

NOVIEMBRE 2025

CANASTA BÁSICA ALIMENTARIA

**Conveniencia de compra según
canal de comercialización**



ESTADÍSTICAS

**DEFENSORÍA
DEL PUEBLO**

de la Provincia de Córdoba

0800 777 0337

Deán Funes 352 . Córdoba Capital



www.defensorcordoba.org.ar



PRESENTACIÓN

La Defensoría del Pueblo de la Provincia de Córdoba presenta el informe de noviembre de 2025 de la Canasta Básica Alimentaria (CBA), elaborado en el marco del Programa de Relevamiento de Precios a cargo del Área de Estadísticas.

En esta oportunidad se analiza en particular la conveniencia de compra de la CBA según el canal de comercialización, desagregados en tres niveles: **1) Súper e hipermercados; 2) Autoservicios; y 3) Almacenes de barrio.**

Este programa, vigente desde 2008, realiza un seguimiento sistemático de los precios de la CBA en los principales canales de venta de la ciudad de Córdoba, generando reportes mensuales y un informe anual que reflejan la evolución del costo mínimo necesario para una adecuada alimentación.

El presente informe tiene como objetivo brindar datos confiables y desagregados sobre la evolución de los precios de los productos que conforman tanto la **Canasta Básica Alimentaria (CBA) como la Canasta Básica Total (CBT)** durante el mes de **noviembre de 2025**.

El monitoreo de estas canastas resulta fundamental dado que los hogares cuyos ingresos se sitúan por debajo de la CBA y la CBT son considerados, respectivamente, en situación de indigencia y de pobreza.

La estructura del informe se organiza en dos secciones principales. La primera expone las referencias conceptuales y metodológicas empleadas para el cálculo de ambas canastas. La segunda presenta los resultados obtenidos para la CBA, incluyendo un **análisis detallado de la evolución mensual de los precios con especial atención en las diferencias entre los tres canales de comercialización.**



REFERENCIAS CONCEPTUALES Y METODOLÓGICAS

La CBA consiste en la estimación monetaria de los alimentos que cubren los requerimientos mínimos kilocalóricos y nutritivos de un varón adulto, de entre 30 y 60 años, de actividad moderada. Uno de los principales propósitos de la CBA es el trazado de la *Línea de Indigencia*, según la cual los hogares que no cuentan con ingresos suficientes para cubrir la CBA son considerados indigentes.

Para ampliar el análisis se necesita considerar el costo de bienes y servicios no alimentarios (vestimenta, transporte, educación, salud, entre otros). Esta ampliación de la CBA se denomina Canasta Básica Total. A partir de la CBT se define la *Línea de Pobreza*. Los hogares que posean ingresos menores a ese umbral son considerados pobres.

Relevamiento de la CBA y cálculo de la CBT

Para la elaboración de las canastas se adoptó la composición de la CBA relevada por el INDEC. Es decir, que se tomaron tanto los productos como el consumo mensual sugerido por el organismo oficial¹. Si bien el INDEC actualizó su metodología, desde este informe se mantienen los criterios de relevamiento a los fines de sostener la comparabilidad temporal de los datos.

La CBA está compuesta por 49 productos agrupados en cinco rubros: Carnes, Frutas y Verduras, Harinas y Legumbres, Huevos y Lácteos y Almacén.

En la Tabla 1 figura la composición de la CBA discriminando por producto y por cantidad de consumo mensual estimada para el adulto equivalente, agrupados por rubros.

¹ La composición de la CBA se realizó en base a los consumos relevados en la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2004/2005.



Tabla 1.
Composición de la CBA

PRODUCTOS CBA	CONSUMO MENSUAL
CARNES	
Asado	783,75 gr
Carnaza	783,75 gr
Carne molida	783,75 gr
Cuadril	783,75 gr
Falda	783,75 gr
Nalga	783,75 gr
Paleta	783,75 gr
Pollo	783,75 gr
FRUTAS Y VERDURAS	
Acelga	561,43 gr
Banana	1005 gr
Batata	690 gr
Cebolla	561,43 gr
Lechuga	561,43 gr
Mandarina	1005 gr
Manzana	1005 gr
Naranja	1005 gr
Papa	7050 gr
Tomate	561,43 gr
Zanahoria	561,43 gr
Zapallo	561,43 gr
HARINAS Y LEGUMBRES	
Arroz	630 gr
Arvejas	80 gr
Fideos secos	1290 gr



