

KANTAR

**REPORTE DE
RESULTADOS
NACIONALES**

**ENCUESTA DE CONSUMO DE TABACO Y
COMERCIO ILÍCITO - CHILE 2025 / I**

Octubre, 2025



1

DISEÑO DEL ESTUDIO
OBJETIVOS Y ASPECTOS
METODOLÓGICOS

OBJETIVOS

General:

Medir la participación de los cigarrillos ilícitos en el mercado chileno, el precio promedio de los productos ilícitos y el comportamiento de compra, con el objetivo de poder enfrentar a las marcas ilícitas de la mejor manera posible.

Específicos:

1. Estimar el total de personas de 18 a 64 años que consume cigarrillos de marcas ilícitas (contrabandeadas o falsificadas).
2. Identificar las marcas que concentran la mayor incidencia de consumo de tabaco ilícito entre las personas de 18 a 64 años que residen en los principales centros urbanos del país y los drivers de consumo de marcas legales e ilícitas.
3. Identificar share de volumen, precio y canales de comercialización de marcas ilícitas.

DISEÑO MUESTRAL

- El **diseño muestral** se puede caracterizar como probabilístico, estratificado, multietápico y bifásico.
- La encuesta fue aplicada a una muestra probabilística de hombres y mujeres entre 18 y 64 años, que residen habitualmente en los principales centros urbanos: Arica, Iquique, Antofagasta, Calama, La Serena, Coquimbo, Valparaíso, Viña del Mar, Gran Santiago, Talca, Chillán, Concepción, Puerto Montt y Punta Arenas.
- La **primera fase** de muestreo consistió en la selección de una muestra de 25.805 viviendas a partir de la cual se lograron completar 7.187 entrevistas que se utilizaron para la estimación de la Incidencia del consumo de tabaco (porcentaje de población que fuma regularmente respecto de la población total de la muestra).
- A aquellas personas encuestadas que respondían que eran fumadores diarios o de al menos 7 cigarrillos a la semana (1.448) se les solicitó entregar la cajetilla que estaban fumando a cambio de una gift card y, si estaban de acuerdo, se les aplicaba la encuesta sobre consumo de cigarrillos. En esta **segunda fase** se pudo entrevistar a 944 fumadores diarios.
- El 74% de los fumadores regulares consultados, que tenían cajetilla disponible y cigarrillos en la cantidad requerida (al menos 2), accedieron a entregar su cajetilla para el estudio, lográndose finalmente obtener 944 cajetillas para la medición del consumo de tabaco ilícito, de las cuales se utilizaron en los análisis 944 cajetillas.

Diseño Muestral

Primera etapa

- Se conforman 55 estratos de muestreo a partir de las partes urbanas de **55 comunas seleccionadas del país. Con un total** de 65.364 manzanas.

Segunda etapa

- Del total de manzanas disponibles se recorren de manera aleatoria **1.164 manzanas, lo que corresponde a 25.805 viviendas.**

Tercera etapa

- En ese total de viviendas se conforma un listado de 15.357 personas elegibles, de las cuales se **seleccionan 7.187 personas con método de Kish**, con la que se concretó la entrevista.

Encuesta Consumo de Tabaco

- Del total de personas que acceden a ser entrevistadas se identifica a **1.448 fumadores diarios** (al menos 1 cigarrillo diario). De ellos **944 accedieron a contestar la encuesta sobre consumo de tabaco**, entregando a los encuestadores la cajetilla que estaban fumando.

Análisis de Cajetillas

- Las cajetillas recolectadas se analizan para caracterizar su procedencia (cajetillas lícitas, o de contrabando, o falsificadas), **lográndose clasificar las 944 cajetillas.**

Pack Swap de un vistazo...

1

Objetivo General

¿Cuál es el tamaño del mercado ilícito?

2

Cobertura

Nacional
Muestra representativa a nivel nacional de fumadores habituales

3

Muestra

5 Zonas:
Gran Santiago
Norte
Centro Costa
Centro
Sur

15 ciudades

Masculino y femenino

De 18 a 64 años

7,187 entrevistas en total

4

Metodología

Entrevista F2F en hogares

Selección aleatoria
Manzanas

Selección del punto de partida

Regla de la "mano derecha" en cada punto de partida

Salto sistemático

Selección aleatoria de encuestados entre los residentes del hogar

5

Entrevista

15 minutos de duración

Perfil demográfico

Hábitos de compra y uso

Percepción del comercio ilícito de cigarrillos

6

Pack Swap

Intercambio de cajetillas de cigarrillos

Se asigna un número de identificación al paquete

Los envases se clasifican como legales o ilícitos, primero en las oficinas locales y luego por BAT para una inspección visual exhaustiva

7

Proceso

Se genera una base de datos con clasificación legal/ilícita

Hay 2 tipos de pesos:
1) Sociodemográfico
2) Por volumen

8

Resultado

Incidencia de ilícitos a nivel de los encuestados

Incidencia de ilícitos a nivel de volumen

Terreno

Resultados Terreno Muestra **Población Fumadora**

Estrato	Muestra esperada	Personas entrevistadas Fase I	***Fumadores diarios Fase I	Realizaron Pack-Swap	Tasa rechazo persona Fase II	Tasa cooperación persona Fase II
Arica	350	353	108	106	2%	99%
Iquique	350	346	29	27	7%	97%
Antofagasta	400	479	93	58	38%	89%
Calama	350	272	40	33	18%	88%
La Serena/Coquimbo	350	347	87	44	49%	56%
Valparaíso	380	390	112	69	38%	94%
Viña del Mar	380	367	63	59	6%	98%
RM NSE Alto	300	300	58	56	3%	98%
RM NSE Medio	650	647	135	68	50%	90%
RM NSE Bajo	650	650	162	145	10%	96%
RM Periférico	330	330	72	29	60%	93%
Talca	455	451	83	46	45%	90%
Chillán	390	390	104	46	56%	86%
Temuco	455	390	68	29	57%	78%
Concepción	390	455	71	23	68%	89%
Puerto Montt	600	606	116	64	45%	68%
Punta Arenas	420	414	47	42	11%	98%
Total	7.200	7.187	1.448	944	35%	88%

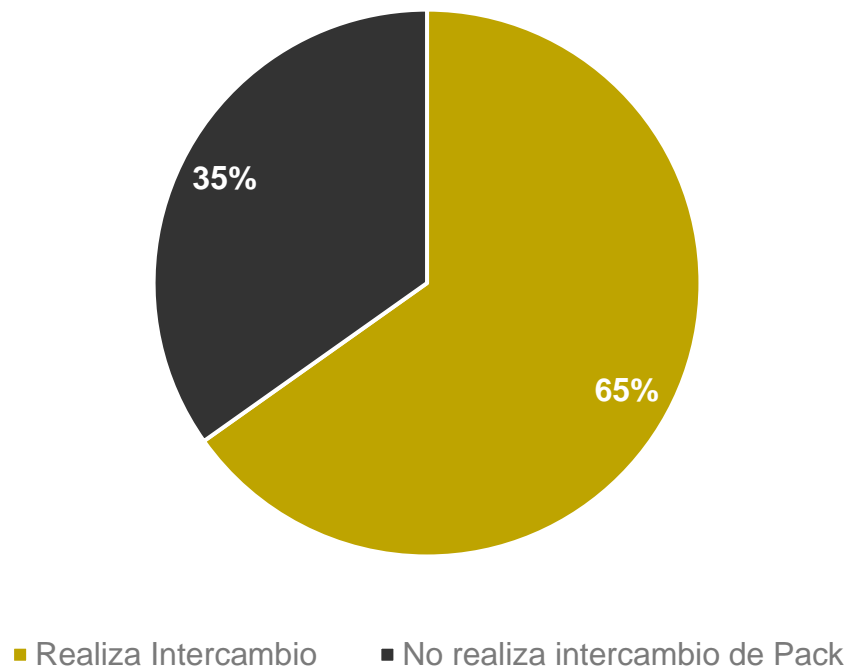
97% *Tasa de Cooperación

35% **Tasa de rechazo del intercambio

Se encuesta a **944** (de 1.448 que reportan al menos fumar 1 cigarrillo al día o 7 a la semana).

Terreno

Recolección de cajetillas mediante Pack Swap



1. 448 personas señalaron que fumaban al menos un cigarrillo al día o 7 a la semana, excluyendo cigarros para armar o enrolar. Entre ellos, se logró concretar el pack swap en 944 casos (65,2%).

Entre los 504 casos en que no se pudo realizar el pack swap, en el 34,3% de los casos, ello se debió a que no existía cajetilla para intercambio o el entrevistado no contaba con los cigarrillos suficientes para hacerlo, y en el 65,7% restante se debió a otras razones.

Clasificación de cajetillas

- Para determinar el carácter ilícito o legal de las cajetillas se identifican aquellas que se encuentran aprobadas para su comercialización por el Ministerio de Salud, mediante el listado emitido por este último y/o el listado publicado por el Servicio de Impuestos Internos.
- Se revisa la legitimidad de los productos para identificar falsificación o contrabando mediante el análisis del origen de fabricación en la leyenda del paquete.
- Advertencia sanitaria vigente (cumple o no cumple).
- Sellos de impuestos.

467 cajetillas legales

477 cajetillas ilícitas

944 cajetillas

Clasificación de cajetillas recolectadas

Número de cajetillas recolectadas en Pack Swap

	Norte	Centro Costa	Centro	Sur	Santiago	Nacional
Cajetillas legales intercambiadas	115	53	43	97	159	467
Cajetillas ilícitas intercambiadas	153	75	49	61	139	477
Total	268	128	92	158	298	944

¿Cómo se pondera el intercambio de paquetes?

La muestra de 944 casos nos permite tener una lectura a nivel nacional. Los datos obtenidos deben ponderarse adecuadamente para garantizar una representación adecuada en términos de grupos de fumadores y áreas cubiertas en la metodología. Por lo tanto, la ponderación de Pack Swap debe basarse en los siguientes parámetros:

Sociodemográfico

Los datos de población se utilizan de acuerdo con el Censo Nacional del 2017, considerando la población real de 18 a 64 años de las ciudades que definen cada región y la población estimada para el año en vigencia (2025).

De la misma manera, se aplica el coeficiente de incidencia de fumadores a la muestra total (7.187 casos), estableciendo así el peso de la población fumadora en cada ciudad, por región, edad y posteriormente en el total del país.

RESULTADO: INCIDENCIA ILÍCITA A NIVEL DE LOS ENCUESTADOS (FUMADORES)

Volumen

Los datos ADC declarados se agregan al cálculo de la ponderación.

Esta metodología asume que el consumo declarado del fumador es aplicable a su paquete recogido, independientemente de si es o no su marca habitual.

De esta manera, Pack Swap proporciona una estimación del volumen y el tamaño del mercado ilícito.

