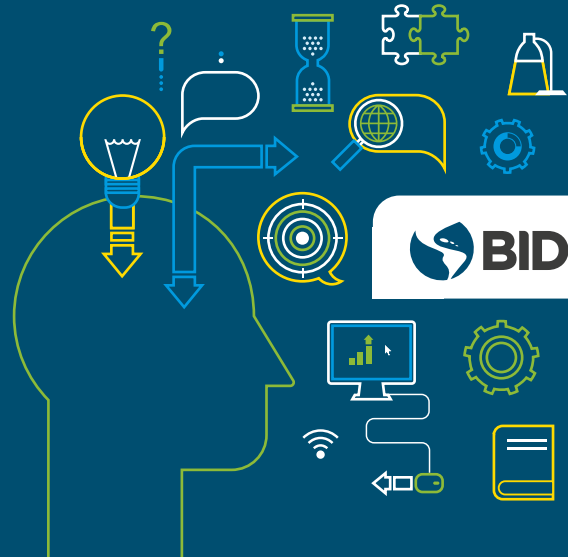


¿Son las preocupaciones laborales un factor que influye en el apoyo al comercio?

N.º 155 | Octubre 2025

Autores: Marisol Rodríguez Chatruc, Ernesto Stein, Razvan Vlaicu y Víctor Zuluaga.



- ➔ La mayoría de los latinoamericanos se muestran favorables a la expansión del comercio con otros países, basándose principalmente en la percepción de aumento del empleo. Los mensajes a favor del comercio aumentan aún más el apoyo al comercio en 3,5 puntos porcentuales cuando el encuadre implica un aumento del empleo en las empresas exportadoras.
- ➔ Los mensajes contra el comercio reducen el apoyo al comercio en 6,5-8,5 puntos porcentuales cuando indican pérdida de empleos en las empresas que compiten con las importaciones y las compensaciones del gobierno a los trabajadores afectados.
- ➔ Los efectos del encuadre del comercio son similares en los 18 países estudiados y operan a través del cambio en las creencias sobre las consecuencias del comercio en el empleo en lugar de las consecuencias para el consumo.



CONTEXTO

La investigación reciente ha encontrado que cuando las personas forman sus preferencias respecto del comercio, son más sensibles a la información negativa sobre las perspectivas de pérdida de empleos y la disminución de salarios que a la información positiva sobre los precios y la variedad de los productos. Sin embargo, aún cuando el comercio reduce algunos tipos de empleos, también estimula la creación de empleos en empresas exportadoras. Además, el gobierno puede intervenir y compensar a los trabajadores afectados durante el período de tránsito a un empleo nuevo. Por lo tanto, tener en cuenta todas las consecuencias para el empleo de la expansión

del comercio no debería necesariamente reducir el apoyo individual al comercio. El pleno impacto en las preferencias dependería de las magnitudes relativas de las consecuencias positivas y negativa para el empleo.



PROYECTO

Se llevó a cabo un experimento entre muestras de 18 países de América Latina encuestados como parte del Proyecto de Opinión Pública de América Latina (LAPOP). Se expusieron subconjuntos de encuestados seleccionados aleatoriamente a uno de cuatro tratamientos de información antes de que se les preguntara si apoyaban ampliar o reducir el comercio, y un grupo de control no

recibió ninguna información. Los tratamientos fueron los siguientes: contra el comercio/pérdida de empleos (T1): expandir el comercio exterior podría reducir los empleos en las empresas que compiten con productos importados.; contra el comercio/compensaciones (T2): expandir el comercio exterior podría reducir los empleos en las empresas que compiten con productos importados. y menciona la posibilidad de que el gobierno a los trabajadores afectados; A favor del comercio/aumento del empleo (T3): expandir el comercio exterior podría aumentar los empleos en las empresas que venden sus productos a otros países.; y A favor del comercio/pérdida de empleos (T4): restringir el comercio exterior podría reducir los empleos en las empresas que venden productos a otros países. Inmediatamente después del tratamiento, se preguntaron las creencias de los encuestados sobre las consecuencias del comercio para el empleo y el consumo.



