



**CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS  
SUPERIORES EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

---

**MIGRACIÓN Y EMPRESARIADO ÉTNICO**

Estrategias de comerciantes coreanos  
para establecer su negocio en la Ciudad de México

**T E S I S**

QUE PARA OPTAR AL GRADO DE

**MAESTRO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL**

P R E S E N T A

**SERGIO GALLARDO GARCÍA**

DIRECTORA DE TESIS: DRA. MAGDALENA BARROS NOCK

CIUDAD DE MÉXICO, AGOSTO 2017

## ÍNDICE

Agradecimientos.....	4
Introducción.....	7
Estrategia metodológica y resultados de campo.....	12
Justificación y pregunta de investigación.....	17
Estructura de la Tesis.....	19
Capítulo 1: Discusiones teóricas.....	20
1.1 Construcción del objeto de estudio:	
comerciante coreano.....	24
1.2 Construcción de la dimensión de análisis: estrategias.....	25
Capítulo 2: Trayectorias migratorias de comerciantes coreanos en la Ciudad de México.....	28
2.1 Del otro lado del Pacífico: El arribo de coreanos a México.....	29
2.2 Ruptura y conformación nacional:	
Corea del Sur, una migración asistida en América Latina.....	34
2.3 Corea del Sur como agente globalizador de su migración:	
México como atractivo para empresas y comerciantes.....	40
2.4 “Si quiere vivir de su negocio en México... piénsalo”: Erick kang.....	46
2.5 “Delante mí no hay camino, pero si volteó atrás, ya lo he ocasionado”:	
Esteban O.....	50
2.6 De la ciudad de piedad filial a la ciudad de la esperanza: Sado Ihm.....	55
2.7 Migrar es maquilar un proyecto: André Lee.....	59
Conclusiones.....	63
Capítulo 3: Recursos étnicos. La comunidad coreana en la Ciudad de México.....	66
3.1 La construcción de la etnicidad dentro de la comunidad coreana:	
¿Quién es y en que consiste ser coreano en la Ciudad de México?.....	67
3.2. Escena etnográfica: Día del deporte en Jangawi.....	74
3.3 Iglesias Coreanas.....	87
3.4 Asociaciones Coreanas.....	91
3.5 Familias coreanas.....	96
Conclusiones.....	105
Capítulo 4: ¿cómo se establece un negocio coreano en la Ciudad de México?.....	107
41. ¿Cuál es tu sueño? .....	110

4.2 Un día en el negocio coreano.....	114
4.3 Estableciendo en negocio coreano.....	119
4.3.1 Espacialidades: Ubicación y desplazamientos urbanos en torno al negocio.....	121
4.3.2. Estrategias organizativas: <i>ethos</i> étnico en la disposición del trabajo.....	126
4.3.2.1 Jerarquías y cargos dentro del negocio.....	127
4.3.2.2. Obtención de recursos: máquinas, materias primas y mercancías.....	135
4.3.3Estrategias laborales: Capital humano y étnico.....	137
4.3.4Estrategias financieras.....	141
4.3.5Estrategias familiares.....	145
4.3.6Estrategias étnicas.....	148
Conclusiones.....	152
Conclusiones generales.....	155
Fuentes y Referencias.....	162
Anexo: Registro fotográfico del trabajo de campo.....	176

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco ampliamente al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) por la beca otorgada para la realización de los estudios de maestría durante el periodo 2015-2017.

Quiero agradecer ampliamente a mi asesora la Dra. Magdalena Barros Nock porque sin su guía y constante motivación para no desanimarme ni tirar la toalla a través de incontables reuniones cafeteras en su “oficina de Perisur”, esta tesis no habría sido escrita.

Infinitas gracias a la Dra. Mónica Palma Mora, quien con atención especial se interesó en mi tema de investigación y de manera personal puso especial empeño en el proceso de titulación, haciendo este y otros sueños posibles. Estaré siempre agradecido por eso.

Al Dr. Carlos Antaramián gracias por su mano franca tendida por primera vez en el barrio de La Merced bajo un genuino interés por conocer sobre el arribo de extranjeros a la zona, que con sus recomendaciones y aportes desde otras latitudes latinoamericanas nutrió significativamente este trabajo.

