

ANT.: Eventuales prácticas anti-competitivas de BAT en la V Región.
Rol 2321-14.

MAT.: Minuta de archivo.

Santiago, 15 ABR. 2015

A : FISCAL NACIONAL ECONÓMICO (S)

DE : JEFE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)

Por la presente vía, recomiendo a Usted el archivo de la denuncia del Antecedente, en virtud de las razones que se exponen a continuación:

I. DENUNCIA.

1. Con fecha 13 de noviembre de 2014 la Fiscalía Nacional Económica ("Fiscalía" o "FNE") tomó conocimiento de una denuncia de la Asociación de Comerciantes de Chile A.G. ("**Asociación Gremial**" o "**Asociación**")¹ en contra de British American Tobacco Chile Operaciones S.A. ("**BAT**") por supuestas prácticas anticompetitivas en la quinta región.
2. En su presentación el denunciante expuso que dichas prácticas consistirían, a su juicio, en (i) la fijación de precios de reventa, (ii) la exigencia de requisitos más allá de los establecidos por el Servicio de Impuestos Internos ("**SII**") en orden a comercializar los cigarrillos con sobreprecio, y (iii) la negativa de BAT a proveer cigarrillos a los miembros de la Asociación.

¹ La Asociación de Comerciantes de Chile A.G. es una asociación gremial constituida en la ciudad de Valparaíso el año 2012 con el fin de agrupar a los pequeños y medianos comerciantes de esa región. En la actualidad 150 aproximadamente son sus afiliados, los cuales ejercen el comercio principalmente en Valparaíso, Viña del Mar, Villa Alemana y Limache.

3. Según el denunciante, lo anterior se habría configurado al negarse BAT a proveer cigarrillos a los miembros de la Asociación que habían manifestado, mediante una declaración jurada, su intención de comercializarlos a un precio mayor que el sugerido.

II. ANTECEDENTES.

4. El Decreto Ley N° 828 de 1974 del Ministerio de Hacienda sobre "Impuesto a los tabacos manufacturados, que establece normas para el Cultivo, Elaboración y Comercialización del tabaco", señala que el tabaco manufacturado en sus diversas presentaciones estará afecto a un impuesto específico ("ITA")² y al cual se adiciona el impuesto al valor agregado ("IVA"). Dichos impuestos han de calcularse, para todos los efectos, sobre el "precio de venta al cliente"³, para lo cual el fabricante deberá "[h]acer una declaración por escrito al Servicio de Impuestos Internos, del precio a que se venda al consumidor la mercadería gravada"⁴⁻⁵⁻⁶.
5. Así las cosas, inicialmente el sistema tributario designa al fabricante o importador la tarea de establecer un precio de venta al consumidor de manera previa a su efectiva comercialización por parte del vendedor final, el que cumple el rol de precio sugerido con el fin de facilitar la recaudación, pago y fiscalización de los impuestos en cuestión. Lo anterior, supone un cambio en el sujeto del contribuyente, quedando obligada la tabacalera o importador a la recaudación y pago de los tributos.

² Particularmente y respecto de los cigarrillos, el artículo 4 prescribe que "[l]os paquetes, cajas o envoltorios de cigarrillos pagarán un impuesto específico equivalente a 0,0010304240 unidades tributarias mensuales por cada cigarrillo que contengan; y, además, un impuesto de 30%, que se aplicará sobre el precio de venta al consumidor, incluido impuestos, por cada paquete, caja o envoltorio, considerándose como entero toda fracción del impuesto inferior a un peso".

³ Definido según la Resolución Exenta N°22 del 2 de febrero de 2007, "ESTABLECE NORMAS SOBRE CAMBIO DE SUJETO DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO EN LA VENTA DE CIGARROS, CIGARRILLOS Y TABACOS MANUFACTURADOS, DELEGA FACULTADES Y DEROGA RESOLUCIONES QUE INDICA" como "(aquel) que haya declarado el fabricante o importador al servicio de impuestos internos".

⁴ Artículo 17 letra a) del Decreto Ley N°828 de 1974.

⁵ El cumplimiento de esta declaración respecto del precio al consumidor sobre el cual se llevará a cabo el cálculo de los impuestos que gravan al tabaco, representa un requisito legal que habilita al fabricante a retirar la mercadería desde sus fábricas.

⁶ Ver Anexo 1.