RESULTADOS

Las principales conclusiones son que la información contra el comercio reduce el apoyo al comercio aún cuando se menciona la compensación a quienes pierden y que los mensajes a favor del comercio aumentan el apoyo sólo si se plantean en términos de aumentos del empleo en las empresas orientadas a la exportación, pero no si se plantean en términos de pérdida de empleos en las empresas que compiten con las importaciones.

En línea con los resultados de investigaciones anteriores, el primer tratamiento, Contra el comercio/pérdida de empleos (T1), que sugiere que la expansión del comercio exterior puede reducir los empleos en las empresas que compiten con los productos importados, reduce significativamente el apoyo al comercio en 6,7 puntos porcentuales en comparación con el grupo de control. Al contrario de lo esperado, mencionar la posibilidad de compensar a los trabajadores desplazados por la competencia extranjera (Contra el comercio/Compensación, T2) aumenta significativamente el efecto negativo de T1, y el apoyo al comercio es 8,5 puntos porcentuales menos que en el grupo de control. Aunque no podemos probar por qué, sospechamos que prometer compensaciones para

los trabajadores desplazados aumenta la relevancia de las consecuencias adversas del comercio. Por otro lado, es posible que la compensación requeriría aumentar los impuestos o disminuir el alcance de otros programas sociales, con consecuencias que el encuestado puede percibir como negativas para sí mismo.

A favor del comercio/aumento del empleo (T3), que menciona los efectos positivos del comercio en el empleo de las empresas exportadoras, aumenta el apoyo al comercio en aproximadamente 3,6 puntos porcentuales en comparación con el grupo de control. Sin embargo, plantear un argumento similar a favor del comercio en términos de evitar la pérdida de empleos en lugar de generar un aumento del empleo no produce ningún impacto discernible. A favor del comercio/pérdida de empleos (T4), que pone el acento en las consecuencias de la restricción del comercio en el empleo de las empresas exportadoras, no influye en el apoyo; los coeficientes son próximos a cero y son imprecisos. Centrarse en las ganancias para los exportadores por el aumento del comercio tiene un efecto más mitigado que centrarse en las pérdidas de las empresas que compiten con las importaciones. Por lo tanto, poniendo todo en la balanza, centrarse en las consideraciones sobre el empleo debería disminuir el apoyo al comercio.

Concepto clave

EFEECTO DE ENCUADRE



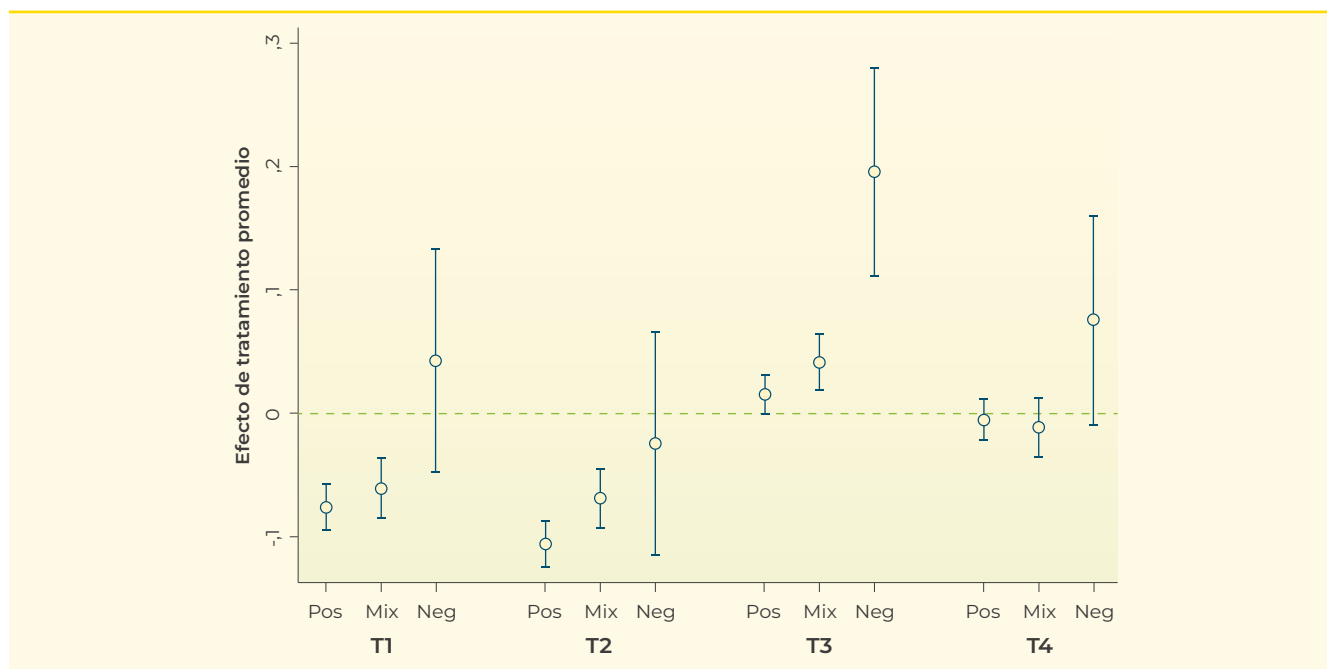
Un cambio en las preferencias y/o creencias provocadas por la manera específica en que se encuadra una política, por ejemplo, poniendo el énfasis en sus beneficios más que en sus costes.



