%	92%	10%	90%
	Rural	26%	74%	31%	69%	24%	76%	15%	85%	24%	76%
Estrato Social	1 - 2	16%	84%	18%	82%	14%	86%	12%	88%	18%	82%
	3	5%	95%	6%	94%	2%	98%	5%	95%	3%	97%
	4 - 5 - 6	3%	97%	8%	92%	1%	99%	1%	99%	1%	99%
Grupo Edad	18 a 24 años	5%	95%	8%	92%	2%	98%	4%	96%	10%	90%
	25 a 34 años	9%	91%	10%	90%	7%	93%	7%	93%	10%	90%
	35 a 44 años	15%	85%	14%	86%	10%	90%	11%	89%	11%	89%
	45 a 54 años	16%	84%	16%	84%	14%	86%	11%	89%	13%	87%
	55 a 64 años	17%	83%	21%	79%	18%	82%	14%	86%	19%	81%
Género	Masculino	13%	87%	12%	88%	11%	89%	10%	90%	13%	87%
	Femenino	10%	90%	17%	83%	8%	92%	8%	92%	12%	88%

*Los resultados de individuos se refieren a número de personas.



Cantidad de cigarrillos



*Los resultados de individuos se refieren a número de personas.



Participación de mercado de cigarrillos ilegales por zona

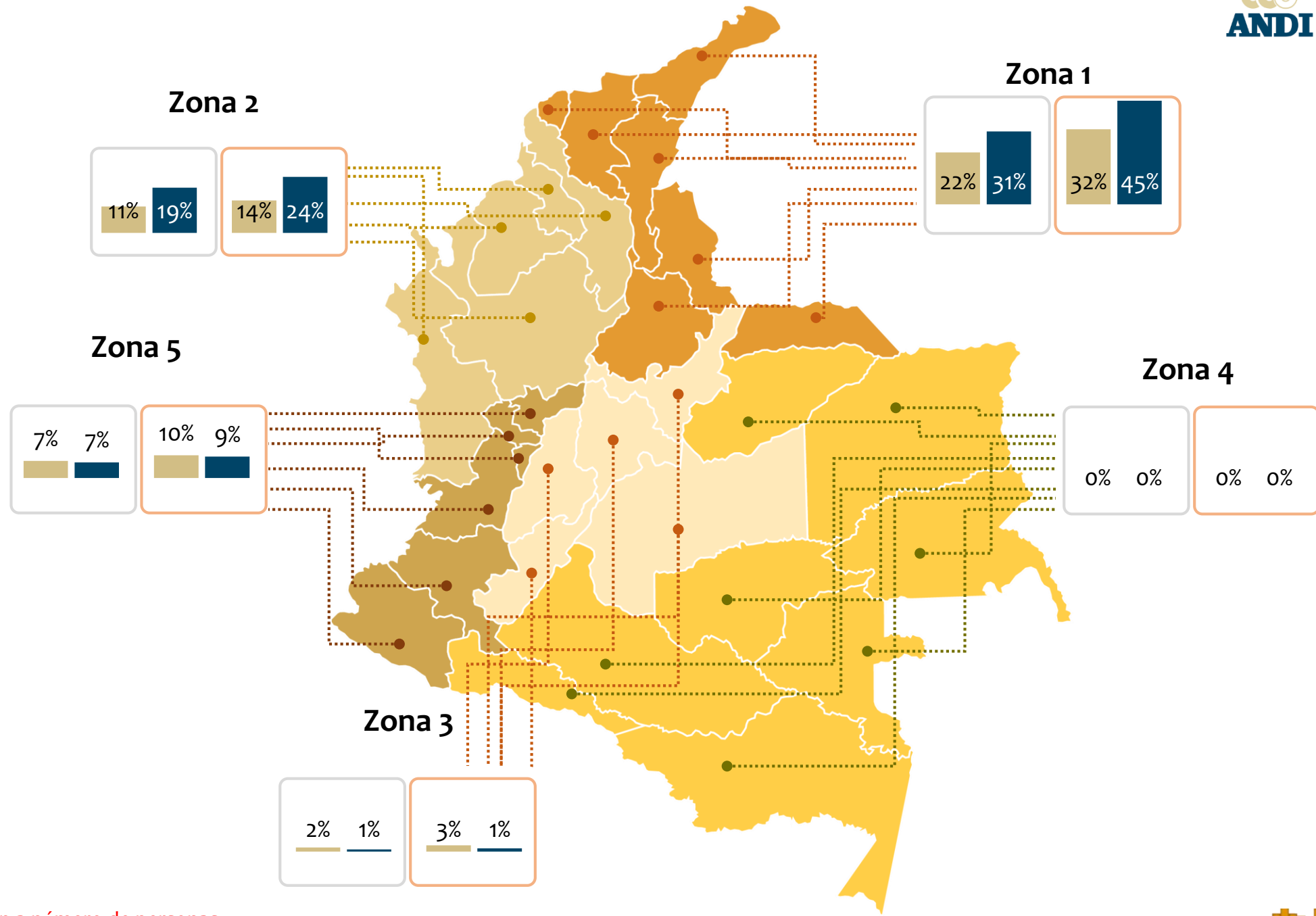
Participaciones

Individuos

Cantidad Cigarrillos

■ 2016 ■ 2017

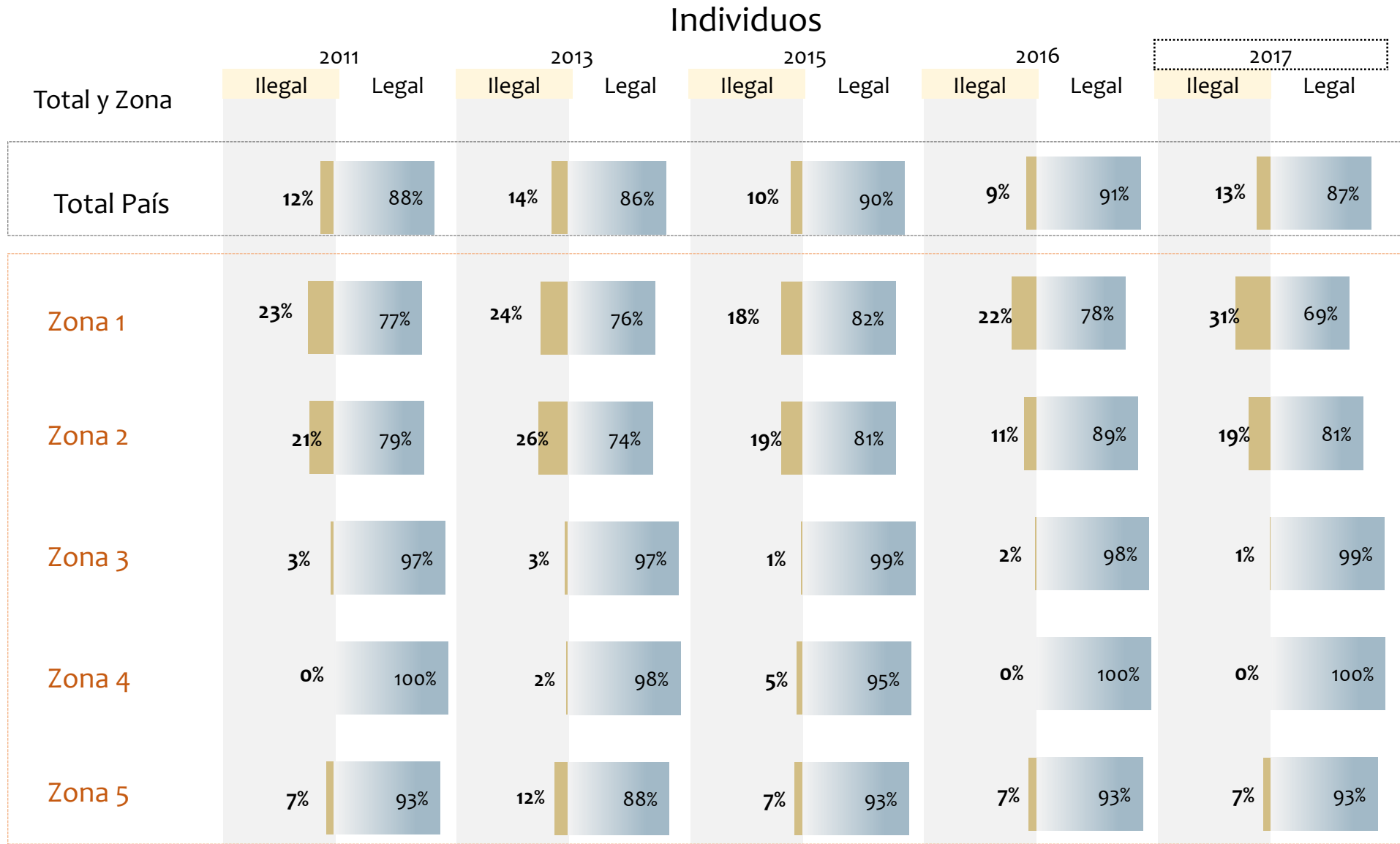
- Zona 1
- Zona 2
- Zona 3
- Zona 4
- Zona 5



*Los resultados de individuos se refieren a número de personas.