6. Sin embargo, el comercializador no se encuentra obligado a vender al consumidor los cigarrillos al precio establecido por el fabricante o importador. En efecto, el SII, haciendo uso de sus potestades administrativas, instauró un procedimiento mediante el cual el comercializador puede manifestar su intención de vender por sobre el precio declarado por el fabricante. Dicha intención debe constar en una declaración jurada, la que ha de entregarse “[...] en el mismo periodo tributario al distribuidor mayorista”⁷ e involucra la retención de los impuestos correspondiente al sobreprecio -ITA e IVA⁸- y la exención de la responsabilidad por el pago de dicho tributo por parte del comercializador final.

7. Dentro de este contexto es que BAT habría llevado a cabo la implementación de un sistema de gestión interno de solicitudes de venta con sobreprecio. A juicio de la denunciada, el objeto de este sistema sería el recopilar la información necesaria para la gestión de las diferentes listas de precios de sus clientes que estarían vendiendo a un precio mayor que el declarado inicialmente, de manera de poder cumplir en tiempo y forma sus obligaciones tributarias al respecto⁹.

III. DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA Y ANÁLISIS DEL MERCADO.

8. Esta Fiscalía recientemente se ha referido a las características relevantes del mercado¹⁰, estableciendo que en Chile esta industria es altamente concentrada, consta de una variada oferta de cigarrillos que se distinguen según calidad, precio, formato y diseño, y mantiene una demanda estable en el tiempo, refrendado en que la disposición a comprar que presentan los consumidores de cigarrillos se ha mantenido relativamente constante, a

⁷ Resolución Exenta N°22 del 2 de febrero de 2007

⁸ Oficio Ord. N°799 SII, de fecha 20 de marzo de 2015.

⁹ Respuesta de BAT de fecha 24 de diciembre de 2014 a Oficio Ordinario N° 1968.

¹⁰ Minuta de Archivo Rol N° 2227-13 “Denuncia contra Cía. Chilena de Tabacos y otras tabacaleras e importadoras” de fecha 16 de enero de 2014.

pesar de las modificaciones normativas que regulan los espacios disponibles para fumadores y la publicidad de estos productos.

9. En el mismo sentido y respecto a la forma en cómo se organiza la industria, es posible identificar 2 mercados relacionados.

a. Por un lado se observa un mercado *aguas arriba*, donde la oferta está compuesta por quienes producen y/o importan cigarrillos al país, para luego comercializarlos a través de grandes distribuidores o mediante la venta directa al comercio de menor tamaño. Este mercado es ampliamente concentrado, siendo el principal oferente BAT, empresa que opera en Chile hace más de cien años, con presencia en todo el territorio nacional, y con ventas anuales del orden de [1]¹¹⁻¹², las que representan una participación de mercado de aproximadamente el 93%¹³.

b. Por otra parte, se identifica un mercado *aguas abajo* correspondiente al de comercialización minorista de cigarrillos. El Tribunal de Defensa de la Libre Competencia ("TDLC")¹⁴ y esta Fiscalía¹⁵ han señalado 2 canales mediante los cuales se venden estos productos al consumidor final: (i) el canal *Low Trade*, correspondiente a pequeños puntos de venta, tales como botillerías, almacenes de barrios y quioscos; y (ii) el canal *High Trade*, que hace referencia a negocios medianos y de gran tamaño, tales como restaurantes, estaciones de servicio y cadenas de supermercados¹⁶.

¹¹ Minuta de Archivo Rol N° 2227-13 de fecha 16 de enero de 2014.

¹² Ver anexo confidencial.

¹³ Para más detalle, véase http://www.batchile.com/group/sites/BAT_7ZHF2R.nsf/vwPagesWebLive/DO8R3MJS?opendocument [última visita: 19 de marzo de 2015].

¹⁴ Sentencia TDLC N° 115/2011.

¹⁵ Minuta de Archivo Rol N° 2227-13 "Denuncia contra Cía. Chilena de Tabacos y otras tabacaleras e importadoras" de fecha 16 de enero de 2014.

¹⁶ Tal como se expuso en la Minuta de Archivo Rol N° 2227-13 de fecha 16 de enero de 2014, y en la Sentencia N° 115/2011 del TDLC, la empresa Philip Morris señaló que el canal *Low Trade* representa aproximadamente el 55% del mercado de comercialización de cigarrillos, mientras que el canal *High Trade*, el 45% restante.