Galletas dulces	720 gr
Galletas saladas	420 gr
Harina 000	1020 gr
Lentejas	80 gr
Pan francés	6060 gr
Polenta	210 gr
Porotos	80 gr
HUEVOS Y LÁCTEOS	
Huevos blancos	630 gr
Leche entera	7950 ml
Queso crema	90 gr
Queso de rallar	90 gr
Queso fresco	90 gr
OTROS	
Aceite	1200 ml
Azúcar	1440 gr
Café	60 gr
Tomate Tetra Br.	561,43 gr
Dulce de batata	80 gr
Dulce de leche	80 gr
Jugo para diluir	4050 ml
Mermelada	80 gr
Sal fina	150 ml
Sal gruesa	90 gr
Soda	3450 ml
Té	60 gr
Vinagre	90 ml
Yerba con palo	600 gr



Cada mes se identifican los precios más bajos de los productos que integran la canasta, sin discriminar por marcas ni considerar ofertas o promociones eventuales. El relevamiento se lleva a cabo durante los últimos lunes, martes y miércoles de cada mes y comprende un total de 24 establecimientos ubicados en zonas estratégicas y representativas de la ciudad de Córdoba. La muestra incluye 8 supermercados e hipermercados, 8 autoservicios y 8 almacenes de cercanía, seleccionados por su alcance territorial. La recolección de datos se realiza exclusivamente a través de relevamientos presenciales en cada punto de venta.

Para estimar el valor² de la CBT, se multiplica la CBA por la inversa del Coeficiente de Engel³. Para el mes de noviembre, se considera una Inversa del Coeficiente de Engel de 2,23⁴.

$$\text{CBT} = \text{CBA} \times \text{inversa del Coeficiente de Engel}$$

La CBA tiene los requerimientos nutricionales de un varón adulto que es tomado como unidad de referencia, llamado adulto equivalente. Sin embargo, dado que las necesidades alimentarias difieren según el sexo y la edad, es necesario hacer una adecuación de acuerdo a cada miembro del hogar. La Tabla 2 presenta las equivalencias de consumo de varones y mujeres, según la edad.

² Para el cálculo de todos los valores de este informe, se consideran solo dos decimales, pudiendo esto ocasionar alguna diferencia en una centésima.

³ El Coeficiente de Engel es la relación entre los gastos alimentarios y los gastos totales de una población. La inversa del Coeficiente de Engel es publicada mensualmente por el INDEC.

⁴ El último valor disponible de la inversa del Coeficiente de Engel es el publicado por INDEC en el mes de noviembre de 2025 (2,23), correspondiente al mes de octubre.



Tabla 2.
Unidades de adulto equivalente, según sexo y edad

EDAD	MUJERES	VARONES
Menor de 1 año	0,35	0,35
1 año	0,37	0,37
2 años	0,46	0,46
3 años	0,51	0,51
4 años	0,55	0,55
5 años	0,60	0,60
6 años	0,64	0,64
7 años	0,66	0,66
8 años	0,68	0,68
9 años	0,69	0,69
10 años	0,70	0,79
11 años	0,72	0,82
12 años	0,74	0,85
13 años	0,76	0,90
14 años	0,76	0,96
15 años	0,77	1,00
16 años	0,77	1,03
17 años	0,77	1,04
18 a 29 años	0,76	1,02
30 a 45 años	0,77	1,00
46 a 60 años	0,76	1,00
61 a 75 años	0,67	0,83
Más de 75 años	0,63	0,74

Fuente: INDEC



Con la Tabla de Equivalencias se puede calcular la CBA para hogares con diferentes composiciones. Se debe multiplicar el costo de la CBA por la cantidad de adultos equivalentes que conforman el hogar. Aquí se calcula la CBA para un adulto equivalente y otros cuatro hogares posibles (Tabla 3).

Tabla 3.
Hogares sobre los que se calcula la CBA

HOGAR	COMPOSICIÓN	ADULTO EQUIVALENTE
1	Un varón de entre 30 y 60 años	1
2	Un varón de 35 años Una mujer de 35 años	1,77
3	Una mujer de 61 años Una mujer de 35 años Un varón de 18 años	2,46
4	Un varón de 35 años Una mujer de 31 años Una niña de 8 años Un niño de 6 años	3,09
5	Un varón de 30 años Una mujer de 30 años Un niño o niña de 5 años Un niño o niña de 3 años Un niño o niña de 1 año	3,25

Fuente: elaboración propia en base a INDEC

En el análisis que se presenta en este informe se apunta a la CBA del adulto equivalente y del hogar 4. Es decir, el conformado por un varón de 35 años, una mujer de 31 años, una niña de 8 y un niño de 6. En total este hogar consume como 3,09 adulto equivalente.