Participación de mercado de cigarrillos legales vs. ilegales



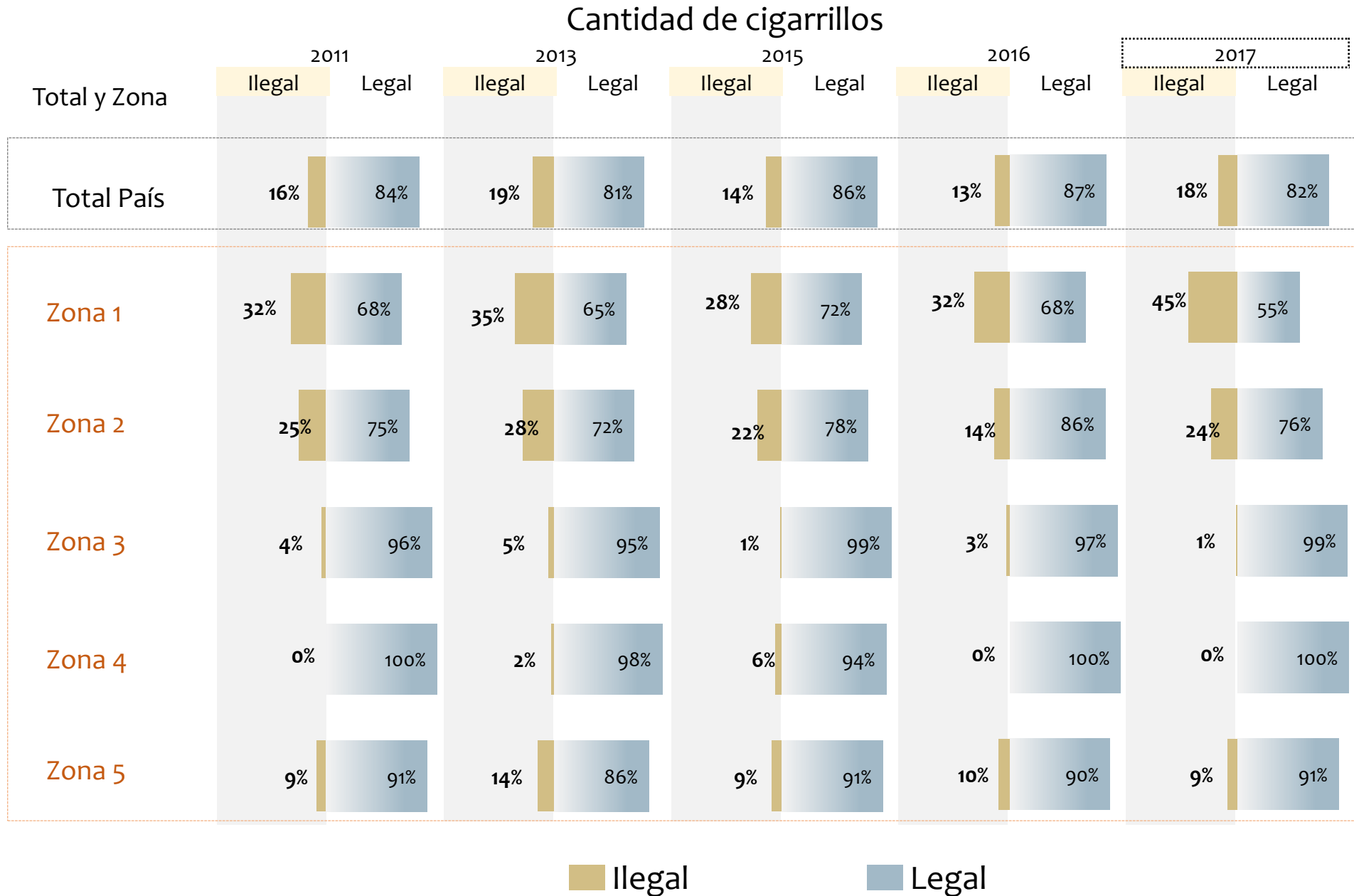
■ Ilegal

■ Legal

*Los resultados de individuos se refieren a número de personas.



Participación de mercado de cigarrillos legales vs. ilegales



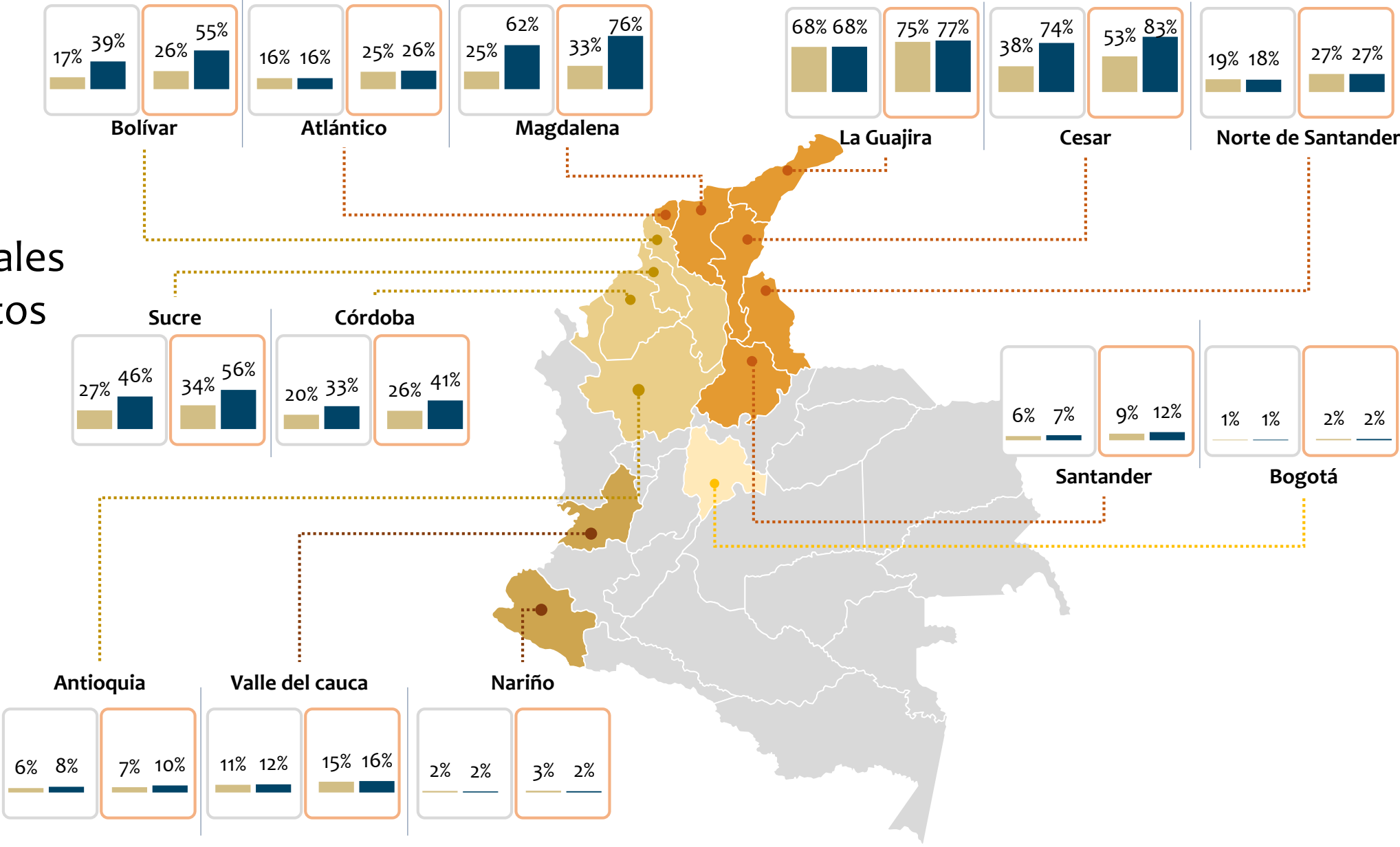
Participación de mercado de cigarrillos ilegales por Departamentos Foco

Participaciones

- Individuos
- Cantidad Cigarrillos

2016 2017

- Zona 1
- Zona 2
- Zona 3
- Zona 4
- Zona 5



*Los resultados de individuos se refieren a número de personas.