Muchas gracias al Dr. Sergio Guadalupe Sánchez, quien siempre nos influyó a la línea de “violentos” a mantener parsimonia ante los menguantes y estresantes tiempos de la maestría, volviendo agradables los cursos tomados. Gracias a los comerciantes y otros integrantes de la comunidad coreana quienes pacientemente aguantaron todas mis dudas, preguntas, reiterativas preocupaciones sobre su día a día y que a veces no lograba convencerlos porque eso era importante para una investigación. Especial mención a Esteban, Sado, Erick y André y Miguel. Espero que este trabajo contribuya en alguna medida a los inmigrantes coreanos establecidos en la ciudad.

Especial agradecimiento a la H. Casa Nacional del Estudiante, quien me albergó en sus instalaciones durante la realización del trabajo de campo de esta investigación. Ahí conocí e hice entrañables amistades, como Iván y Ximena quienes siempre me acompañaron en nuevas pesquisas sobre el comercio asiático en Tepito, y otros jóvenes que en su día a día me mostraron como este espacio en resistencia es vital para el sustento de estudiantes universitarios de distintas partes de la república, siendo importante seguir apoyando su existencia.

Estoy muy agradecido con la Dra. Aída Hernández quien siempre mantuvo una lectura crítica y constructiva de mi problemática de investigación, desde las primeras clases en la maestría, cuando nos recomendó a todo el grupo a presentarnos el primer día con alguna palabra que esperábamos construir o encontrar en las clases. Mi palabra fue comunidad. Gracias por hacerme sentir parte de la comunidad de investigadores y estudiantes del CIESAS.

Durante la formación, quisiera destacar y agradecer enormemente a la Dra. Patricia Torres Mejía por su siempre desinteresada pasión por hacer que sus alumnos se esforzaran en sacar el máximo provecho de las clases, laboratorios, seminarios y todos los recursos que el CIESAS puso a nuestra disposición durante toda la maestría. Lo que más aprecio y agradezco es su constante presencia y atinados comentarios tanto en las clases como en los coloquios, los cuales considero me llevaron a buen puerto. En verdad, muchas gracias.

Gracias a Yadira Hernández y Graciela, quienes con paciencia y siempre un muy amable trato me ayudaron en los inacabables préstamos, juegos de copias y engargolados que siento que aún no acaban.

El antropólogo depende enteramente de sus colaboradores etnográficos y en gran medida, a aquellos que fungen como “porteros” para adentrarse de manera comprometida a conocer y participar en una comunidad. Yo le debo mi incursión a este apasionante mundo de los comerciantes coreanos a: Alfonso Hernández, cronista y “hojalatero social” del barrio de Tepito, Rosario quien en su puesto de comida me enseñó más del habitar y sentir del barrio que cualquier libro, Miguel Kim y Esmeralda Arenas quienes me otorgaron su confianza y respaldo desde la Asociación de Coreanos en México, Frida Hatch quien me presentó con innumerables comerciantes libaneses y Maricruz Bojórquez quien siempre me presentó de manera entusiasmada algún conocido de su interminable lista de amigos coreanos.

Muchas gracias a Araceli Yu, la familia Yu y la Asociación Descendientes en México, quienes me platicaron de sus ancestros y familias de una manera tan cálida y acogedora que me sentí durante el trabajo de campo, como parte de ella.

A Elié Hajjar y su familia quienes me abrieron la puerta de su negocio de telas en Mixcalco.

A la Dra. Patricia Ravelo quien dentro de la generación se ganó el alias de “RaveLove” por su incondicional y cariñoso trato en dirigir, aleccionar y motivar a sus estudiantes. Gracias totales por tanto amor.

A Rogelio Reyes, Roger, el mejor *manager* del CIESAS. Desde el proceso de selección para entrar a la maestría hasta el proceso de titulación, se mostró atento y dispuesto a aclarar las mil y un dudas con las que lo bombardeábamos todos los de la generación a cada paso. Siempre nos acompañó con una serenidad y amplia sonrisa que te invitaba a pensar con él, como cada viernes: “¡hoy toca!”.