RESULTADO: INCIDENCIA DE ILÍCITOS A NIVEL DE VOLUMEN

RESULTADOS

KANTAR

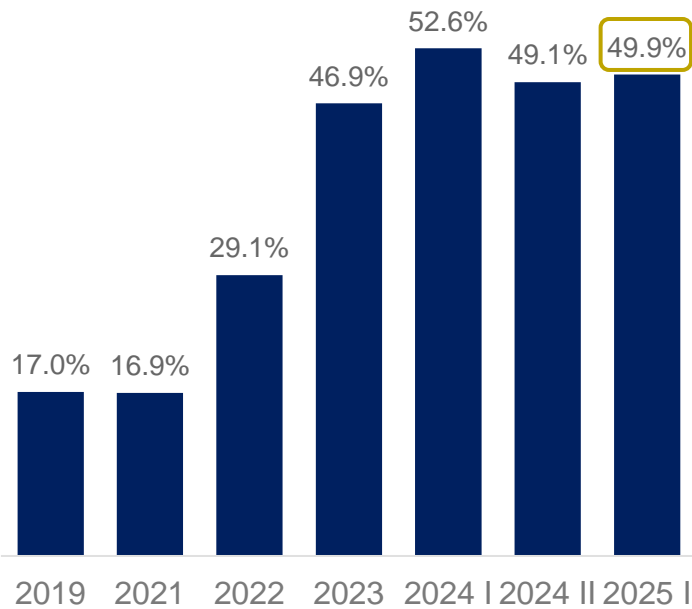
2

Datos de consumo de cigarillos ilícitos

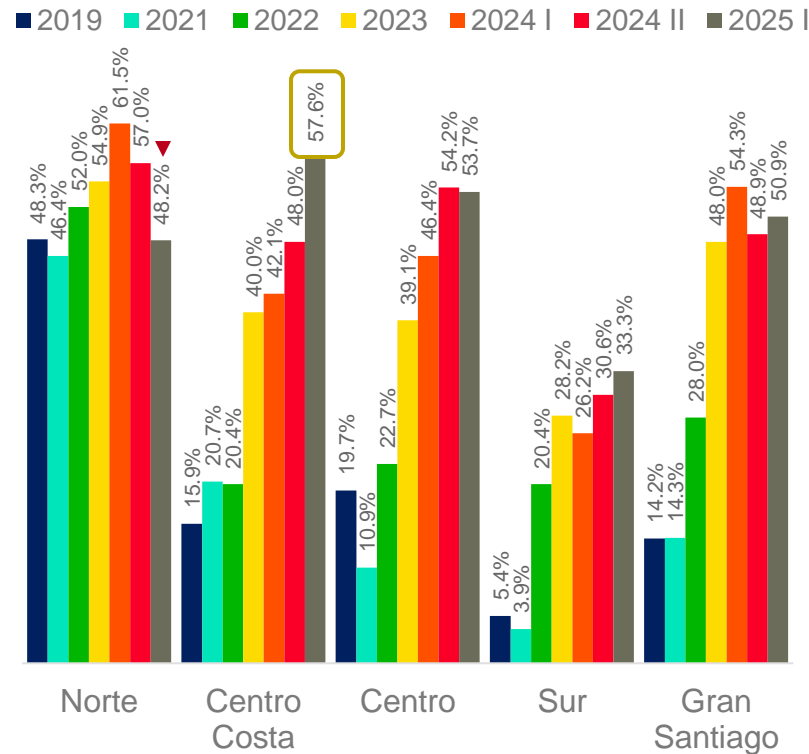
Penetración de la población fumadora habitual que consume cigarrillos ilícitos a nivel nacional y por zona geográfica (2019-2025)

La penetración de cigarrillos ilícitos se encuentra en un (49,9%), pero con un incremento en la penetración en Centro costa (57,6%) y una reducción en la zona norte (48,2%). Santiago se mantiene como la macrozona que más fumadores de ilícitos contribuye a nivel nacional (48,2%).

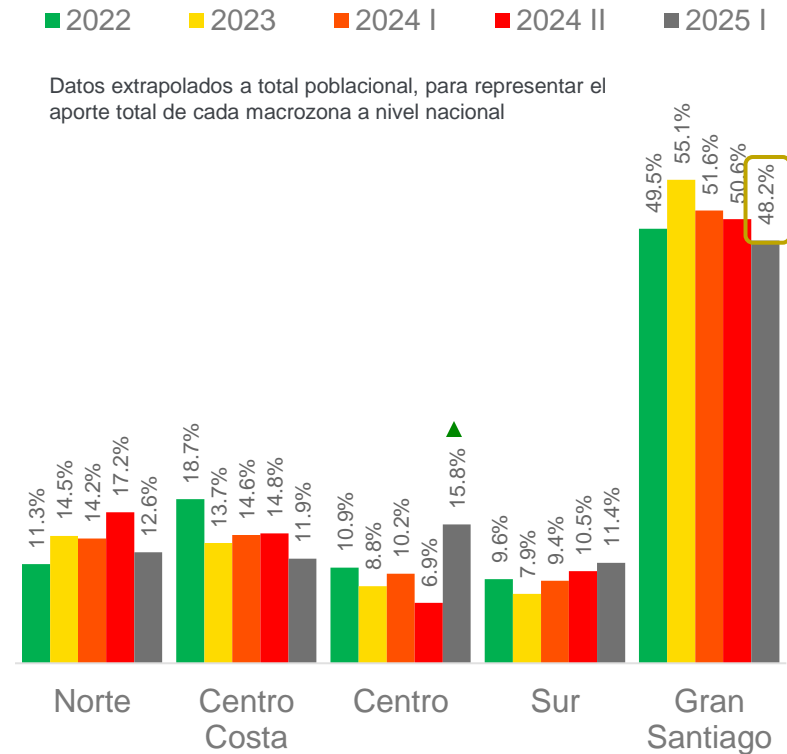
Evolución Penetración de fumadores ilícitos*



Penetración de fumadores ilícitos por macrozona



Contribución de cada macrozona al total fumadores de cigarrillos ilícitos



Datos extrapolados a total poblacional, para representar el aporte total de cada macrozona a nivel nacional

Datos ponderados para fumadores / Información 2019 – 2024 realizada por Mide UC

**Fumadores diarios: % de la población que declara fumar al menos 1 cigarro al día o 7 a la semana, aceptaron intercambiar el pack y este pudo ser clasificado.

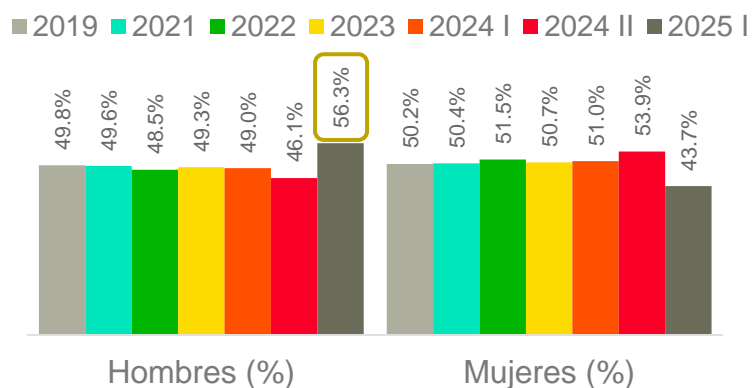
ADC fumadores diarios (Average daily consume): consumo promedio de cigarrillos fumados por día.

▼▲ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%

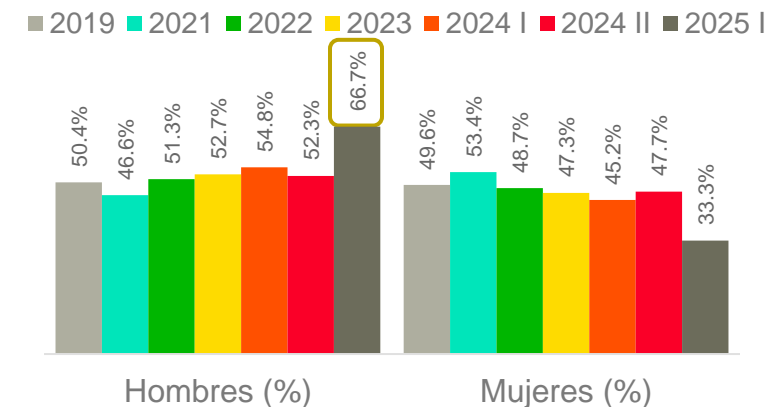
Porcentaje de la población fumadora habitual que consume cigarrillos lícitos e ilícitos por sexo y tramo de edad (2019-2024)

Los hombres lideran el consumo de cigarrillos (56,3%) legales como así también el consumo de cigarrillos ilícitos (66,7%). El segmento ASO30 lidera el consumo tanto de Cigarrillos Lícitos (81,6%) como Ilícitos (78,2%).

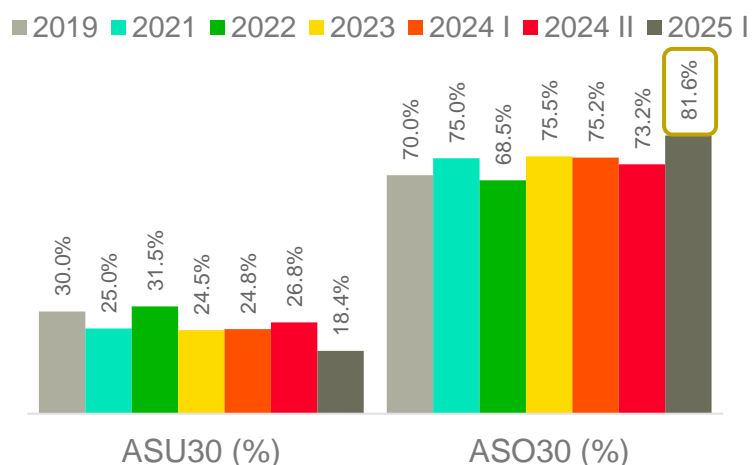
Fumadores diarios de marcas legales por sexo



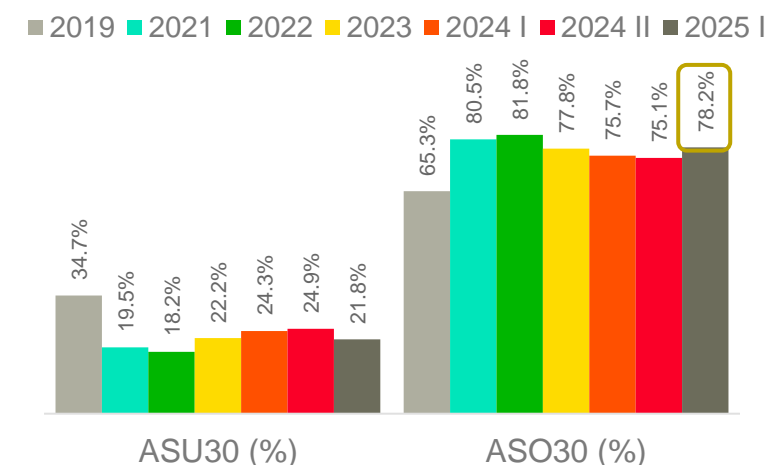
Fumadores diarios de marcas ilícitas por sexo



Fumadores diarios de marcas legales por tramo de edad

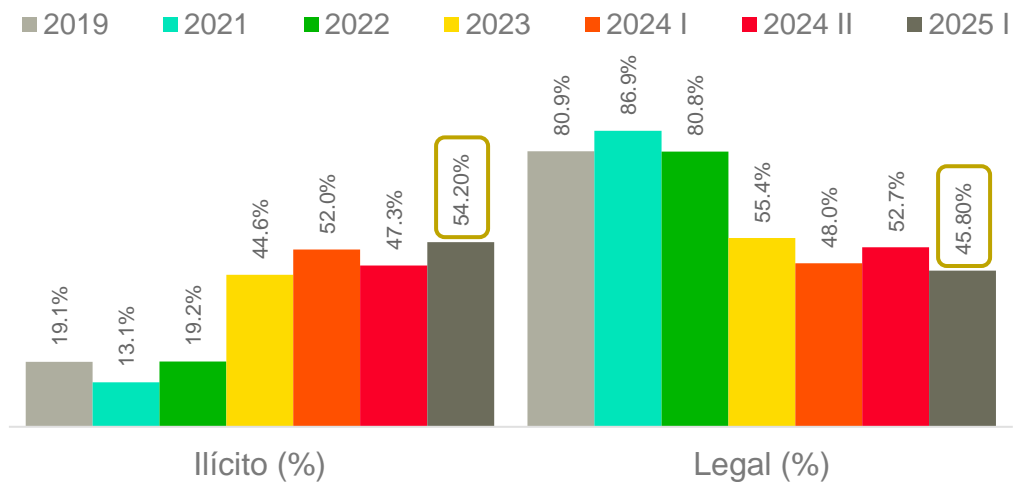


Fumadores diarios de marcas ilícitas por tramo de edad

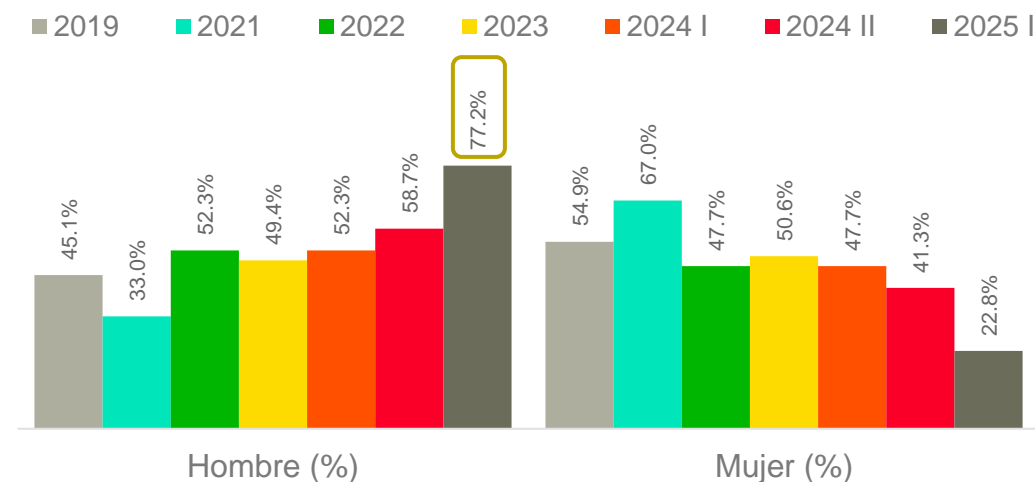


Porcentaje población bajo 30 años (ASU 30), fumadores habituales que consumen cigarrillos lícitos e ilícitos