Presentación o unidad de empaque legales vs. ilegales

	2011	2013	2015	2016	2017
Total					
Cajetilla de 10	62%	61%	66%	64%	68%
Cajetilla 20	36%	36%	33%	34%	28%
Otros	2%	3%	2%	2%	5%
Base	1042	1003	1465	1414	1285



VS.



	2011	2013	2015	2016	2017
Total					
Cajetilla de 10	19%	11%	7%	14%	17%
Cajetilla 20	80%	88%	89%	84%	79%
Otros	2%	1%	4%	2%	4%
Base	97	111	154	234	363
Rumba					
Cajetilla de 10	18%	14%	10%	17%	10%
Cajetilla 20	78%	86%	89%	83%	89%
Otros	4%	-	1%	-	1%
Base	39	74	130	133	113
Brass					
Cajetilla de 10	-	-	-	14%	5%
Cajetilla 20	-	100%	100%	72%	95%
Otros	-	-	-	14%	-
Base	-	1	29	24	77
Win					
Cajetilla de 10	-	8%	-	-	3%
Cajetilla 20	100%	84%	73%	96%	74%
Otros	-	8%	27%	4%	23%
Base	7	14	11	8	12
Ibiza					
Cajetilla de 10	10%	6%	-	-	10%
Cajetilla 20	90%	88%	100%	100%	90%
Otros	-	6%	-	-	-
Base	10	11	7	3	38

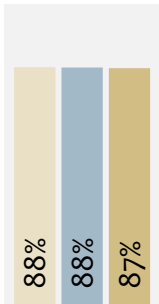
El consumo de cigarrillos ilegales en su mayoría se encuentra en presentación de 20 cigarrillos.



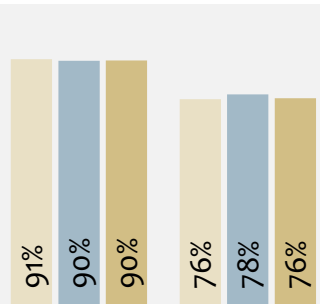
Más frecuente / Próxima compra



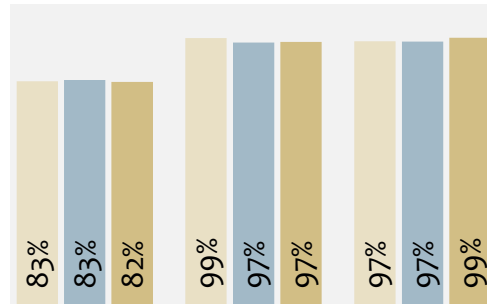
-Legal-



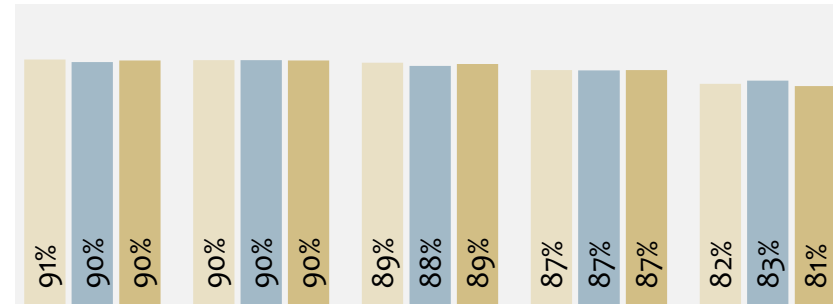
Total País



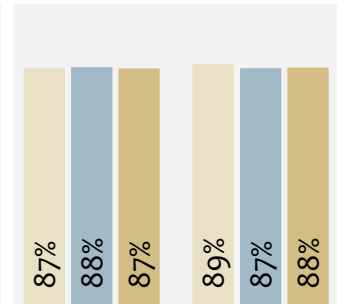
Tipo Población



Estrato Social



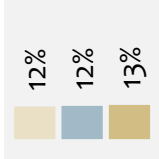
Grupo Edad



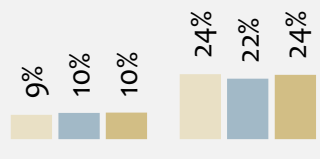
Género



-Illegal-



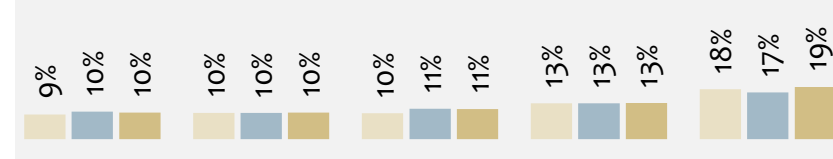
Total País



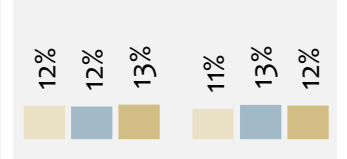
Tipo Población



Estrato Social



Grupo Edad



Género

- Marca Frecuente
- Marca Próxima Compra
- Participación

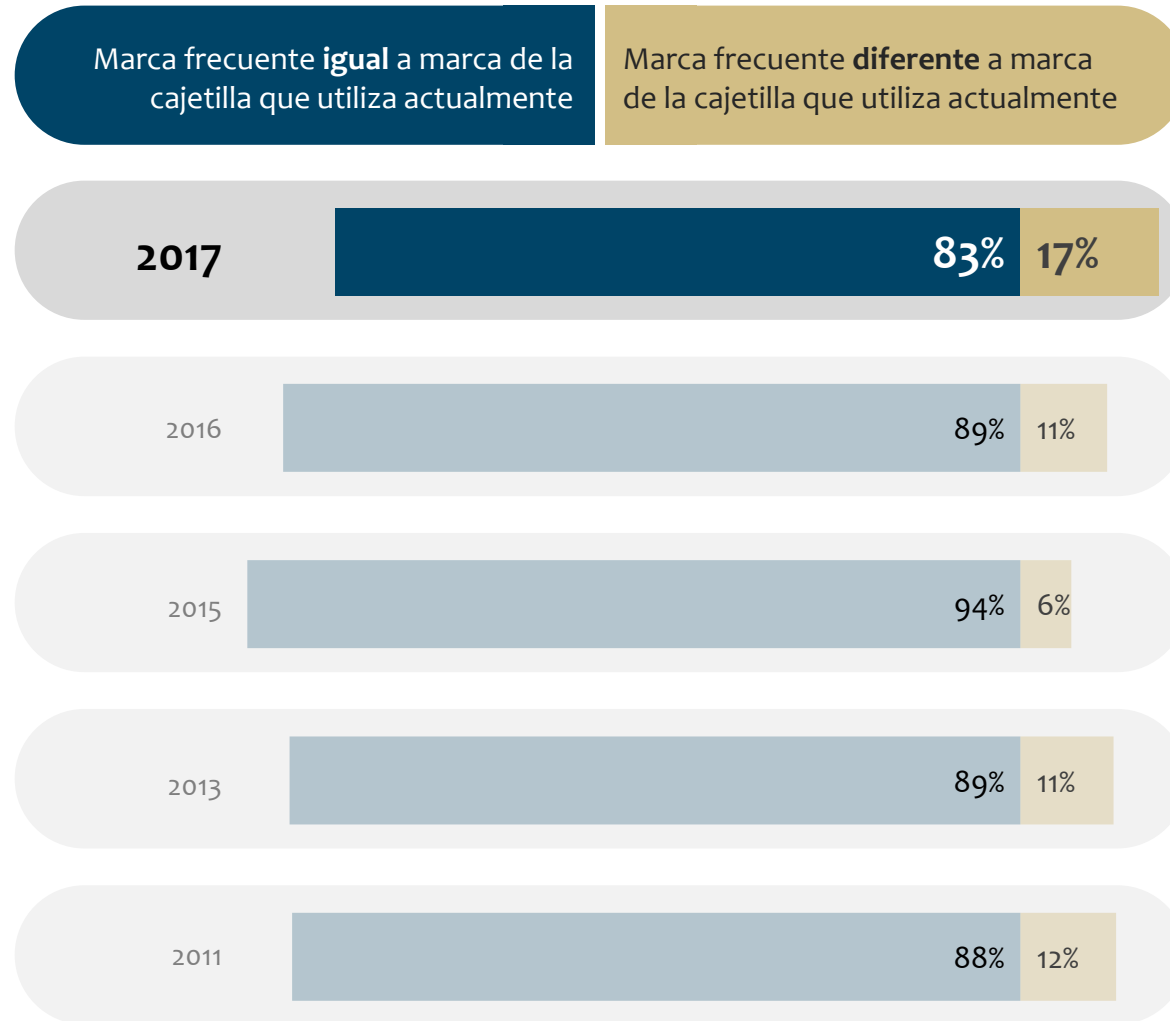
P9. ¿Y cuál de estas marcas, es la que usted consume más frecuentemente?