Agradezco tanto a la generación con la que compartí y aprendí tanto: sus experiencias de vida, alegrías, maneras de ver, teorizar y entender nuestra caótica realidad que ahora forman parte mi manera de ser y estar en el mundo. En especial quiero agradecer a Paulina, Ámbar, Jacob, Nico, Franqui, Edgars, Tilemy y Juan por siempre “tirar” tanta camaradería, amor y hasta chelas entre tanto descontrol y aprendizaje que fue este viaje llamado maestría.

Nada de lo realizado sería posible sin el constante apoyo de mi familia. Mi madre Yolanda García Rodríguez, quien desde la distancia me aconsejó y acompañó no sólo en el proceso de escritura sino de ansiedad, estrés, preocupación e incertidumbre. Mi padre Hugo Gallardo quien me enseñó con el ejemplo que la perseverancia y esfuerzo son la combinación exacta para cumplir toda meta planteada. Mis hermanos, Hugo y Rudi, quienes siempre han celebrado mis méritos y logros. A todos ellos gracias por tanto, perdón por tan poco.

Por último, a quien agradezco más que nunca es a mi querida chaparrita: Gaby Alemán. Gracias por tanto cariño, compañía, consuelos, pláticas, escapadas, sueños e inspiraciones. Aún nos faltan tantos caminos por andar.

*A Julio Campos Cubías, ¡Julito!  
el amor tan combativo  
que sembraste en mí  
nunca se apagará.*

*A ti, mi ojitos de tamal. <3*

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca profundizar en los estudios del empresariado étnico a partir del análisis de las estrategias que emplean los comerciantes coreanos<sup>1</sup> para establecer un negocio comercial en la Ciudad de México, haciendo énfasis en las distintas negociaciones y prácticas que llevan a cabo de acuerdo a los espacios mercantiles en los que se inscriben, detallando cómo resuelven los conflictos y adversidades que se presentan en situaciones y contextos específicos.

Las discusiones académicas del empresariado étnico pretenden complejizar la figura del empresario inmigrante más allá de la figura de agente económico y situarlo como un actor social que actúa bajo estructuras sociales transnacionales, entre dos o varios países, que responde a marcos culturales propios y ajenos y reconociendo su praxis social como resultado de un mercado laboral específico que emana de a su vez de las condiciones particulares de los propios actores sociales.

Bajo este panorama, partir de una perspectiva del empresariado étnico implica hacer una lectura crítica y plantear que la agencia de los comerciantes está enmarcada en estructuras económicas que los determinan de acuerdo a las relaciones familiares, políticas, sexo-afectivas que forman parte de su desenvolvimiento en la vida cotidiana y se difuminan bajo su acción económica. La propuesta teórica de este campo de estudio es realzar esta complejidad integral bajo la construcción teórica de un sujeto social situado en una urdimbre social que lo influye, determina o limita: igual o más que la esfera económica.

En lo particular, este trabajo se centra en la discusión de los recursos étnicos, problematizando las estrategias de los comerciantes coreanos a través de enfatizar las problemáticas, recursos e influencias que tienen los diferentes contextos en los que se sitúan sus prácticas referentes al negocio.

Cabe aclarar que el punto de partida de esta investigación es asumir que la cultura no puede ser reducida a características de conducta ni tampoco poder afirmar que cierto grupo tiene cultura (étnica, de clase, familiar, etc.) y otros no.

---

<sup>1</sup> En todo el documento, cuando se habla de coreanos o Corea nos estamos refiriendo exclusivamente a Corea del Sur y surcoreanos, salvo las excepciones que se anoten explícitamente.



Al contrario, reconociendo que la lectura de la lectura de cualquier grupo puede hacerse desde un análisis de sus características étnicas, familiares o de clase, esta mirada apuesta por profundizar en estrategias y organizaciones específicas de un determinado grupo en torno a su configuración económica. Cabe reiterar, que no se trata de hacer una descripción holística ni integral de todos los aspectos culturales de dicho grupo sino de aquellos que se consideran relevantes analizar cómo se insertan en un campo laboral y social ajeno y que por consiguiente sus prácticas se dan en un contexto de conflicto y negociación.