10. Considerado lo anterior, y para determinar si las conductas denunciadas constituyen o no una infracción a la normativa de libre competencia, es necesario determinar el mercado relevante. Esta Fiscalía entiende como mercado relevante *“el de un producto o grupo de productos, en un área geográfica en que se produce, compra o vende, y en una dimensión temporal tales que resulte probable ejercer a su respecto poder de mercado”*¹⁷.
11. En vista de los antecedentes presentados en la denuncia, las conductas de BAT estarían dirigidas no sólo a los puntos de ventas que actualmente pertenecen a la Asociación, sino que potencialmente al comercio minorista en su conjunto, por lo que esta División estima que el mercado relevante del producto sería la comercialización de cigarrillos a los puntos de venta minoristas.
12. Asimismo, en lo que respecta al mercado relevante geográfico, esta División considera que la comercialización de cigarrillos a puntos de venta minorista tienen, para estos efectos, alcance nacional, por lo que el mercado relevante geográfico abarca todo el territorio nacional.
13. Finalmente, en relación a las condiciones de entrada, y tal como ya fue señalado anteriormente por esta Fiscalía¹⁸, en el mercado aguas arriba se observarían importantes barreras a la entrada, siendo éstas principalmente de carácter regulatorio¹⁹, y asociadas al eventual comportamiento estratégico del actor dominante, destinado a desincentivar el ingreso de nuevas firmas. Dichas barreras a la entrada, sumadas a la alta participación

¹⁷ Fuente: Guía para el Análisis de Operaciones de Concentración, Octubre 2012, Fiscalía Nacional Económica, disponible en: <http://www.fne.gob.cl/wp-content/uploads/2012/10/Guía-Fusiones.pdf>.

¹⁸ Minuta de Archivo del expediente Rol N° 2227-13 “Denuncia contra Cía. Chilena de Tabacos y otras tabacaleras e importadoras” de fecha 16 de enero de 2014.

¹⁹ Las restricciones señaladas son aquellas que emanan de la Ley N° 19.419 (Ley que regula actividades relacionadas con el tabaco) la que establece restricciones en materia de publicidad y aumento considerable de los espacios libres de humo.

de mercado que posee BAT a nivel nacional, permiten que dicha compañía tenga una posición dominante.

IV. ANÁLISIS DE LA DENUNCIA.

14. Como se mencionó precedentemente, a juicio del denunciante, BAT estaría llevando a cabo una práctica de fijación de precios de reventa, impidiendo a los comerciantes fijar libremente los precios a los cuales estos comercializan los cigarrillos, controlando de ese modo los márgenes obtenidos por éstos²⁰.
15. Dicha fijación se materializaría a través de los excesivos requisitos del procedimiento instaurado por BAT para la declaración de sobrepuestos, el que levantaría exigencias adicionales a las dispuestas por el SII, y que dificultarían la posibilidad de vender cigarrillos a un precio superior al sugerido. Dicho procedimiento fue comunicado a sus clientes en octubre de 2014 con el propósito de uniformar la tramitación de las declaraciones juradas.
16. Para dicho efecto, se estableció que, en caso de entregarse personalmente a un vendedor de la compañía la declaración jurada, ésta debía ser acompañada de una copia por ambos lados de la cédula de identidad de aquel que firmaba. Adicionalmente, cuando el trámite fuese realizado por el representante legal del establecimiento comercial, se debía presentar copia del documento en el cual constase dicha personería. Finalmente, en caso de no hacerse presencialmente este trámite (esto es, enviando la documentación a través del servicio postal), el interesado debía acompañar la declaración jurada con su firma debidamente autorizada ante notario. Todo lo anterior, con 12 días de anticipación a la fecha en la que se realizaría la compra de los cigarrillos por parte del comerciante.

²⁰ Según declaración del denunciante de fecha 26 de noviembre de 2014.

17. En el marco de las diligencias realizadas por esta División, la denunciada informó que en la actualidad atiende a cerca de 30.000 clientes, de los cuales una fracción muy baja hace uso de los procedimientos establecidos para la venta de cigarrillos con sobreprecio, esto según se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Número de comerciantes afectos al procedimiento de sobreprecio.