P10. ¿Cuál de estas marcas compraría usted la próxima vez?

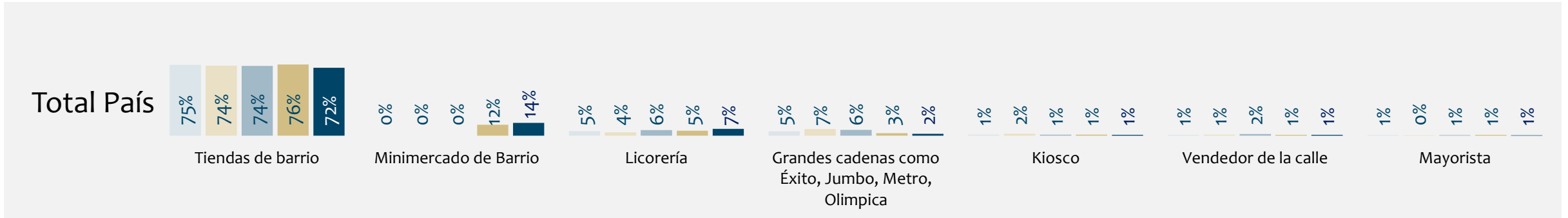
Base: Total Encuestados (1.648)



Marca Frecuente vs. Marca de cajetilla recolectada



Lugar dónde compró la cajetilla recolectada



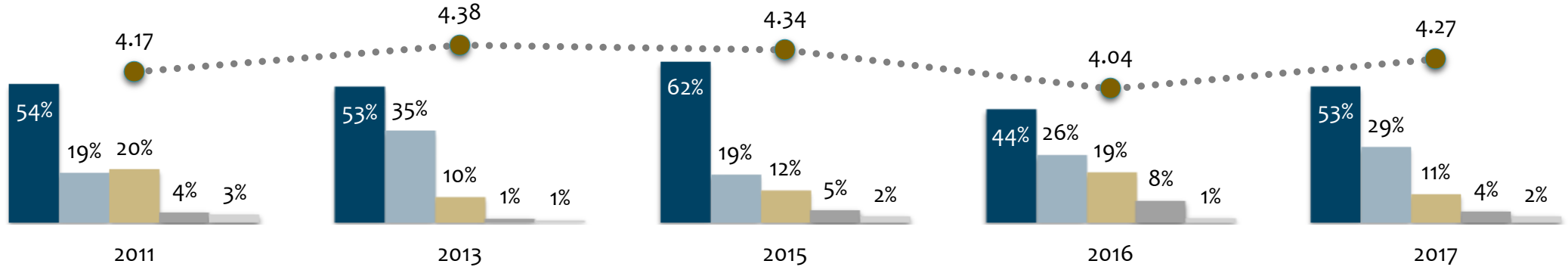
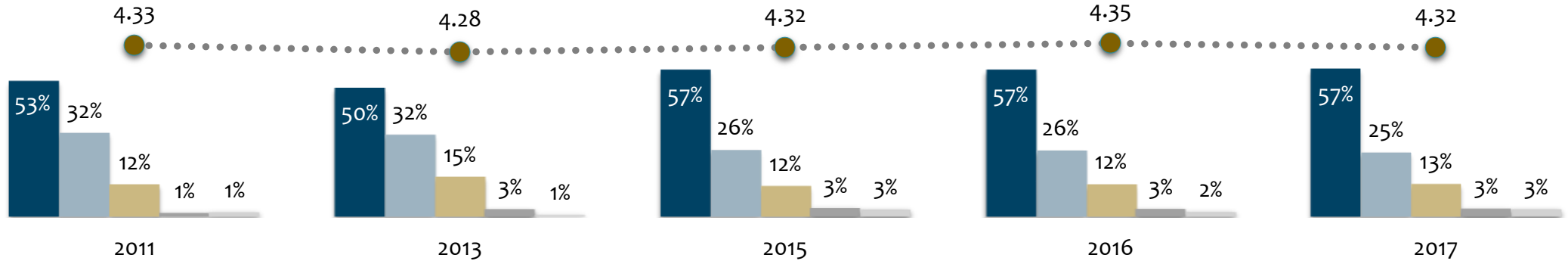
Base: Total Encuestados (1.648)

2011 2013 2015 2016 2017

P17. Me podría decir, ¿en dónde compró usted está cajetilla?



Satisfacción general de cigarrillos



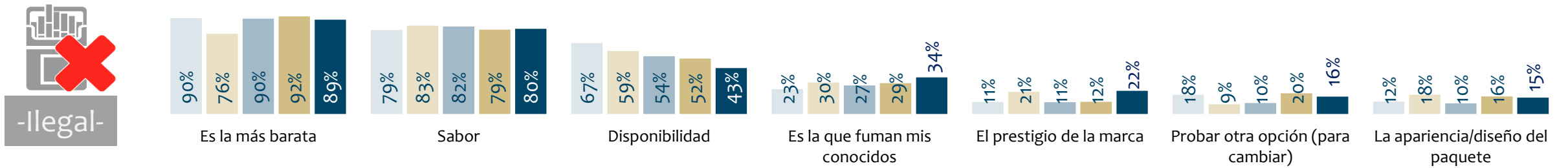
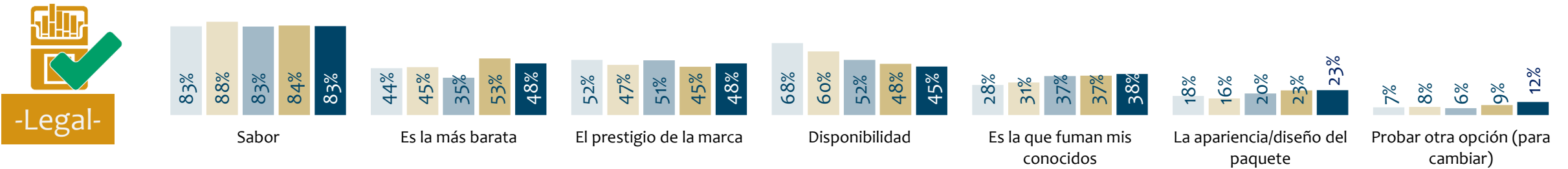
Es importante resaltar que la satisfacción con los cigarrillos ilegales vuelve y coge fuerza, encontrándose únicamente 5 decimas por debajo de la satisfacción con los legales.

P18. Utilizando una escala de 1 a 5, donde 5 es "Muy Satisfecho" y 1 es "Muy Insatisfecho", en general, ¿qué tan satisfecho está usted con estos cigarrillos?



Razones de compra

- CAJETILLA RECOLECTADA -



La principal razón que lleva a las personas a comprar una cajetilla ilegal es su precio.

P20. Me podría indicar, ¿cuáles fueron las 3 principales razones que le llamaron la atención para que usted se decidiera comprar la marca de esta cajetilla?



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

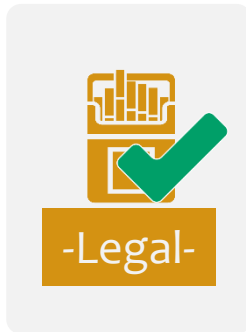
Precios

Otros indicadores

Demográficos

Próximos pasos

Presentación cajetilla 20 unidades y cantidad de compra



VS.



		2011	2013	2015	2016	2017
LEGAL	Promedio	2586.57	2667.02	3105.78	3357.77	4451.63
	Base	1200	1208	1728	1648	1648
Mustang	Promedio	2745.75	3059.01	3621.31	3805.95	4848.67
	Base	156	222	143	199	193
Boston	Promedio	2710.09	2948.85	3272.61	3646.73	4593.97
	Base	242	219	385	291	282
Lucky Strike	Promedio	-	-	-	4488.61	5914.16
	Base	-	-	-	86	186
Marlboro	Promedio	4147.88	3871.18	4099.36	4563.63	5802.05
	Base	46	60	117	121	130
Belmont	Promedio	2727.56	3015.26	3107.41	3774.59	4685.75
	Base	182	140	111	204	119

32.58%
Incrementó el precio de las cajetillas Legales

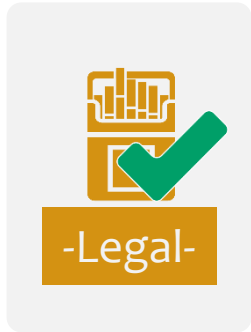
		2011	2013	2015	2016	2017
ILEGAL	Promedio	1301.14	1520.64	1550.16	1777.88	2337.39
	Base	176	213	266	261	372
Brass	Promedio	-	1259.96	1430.23	1488.21	2277.28
	Base	-	2	33	34	83
Rumba	Promedio	1051.24	1243.36	1654.07	1840.45	2275.88
	Base	39	59	128	131	112
Win	Promedio	1046.25	1102.13	1147.27	1442.99	2324.77
	Base	11	7	12	10	14
Ibiza	Promedio	1240.56	1329.35	1700.00	2688.73	2211.18
	Base	13	7	6	3	39
Farstar	Promedio	1267.41	1100.00	1596.58	1583.33	2804.72
	Base	5	2	15	6	8

31.47%
Incrementó el precio de las cajetillas Ilegales



Presentación cajetilla 20 unidades y cantidad de compra

% de precio de ilegales sobre legales



VS.