La globalización y la incursión de los vendedores en distintos mercados que formaban rutas y articulaciones transnacionales, trajo consigo nuevos actores dentro de esta lógica mercantil. Los mercados tradicionales y sus emergentes espacios ambulantes se llenaron en un abrir y cerrar de ojos de nuevos comerciantes transnacionales que desde orígenes territoriales dispares y lejanos, se localizaron en estos espacios para contribuir a una economía global “desde abajo”. Es la otra cara de la globalización, la que opera en sus márgenes y está constituida por millones de personas que se desplazan entre países y continentes -con permisos y sin ellos-, dando alternativas de consumo a sectores subalternos y precarios así como supervivencia y movilidad social para quienes hacen los negocios.

Bajo esta caracterización es que situamos a los comerciantes coreanos en la ciudad de México, como comerciantes no-hegemónicos que ante la previa migración a México encuentran conveniente algunos de sus integrantes, incorporarse en las dinámicas de la globalización popular. Lins Ribeiro (2012) afirma que los mercados locales se alimentan de nuevas rutas y mercancías que se mueven bajo esta dinámica de globalización “desde abajo” donde las diásporas juegan un papel importante en tanto que su presencia y redes de confianza con comunidades en distintos países facilitan su articulación y realización.

Los judíos, chinos, libaneses y prontamente los coreanos tienen una ventaja de tener conexiones mercantiles a través de distintos países que trascienden la idea de flujo de mercancías de países origen-destino (Ramírez, 2012). Sin embargo, esto también supone una serie de tensiones y conflictos interétnicos.

En México, donde el 57.4% de la población económicamente activa participa en la economía informal de acuerdo a estadísticas nacionales<sup>2</sup>, la informalidad es una actividad tolerada e, incluso, organizada por instituciones ligadas al Estado (Sandoval 2012) a partir del cual se establecen dinámicas comerciales como la fayuca o piratería que al trabajar ante los márgenes del Estado no puede acudir a él bajo expresiones de violencia e inseguridad (Sandoval 2012; Alarcón, 2008) aumentando la denominada “cifra negra”<sup>3</sup> en los casos de robo, extorsión y secuestro a los que se encuentran expuestos los comerciantes informales, fayuqueros y falsificadores, siendo más susceptibles los extranjeros y migrantes (Pansters y Castillo, 2007).

Si bien, los índices de violencia han aumentado de manera alarmante en todo el país, en estos espacios mercantiles tienden a relativizarse dado que desde los años ochenta ha estado demarcada como zonas violentas e inseguras de la ciudad de México, panorama que no ha sido excepción para los coreanos, ya que es donde se han suscitado el mayor número de registros de asaltos, secuestros e incluso asesinatos particularmente hacia comerciantes coreanos. ¿Es en sí el barrio violento o la nueva configuración comercial y de hacer negocios que se está entretejiendo con la emergencia de nuevos productos y actores genera estas prácticas violentas?

Este cuestionamiento es interesante para entender a los empresarios coreanos ya que, pese a este contexto, no han abandonado esta área ni el giro comercial que tienen en ella. Sobre todo, cuando contrastamos este panorama con el de Zona Rosa donde hay un mayor número de establecimientos e incluso viviendas de los coreanos y no se presenta aquí los niveles ni expresiones de violencia, pareciendo inconexas estas dos áreas de la ciudad. A través del análisis de las distintas estrategias empleadas por los comerciantes coreanos, se plantea como el uso de los recursos étnicos esta imbricado en una serie de relaciones que se dan y resuelven en lo local, como estructuradoras de su agencia económica.

---

<sup>2</sup> Según datos del INEGI: Boletín de prensa no. 209/16 “Resultados de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo”, 13 de mayo 2016.

<sup>3</sup> Se le conoce así al número de incidentes y delitos no denunciados ni reportados por las personas que son víctimas del delito.

Estas prácticas comerciales se dan a través de una estructura económica y social que se configura en lo global, otorgando particularidades en lo local. Las prácticas comerciales de los coreanos en la ciudad de México responden a una serie de recursos y estrategias que, configurados en lo global, responden a las complejidades y retos que el contexto expresa, suscitando distintos procesos de conflicto y negociación donde se entretajan y conforman actores que, siguiendo la propuesta teórica del ensamble, “se tejen nuevas estructuraciones culturales por medio de préstamos, intercambios, imposiciones, resistencias y adaptaciones entre ellos” (Reygadas: 2002, 119).