IMPLICACIONES PARA LAS POLÍTICAS

Si bien las personas en América Latina en 2021 se mostraban ampliamente a favor de la ampliación del comercio de su país con otros países, la opinión pública puede mostrar una alta sensibilidad ante mensajes relacionados con el comercio, particularmente los mensajes contra el comercio que destacan los efectos negativos del comercio

GRÁFICO 1. Los impactos del encuadre del empleo dependen de la percepción de la opinión experta



Notas: El gráfico ilustra el efecto promedio para cada uno de los cuatro tratamientos dependiendo de si la persona cree que los expertos tienen ideas positivas (Pos), negativas (Neg) o mixtas (Mix) sobre el comercio. Los tratamientos son: contra el comercio/pérdida de empleos (T1), contra el comercio/compensación (T2), a favor del comercio/aumento del empleo (T3) y a favor del comercio/pérdida de empleos (T4). Las ideas mixtas incluyen a las personas que respondieron "no sabe" a la pregunta. Los rangos en torno a las estimaciones corresponden a los intervalos de confianza del 95%.

en el empleo, por ejemplo, los empleos en los sectores que compiten con las importaciones. Si se presenta una visión más equilibrada tanto de los beneficios como de los costos de aumentar el comercio, se atenúa la mayoría de las preocupaciones de los electores relacionadas con el empleo.

La investigación destaca la importancia que tiene para una elaboración efectiva de las políticas entender cómo se forman las preferencias individuales sobre el comercio. Este conocimiento puede orientar la comunicación de los responsables de las políticas durante los procesos de liberalización del comercio. Los resultados sugieren que los defensores del libre comercio también

deberían mostrarse cautos cuando se trata de poner énfasis en la posibilidad de una compensación del gobierno para los trabajadores desplazados, dado que esto puede magnificar la creencia de que el comercio perjudica el empleo.