		2017	Zona-1	Zona-2	Zona-3	Zona-4	Zona-5
		53%	51%	61%	41%	-	65%
LEGAL	Promedio	4451.63	4318.28	3854.75	4935.35	4621.26	4539.34
	Base	1648	576	408	240	112	312
Mustang	Promedio	4848.67	5449.46	5000.00	4839.37	4959.38	4705.20
	Base	193	8	1	154	26	4
Boston	Promedio	4593.97	4700.90	4343.57	4202.26	4705.79	4753.04
	Base	282	27	84	5	38	128
Lucky Strike	Promedio	5914.16	5880.74	6101.67	5805.85	5600.00	6349.59
	Base	186	121	21	31	1	12
Marlboro	Promedio	5802.05	5950.69	5439.08	5929.60	5953.81	5865.22
	Base	130	39	28	22	13	28
Belmont	Promedio	4685.75	4806.88	4611.32	5000.00	4854.40	2680.81
	Base	119	94	15	2	5	3

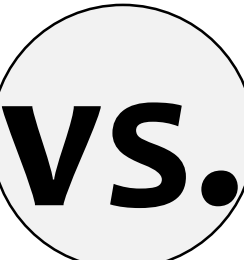
		2017	Zona-1	Zona-2	Zona-3	Zona-4	Zona-5
ILEGAL	Promedio	2337.39	2181.60	2349.23	2000.00	-	2970.96
	Base	372	237	118	2	-	15
Brass	Promedio	2277.28	1995.84	2557.17	2000.00	-	-
	Base	83	43	39	1	-	-
Rumba	Promedio	2275.88	2133.76	2774.03	-	-	-
	Base	112	92	20	-	-	-
Win	Promedio	2324.77	3095.24	2137.02	-	-	3021.09
	Base	14	2	8	-	-	4
Ibiza	Promedio	2211.18	2235.47	2186.17	-	-	-
	Base	39	25	14	-	-	-
Farstar	Promedio	2804.72	-	2125.00	-	-	2939.42
	Base	8	-	4	-	-	4



Presentación cajetilla 20 unidades y cantidad de compra

		2017	Antioquia	Atlántico	Bogotá	Bolívar	Cesar	Córdoba	La Guajira
		53%	57%	47%	41%	55%	71%	69%	62%
LEGAL	Promedio	4451.63	3768.11	4884.38	4907.29	3975.49	2950.84	4081.74	3186.51
	Base	1648	96	96	96	96	96	96	96
Mustang	Promedio	4848.67	-	-	4859.68	5000.00	-	-	4800.00
	Base	193	-	-	62	1	-	-	1
Boston	Promedio	4593.97	4137.91	4892.31	-	4770.71	2733.33	4883.47	4033.33
	Base	282	25	13	-	14	3	14	3
Lucky Strike	Promedio	5914.16	-	5748.15	5450.00	5905.32	6500.00	7666.67	6471.46
	Base	186	-	27	12	15	6	3	12
Marlboro	Promedio	5802.05	5190.91	5763.64	5927.27	6250.00	5955.56	6267.31	7350.04
	Base	130	11	11	11	4	9	5	8
Belmont	Promedio	4685.75	4400.00	5187.50	5000.00	4771.43	4900.00	3825.00	3000.00
	Base	119	2	8	1	7	4	4	1

		2017	Antioquia	Atlántico	Bogotá	Bolívar	Cesar	Córdoba	La Guajira
ILEGAL	Promedio	2337.39	2137.02	2280.00	2000.00	2176.39	2099.30	2809.19	1969.05
	Base	372	8	15	1	40	71	28	65
Brass	Promedio	2277.28	-	2000.00	-	2180.50	1900.91	2790.03	-
	Base	83	-	6	-	5	18	18	-
Rumba	Promedio	2275.88	-	-	-	3000.00	2184.35	2400.00	2018.75
	Base	112	-	-	-	6	48	1	39
Win	Promedio	2324.77	2137.02	-	-	-	2500.00	-	-
	Base	14	8	-	-	-	1	-	-
Ibiza	Promedio	2211.18	-	-	-	2176.21	-	-	1911.95
	Base	39	-	-	-	10	-	-	19
Farstar	Promedio	2804.72	-	-	-	-	-	2125.00	-
	Base	8	-	-	-	-	-	4	-



Presentación cajetilla 20 unidades y cantidad de compra

		2017	Magdalena	Nariño	Norte de Santander	Santander	Sucre	Valle del Cauca
		53%	70%	120%	49%	44%	67%	66%
LEGAL	Promedio	4451.63	3343.99	5002.81	4721.54	5012.03	3561.70	4484.09
	Base	1648	96	96	96	96	96	96
Mustang	Promedio	4848.67	-	-	-	5500.00	-	-
	Base	193	-	-	-	7	-	-
Boston	Promedio	4593.97	4966.67	4931.02	4000.00	5000.00	4491.48	4650.62
	Base	282	6	62	1	1	12	41
Lucky Strike	Promedio	5914.16	6172.73	7000.00	6114.59	5712.52	6133.33	6842.86
	Base	186	11	1	29	36	3	7
Marlboro	Promedio	5802.05	5333.33	7142.86	5609.28	6000.00	6075.00	5953.95
	Base	130	3	7	6	2	8	9
Belmont	Promedio	4685.75	4875.00	4000.00	4744.09	4759.92	7600.00	3000.00
	Base	119	8	1	41	32	2	1

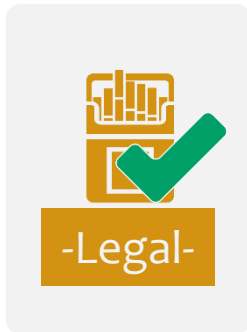
		2017	Magdalena	Nariño	Norte de Santander	Santander	Sucre	Valle del Cauca
ILEGAL	Promedio	2337.39	2336.72	6000.00	2306.34	2200.20	2381.87	2979.11
	Base	372	60	1	18	8	42	10
Brass	Promedio	2277.28	2076.12	-	2000.00	2000.00	2232.08	-
	Base	83	17	-	1	1	16	-
Rumba	Promedio	2275.88	2667.73	-	2000.00	-	2650.48	-
	Base	112	3	-	2	-	13	-
Win	Promedio	2324.77	-	-	3500.00	-	-	4500.00
	Base	14	-	-	1	-	-	1
Ibiza	Promedio	2211.18	3000.00	-	-	-	2250.00	-
	Base	39	6	-	-	-	4	-
Farstar	Promedio	2804.72	-	-	-	-	-	2939.42
	Base	8	-	-	-	-	-	4



VS.



Cajetilla Recolectada



VS.



	2017	Zona-1	Zona-2	Zona-3	Zona-4	Zona-5
LEGAL	1375.88	1125.48	1259.28	1555.29	1333.11	1470.10
Mustang	1576.33	1198.81	2000.00	1582.83	1321.61	1938.00
Boston	1376.43	1167.16	1302.71	1679.40	1408.84	1434.28
Lucky Strike	1433.76	1291.79	1508.85	1526.55	1000.00	1632.79
Marlboro	1684.03	1449.38	1611.51	1683.27	1270.79	1939.20
Belmont	1288.80	1176.40	1955.42	1278.05	1214.56	840.40

	2017	Zona-1	Zona-2	Zona-3	Zona-4	Zona-5
ILEGAL	952.69	891.49	929.22	941.67	-	1270.60
Brass	783.71	841.22	728.92	800.00	-	-
Rumba	838.34	790.02	1007.69	-	-	-
Win	1139.99	1297.62	1120.33	-	-	1197.41
Ibiza	900.27	949.22	849.86	-	-	-
Farstar	860.58	-	850.00	-	-	862.68