**CANASTA BÁSICA
ALIMENTARIA**

Y

**CANASTA BÁSICA
TOTAL**





ANÁLISIS MENSUAL DE LA CBA Y DE LA CBT

En el mes de noviembre la CBA para un hogar tipo de cuatro personas (matrimonio con dos hijos en edad escolar) equivalente ascendió a \$542.367,59. Por su parte, incluyendo bienes y servicios no alimentarios, la CBT llegó a \$1.209.477,50.

El gráfico 1 evidencia diferencias significativas en el costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) según el tipo de establecimiento relevado. Los supermercados presentan el valor más bajo, con \$506.132 para el hogar de referencia, mientras que los autoservicios exhiben un costo intermedio de \$550.652.

En contraste, los almacenes son los puntos de venta con los precios más elevados, alcanzando \$570.316.

Estas variaciones responden, en gran medida, a la estructura de comercialización y a las economías de escala de cada formato: los supermercados, por su volumen de compras y mayor competencia, tienden a ofrecer precios más accesibles, mientras que los comercios de proximidad operan con mayores costos unitarios y menor capacidad de negociación.

Al comparar estos valores con la CBA promedio del mes se observa que el costo general se ve traccionado al alza por los precios de los autoservicios y, especialmente, de los almacenes.

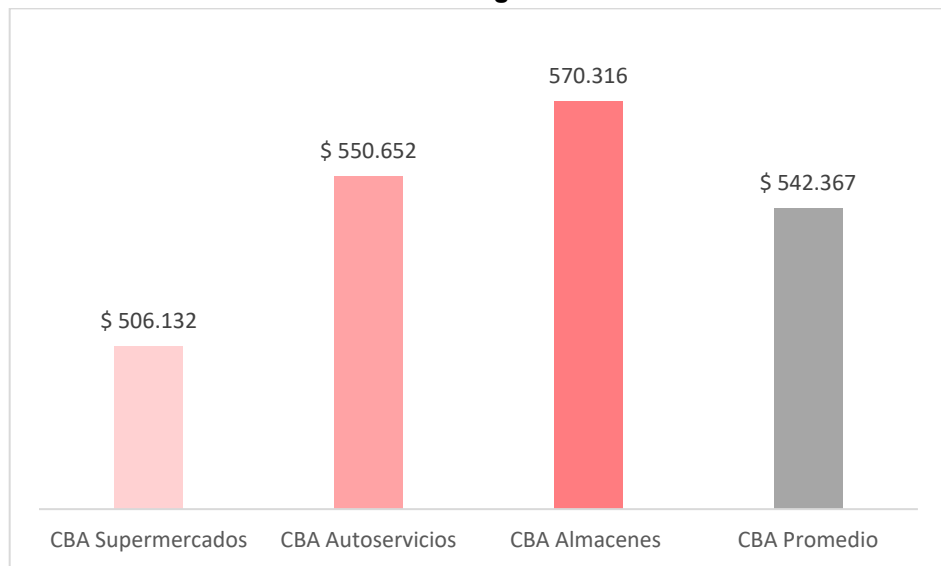
Esta heterogeneidad en los precios según el tipo de comercio pone de manifiesto que los hogares que dependen mayormente de comercios de cercanía enfrentan una presión económica más elevada para acceder a los mismos bienes básicos. En este sentido, el análisis por canal de venta resulta fundamental para comprender con mayor precisión el poder adquisitivo real de las familias y la dinámica territorial de los precios.

La CBA ascendió a \$542.367,59 para un hogar 4 personas. Por su parte, la CBT alcanzó \$1.209.477,50 para el mismo hogar.

Gráfico 1.