[•]

Ver anexo confidencial [2]

18. Consultada respecto de los detalles del procedimiento y los plazos establecidos para llevar a cabo el procesamiento de las declaraciones juradas, la denunciada argumentó que estos responderían a la complejidad en el tratamiento de las solicitudes realizadas, ya que BAT debe procesar físicamente toda declaración jurada, ingresar manualmente los precios declarados, y generar o modificar las diferentes listas de precios asociadas a cada uno de ellos en caso que lo amerite. En este sentido, dichas solicitudes serían recibidas por los vendedores y enviadas semanalmente por el respectivo Jefe de Logística a las oficinas ubicadas en Santiago, para ser acumuladas y tramitadas cada jueves, generando al día siguiente las listas de precios de cada cliente²¹.

19. Lo anterior, a criterio del denunciante, resulta excesivo toda vez que la resolución exenta que establece el procedimiento para la comercialización de los cigarrillos con sobreprecio fija, como único requisito, la presentación de una declaración jurada simple por escrito al distribuidor mayorista, fabricante o importador²². Sin embargo, en el procedimiento establecido por BAT, la identidad del declarante cobra vital importancia.

20. Adicionalmente, la denunciada señaló que con anterioridad a la entrada en vigencia del mencionado procedimiento, la venta por parte de BAT al

²¹ Según el procedimiento descrito por BAT en su respuesta de fecha 24 de diciembre de 2014 a Oficio Ordinario N° 1968.

²² Resolutivo N° 5 de la Resolución Exenta N° 22, de 2007 del SII.

comerciante se llevaba a cabo mediante la emisión de facturas calculadas con el precio sugerido, mientras que el sobreprecio se compensaba con notas de débito para el posterior cumplimiento de las obligaciones tributarias²³. Sin embargo, a partir del 1 de noviembre de 2014 con la entrada en vigencia de la Ley N°20.727²⁴, surgió la obligación para todo gran contribuyente de emitir todos sus documentos de forma electrónica, lo que según la denunciada implicó la puesta en marcha de sistemas informáticos de mayor automatización para dichos documentos, los cuales habrían hecho imposible mantener la gestión tal como operaba previamente y por ello se habría optado por el manejo de listas de precios para cada cliente²⁵.

21. A juicio de esa División y tal como ya lo ha señalado reiteradamente las ex Comisiones Antimonopolio *“la indicación o información del precio de venta al público que deben dar los importadores o fabricantes al Servicio de Impuestos Internos es la forma que ha señalado la ley para recaudar los tributos que afectan a los tabacos y cigarrillos, permite su eficiente y adecuada fiscalización”*²⁶, lo anterior unido a la alternativa cierta que tienen los comercios de determinar precios distintos a los informados por BAT, permite establecer que, en la práctica, se encuentran compatibilizados los intereses fiscales con los de la libre competencia, por cuanto no hay norma alguna que impida a los minoristas fijar libremente el precio de venta al consumidor de cigarrillos y tabacos²⁷. De este modo, si el minorista vende a un mayor precio que el que sirvió de base para pagar los impuestos, puede

²³ Incluso estas facturas y notas de débito eran incluso emitidas con anticipación, dadas las características del negocio, como eran la habitualidad, regularidad en los volúmenes de compra y las costumbres del negocio asumidas por vendedores y comerciantes (Declaración del denunciante de fecha 26 de noviembre de 2014).

²⁴ El artículo 2 señala: “[l]as facturas, facturas de compra, liquidaciones facturas y notas de débito y crédito que deban emitir los contribuyentes, consistirán exclusivamente en documentos electrónicos en conformidad a la ley...”.

²⁵ Respuesta de BAT a Oficio Ord. N°1968.

²⁶ Resolución 253/87 FNE y Compañía de Inversiones San Andrés contra Chiletabacos y Dictamen 394/83 Compañía de Inversiones San Andrés Ltda. Contra Chiletabacos.

²⁷ Resolución Exenta SII N° 22 de 2007.