Penetración marcas ilícitas en ASU 30



Penetración marcas ilícitas ASU 30 en Hombres y mujeres



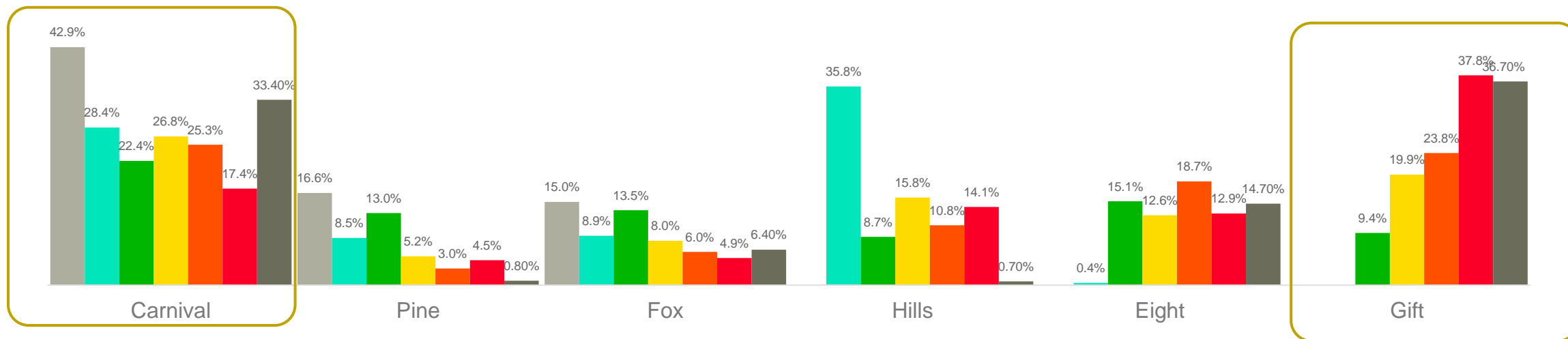
Al profundizar en el segmento ASU30 se observa un consumo equitativo entre cigarrillos lícitos (45,8%) e ilícitos (54,2%) , pero con una leve mayor penetración de este último. Por su parte, los hombres son los que mayor consumo declaro de marcas ilícitas presenta en el segmento ASU30 (77,2%)

Porcentaje de la población bajo 30 años (ASU 30) que consume cigarrillos lícitos e ilícitos por zona geográfica y marca (2019-2024)

Principales marcas ilícitas ASU30

■ 2019 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024 I ■ 2024 II ■ 2025 I

Carnival y Gift son las marcas con mayor penetración declarada entre fumadores diarios de ilícitos.





3

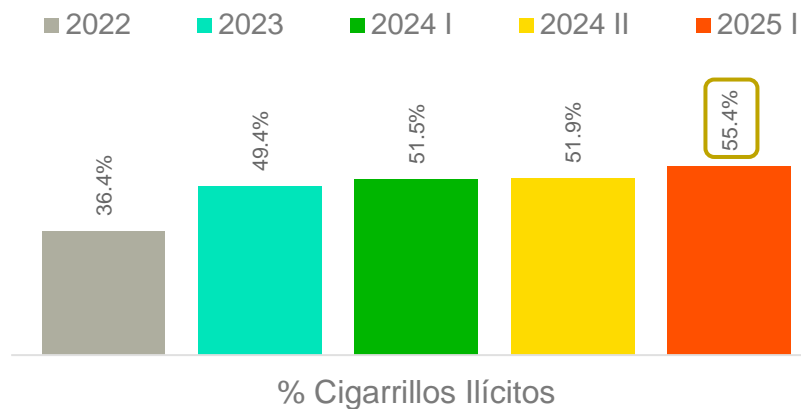
Volumen del comercio de cigarrillos ilícitos

Volumen obtenido a partir de cantidad declarada de cigarrillos consumidos por día (ADC) por peso muestral de cada individuo.

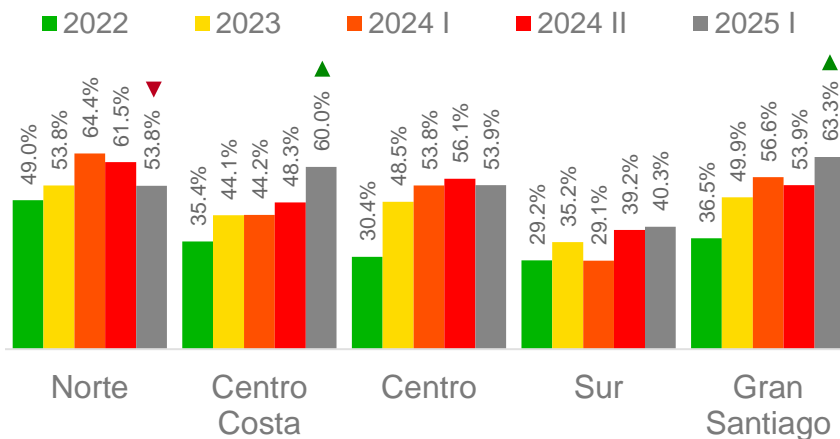
Volumen del comercio de cigarrillos ilícitos

El volumen de cigarrillos ilícitos consumidos en 2025-I se presenta un incremento representando más del 50% del mercado. Estos porcentajes tienen como referencia los datos de la población representada en la muestra y proyectada a la población nacional en el tramo 18 a 64 años.

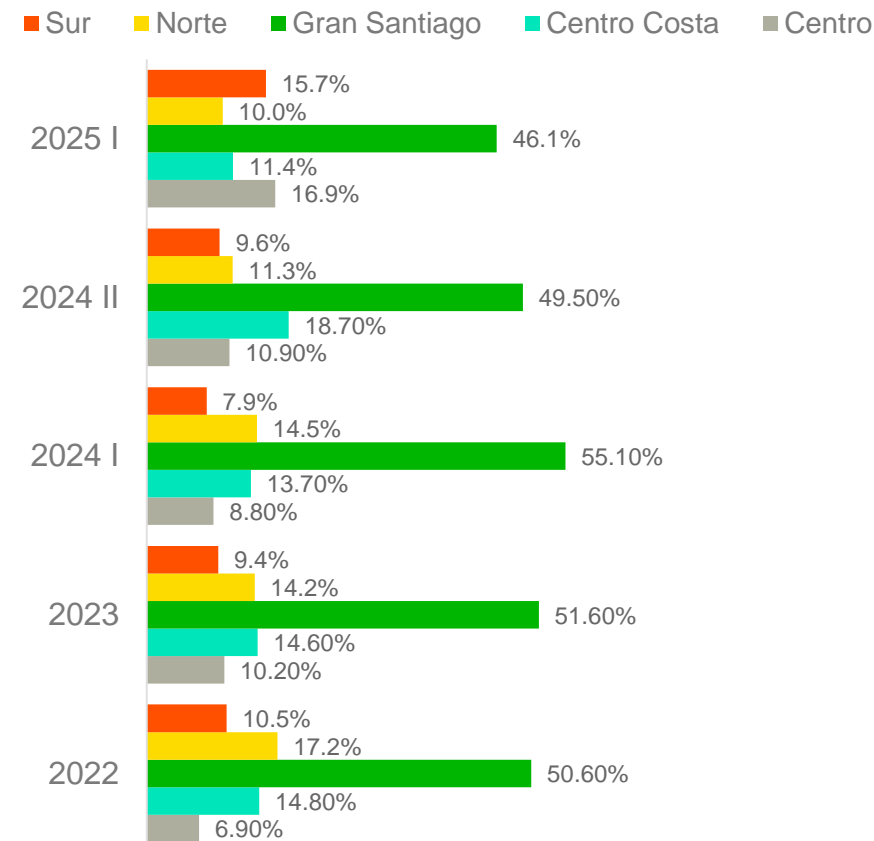
Evolución de cigarrillos ilícitos



Evolución de cigarrillos Ilícitos por Macrozona



Contribución de cada macrozona al total de cigarrillos ilícitos del país



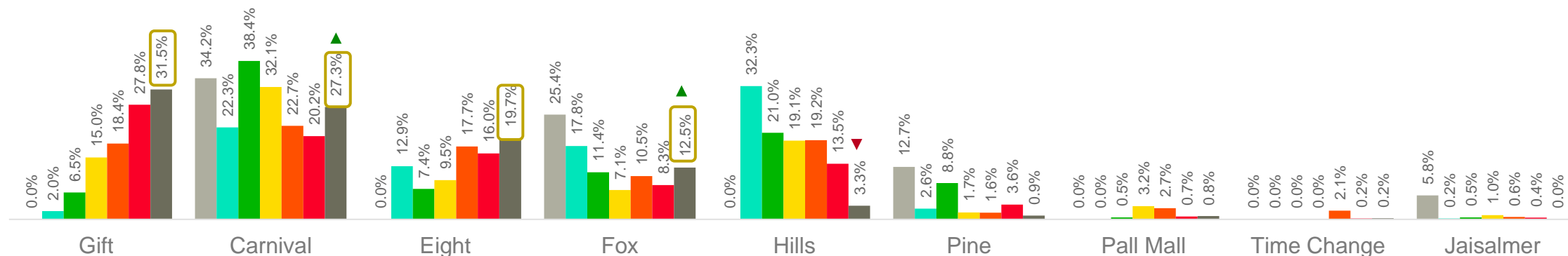
Datos voluminizado por ADC. El número declarado de cigarrillos consumidos por día de cada respondiente de la muestra es multiplicado por su peso para la población de fumadores regulares y proyectada a la población nacional en el tramo 18 a 64 años. Porcentaje en relación al consumo promedio diario* de cigarrillos de los fumadores diarios **
 Número total de cigarrillos ilícitos año 2024-II: 5.551.845 (en miles) proyectado a población nacional
 Número total de cigarrillos ilícitos año 2025-I: 3.568.104 (en miles) proyectado a población nacional
 ▲ ▼ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%
 Información 2019 – 2024 realizada por Mide UC

Volumen de mercado de principales marcas ilícitas

El volumen de cigarrillos ilícitos consumidos en 2025-I esta empujado por el volumen aportado por las marcas de marcas de Carnival (27,3%) y Gift (31,5%). Eight (19,7%) y Fox (12,5%) están en 3ra y 4ta posición.