No se trata de negar la racionalidad de la búsqueda de la ganancia en sus actividades comerciales, sino de aportar referentes empíricos que nos permitan entender que estas están mediadas por el sentido que se le da a la situación y a la propia acción, la cual está impregnada de “imponderables de la vida cotidiana” (Malinowski, 1973) que mucho tienen que ver con la centralidad que encuentra Giddens para la sociología al proponer centrarse en “las consecuencias no deseadas de la acción” (Giddens, 1984): pequeños eventos, imprevistos, matices y eventos tangenciales a la acción social que es impreciso detallarlos por determinismos estructurales y plantea la necesidad de pensar en procesos de estructuración.

En la bibliografía sobre la inmigración coreana y su emprendurismo, mucho se ha dicho de la importancia de las familias, relaciones parentales y de solidaridad con sus connacionales como parte sustantiva de su caracterización pero poco se ha dicho sobre como intervienen los roles de género en estas manifestaciones. Mi interés bajo esta distinción es identificar con qué tipo de recursos cuentan y que estrategias utilizan para encarar los retos que implican las distintas zonas comerciales en las cuáles se insertan, cada uno de los comerciantes ampliando el marco explicativo de sus prácticas en función de las relaciones de género en las cuales descansan. Este estudio plantea un análisis de los comerciantes desde la distinción de las condiciones de desigualdad de género que opera bajo una jerarquía patriarcal leída en claves de masculinidad.

## Estrategia metodológica y resultados del trabajo de campo

Para conocer las estrategias de los comerciantes coreanos se privilegió la observación participante y el uso de entrevistas para situar y comprender las prácticas observadas. El trabajo de campo se realizó de septiembre a diciembre de 2016 en la ciudad de México, en distintos espacios donde se inscriben las prácticas económicas y sociales de los comerciantes coreanos: Tepito, Granaditas, Mixcalco, La Merced y Zona Rosa, así como espacios de reunión como iglesias, centros deportivos y restaurantes.

Primeramente se hizo un mapeo en las distintas zonas para identificar el número de negocios coreanos, el tipo de giro comercial y cuantos pertenecían o eran atendidos por varones y cuantos por mujeres (véase anexo fotográfico). Después se eligieron cuatro negocios por cada tipo de mercancía o giro comercial distintos, dos de varones y dos de mujeres, de acuerdo al tamaño del negocio y el número de horas que permanecía abierto. Siguiendo la metodología de Wessendor (2009) para trabajar con gente ocupada, se privilegió realizar las entrevistas, conversaciones etnográficas y observaciones en el lugar de trabajo para involucrarme con el desenvolvimiento cotidiano de los colaboradores etnográficos en el escenario mercantil objeto de estudio para esta investigación.

Posteriormente me presenté en los negocios seleccionados. Sin embargo, al presentar la investigación a los dueños de los negocios, sobre todo al mencionar que los resultados serían publicados, se negaron a participar. Durante los primeros dos meses de campo continúe presentándome de distintas maneras, así como la investigación, pero fueron escasos los resultados.

La estrategia empleada para resolver esta complicación de acceso fue volver con los informantes y personas coreanas que conocí al realizar mi tesis de licenciatura sobre la comunidad coreana en Zona Rosa (Gallardo, 2015). Aquí se presentaron dos problemas: 1) muchos de los entrevistados ya no se encontraban en el país o 2) habían cambiado su lugar de residencia. Además, todos los contactos pertenecían a la Zona Rosa y no tenía ningún contacto con los comerciantes del Centro Histórico o Tepito.

Con las personas que pude entablar conversación la estrategia fue emplear la “bola de nieve” para que me contactaran con conocidos suyos que se dedicaran al comercio. También, después de innumerables visitas a la Asociación Coreana en México, pude entablar conversación con el vicepresidente, quien me presentó a varios comerciantes coreanos en Tepito.

Resuelto el contacto no se había acabado el problema. Muchos de los comerciantes coreanos con los que pude estar en contacto y entrevisté, decidieron dejar de atenderme. Algunos al llegar a las preguntas específicas sobre su negocio, se negaron argumentando que no querían que nada saliera publicado pues tendrían problemas.

Otros más no me dieron explicaciones. Cuando llevábamos varias sesiones sobre su historia migratoria y experiencias en la ciudad y transitábamos a las preguntas sobre su negocio, las cuales dejaba conscientemente al final, me decían que estaban muy ocupados y no podían atenderme. Posponíamos una y otra vez las reuniones hasta que se acabó el periodo de campo.