Variación del costo de la CBA según canal de comercialización



Fuente: elaboración propia

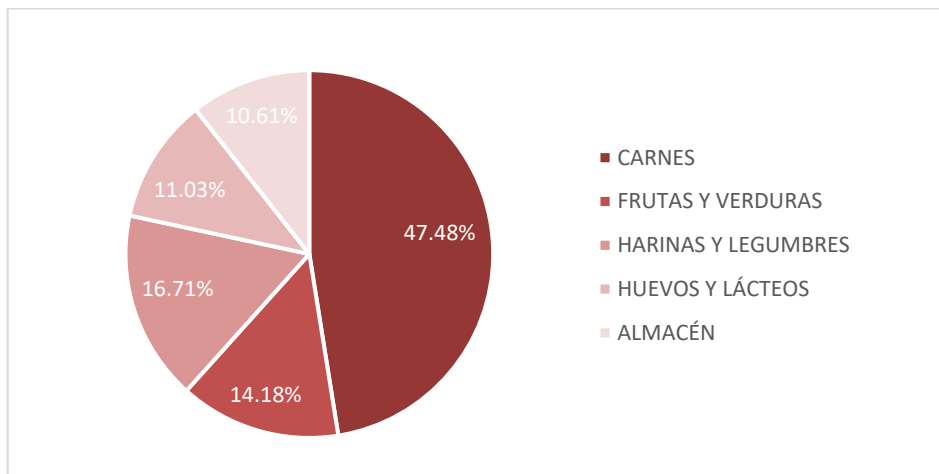


ANÁLISIS DE LA CBA POR RUBRO

Los 49 productos que integran la Canasta Básica Alimentaria (CBA) se agrupan en cinco rubros: Carnes, Frutas y Verduras, Harinas y Legumbres, Huevos y Lácteos, y Almacén. Cada uno de estos rubros representa una proporción distinta dentro del costo total de la canasta. En el período analizado, el rubro Carnes concentró la mayor participación, representando el 47,48% del gasto total.

Le siguieron Harinas y Legumbres (16,71%), Frutas y Verduras (14,18%), Huevos y Lácteos (11,03%) y, finalmente, Almacén (10,61%) (Gráfico 2).

Gráfico 2.
Proporción de cada rubro en la CBA (noviembre 2025)



Fuente: elaboración propia



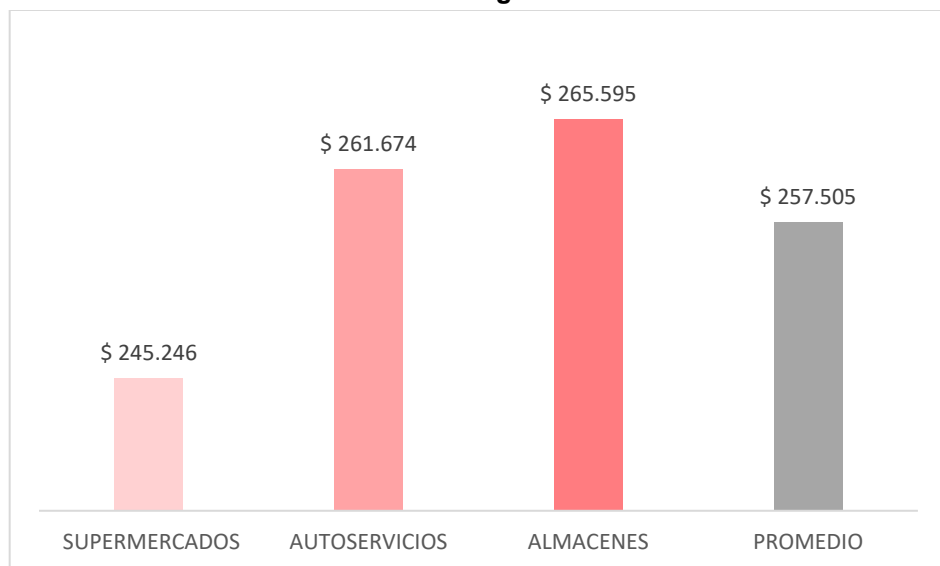
Los cortes que se incluyen en **Carnes** constituyen el grupo con más peso dentro de la CBA. El análisis del rubro muestra una dispersión significativa en los precios según el tipo de comercio.

El costo mensual total del grupo es más bajo en los **supermercados (\$245.246)**, seguido por los **autoservicios (\$261.674)** y finalmente los **almacenes**, que registran el valor más alto (**\$265.595**).

Esta estructura refleja la tendencia general observada: los supermercados, por sus economías de escala, tienden a ofrecer precios más competitivos, mientras que autoservicios y almacenes presentan valores superiores en la mayoría de los cortes.

Gráfico 3.

Costo mensual del rubro Carnes según el canal de comercialización



Fuente: elaboración propia

Al desagregar por producto, se identifican diferencias relevantes que permiten determinar dónde conviene adquirir cada tipo de carne. En supermercados se encuentran los precios más bajos para la mayoría de los cortes vacunos principales, entre ellos asado, nalga, paleta y falda.

Estos cortes muestran variaciones de entre un 3% y un 20% respecto a los mismos productos en autoservicios y almacenes, lo que evidencia una ventaja económica clara para quienes realizan compras habituales en grandes superficies. También el pollo presenta en supermercados el valor más bajo del grupo, con una diferencia muy marcada frente a autoservicios y almacenes.