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

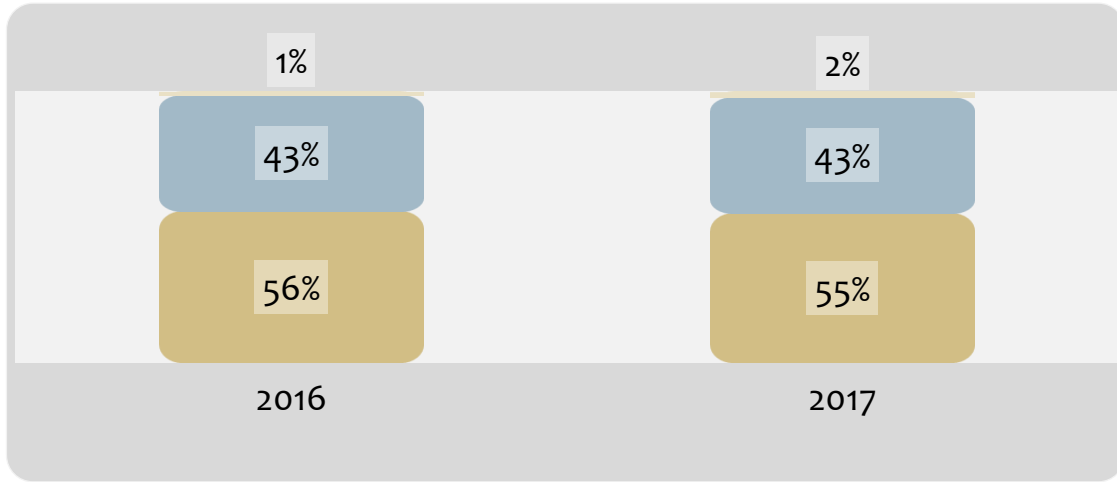
Precios

Otros indicadores

Demográficos

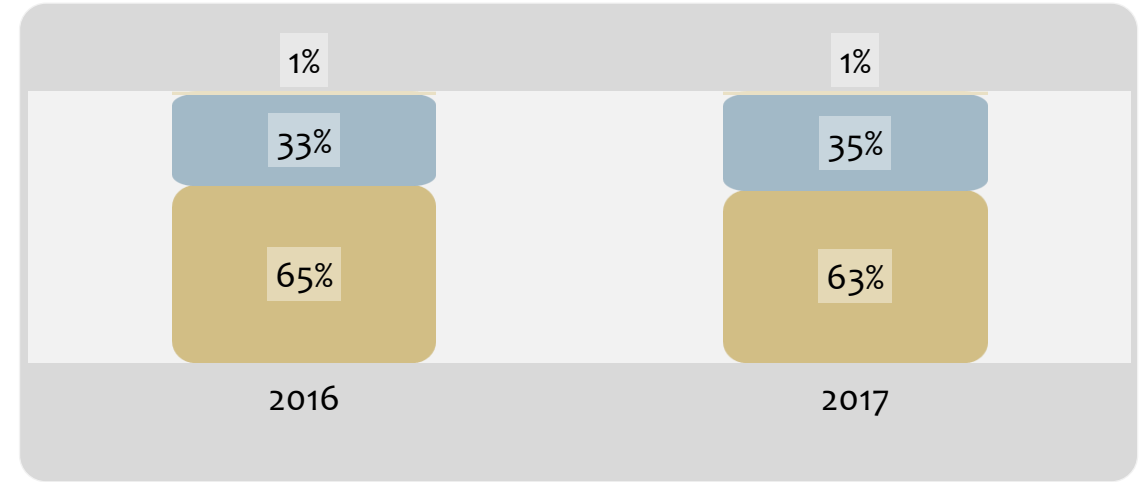
Próximos pasos

¿Sabe usted que los productores e importadores de cigarrillos pagan un impuesto al consumo de cigarrillos, o no lo sabe?



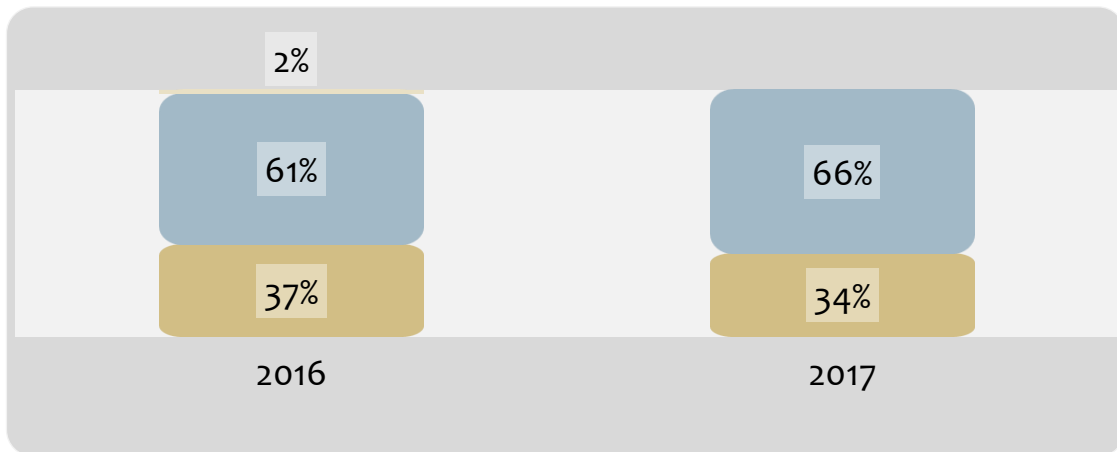
Base: Total Encuestados (1.648)

¿Sabe que el dinero recaudado de este impuesto está destinado para la salud, recreación y deporte, o no lo sabe?



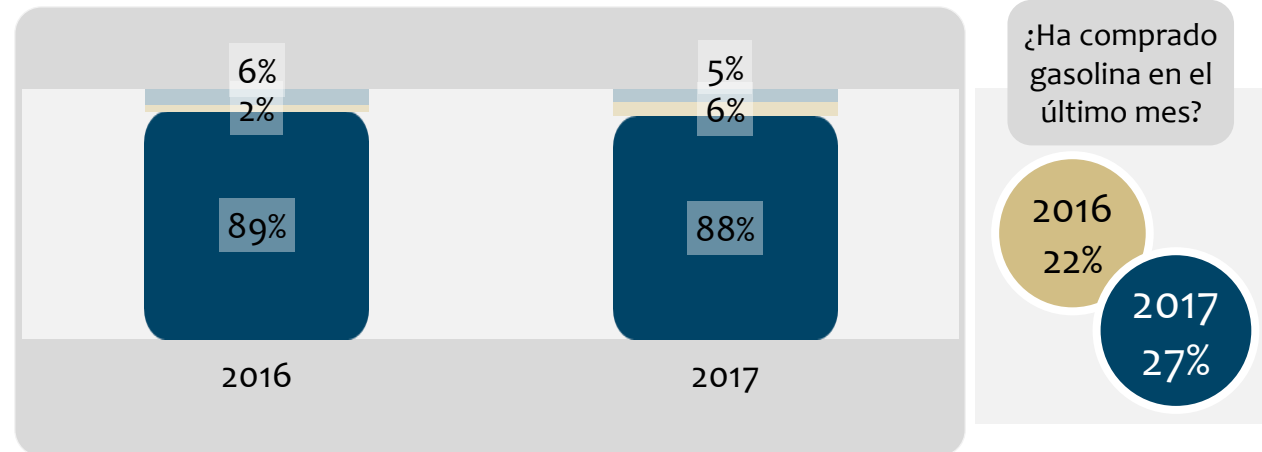
Base: Encuestados que Si saben que los productores e importadores de cigarrillos pagan un impuesto al consumo de cigarrillos (860)

Teniendo en cuenta que el impuesto recaudado por los cigarrillos está destinado a la salud, recreación y deporte, ¿estaría dispuesto a pagar más por una cajetilla de cigarrillos, o no lo estaría?



Base: Total Encuestados (1.648)

Pensando en la última vez que compró gasolina, ¿en cuál de los siguientes lugares realizó la compra?