Contribución de marcas al total del comercio ilícito

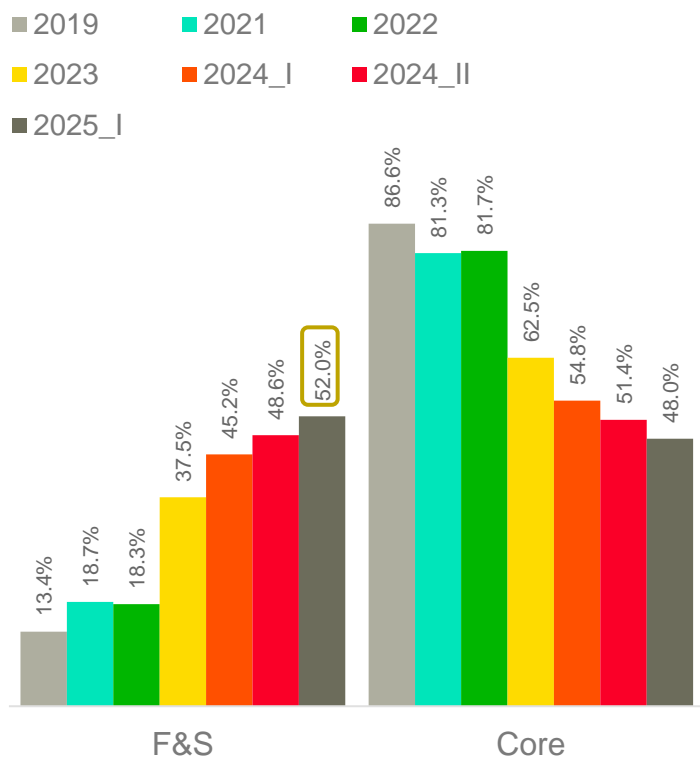
■ 2019 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024 I ■ 2024 II ■ 2025 I



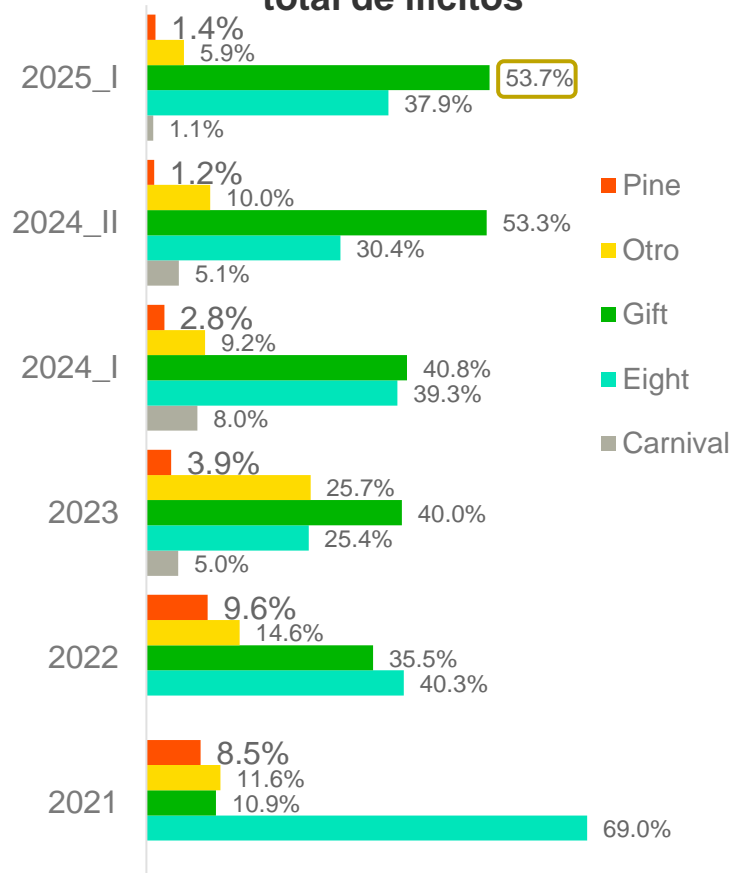
Volumen de mercado de marcas ilícitas existentes F&S y Core

Durante 2025-I, F&S (52,0%) es el tipo de producto que mayor volumen aporta dentro del volumen de cigarrillos ilícitos, en este contexto, Gift es la marca con mayor presencia (53,7%), mientras en el caso de Core, Carnival es la marca que más volumen aporta (55,7%).

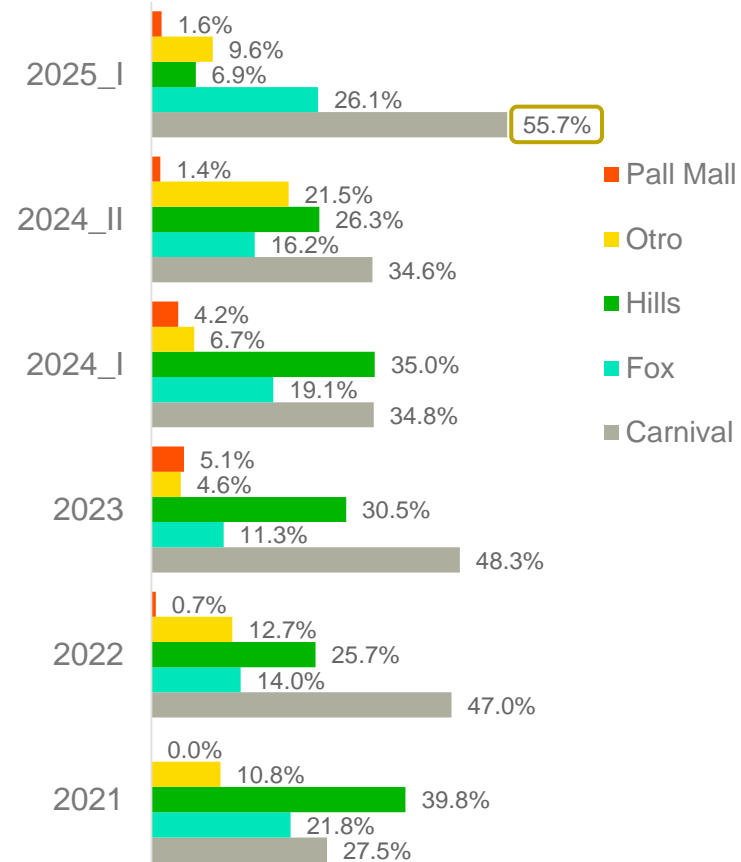
Contribución de marcas al total del comercio ilícito



Porcentaje de marcas F&S respecto del total de ilícitos



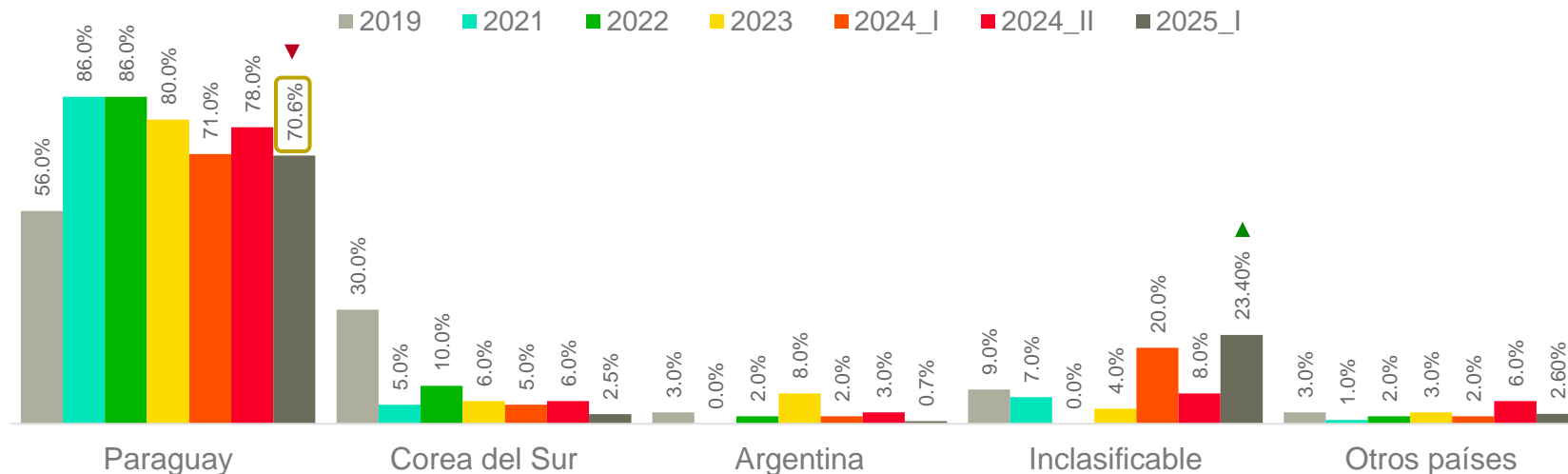
Porcentaje de marcas respecto del total de ilícitos Core



Volumen de mercado por país de fabricación de cajetillas ilícitas

Durante 2025-I, Paraguay (70,6%) es el país de procedencia que mayor volumen aporta al ilícito, Gift (44,6%) y Eighth (27,8%) son las marcas con mayor distribución en el mercado nacional.

Volumen de cigarrillos ilícitos según país de fabricación indicada en la cajetilla nacional



Principales marcas de cigarrillos ilícitos por país de procedencia

	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I
Paraguay	Fox (62%)	Hills (38%)	Carnival (44%)	Carnival (36%)	Hills (27%) / Gift (26%) / Eighth (25%)	Gift (36%) / Eighth (20,3%) Hills (17,6%) / Carnival (14,2%)	Gift (44,6%) / Eighth (27,8%) Fox (17,8%) / Carnival (4%)
Corea del Sur	Pine (58%)	Pine (48%)	Pine (90%)	Carnival (55%)	Carnival (39%) / Pine (34%) / Time Change (21%)	Carnival (27,4%) Pine (65,8%)	Carnival(44,4%) Pine (37,1%) / Time Change (9,5%)
Argentina	-	-	-	Lucky Strike (86%)	Lucky Strike (38%) Marlboro (19%)	Lucky Strike (30,3%) Marlboro (10,7%)/ Otro (59,1%)	-

Datos "voluminizado" por ADC / Información 2019 – 2024 realizada por Mide UC

▼▲ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%

Clasificación de origen de packs a partir de un análisis visual del pack intercambiado, en las cajetillas se informa el país de origen).

Volumen de mercado por país de fabricación de cajetillas ilícitas y zona geográfica

A nivel de macrozonas, Paraguay se consolida como el país de procedencia que en mayor medida está aportando al mercado nacional, de hecho, durante esta medición, se consolida como el país con mayor aporte en cada una de las zonas.

Distribución de Cigarrillos Ilícitos por País de Procedencia en cada Macrozona

	Norte						Centro Costa						Centro						Sur						Gran Santiago					
	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I
Paraguay	56%	77%	71%	46%	52%	75%	84%	93%	87%	86%	70%	77%	47%	84%	96%	70%	95%	93%	87%	24%	36%	24%	16%	73%	92%	89%	79%	74%	83%	68%
Corea del Sur	33%	23%	27%	30%	23%	20%	-	1%	12%	2%	1%	-	3%	4%	2%	10%	3%	4%	-	-	2%	2%	2%	-	-	9%	3%	2%	5%	-
Argentina	-	-	-	-	-	-	-	0%	0%	4%	1%	-	-	-	-	2%	-	1%	-	-	58%	69%	62%	10%	-	0%	8%	0%	1%	-
India	3%	-	-	-	-	-	-	1%	-	1%	-	-	8%	4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0%	2%	3%	1%	-	-
Inclasificable	8%	-	2%	22%	23%	4%	16%	1%	1%	7%	25%	16%	41%	-	2%	15%	-	-	3%	2%	4%	-	19%	13%	6%	-	6%	21%	5%	30%
Otros países*	-	-	-	-	3%	0%	-	4%	-	-	3%	8%	1%	8%	-	2%	2%	2%	10%	73%	0%	3%	-	4%	1%	-	1%	1%	6%	3%
Total (miles)	604,7	896,9	1.085,80	1.124,10	776,90	234,8	201,2	398,9	572,1	546,7	653,1	140,9	124,1	216	464,4	408,6	444,9	100,6	34,7	192,9	257,7	219,3	234,5	1.482,8	3.020,10	5.025,80	8.732,00	9.470,90	7.380,60	131,2

Porcentaje en relación al total de ilícitos en cada macrozona, se excluyen valores perdidos en país de fabricación.