No obstante, existen excepciones. En el caso de la carne molida, el menor precio se registra en autoservicios, ubicándose por debajo tanto de supermercados como de almacenes. Algo similar ocurre con la carnaza, que también es más económica en autoservicios. Estos casos muestran que, si bien los supermercados resultan más convenientes en términos generales, ciertos cortes específicos pueden encontrarse a mejor precio en comercios de proximidad.

Por su parte, los almacenes presentan sistemáticamente los valores más elevados en casi todos los productos del rubro, lo que confirma que no constituyen la opción más conveniente para compras de carne desde la perspectiva del costo mensual.

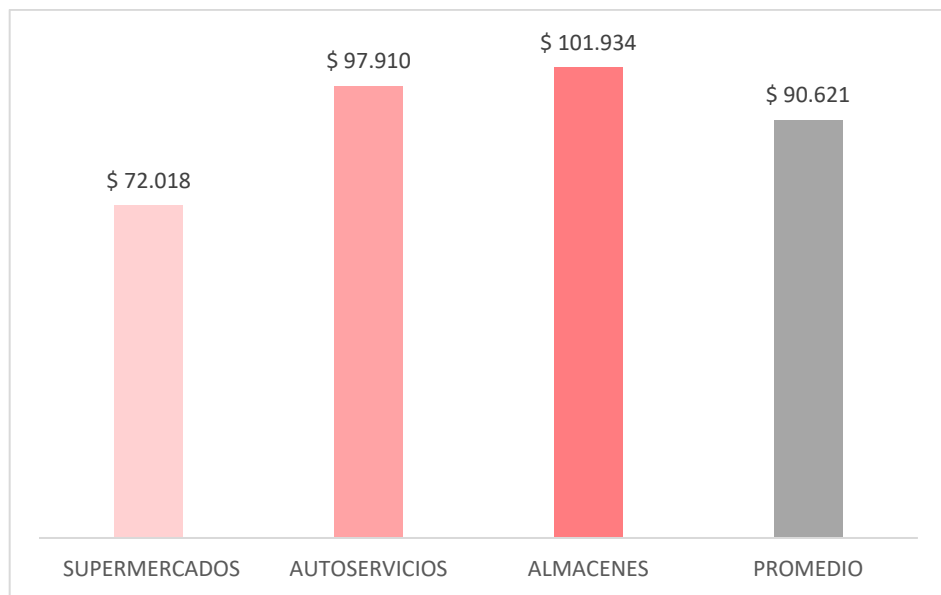


Las **Harinas y Legumbres** presenta una brecha de precios marcada entre los distintos tipos de establecimientos relevados.

El costo mensual total del grupo asciende a **\$72.018 en supermercados, \$97.910 en autoservicios y \$101.934 en almacenes**, lo que evidencia que los supermercados constituyen la opción claramente más económica, con diferencias que superan el 36% respecto a los comercios de cercanía.

Estas variaciones responden principalmente al peso que tienen dentro del subtotal productos como el pan francés, los fideos secos y las galletas, donde las diferencias resultan significativas.

Gráfico 4.
Costo mensual del rubro Harinas y Legumbres según el canal de comercialización



Fuente: elaboración propia

Al analizar cada producto de manera individual, se observa que los supermercados ofrecen los precios más bajos en prácticamente todos los ítems del rubro, incluidos porotos, lentejas, arvejas, harina 000, polenta y fideos secos.

En varios de estos productos (por ejemplo, los fideos secos y la polenta) la brecha entre supermercados y los demás comercios supera el 50%, lo que refuerza la conveniencia de realizar compras de estos bienes en grandes superficies.

Sin embargo, existen algunas excepciones que matizan el comportamiento general. En el caso de las galletas dulces, el precio más bajo se encuentra en autoservicios; mientras que en galletas saladas tanto autoservicios como supermercados se ubican por debajo de los almacenes.

El arroz muestra una particularidad adicional: su precio es levemente inferior en autoservicios respecto a supermercados, aunque la diferencia es mínima y no altera la tendencia global del rubro.

Finalmente, los almacenes concentran los precios más altos en casi todos los productos. Esto sugiere que, para los hogares que dependen de comercios de proximidad, el acceso a este rubro implica un mayor costo relativo.

En síntesis, el análisis muestra que los supermercados no solo ofrecen el subtotal más bajo del grupo, sino que también resultan la opción más conveniente para la compra de casi todos los productos de harinas y legumbres.