- pedirle a su proveedor que entere en las arcas fiscales las diferencias correspondientes²⁸.
22. En relación con lo anterior, resulta necesario hacer presente que BAT es el sujeto pasivo responsable del pago de los impuestos respectivos frente al SII. De no cumplir con informar y declarar el mayor precio al que se venden los cigarrillos, en relación al sugerido inicialmente, BAT se ve expuesto a multas y sanciones por parte de dicho Servicio. El procedimiento cuestionado por la denunciante tendería a limitar el riesgo de dichas sanciones y multas.
23. Por otra parte, respecto de la negativa de venta, esta conducta no se configuraría por cuanto no se verifica la ocurrencia de sus requisitos. Al respecto, el TDLC estableció anteriormente que para que se configure una negativa de venta atentatoria contra la libre competencia deben concurrir, de manera copulativa, los siguientes requisitos: "(i) Que una persona vea sustancialmente afectada su capacidad de actuar o de seguir actuando en el mercado, por encontrarse imposibilitada para obtener en condiciones comerciales normales los insumos necesarios para desarrollar su actividad económica; (ii) Que la causa que impida a esa persona acceder a tales insumos consista en un grado insuficiente de competencia entre los proveedores de los mismos, de tal manera que uno de esos proveedores, o varios de ellos coludidos, niegue o nieguen a tal persona el suministro; y, (iii) Que la referida persona esté dispuesta a aceptar las condiciones comerciales usualmente establecidas por el proveedor respecto de sus clientes, pues tal aceptación impone necesariamente al proveedor la obligación de vender o suministrar lo que se le solicita"²⁹.
24. En particular, si bien BAT posee posición de dominio en un mercado caracterizado por la baja competencia – y considerando que el cigarrillo

²⁸ El Servicio de Impuestos Internos en su respuesta de 20 de marzo de 2015 señaló que "La declaración que establece el Resolutivo N° 5 de la Res. Ex. SII N° 22, de 2007, debe ser presentada por escrito al distribuidor mayorista, fabricante o importador, mediante declaración jurada, en el mismo período tributario en que el comerciante expendía estos productos a un precio superior".

²⁹ Resolución TDLC N°19/2006, considerando séptimo.

constituye un elemento relevante para los ingresos³⁰ de los comerciantes minoristas-, el denunciante no habría aceptado y cumplido las condiciones contractuales contenidas en el nuevo procedimiento. Al respecto, el TDLC señaló que eventualmente podría negarse la celebración de un contrato o la prestación de servicios “cuando el productor o prestador establezca condiciones generales, objetivas y razonables para comercializar su producto o servicio, y éstas no fueren aceptadas por el cliente”³¹.

25. Analizado el procedimiento establecido por BAT, es posible determinar que éste presenta condiciones generales y objetivas para todos los clientes minoristas a nivel nacional y sus requisitos no resultarían excesivos en relación con lo establecido en la Res. Exenta del SII N° 22/2007 para llevar a cabo ventas con sobreprecio. Adicionalmente, el procedimiento establecido por BAT responde también a la nueva normativa nacional sobre la emisión de documentos electrónicos³², lo que sumado al tamaño de la denunciada y la cantidad potencial de solicitudes que puede llegar a gestionar, justifican el tiempo y requisitos adicionales para estandarizar dicho procedimiento.

V. CONCLUSIONES.

26. En atención a lo expuesto precedentemente, y los antecedentes analizados, es dable concluir que no existirían las condiciones necesarias para la configuración de las prácticas anticompetitivas denunciadas. Esto, considerando que el sistema de tributación al cual están afectos el tabaco y especialmente los cigarrillos contempla la obligación del fabricante o importador, en este caso BAT, de llevar a cabo una sugerencia *ex ante* del precio al cual serán comercializado estos productos, a la vez que altera los sujetos de los impuestos que los gravan – con el objetivo de facilitar su cálculo, recaudación, pago y fiscalización-, observándose que el

³⁰ Sentencia TDLC N° 26/2005, considerando vigésimo séptimo.

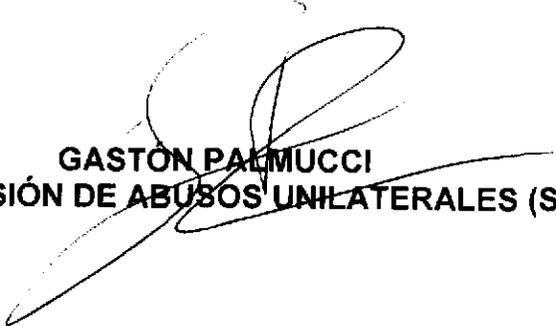
³¹ Sentencia TDLC N° 26/2005, considerando vigésimo cuarto.

