vinetur

Las noticias sobre cambio climático reducen el precio de los vinos en el mercado internacional

Un estudio de la Universidad de Auckland vincula la caída del valor de botellas con el aumento de noticias sobre el clima en distintos países

jueves 18 de septiembre de 2025



Dr. Gertjan Verdickt

Un estudio realizado por el académico de finanzas Dr. Gertjan Verdickt, de la Universidad de Auckland, ha analizado cómo las noticias relacionadas con el clima influyen en el precio que las personas están dispuestas a pagar por el vino. Según los

resultados, cuando aumenta la atención mediática sobre el cambio climático, los compradores tienden a ofrecer menos dinero por una botella de vino extranjero. El análisis muestra que un incremento de una desviación estándar en la atención al clima se asocia con una caída del 3,58% en el precio de una botella.

En términos prácticos, esto significa que si una botella cuesta 480 dólares estadounidenses, su precio podría bajar unos 17 dólares cuando hay un aumento en las noticias sobre el clima. Verdickt señala que esta reducción puede suponer un coste importante para gestores de fondos y coleccionistas de vino, ya que afecta directamente al valor de sus inversiones.

El investigador denomina este fenómeno “climate extrapolation”. Se refiere a la tendencia de los inversores a trasladar las noticias climáticas de su entorno local a la valoración de activos, aunque estos activos estén vinculados a otras regiones. Para su estudio, Verdickt comparó el precio de vinos franceses vendidos en el extranjero con su precio en Francia, utilizando este país como referencia. En teoría, el precio debería ser similar en ambos lugares. Cuando detectó diferencias, analizó las posibles causas.

La investigación se basa en un conjunto de datos formado por más de 68.000 precios de subasta de vinos Bordeaux Premier Cru procedentes de 222 casas repartidas en 18 países, entre ellos Nueva Zelanda. En total, se examinaron más de 70.000 transacciones. Los vinos analizados pertenecen a cinco châteaux: Haut-Brion, Lafite Rothschild, Latour, Margaux y Mouton Rothschild. Estos productores forman parte del segmento más líquido y comercializado internacionalmente del mercado del vino y constituyen la base del índice Liv-Ex Fine Wine.

Para medir la atención mediática sobre el clima en cada país, Verdickt utilizó un “Índice de Atención Climática”. Este índice se elaboró analizando más de 23 millones de tuits publicados por periódicos nacionales importantes y comparándolos con textos autorizados sobre cambio climático. Así se generó un índice diario con puntuaciones específicas para cada país.

El estudio también señala que la disminución del precio que los compradores están dispuestos a pagar por una botella francesa es mayor durante los meses de verano, cuando los efectos del cambio climático son más evidentes. Verdickt descarta otras

explicaciones como desastres naturales, estado anímico de los inversores o diferencias en las condiciones de las botellas.

La investigación respalda la idea de que las experiencias personales y la información recibida influyen en las decisiones financieras. Eventos como olas de calor o mala calidad del aire pueden modificar tanto la inversión como el consumo. Existen diferentes teorías sobre cómo estas experiencias afectan a los precios: una sostiene que la preocupación por los riesgos climáticos lleva a buscar activos considerados resistentes; otra apunta a que la conciencia climática hace que los inversores sean más cautos y reduzcan la demanda.

Según Verdickt, estos resultados coinciden con otros trabajos previos que muestran cómo las experiencias relacionadas con el clima pueden influir no solo en la inversión en vino sino también en decisiones empresariales y financieras más amplias.