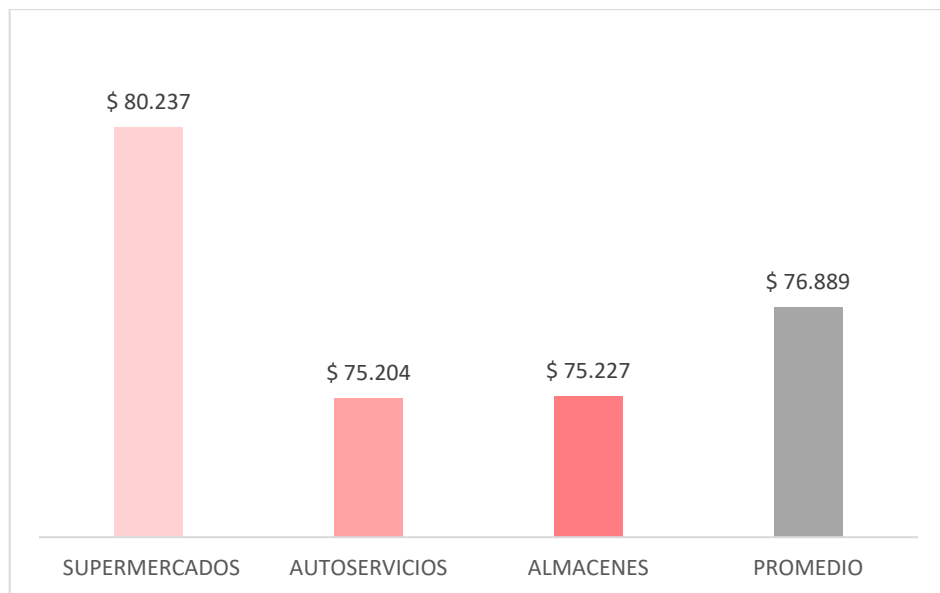
Las **Frutas y Verduras** presenta un comportamiento particular respecto a los anteriores: a diferencia de carnes y harinas, donde los supermercados resultaban sistemáticamente más económicos, en este grupo los autoservicios y almacenes se posicionan como las opciones más convenientes.

El costo mensual total asciende a **\$75.204 en autoservicios**, **\$75.227 en almacenes** y **\$80.237 en supermercados**, lo que muestra una diferencia de unos \$5.000 entre supermercados y el canal más barato.

Esta variación está vinculada a productos puntuales donde los supermercados exhiben precios significativamente más elevados.

Gráfico 5.

Costo mensual del rubro Frutas y Verduras, según el canal de comercialización



Fuente: elaboración propia

Al analizar el comportamiento por producto, se observan diferencias claras. Los autoservicios concentran los precios más bajos en la lechuga, tomate y manzana, lo que explica en buena medida su menor subtotal.

Por su parte, los almacenes presentan los precios más bajos en ciertos productos puntuales, como la acelga y la naranja, y en algunos casos se ubican muy cerca de los autoservicios, lo que explica que su subtotal sea prácticamente equivalente.

En productos como la papa (ítems de mayor peso dentro del rubro), la diferencia entre almacenes y supermercados supera el 14%, lo que influye notablemente en el resultado total.

Los supermercados resultan ser el canal menos conveniente para este rubro, con precios superiores en productos de consumo frecuente como lechuga, tomate, papa, acelga, naranja, manzana y mandarina.

Esto sugiere que, mientras los supermercados muestran ventajas en otros rubros, en productos como las frutas y verduras tienden a ubicarse por encima del promedio general.

En síntesis, el análisis muestra que autoservicios y almacenes ofrecen las mejores condiciones de compra en frutas y verduras, con una estructura de precios más competitiva y homogénea. Los supermercados, en cambio, se posicionan como la alternativa más costosa del rubro.