³² Ley N° 20.727 que introduce modificaciones a la legislación tributaria en materia de factura electrónica y dispone otras medidas.

procedimiento establecido por BAT responde a las obligaciones tributarias que le asisten.

Por lo expuesto recomiendo a Usted el archivo de la denuncia del Antecedente.

JIV


GASTÓN PALMUCCI
JEFE DE DIVISIÓN DE ABUSOS UNILATERALES (S)

Anexo 1.

Listado de precios de venta al consumidor informados por los fabricantes e importadores al 16 de marzo de 2015 y publicado por el SII Estos precios son los que servirán de base para el cálculo del ITA e IVA.

MARCA	ENVASE	CANTIDAD	TAMAÑO	OTROS	PRECIO
BELMONT	Box	10	King Size	Azul New Pack	1.300
BELMONT	Box	10	King Size	Azul	1.400
BELMONT	Box	10	King Size	Rojo	1.300
BELMONT	Box	20	King Size	Azul	2.500
BELMONT	Box	20	King Size	Rojo	2.500
BELMONT	Box	20	King Size	Gris	2.500
BELMONT	Box	20	King Size	Switch	2.500
BELMONT	Box	20	King Size	Rojo New Pack	2.600
BELMONT	Box	20	King Size	Azul New Pack	2.600
BELMONT	Soft Cup	20	King Size	Rojo	2.300
BELMONT	Soft Cup	20	King Size	Azul	2.300
BELMONT	Soft Cup	20	King Size	Rojo New Pack	2.500
BELMONT	Soft Cup	20	King Size	Azul New Pack	2.500
DUNHILL	Box	20	King Size	Switch	3.200
DUNHILL	Box	20	King Size	Full Red	3.000
DUNHILL	Box	20	King Size	Black	3.000
HILTON	Box	20	King Size	Silver	1.300
HILTON	Box	20	King Size	Blue	1.300
HILTON	Box	20	King Size	Red	1.300
HILTON	Soft Cup	20	King Size	Silver	1.300
HILTON	Soft Cup	20	King Size	Blue	2.300
HILTON	Soft Cup	20	King Size (KS)	Red	2.300
INDY	Box	20	80 MM	Azul	2.000
INDY	Box	20	80 MM	Rojo	2.000
JL	Box	20	80 MM	Mentol	1.300
KENT	Box	10	King Size	Silver Tube	1.500
KENT	Box	10	King Size	Silver	1.500
KENT	Box	11	King Size	Silver	1.500
KENT	Box	20	King Size	Silver	2.800
KENT	Box	20	King Size	White	2.800
KENT	Box	20	King Size	White Tube	2.800
KENT	Box	20	King Size	Actron	3.000
KENT	Box	20	King Size	iSwitch	3.000
KENT	Box	20	King Size	Blue	2.800
KENT	Box	20	King Size	Switch	2.800
KENT	BOX	20	Kong Size	IMIX	3.000
KENT	Box	20	King Size	Silver Tube	2.800