Lamina sin diferencias significativas respecto al periodo anterior



4

Perfil del Consumidor de Principales Marcas Ilícitas de Cigarrillos

Características de consumidores por marcas ilícitas.

Perfil de usuarios de las principales marcas ilícitas

Perfil de usuarios de las principales marcas ilícitas por sexo

	Hombre							Mujer						
	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I
Fox	58,2%	48,8%	67,8%	69,1%	71,6%	61,3%	85,7%	41,8%	51,2%	32,2%	30,9%	28,4%	38,7%	14,3%
Eight	-	-	-	30,8%	46,6%	49,4%	67,0%	-	-	-	69,2%	53,4%	50,6%	33,0%
Gift	-	-	-	-	50,5%	53,2%	60,0%	-	-	-	-	49,5%	46,8%	40,0%
Carnival	48,2%	54,2%	45,7%	57,7%	63,0%	49,4%	77,1%	51,8%	45,8%	54,3%	42,3%	37,0%	50,6%	22,9%
Hills	-	32,7%	59,8%	64,3%	64,2%	53,1%	58,6%	-	67,3%	40,2%	35,7%	35,8%	46,9%	41,4%

Perfil de usuarios de las principales marcas ilícitas por edad

	ASU30							ASO30						
	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I
Fox	22,2%	9,2%	17,8%	21,4%	18,4%	14,0%	26,1%	77,8%	90,8%	82,2%	78,6%	81,6%	86,0%	73,9%
Eight	-	-	-	26,7%	24,5%	19,5%	16,9%	-	-	-	73,3%	75,6%	80,5%	83,1%
Gift	-	-	-	-	29,3%	31,1%	22,0%	-	-	-	-	70,7%	68,9%	78,0%
Carnival	46,8%	21,0%	12,4%	20,4%	26,6%	21,7%	24,3%	53,2%	79,0%	87,6%	79,6%	73,4%	78,3%	75,7%
Hills	-	23,8%	8,9%	19,7%	16,0%	30,9%	5,1%	-	76,2%	91,1%	80,3%	84,0%	69,1%	94,9%

Perfil de usuarios de las principales marcas ilícitas

Perfil de usuarios de las principales marcas ilícitas por macrozona

	Norte							Centro Costa							Centro							Sur							Gran Santiago						
	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I	2019	2021	2022	2023	2024-I	2024-II	2025-I
Fox	1,5%	3,2%	2,7%	1,0%	3,7%	0,7%	0,0%	14,4%	14,5%	8,1%	18,8%	16,9%	14,4%	13,3%	2,4%	3,5%	3,4%	3,2%	1,0%	3,8%	0,0%	1,2%	0,1%	2,2%	0,6%	1,2%	0,2%	4,0%	80,5%	78,7%	83,5%	76,4%	77,1%	80,9%	82,7%
Eight	-	-	-	14,0%	8,6%	10,6%	20,2%	-	-	-	5,7%	1,6%	2,3%	3,5%	-	-	-	2,5%	4,7%	5,8%	8,9%	-	-	-	1,8%	0,2%	1,1%	5,1%	-	-	-	76,0%	84,9%	80,2%	62,4%
Gift	-	-	-	-	12,9%	9,3%	11,9%	-	-	-	-	2,1%	8,2%	6,3%	-	-	-	-	3,1%	5,9%	2,8%	-	-	-	-	1,2%	0,8%	3,6%	-	-	-	-	80,7%	75,8%	75,4%
Carnival	18,8%	22,1%	16,1%	11,4%	17%	17,5%	11,6%	1,2%	4,9%	7,0%	5,3%	7,2%	10,8%	5,2%	7,9%	6,4%	4,1%	6,4%	5,3%	8,1%	4,8%	1,0%	2,1%	1,2%	1,5%	0,5%	1,5%	2,0%	71,0%	64,4%	71,5%	75,4%	70%	62,2%	76,3%
Hills	-	1,9%	2,5%	2,2%	3,0%	3,7%	7,1%	-	2,6%	7,4%	5,6%	7,2%	13,8%	26,7%	-	0,1%	0,6%	3,5%	0,8%	4,6%	0,0%	-	0,3%	0%	0,3%	1,0%	0,2%	11,6%	-	95,1%	89,5%	88,5%	88,0%	77,7%	54,6%

Lamina sin diferencias significativas respecto al periodo anterior

A background image showing a wooden table with coffee beans and a scale. The scene is dimly lit, with a focus on the coffee beans and the scale. The background is blurred, showing what appears to be a market stall or a similar setting.

5

Precio de Cajetilla Lícita e Ilícita

Precio declarado por respondientes que compran cajetillas en el mercado formal e informal.

Precio promedio de cajetilla de cigarrillos ilícita versus precio de cajetilla lícita

El 88,4% de los fumadores declara comprar cajetillas por debajo de los \$2.000 pesos, la mitad del precio promedio declarado para cajetillas Lícitas.

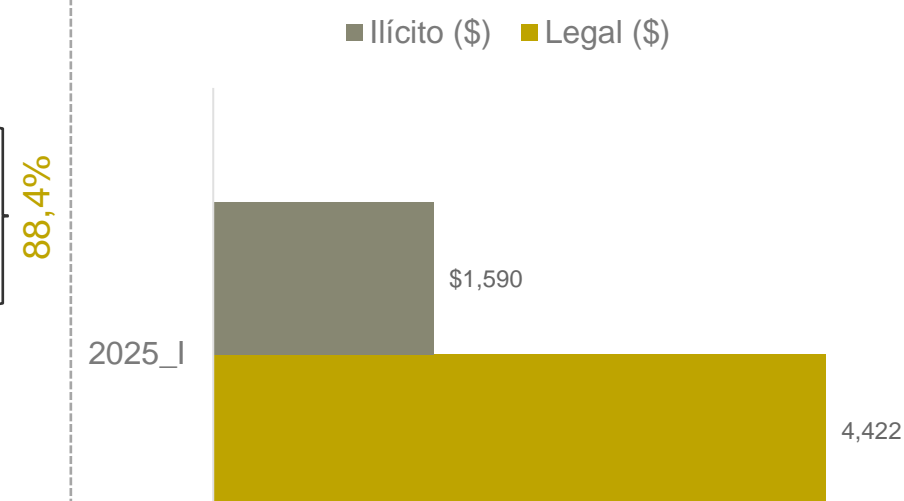
Porcentaje de cigarrillos ilícitos vendidos por rango de precio

Rango de precios voluminizado	\$ Ilícito (%) 2019	\$ Ilícito (%) 2021	\$ Ilícito (%) 2022	\$ Ilícito (%) 2023	\$ Ilícito (%) 2024-I	\$ Ilícito (%) 2024-II	\$ Ilícito (%) 2025-I
\$1.000 o menos	38,7 %	51,1 %	65,3 %	57,1%	22,5%	19,1%	25,1%
De \$1.001 a \$1.500	30,2 %	29,2 %	17,2 %	21,7%	48,1%	48,3%	45,1%
De \$1.501 a \$2.000	26,6 %	11,8 %	10,8 %	9,5%	22,1%	25,0%	18,2%
De \$2.001 a \$2.500	1,6 %	5,1 %	2,5 %	6,8%	3,6%	4,5%	6,7%
De \$2.501 a \$3.000	2,7 %	0,6 %	2,2 %	0,9%	1,0%	1,4%	2,9%
De \$3.001 a \$3.500	0,1 %	0,1 %	0,4 %	2,8%	0,3%	0,3%	0,8%
De \$3.501 a \$4.000	0,1 %	0,5 %	0,9 %	1,1%	1,4%	0,8%	0,1%
Más de \$4.000	0,1 %	1,7 %	0,7 %	0,2%	1%	0,7%	1,2%
Total	100 %	100 %	100 %	100%	100%	100%	100%

Porcentaje voluminizado por ADC.

Lamina sin diferencias significativas respecto al periodo anterior

Precio promedio simple de marcas Lícitos y Ilícitos



88,4%

2025_I

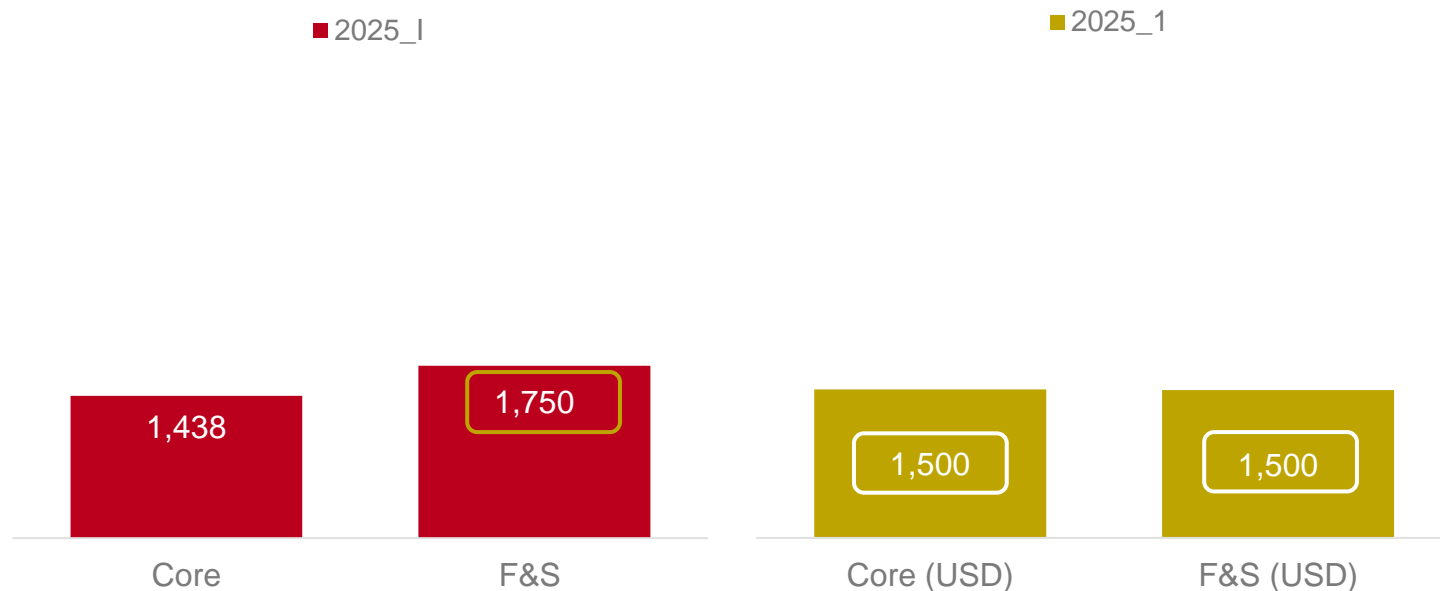
Se excluye marca de contrabando LS

Precio promedio y moda de cajetilla ilícita por tipo y sabor

En promedio, los F&S tienen un promedio de precio mayor al caso del producto Core. Sin embargo, el valor más pagado independiente del sabor es \$1.500.