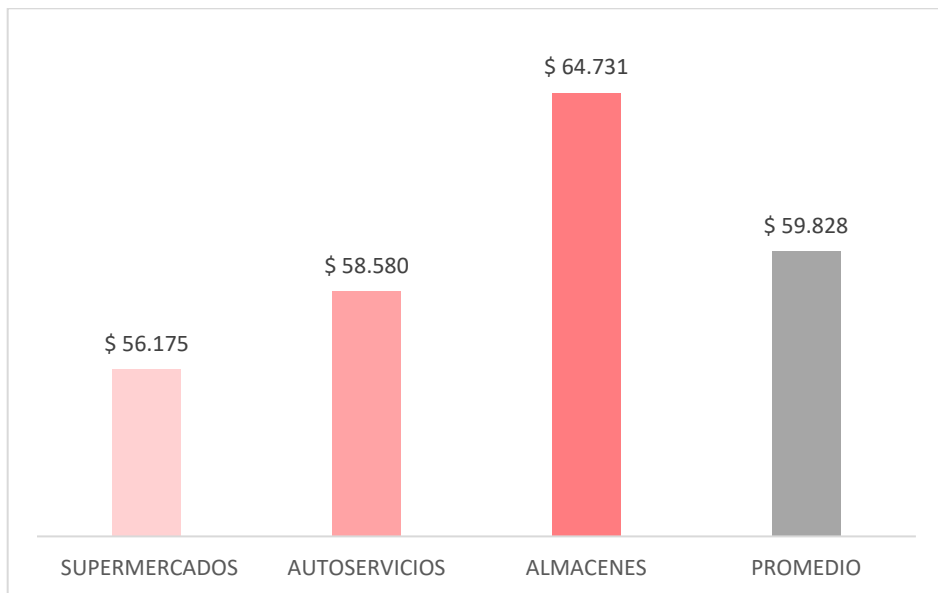
Los **Huevos y Lácteos** exhibe diferencias de precios moderadas pero consistentes entre los distintos canales de venta.

El subtotal mensual más bajo se registra en **supermercados (\$56.175)**, seguido por **autoservicios (\$58.580)**, mientras que los **almacenes** presentan los valores más elevados (**\$64.731**).

La brecha entre supermercados y almacenes alcanza el 15%, lo que demuestra que, aún en un rubro de menor dispersión relativa respecto a otros, la elección del canal de compra influye en el gasto final del hogar.

Gráfico 6.

Costo mensual del rubro Huevos y Lácteos, según el canal de comercialización



Fuente: elaboración propia

Al observar los productos de forma desagregada, se advierte que la leche entera, el componente de mayor peso dentro del subtotal, es



considerablemente más económica en supermercados respecto a autoservicios y almacenes, donde el precio se incrementa entre un 13% y un 24%.

No obstante, existen excepciones interesantes. En el caso del queso crema, fresco y el rallar, los mejores precios se encuentran en los autoservicios, ubicándose incluso por debajo de supermercados y con una diferencia significativa respecto a los almacenes.

Algo similar ocurre con los huevos blancos, donde autoservicios y almacenes presentan valores prácticamente idénticos entre sí, y ambos se sitúan apenas por debajo del precio registrado en supermercados. Estos casos muestran que, dentro del rubro, algunos productos específicos pueden resultar más económicos en comercios de proximidad, aunque no afectan la tendencia general.

En síntesis, el análisis del rubro indica que los supermercados constituyen la opción más económica, especialmente aquellos de mayor incidencia en el gasto mensual como la leche. Los autoservicios y almacenes presentan ventajas puntuales en productos específicos, pero en conjunto continúan ubicándose por encima del nivel de precios de las grandes superficies.

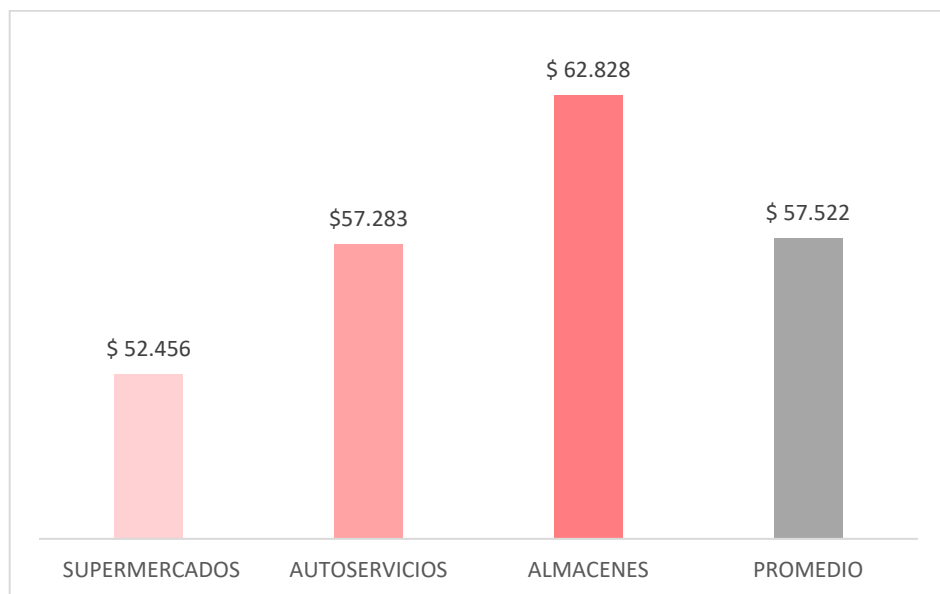


Los alimentos agrupados dentro del rubro **Almacén** presentan diferencias de precios significativas según el tipo de establecimiento.