Base: Encuestados que han comprado gasolina en el último mes (462)

■ Sí ■ No ■ NS/ NR

■ Estación de gasolina ■ Tiendas de barrio ■ Vendedor de la calle



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

Precios

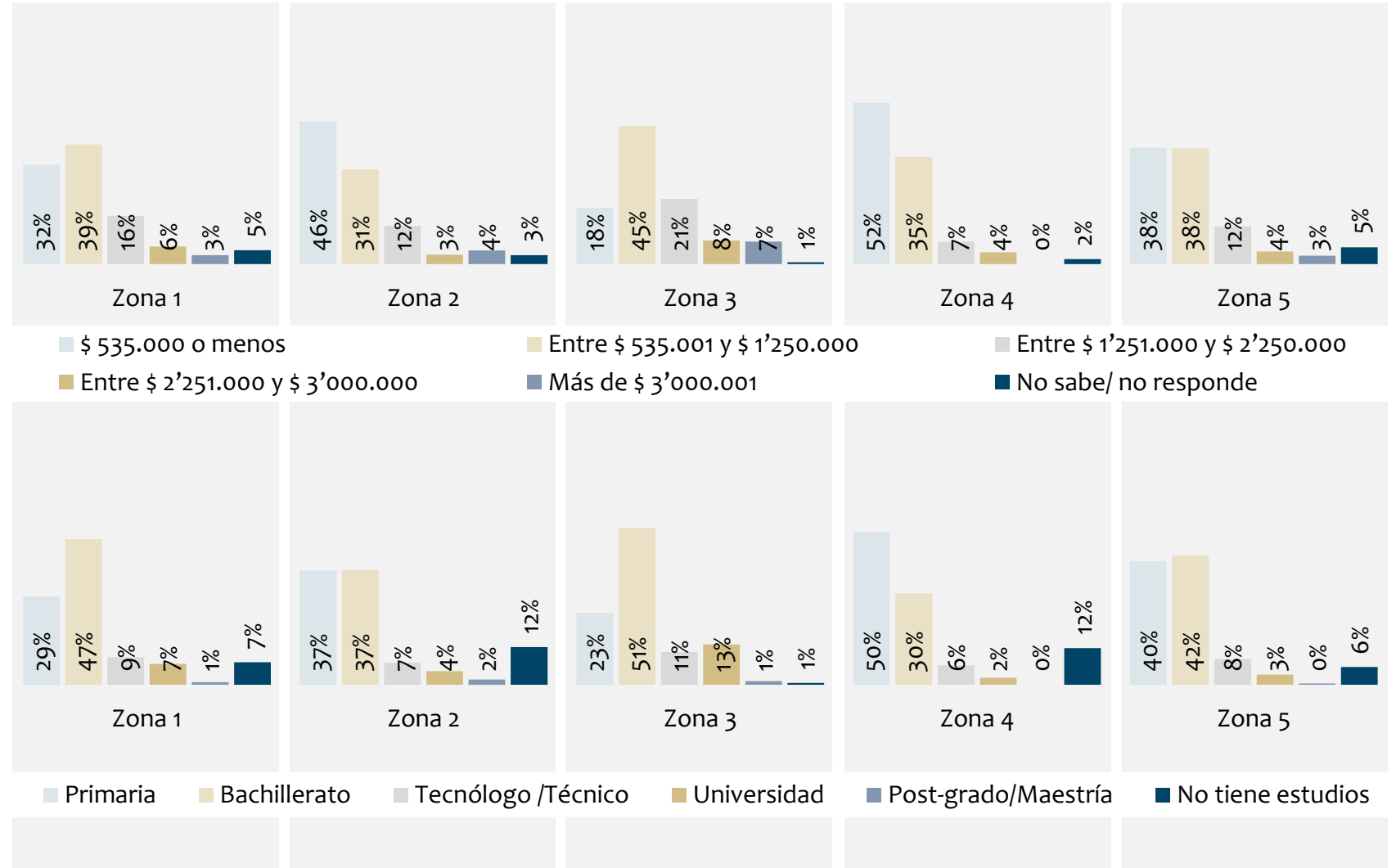
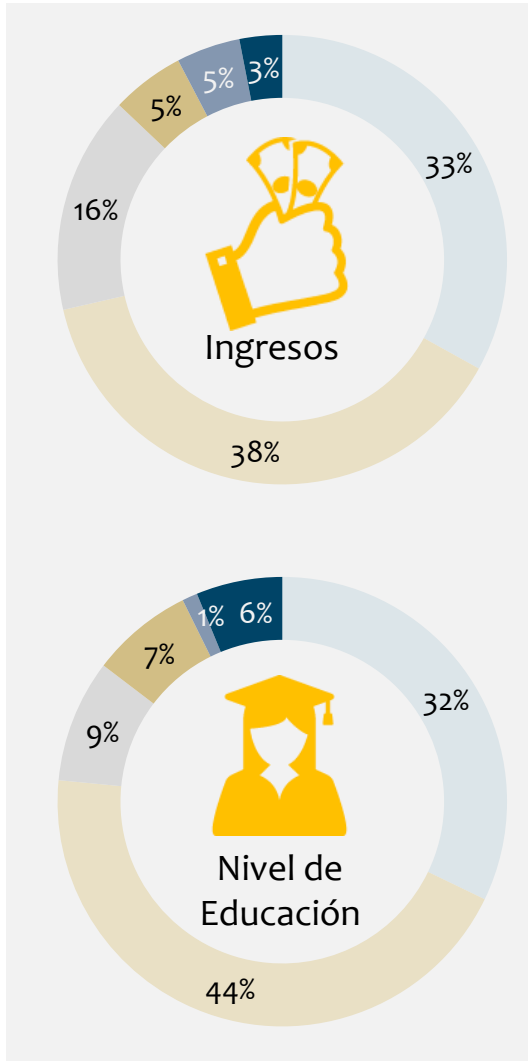
Otros indicadores

Demográficos

Próximos pasos

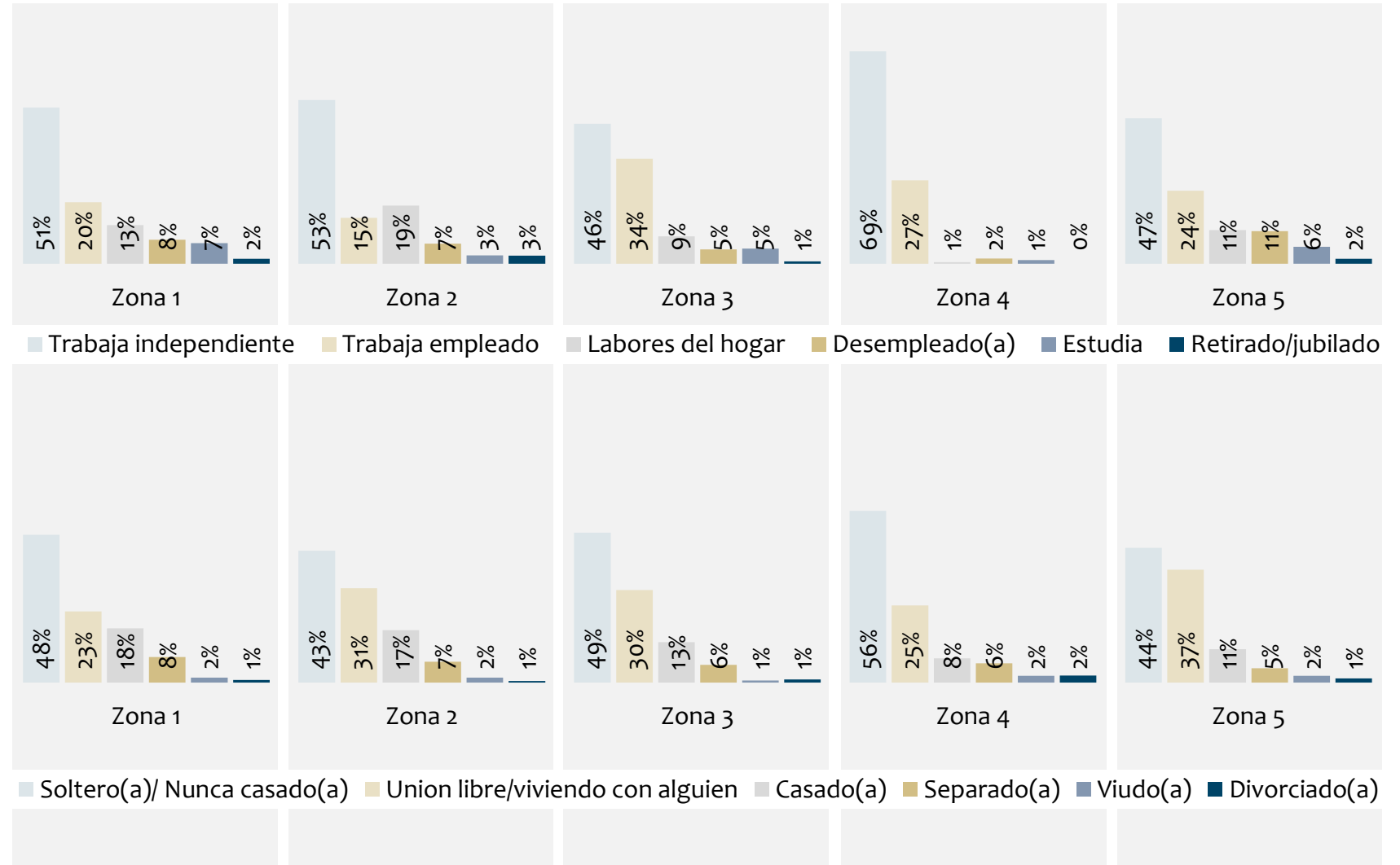
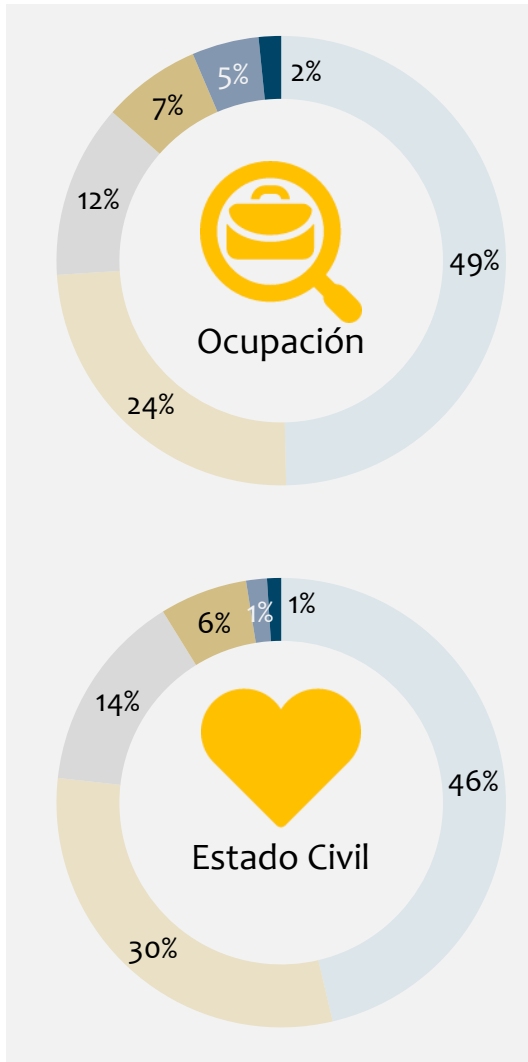
Demográficos