Precio promedio de Marcas Ilícitas

Precio moda de Marcas Lícitas



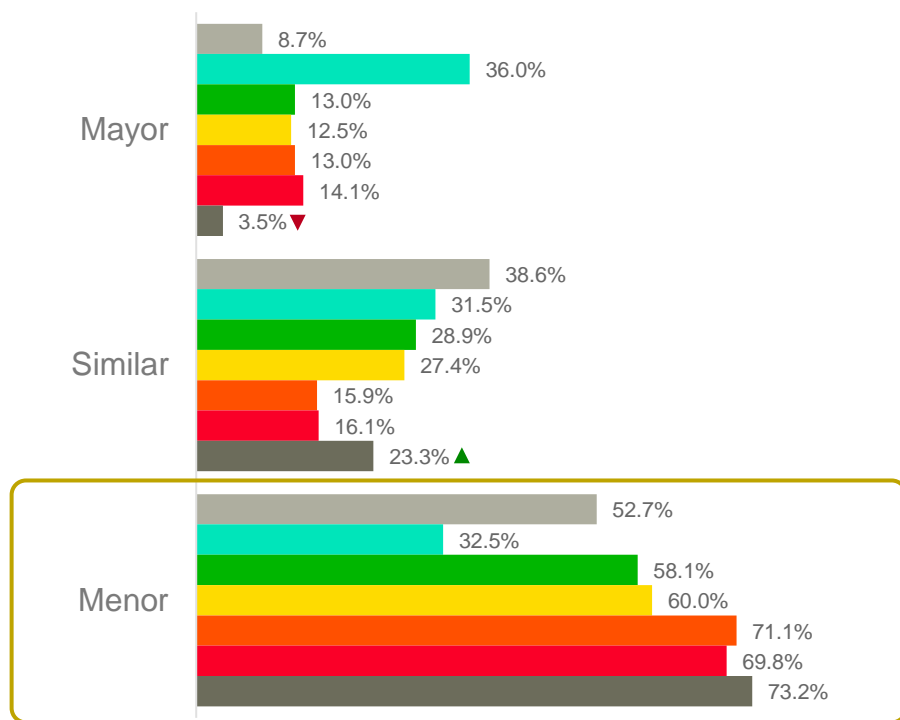
Marca	Promedio 2025
Pall Mall (falsificado)	\$3.727
Marlboro	\$2.800
Pine	\$2.299
Manchester	\$1.966
Time Change	\$1.879
Eight	\$1.746
Hills	\$1.698
Gift	\$1.637
Fox	\$1.608
Ruby	\$1.500
Carnival	\$1.303
Esse	\$1.204
Vip	\$1.000

Percepción del precio de cigarrillos ilícitos

Respecto al precio de los productos ilícitos, desde los consumidores hay una clara percepción de que estos productos son más económicos. Siendo su origen, la reducción de impuestos, ilegalidad, la calidad, entre otros; las principales razones de su precio.

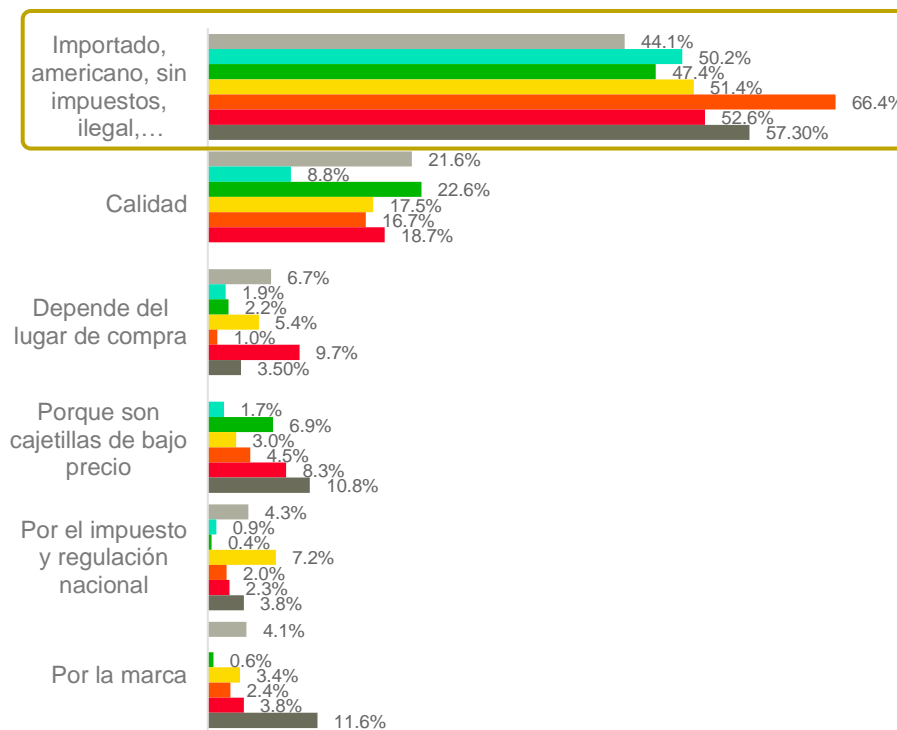
Percepción del precio de la cajetilla de cigarrillos ilícita

■ 2019 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024_I ■ 2024_II ■ 2025_I



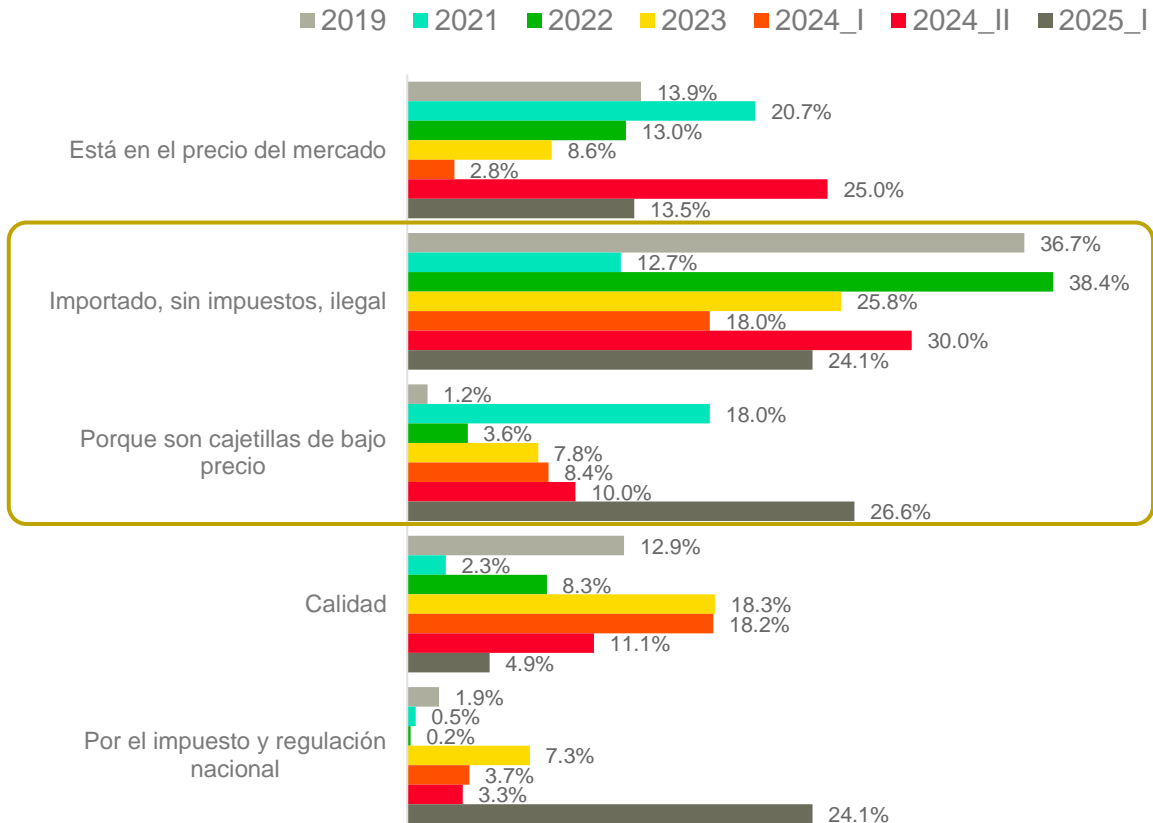
Razones de precio menor en el mercado

■ 2019 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024_I ■ 2024_II ■ 2025_I



Percepción del precio de cigarrillos ilícitos

Razones de precio similar en el mercado



La regulación, los impuestos y el bajo precio son las razones por las cuales, entre quienes consideran que el precio es similar, estos productos tienen actualmente estos precios.

A lightbulb with a green plant growing out of it, symbolizing growth and innovation. The background is dark and textured, possibly wood or stone.

6

Canales de Compra de Cigarrillos

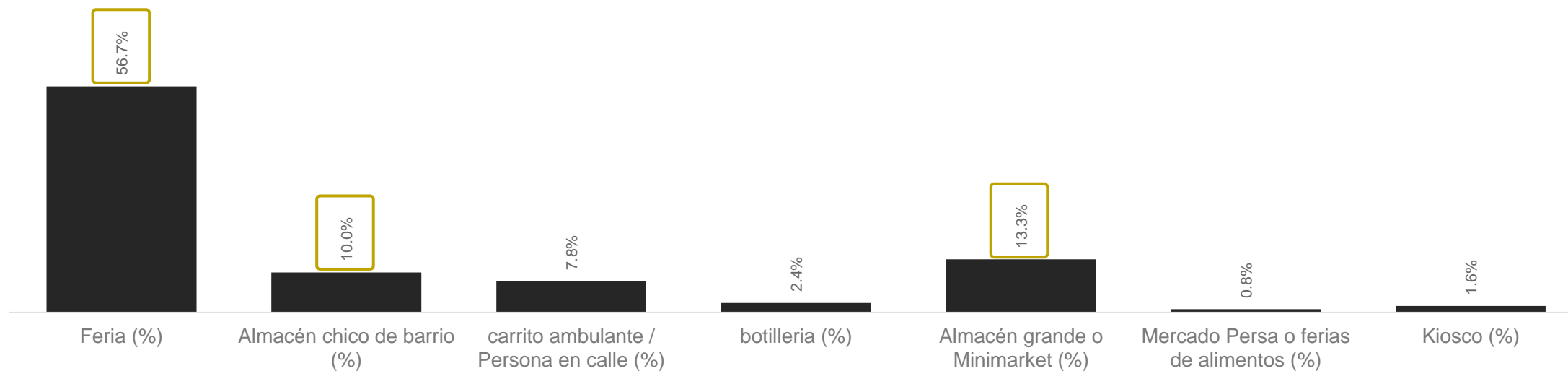
Establecimientos o canales formales e informales donde se compran cigarrillos.

Canales de compra de cigarrillos ilícitos

La feria se consolida como el principal canal de compra de cigarrillos ilícitos concentrando el 56,7% de las compra declaradas por los entrevistados. Le siguen los almacenes grandes (13,3%) y almacenes chicos de barrio (10,0%).

