vinetur

Preços do vinho online na Argentina caem 5,6% em 30 dias

As garrafas acima dos 25 000 pesos caíram 8,1%, mostrando que a descida se concentrou nas referências de gama alta

terça-feira, 3 de novembro de 2026



Os preços anunciados online pelos retalhistas de vinho argentinos caíram 5,6% nos 30 dias terminados a 1 de novembro, segundo o índice de preços Vinndex, um indicador privado que acompanha as referências de vinho em 114 lojas online de vinho em todo o país.

A descida não foi uniforme em todo o mercado. As garrafas com preços acima dos 25 000 pesos argentinos registaram a queda mais acentuada, de 8,1% no período. Os vinhos até 10 000 pesos evoluíram em sentido contrário e subiram 1,3%. A diferença entre os dois segmentos foi, assim, de 9,4 pontos percentuais, mostrando que a descida se concentrou nas referências de preço mais elevado, e não na gama de entrada.

A Vinndex afirmou que a queda do índice geral se concentrou, em grande medida, numa única semana. O indicador global situava-se nos 103,7 pontos a 18 de outubro, tendo depois caído para 96,7 a 25 de outubro, uma descida semanal de 6,72%. A 1 de novembro, o índice recuperou apenas ligeiramente, subindo 0,28% para 97,0.

A comparação de 1 de novembro incluiu 2 617 vinhos que puderam ser identificados em ambas as observações. Destes, 723 apresentavam preços anunciados mais elevados, 556 tinham preços mais baixos e 1 338 mantinham-se inalterados. Apesar desta ligeira recuperação semanal, o índice continuava muito abaixo do nível registado no início de outubro.

O indicador acompanha os preços nominais de garrafas de vinho de 750 mililitros anunciadas online e disponíveis em pelo menos três retalhistas numa determinada data. Em vez de comparar conjuntos de produtos diferentes, o índice acompanha as mesmas referências de vinho em várias observações. O objetivo é mostrar como evoluem ao longo do tempo os preços anunciados de produtos idênticos, e não como muda o preço médio de todos os vinhos à venda à medida que as lojas acrescentam ou retiram produtos do inventário.

A metodologia da Vinndex utiliza o preço anunciado mediano de cada vinho nas lojas e, em seguida, calcula um índice com base nas variações de preço dos vinhos que constam de ambos os períodos comparados. O indicador exclui bebidas espirituosas, vermute e licores, bem como alguns preços atípicos e edições de colecionador.

Também não contabiliza os custos de entrega nem os descontos associados ao meio de pagamento.

Isto significa que o índice reflete os preços pedidos nos sites dos retalhistas, e não necessariamente os valores pagos pelos consumidores no momento da compra. Também não mede o número de garrafas vendidas nem se os consumidores passaram a escolher vinhos mais baratos ou mais caros. A Vinndex afirma que a série não é ajustada à inflação, pelo que as variações são apenas nominais.

Os dados oferecem um retrato de um mercado em que o segmento mais caro enfraqueceu de forma mais evidente do que a gama de entrada. A diferença também foi visível nas leituras semanais. A 25 de outubro, os vinhos acima dos 25 000 pesos estavam 8,9% abaixo do nível de 18 de outubro, enquanto as garrafas até 10 000 pesos tinham recuado apenas 0,6% na mesma semana. A 1 de novembro, o segmento mais barato voltou a registar uma ligeira subida, enquanto os escalões superiores continuavam muito abaixo dos níveis de meados de outubro.

A série mais ampla começou a 12 de julho, pelo que ainda não permite uma comparação homóloga. A Vinndex afirma que o dado mais recente da série em tempo real poderá ser recalculado posteriormente, uma vez que a leitura mais recente se baseia no retrato atual e não numa semana completa. Ainda assim, os valores até 1 de novembro revelam um padrão claro: a maior pressão sobre os vinhos anunciados online na Argentina tem-se feito sentir nas garrafas do topo da gama de preços.