El costo mensual total asciende a **\$52.456 en supermercados**, **\$57.283 en autoservicios** y **\$62.828 en almacenes**, lo que indica que los supermercados resultan entre un **9% y un 20% más económicos** que los demás canales.

Esta brecha se explica principalmente por productos de consumo masivo como azúcar, yerba mate, dulces, vinagre, té y bebidas, cuya ponderación es elevada y donde los almacenes exhiben valores notablemente superiores.

Gráfico 7.
Costo mensual del rubro Almacén, según el canal de comercialización



Fuente: elaboración propia

Al analizar los productos de manera individual, se observa que los supermercados ofrecen los precios más bajos en la mayoría de los



bienes del grupo, como dulce de leche, sal fina, té, azúcar, yerba, jugos para diluir, yerba, vinagre y soda.

En particular, productos como la yerba, el té y el jugo para diluir muestran diferencias sustanciales, con precios de almacenes que superan entre un 20% y un 50% los valores de supermercados. Esta brecha impacta de manera directa en el costo final del rubro para los hogares que dependen de comercios de cercanía.

Sin embargo, existen algunas excepciones que resultan relevantes al momento de decidir dónde es más conveniente comprar. El café común presenta su precio más bajo en autoservicios, mientras que el aceite, dulce de batata y la sal gruesa también encuentran su menor valor en este canal, aunque con diferencias más acotadas.

Otro caso particular es el tomate triturado en envase tetra brik, donde los autoservicios ofrecen la opción más económica, desplazando a los supermercados del primer lugar.

Por su parte, los almacenes concentran los precios más altos, lo que refuerza su posición como el canal menos conveniente en términos de costo.

En síntesis, el análisis del rubro Almacén confirma una tendencia clara: los supermercados constituyen la opción más conveniente para la mayoría de los productos, especialmente aquellos de alto consumo y fuerte impacto en el presupuesto mensual. Los autoservicios aparecen como una alternativa intermedia, con algunos precios competitivos en productos puntuales.

En cambio, los almacenes mantienen los valores más elevados, lo que incrementa de manera significativa el costo para los hogares que realizan allí sus compras habituales.



CONCLUSIONES

El relevamiento realizado permite identificar con precisión las diferencias de precios existentes entre los distintos tipos de comercios relevados y su impacto directo en el costo de la Canasta Básica Alimentaria (CBA). La actualización metodológica, basada en 24 establecimientos ubicados estratégicamente en la ciudad de Córdoba, confirma que la estructura de precios varía de manera sistemática según el canal de comercialización.

Esto tiene consecuencias relevantes para la economía de los hogares, especialmente aquellos con ingresos ajustados o en situación de vulnerabilidad.

El análisis detallado de los rubros evaluados demuestra que los supermercados ofrecen sistemáticamente los precios más bajos, ubicándose como el canal más conveniente para abastecer la canasta. En carnes, harinas y legumbres, huevos y lácteos y productos de almacén, este formato presenta los valores más reducidos en la mayoría de los productos, lo que se traduce en subtotales sensiblemente menores respecto de autoservicios y almacenes.

Los autoservicios constituyen un nivel intermedio, con algunos productos puntuales donde presentan ventajas comparativas, mientras que los almacenes concentran los precios más elevados todos los rubros, configurándose como la opción de mayor costo para los consumidores.

La comparación de precios no solo permite identificar diferencias entre canales, sino también señalar productos específicos donde conviene diversificar las compras. Por ejemplo, en carnes, algunos cortes como la carne molida o la carnaza resultan más económicos en autoservicios.

Sin embargo, el patrón general muestra que el abastecimiento integral en almacenes puede incrementar de manera significativa el costo total mensual de la canasta, afectando de forma más marcada a los hogares que dependen de comercios de proximidad por razones de localización o disponibilidad de transporte.

En un contexto donde la inflación y la dispersión de precios continúan afectando la capacidad adquisitiva, los resultados del relevamiento muestran que la elección del canal de compra puede representar una diferencia considerable en el presupuesto familiar. Esto resalta la



importancia de contar con información transparente y actualizada que permita a los consumidores tomar decisiones más informadas y eficientes.



ESTADÍSTICAS

DEFENSORÍA DEL PUEBLO

de la Provincia de Córdoba

0800 777 0337

Deán Funes 352 . Córdoba Capital



www.defensorcordoba.org.ar