Un elemento clave fue hablar en coreano. Cuando me presentaba en coreano había una mejor recepción, con quienes pude entablar una conversación coloquial en coreano fueron los que decidieron aceptar participar en la investigación. Desgraciadamente, no fue suficiente para concretar un mayor número de entrevistas.

Para realizar el ejercicio analítico se eligieron cuatro casos específicos de comerciantes coreanos. Su elección atiende a la premisa metodológica de trabajar desde la perspectiva del actor las preguntas de investigación, de aportar uno o varios de los siguientes elementos:

- a) Individual o colectivamente lidian organizativamente y cognitivamente con la intervención de intereses y agentes externos,
- b) Individual o colectivamente desarrollan sus propias estrategias para mejorar sus circunstancias de vida o cristalizar sus propios “proyectos”,
- c) Lidian con una doble presión: interpretar sus tareas y delegar sus obligaciones en vías de cumplir sus aspiraciones en torno al negocio y a su vida
- d) Responden a fuerzas internas y externas, e idean estrategias de resistencia cuando encaran una escasez de recursos,
- e) Tienen orientaciones a la localidad o región, mientras que operan entre campos de acción internacionales.

A continuación se presenta una tabla que sintetiza la información primordial de estos informantes claves a considerar en el análisis como comerciantes coreanos:

Nombre (Alias)	Género	Edad	Ciudad Natal	Escolaridad	Año de llegada	Tiempo en México	Ocupación en Corea	Ocupación Actual	Ubicación del Negocio
Sado Ihm	Masculino	52	Suwon, Corea del Sur	Universidad	1992	25 años	Profesor Inglés	Comerciante/Maestro de coreano	Colonia Moderna (metro Xola)
André Lee	Masculino	57	Busán, Corea del Sur	Universidad	1998	19 años	Abogado	Comerciante/Importador	Centro Histórico/Pachuca
Sr. Chung	Masculino	62	Gwangju, Corea del Sur	Preparatoria	1998	19 años	Ingeniero Químico	Comerciante	Centro Histórico
Sra. Chung	Femenino	55	Gwangju, Corea del Sur	Secundaria	1998	19 años	Ama de Casa	Comerciante	Centro Histórico
Esteban O	Masculino	43	Seúl, Corea del Sur	Universidad	2003	14 años	Fotógrafo	Comerciante	Zona Rosa
Dariela Lee	Femenino	44	Seúl, Corea del Sur	Preparatoria	2003	14 años	Agente de Ventas	Comerciante	Tepito
Erick Kang	Masculino	40	Seúl, Corea del Sur	Universidad	2004	13 años	Profesor Golf	Comerciante/ Actor	Tepito
Christián	Masculino	32	La Paz, Bolivia	Universidad	2008	9 años	-	Comerciante/Importador	Zona Rosa/Centro Histórico

Cuadro 1. Tabla de comerciantes coreanos entrevistados, ordenados de acuerdo al año de su llegada a México. Se encuentran en sombreado los comerciantes seleccionados para el estudio de sus estrategias.

La investigación y argumentos de la tesis se enfocan en los primeros cuatro comerciantes coreanos: Sado, Erick, André y Esteban, dado que con ellos se pudo trabajar y obtener información sobre todos los indicadores y aspectos de análisis a problematizar sobre el empresariado étnico. Los otros comerciantes que también formaron parte de la investigación y están incluidos en el cuadro anterior, son contemplados dentro de reflexiones sobre análisis contextuales y problemáticas específicas pero no figuraron dentro del análisis de sus estrategias ya que fue imposible durante el trabajo de campo recabar toda la información requerida para presentar una problematización coherente e integral de sus casos.

De esta manera, su participación es contemplada, junto con otros informantes, como “porteros” (Guber, 2005) en tanto que posibilitaron la confianza y apertura hacia otros comerciantes de la comunidad coreana. A su vez, para contextualizar el ejercicio económico de estos comerciantes coreanos se entrevistaron y tuvieron conversaciones etnográficas con sus empleados, familiares, colegas, párrocos e incluso otros comerciantes mexicanos o de otras nacionalidades que aportaron una visión empírica sobre lo que significa tener un negocio en los distintos espacios urbanos donde se encuentran.