Canales de compra de marcas ilícitas

■ 2025_I

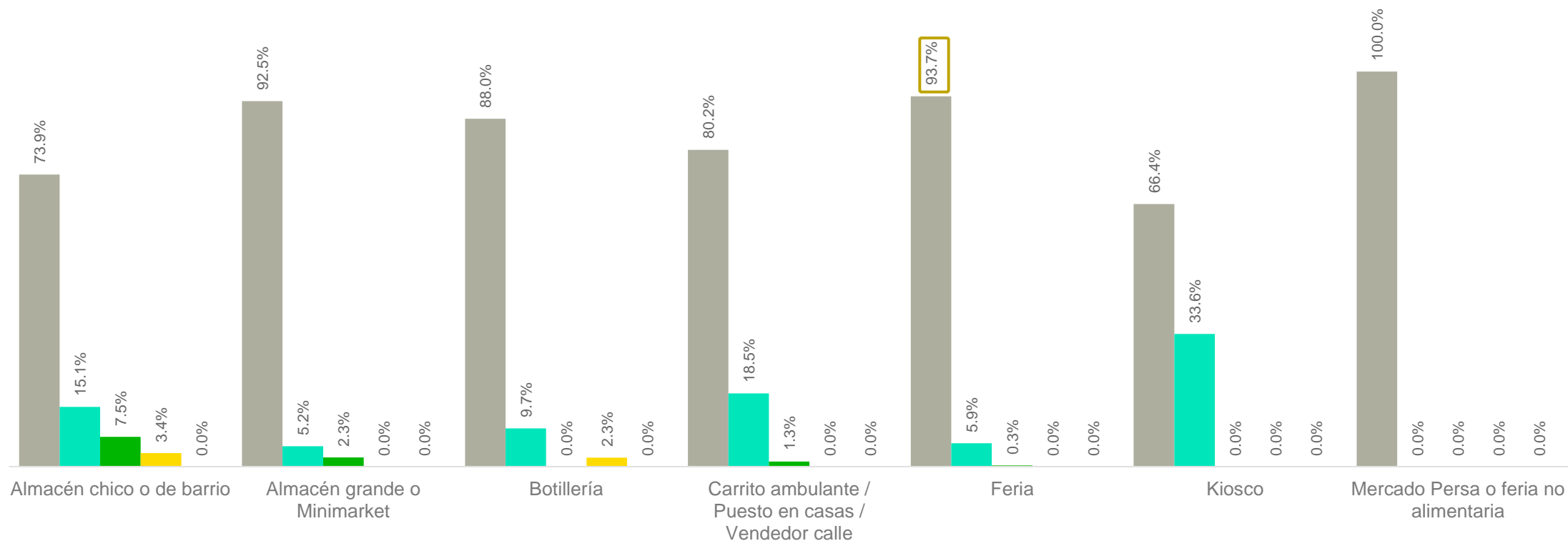


Canales de compra de cigarrillos ilícitos

Independiente del canal de compra, es importante considerar que la frecuencia de compra es frecuente. Así, la feria (punto de compra más declarado) el 93,7% de los usuarios declara comprar siempre en este canal.

Frecuencia de compra por establecimiento / 2025-I

■ Siempre ■ A menudo ■ De vez en cuando ■ Rara vez ■ Nunca

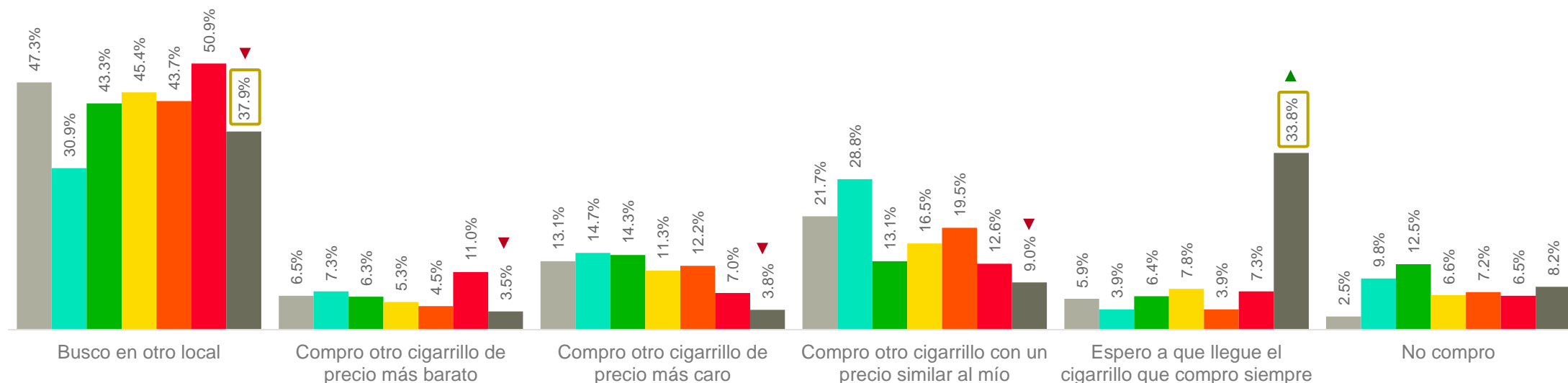


Canales de compra de cigarrillos ilícitos

En caso de no encontrar su producto, el 37,9% busca su producto en otro lugar, sin embargo, hay un 33,8% que está dispuesto a esperar para comprar su producto de siempre. Hablándonos de la fidelidad de los clientes respecto a estos productos.

Qué hace cuando no encuentra su marca habitual en el punto de venta

■ 2019 ■ 2021 ■ 2022 ■ 2023 ■ 2024_I ■ 2024_II ■ 2025_I



A photograph of a wooden table in a rustic setting. On the table, there is a glass jar, some dark items, and a pair of tweezers. In the background, there is a thatched roof structure, possibly part of a traditional building, with trees and foliage visible behind it. The lighting is soft and natural, suggesting an outdoor or semi-outdoor environment.

7

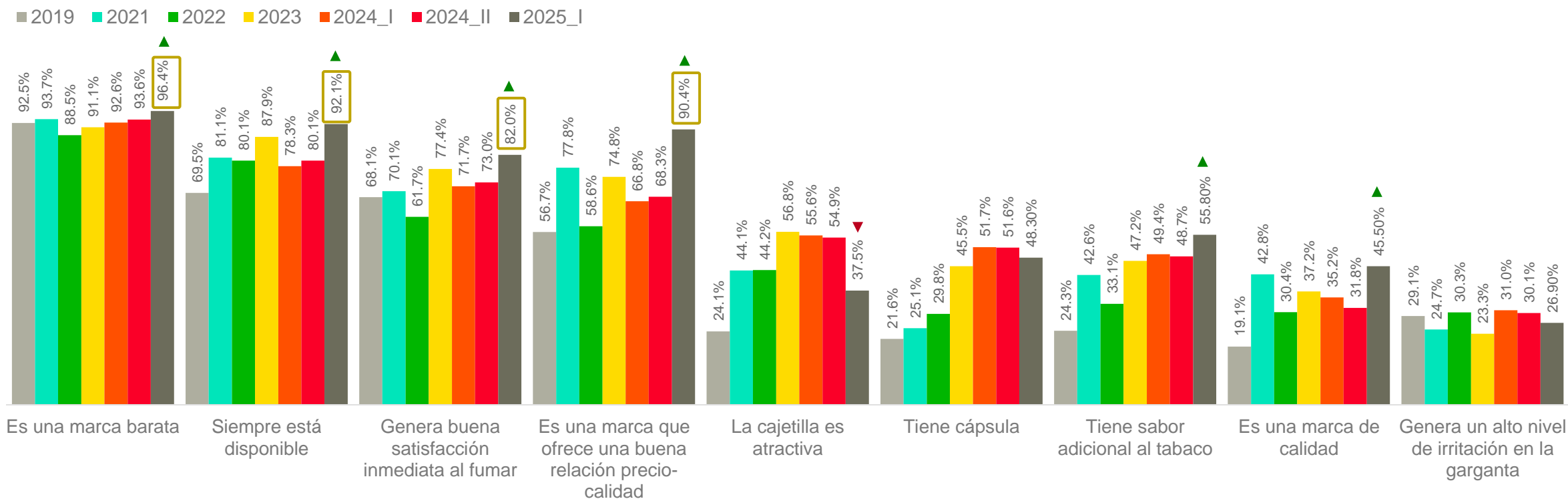
Drivers y Razones de Consumo

Declaración de respondientes sobre drivers de satisfacción y razones de selección de marca de cigarrillos.

Drivers de consumo ilegal

Las principales razones de compra del cigarrillos ilegales están asociadas a que son marcas baratas (96,4%), su disponibilidad (92,1%), a su relación precio calidad (90,4%) y la buena satisfacción inmediata que generan al fumar (82%).

Evolución de Drivers de Consumo Ilícito



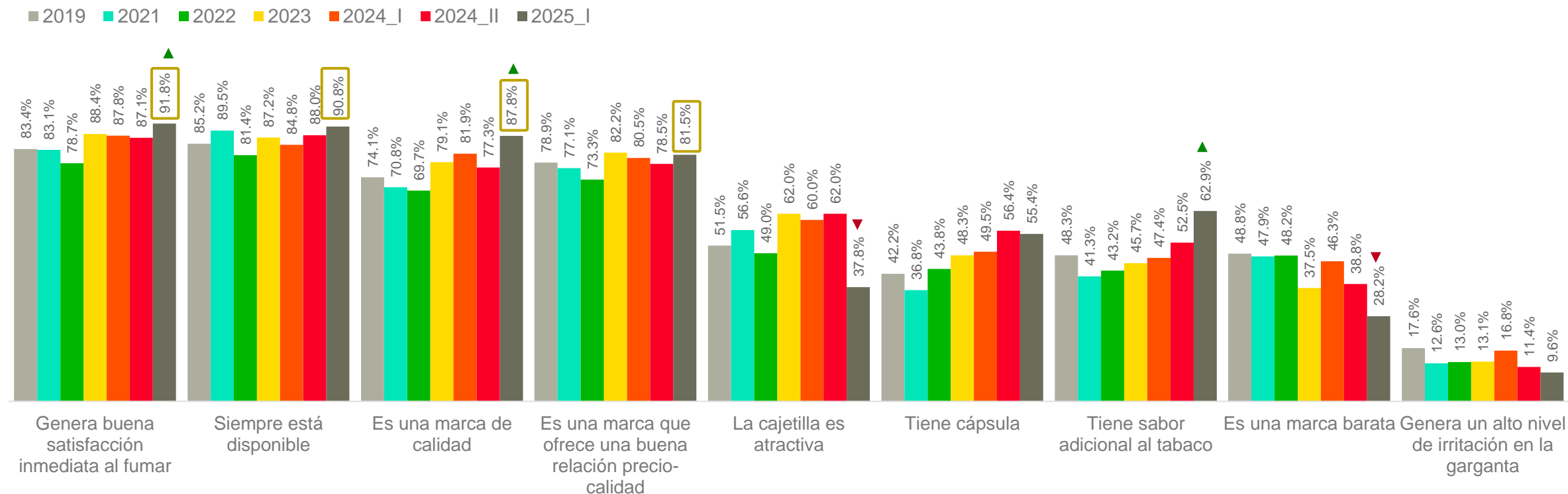
▼▲ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%

Datos ponderados por fumadores / Información 2019 – 2024 realizada por Mide UC
 Porcentaje Acuerdo/Muy de acuerdo con cada ítem.
 n muestra ilícitos 2025-I: 477

Drivers de consumo legal

Mismas razones por la cual los fumadores de cigarrillos Lícitos declaran fumarlos, pues generan satisfacción inmediata al fumar (91,8%), siempre disponibles (90,8%), ser una marca de calidad (87,8%) y ofrecer una buena relación precio calidad (81,5%).

Evolución de Drivers de Consumo Lícito



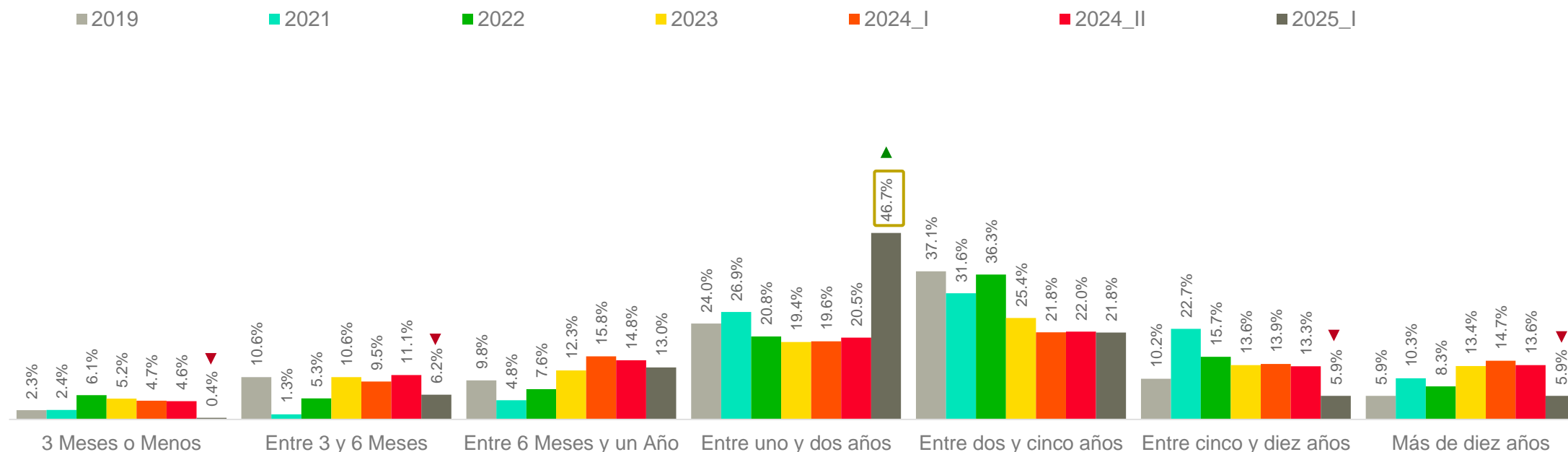
▼▲ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%

Datos ponderados por fumadores.
Porcentaje Acuerdo/Muy de acuerdo con cada ítem.
n muestra Lícitos 2025-I: 467

Tiempo que fuma marca habitual - Ilegal

Durante esta medición, los consumidores de ilícito declaran estar consumiendo aquellas marcas entre 1 y 2 años (46,7%), lo anterior, da señales de la consolidación de estas marcas entre los fumadores diarios de cigarrillos.