MARCA	ENVASE	CANTIDAD	TAMAÑO	OTROS	PRECIO
KENT	Box	20	King Size	Blue Tube	2.800
KENT	Box	20	King Size	iBOOST	3.000
L & M	Box	10	King Size	Azul	1.200
L & M	Box	10	King Size	Gris	1.200
L & M	Box	10	King Size	Rojo	1.200
L & M	Box	20	King Size	Azul	2.300
L & M	Box	20	King Size	Rojo	2.300
L & M	Box	20	King Size	Gris	2.300
LATINO	Box	20	King Size	Rojo	2.000
LATINO	Box	20	King Size	Azul	2.000
LATINO	Soft Cup	10	King Size	Azul	1.000
LATINO	Soft Cup	10	King Size	Rojo	1.000
LATINO	Soft Cup	20	King Size	Rojo	2.000
LATINO	Soft Cup	20	King Size	Azul	2.000
LUCKY STRIKE	Box	10	King Size	Blue	1.500
LUCKY STRIKE	Box	10	King Size	Red	1.500
LUCKY STRIKE	Box	10	King Size	Click & Roll	1.600
LUCKY STRIKE	Box	10	King Size	Original Tobacco Blue	1.300
LUCKY STRIKE	BOX	10	King Size	Click & Roll Patterson	1.600
LUCKY STRIKE	Box	11	King Size	Patterson Switch	1.600
LUCKY STRIKE	Box	11	King Size	Patterson Red	1.500
LUCKY STRIKE	Box	11	King Size	Patterson Blue	1.500
LUCKY STRIKE	Box	12	King Size	Click & Roll Patterson	1.600
LUCKY STRIKE	Box	12	King Size	Patterson Blue	1.500
LUCKY STRIKE	Box	12	King Size	Patterson Red	1.500
LUCKY STRIKE	Box	16	King Size	Blue	1.800
LUCKY STRIKE	Box	16	King Size	Red	1.800
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	SILVER	2.000
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Blue	2.800
LUCKY STRIKE	BOX	20	King Size	Patterson Red	2.800
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Red	2.800
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Patterson Blue	2.800
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Click & Roll	3.000
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Original Tobacco Blue	2.800
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Original Tobacco Red	2.800
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Click & Roll Patterson	3.000
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Twins	3.100
LUCKY STRIKE	Box	20	King Size	Click & Roll Fresh	3.000
LUCKY STRIKE	Soft Cup	20	King Size	Red	2.400
LUCKY STRIKE	Soft Cup	20	King Size	Blue	2.400
LUCKY STRIKE	Soft Cup	20	King Size	Silver	1.900
MÁLAGA	Soft Cup	10	King Size	Celeste	500
MÁLAGA	Soft Cup	10	King Size	Azul	500
MARLBORO	Box	10	King Size	Silver	1.400
MARLBORO	Box	10	King Size	Gold Original	1.400
MARLBORO	Box	10	King Size	Red	1.400

MARCA	ENVASE	CANTIDAD	TAMAÑO	OTROS	PRECIO
MARLBORO	Box	20	King Size	Red Limited Edition	1.900
MARLBORO	Box	20	King Size	Gold Original	2.900
MARLBORO	Box	20	King Size	Silver	2.900
MARLBORO	Box	20	King Size	Gold Limited Edition	2.200
MARLBORO	Box	20	King Size	Ice Blast	2.900
MARLBORO	Box	20	King Size	Red	2.900
MARLBORO	Box	20	King Size	Gold Beyond	2.900
PACIFIC	Soft Cup	20	Super Long	Azul	2.100
PACIFIC	Soft Cup	20	Super Long	Rojo	2.100
PALL MALL	Box	10	King Size	Azul Click On	1.300
PALL MALL	Box	10	King Size	Blue	1.200
PALL MALL	Box	10	King Size	Red	1.200
PALL MALL	Box	10	King Size	4	1.200
PALL MALL	BOX	10	King Size	Click On Menta Intensa	1.300
PALL MALL	Box	12	King Size	Click On Menta Intensa	1.200
PALL MALL	Box	12	King Size	Azul Click On	1.200
PALL MALL	Box	15	King Size	Red	1.200
PALL MALL	Box	15	King Size	Blue	1.200
PALL MALL	BOX	16	King Size	Azul Click On	1.500
PALL MALL	Box	16	King Size	Azul	1.000
PALL MALL	Box	16	King Size	Rojo	1.000
PALL MALL	Box	20	King Size	Azul	2.300
PALL MALL	Box	20	King Size	Click On Menta Intensa	2.500
PALL MALL	Box	20	King Size	Azul Click On	2.500
PALL MALL	Box	20	King Size	Rojo Click On	1.700
PALL MALL	Box	20	King Size	Gris	2.300
PALL MALL	Box	20	King Size	Rojo	2.300
PALL MALL	Soft Cup	18	King Size	BLUE	1.300
PALL MALL	Soft Cup	18	King Size	7	1.200
PALL MALL	Soft Cup	18	King Size	Red	1.300
PALL MALL	Soft Cup	20	King Size	AZUL	2.300
PALL MALL	Soft Cup	20	King Size	ROJO	2.300
PHILLIP MORRIS	Box	20	King Size	Silver	2.200
PHILLIP MORRIS	Box	20	King Size	Blue	2.200
PHILLIP MORRIS	Box	20	King Size	Red	2.200
PHILLIP MORRIS	Box	20	King Size	Caps	2.400
PHILLIP MORRIS	SP	20	King Size	Silver	2.100
PHILLIP MORRIS	SP	20	King Size	Blue	2.100
PHILLIP MORRIS	SP	20	King Size	Red	2.100