Total

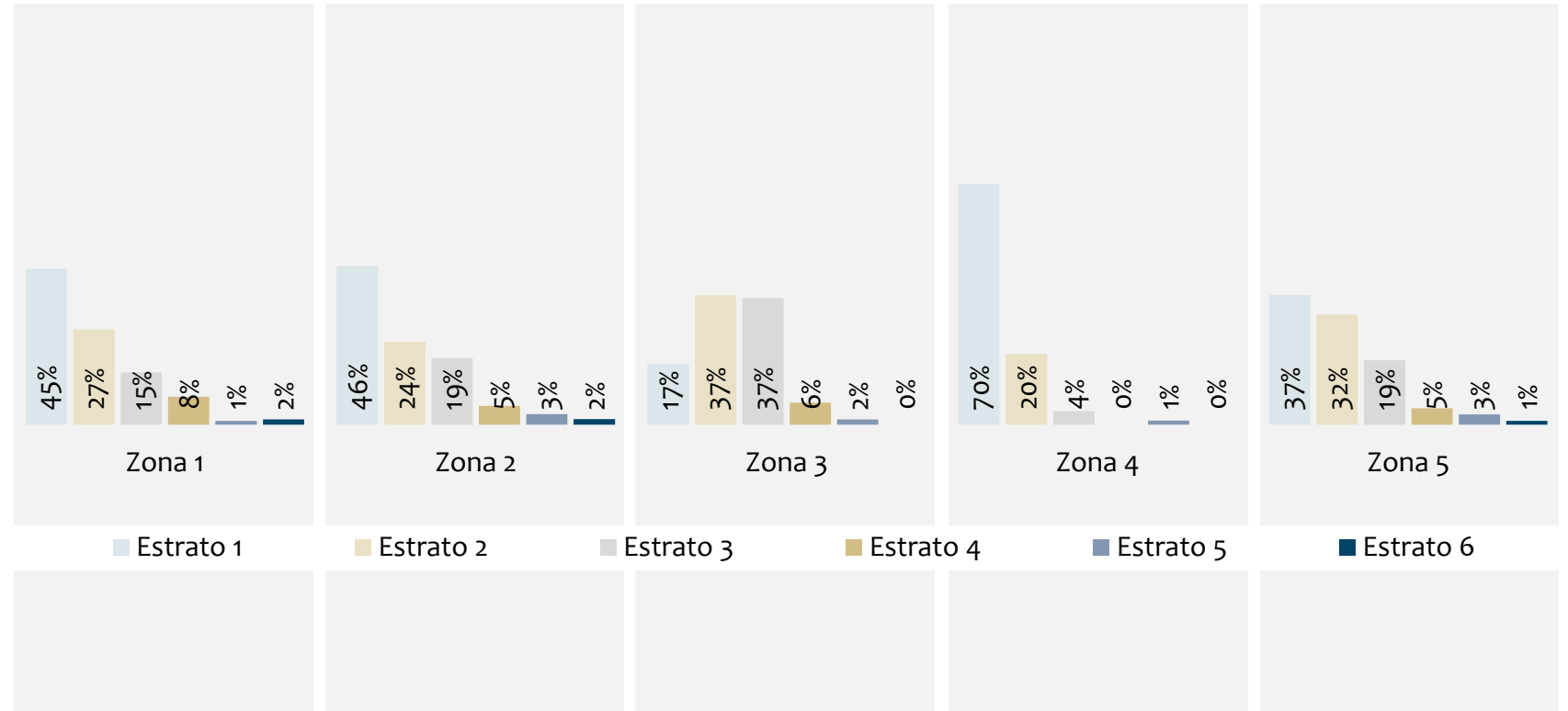
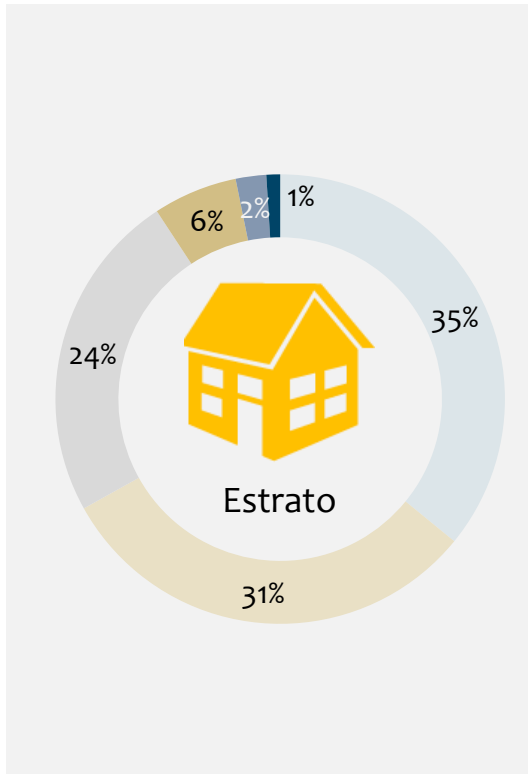


Demográficos

Total



Total



Ficha Técnica

Consumo de Cigarrillos

Participación

Precios

Otros indicadores

Demográficos

Conclusiones

Principales Hallazgos y Recomendaciones

- El consumo de cigarrillos promedio por semana es bajo, lo cual permite concluir que si en años próximos cae, el recaudo en impuestos podría caer. Es importante resaltar que el consumo promedio por semana es menor en las personas que fuman cigarrillos legales que en los que fuman ilegales. Al mismo tiempo, es en las zonas urbanas el promedio por semana es menor que en las zonas rurales, aunque el tamaño de mercado de estas últimas sea también menor.
- El contrabando se ubica en 18%. Al ser mayor el % de cigarrillos de contrabando (18%) que el % de individuos que fuman contrabando (13%), se concluye que las personas que consumen más cigarrillos por semana son quienes más cigarrillos de contrabando consumen.
- La ilegalidad es más alta en la Zona 1, conformada en gran parte por departamentos de la costa: Atlántico, Cesar, La Guajira, Arauca, Magdalena, Santander y Norte de Santander. Los principales porcentajes de ilegalidad se dan en los departamentos de Cesar, Magdalena y Guajira. Otros porcentajes altos de contrabando se presentan en Sucre, Córdoba y Bolívar. Se recomienda no solo revisar los porcentajes de participación, sino también los tamaños de mercado de cada zona y departamento, para así poder concluir mejor si un departamento con porcentajes menores de contrabando que los anteriormente mencionados, puede ser mas representativo como tamaño de mercado.
- Se recomienda con la información del estudio, calcular las cifras del recaudo que se dejó de percibir en 2.017 dado el % de contrabando, calculado con las formulas exactas de impuestos y supuestos de cual sería el valor mercado de las marcas de ilegales si fueran legales.