A continuación se presenta un mapa que localiza los establecimientos de los cuatro comerciantes coreanos que se toman en cuenta como actores principales en esta investigación, así como los puntos de socialización y sociabilidad más importante para ellos de acuerdo a sus prácticas cotidianas:

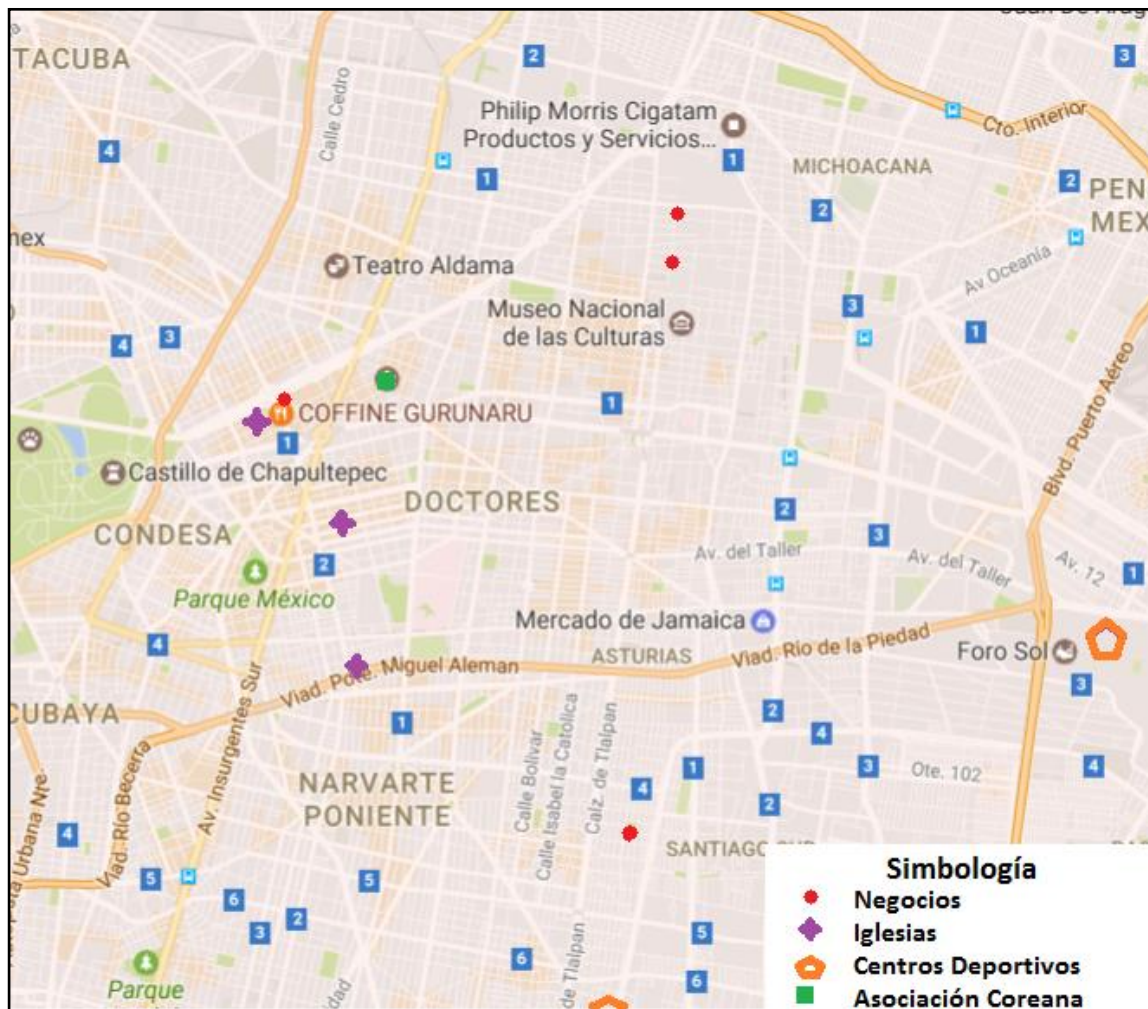


Figura 0.1. Mapa de localización de espacios etnográficos significativos para los comerciantes coreanos.