Tiempos consumiendo marca habitual de cigarrillos Ilícitos

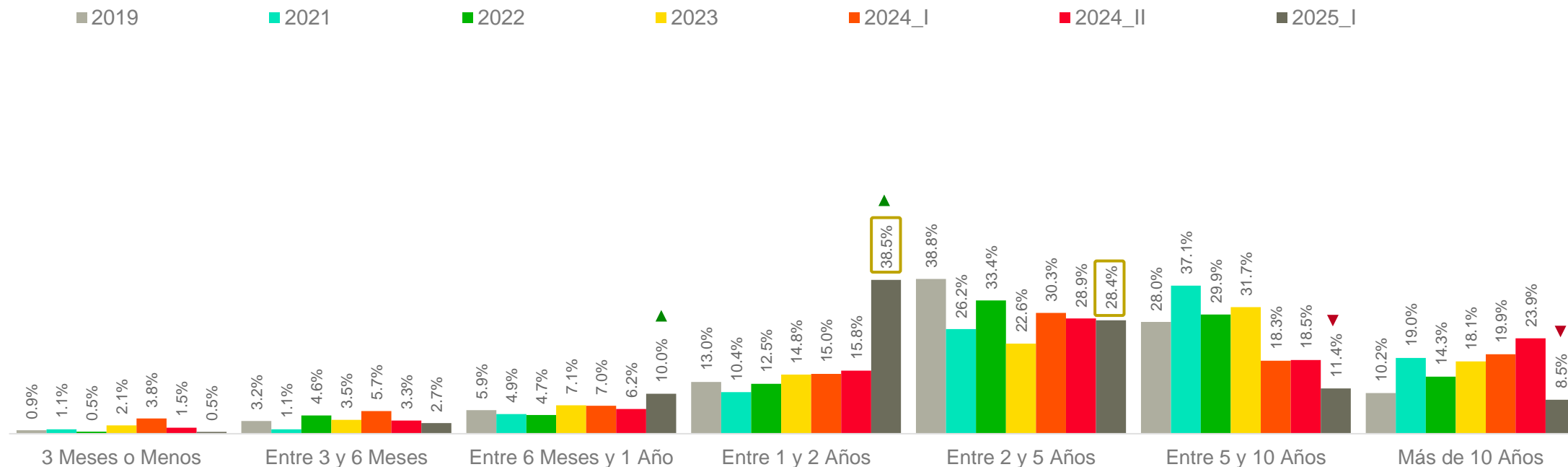


▼▲ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%

Tiempo que fuma marca habitual - Lícitos

Misma tendencia observada en el caso de fumadores de lícitos, con un 38,5% que declara su marca habitual entre 1 y 2 años y un 28,4% que lo hace 2 y 5 años.

Tiempos consumiendo marca habitual de cigarrillos Lícitos

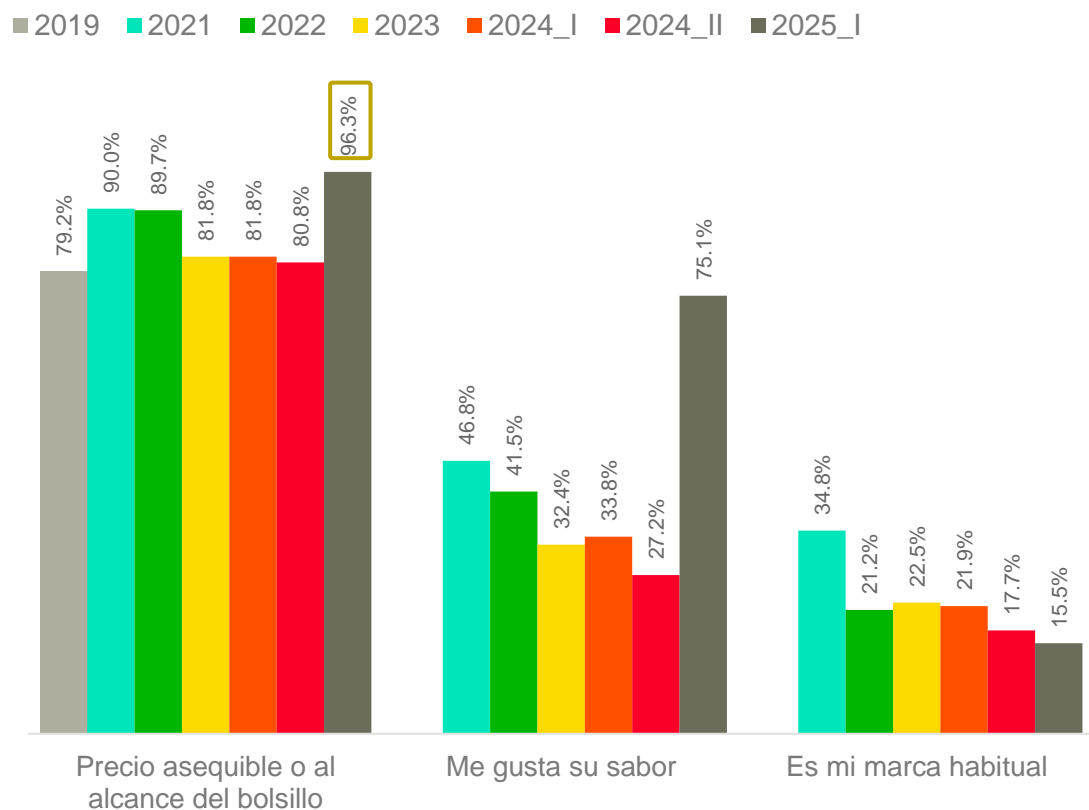


▲ ▼ Datos significativamente superior o inferior respecto al periodo anterior calculados bajo un nivel de confianza del 95%

Razones para compra de cigarrillos

El precio es el principal driver de la compra del ilícito, en línea con las razones de compra de cigarrillos ilícitos donde se ve reafirmado por la pregunta directa de por qué consume una marca de cigarrillo ilícito, en donde el 96,3% señala que es por el precio. Lo anterior se da en un contexto donde el 75,9% de los fumadores de ilícitos declara satisfacción respecto a estos productos.

Top 3 de compra de marca intercambiada



Satisfacción marca habitual



8

Sintesis...



Síntesis:

Durante el primer semestre de 2025 se llevó a cabo una investigación que buscó entender mejor los hábitos de consumo de tabaco en Chile, con especial foco en el comercio ilícito de cigarrillos. El estudio se realizó en 55 comunas urbanas del país, abarcando más de 7.000 entrevistas, y permitió recolectar 944 cajetillas mediante el método *Pack Swap*, una técnica que facilita el análisis directo de los productos consumidos.

Respecto a los consumidores:

- **Consumo ilícito se mantiene:** Cerca de la mitad de los fumadores diarios (49,9%) consume cigarrillos de origen ilícito. Santiago destaca como la zona con mayor concentración de estos consumidores.
- **Perfil del consumidor:** Los hombres y los mayores de 30 años (ASO30) son quienes más consumen cigarrillos ilícitos. Este grupo también presenta un consumo diario más elevado que el resto.
- **Marcas predominantes:** Las marcas **Gift** y **Carnival** lideran el mercado ilícito, seguidas por **Eight** y **Fox**. Estas marcas se consolidan especialmente entre los consumidores más jóvenes (ASU 30).
- **Origen de los productos:** Paraguay se posiciona como el principal país de procedencia de los cigarrillos ilícitos, aportando más del 70% del volumen total.

Respecto al precio:

- El precio promedio de una cajetilla ilícita ronda los **\$1.590**, mientras que las legales superan los **\$4.400**.
- La mayoría de los consumidores de ilícitos (88,4%) compra cajetillas por debajo de los \$2.000.
- El precio, junto con la disponibilidad y la relación calidad-precio, son los principales motivos que explican la preferencia por marcas ilícitas.

Síntesis

Canales de compra:

- El mayor volumen de compra proviene desde las **ferias libres**. Estas, se consolidan como el principal punto de venta de cigarrillos ilícitos, seguidas por almacenes de barrio y vendedores ambulantes.
- Existe una alta fidelidad hacia las marcas: muchos consumidores prefieren esperar o buscar en otro lugar antes que cambiar de producto.

Percepciones y motivaciones:

- Los consumidores valoran la **satisfacción inmediata**, la **accesibilidad** y el **precio** como factores clave en su decisión de compra.
- Tanto los fumadores de marcas legales como ilegales coinciden en que la disponibilidad y la relación precio-calidad son aspectos importantes.

9

Anexos

Definiciones

Fumador:

Porcentaje de la población que declara consumo de cigarrillos de manera habitual u ocasional, (p2: “¿Usted fuma cigarrillos (excluyendo los para “armar o enrollar” o sea tabaco suelto)?” Opciones de respuesta que se consideran: “1) Sí, Habitualmente; 2) Sí, a veces”

Fumador diario:

Porcentaje de la población que fuma al menos 1 cigarro al día. (p4.”Excluyendo cigarrillos para armar o enrollar (tabaco suelto), ¿Usted fuma al menos 1 cigarrillo por día?” Opción de respuesta que se considera “1) Sí”

ADC:

Acrónimo de “Average Daily Consume”. Número promedio de cigarrillos fumados por día. (p5. ¿Cuántos cigarrillos fuma normalmente por día? y p6 ¿Cuántos cigarrillos fuma normalmente por semana?)

ASU-ASO 30:

ASU es un acrónimo de “Adult Smoker Under” que considera a los adultos fumadores de 18 a 30 años (ASU 30)
ASO es un acrónimo de “Adult Smoker Over” que considera a los adultos fumadores mayores de 30 años, (ASO 30)

Macrozonas:

Norte: Arica, Iquique, Antofagasta, Calama, La Serena / Coquimbo (estas últimas incorporadas durante 2025).

Centro Costa: Viña del Mar, Valparaíso

Centro : Talca, Chillán

Sur : Concepción, Puerto Montt, Punta Arenas

Gran Santiago: Detalle a continuación.

Agrupación de sectores de Santiago:

Sectores altos: Comunas de Huechuraba, La Reina, Las Condes, Ñuñoa , Peñalolén, Providencia, Santiago.

Sectores medios: Comunas de Estación Central, Independencia, La Cisterna, La Florida, Macul, Maipú, Pudahuel, Puente Alto, Quinta Normal, Recoleta, San Miguel.

Sectores bajos: Comunas de Cerrillos, Cerro Navia, Conchalí, El Bosque, La Granja, La Pintana, Lo Espejo, Lo Prado, Pedro Aguirre Cerda, Quilicura, Renca, San Bernardo, San Joaquín y San Ramón

Periferia: Comunas de Buin, Colina, Lampa, Melipilla, Padre Hurtado, Paine, Peñaflo, Talagante