Concepto clave

OPINIÓN EXPERTA



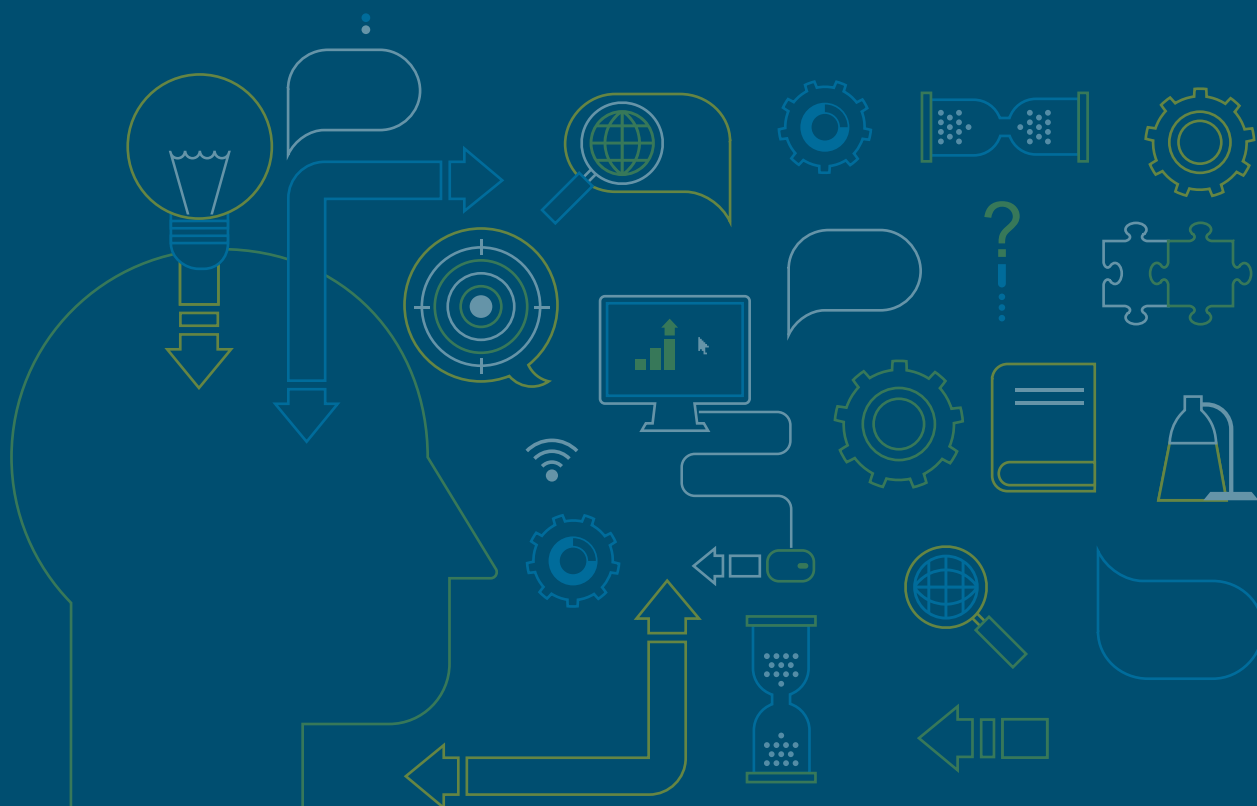
Posiciones en materia de políticas que manifiestan los expertos en un terreno económico, basadas en conocimientos generados a través de investigación teórica y empírica.

ESTUDIO COMPLETO

Rodríguez Chatruc, Marisol, Ernesto H. Stein, Razvan Vlaicu y Víctor Zuluaga. 2025. *How Employment Framing Affects Trade Preferences: Evidence from Survey Experiments*. Documento de trabajo del BID No. 1669. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0013474>.

Departamento de Investigación y Economista Jefe

El Departamento de Investigación y Economista Jefe es un generador de ideas innovadoras que apoyan la agenda de políticas estratégicas del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y sus países miembros con el fin de lograr un desarrollo económico sostenible y equitativo de la región. Para maximizar el impacto de su investigación, el Departamento de Investigación lleva a cabo actividades que sirven de insumos a otros departamentos del Banco, los gobiernos, la comunidad académica y la sociedad civil en la región.



Copyright © 2025 Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons CC BY 3.0 IGO (<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/legalcode>). Se deberá cumplir los términos y condiciones señalados en el enlace URL y otorgar el respectivo reconocimiento al BID.

En alcance a la sección 8 de la licencia indicada, cualquier mediación relacionada con disputas que surjan bajo esta licencia será llevada a cabo de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDMI). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones que forman parte integral de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son exclusivamente de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