Las pautas de Patricia Arias (2014: 187) para trabajar con comunidades migrantes desde una perspectiva de género fueron de vital importancia para el desarrollo en campo de la investigación. Contrario a lo que se pensaba en el proyecto de investigación, que el acercamiento a las mujeres coreanas como empresarias sería fácil, estas pautas sirvieron para conocer una arista no contemplada: la presencia masculina como pilar de la organización de los negocios coreanos. No pude entablar conversación con ellas sin que llegara su esposo o algún connacional y me comentará que ella no hablaba español o simplemente mejor hablara con él.

Por otro lado, uno de los hallazgos de la tesis es que el negocio de los comerciantes coreanos se basa en el apoyo de mujeres mexicanas como empleadas. Resaltar el papel de estas mujeres buscar ir más allá de los discursos revisitados sobre la organización familiar para entender el negocio coreano, donde las mujeres aparecen bajo dos categorías: 1) trabajo no asalariado e 2) integrante de la familia coreana. En su lugar, este trabajo pretende visualizar la organización y estrategias emprendidas en el negocio coreano a partir de los actores que forman parte de su desenvolvimiento, sin atribuir una centralidad a la masculinidad dominante de los coreanos en ellos y reconocer la importancia de las mujeres como singularidad encontrada en el trabajo de campo.

Este esfuerzo conlleva un preámbulo metodológico de escuchar a las mujeres, apelar a sus problemáticas y reflexiones fuera de los espacios de coacción de los varones coreanos y mexicanos a fin de captar sus agendas personales que se ponen en contraste con las prácticas observadas en campo.

De esta manera, se pretende romper una descripción colectiva de los comerciantes coreanos a la luz de las singularidad que aportan los distintos actores que participan en la organización y desarrollo del negocio coreano, donde la mujeres mexicanas fungen un papel importante como gerentes y consultoras no solo de actividades relativas al comercio sino a la vida de los inmigrantes surcoreanos.

El aporte que esta perspectiva facilita es situar los conflictos y arreglos a los que se llegan en el negocio donde las relaciones de género plantean una condición de desigualdad y distribución asimétrica del poder que determina en gran medida dichas situaciones.



## Justificación y preguntas de investigación

Los estudios coreanos en México mantienen una ausencia explicativa de las migraciones y procesos sociales de las personas que articulan los sendos proyectos de relaciones diplomáticas y relaciones internacionales que tiene nuestro país con el país de Corea del Sur. Esta investigación propone ser una contribución a este vacío, afín de cerrar una brecha de desconocimiento sobre una migración que paulatinamente va tomando mayor fuerza y presencia a nivel nacional; esto a través de aportar conocimiento sobre su contribución, contraste y transformación de espacios tradicionalmente identitarios de nuestra ciudad como son los mercados urbanos.

Pensando en la tradición antropológica mexicana, que ha transitado de un quehacer por develar y revolver “los grandes problemas nacionales” hacia la recuperación de problemáticas sobre sus actores y comunidades *in situ*, actualmente hay en la disciplina una consciencia de no relativizar e imponer hegemonías moralistas a la formulación de problemáticas de comunidades contemporáneas, que si bien se encuentran atravesadas por dinámicas globales, su problematización y posible resolución se presentan de manera particular.

Considero que la propuesta de entender la movilidad migratoria y social de los coreanos en nuestro país desde ellos como actores y colectividades, atravesadas por la raza, género, edad, entre otras dimensiones de análisis, apunta a esta transición donde van cambiando las aproximaciones al objeto de estudio y sus finalidades, sentando la construcción de un conocimiento 1) crítico frente a los esencialismos, 2) flexible en sus categorías de análisis a fin de no reducir la realidad, y 3) propositivo para dar nuevas lecturas de la realidad contemporánea.

La presente tesis, desde una perspectiva antropológica busca dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los recursos, negociaciones y estrategias que los comerciantes coreanos llevan a cabo para solucionar los conflictos que se les presentan para establecer un negocio, en distintos espacios mercantiles, en la ciudad de México?

Esto a través de 1) profundizar en los retos y conflictos que los propios surcoreanos perciben y enfrentan cotidianamente en su negocio, 2) identificando las estrategias y negociaciones que emplean y 3) analizando los distintos recursos –atravesados por relaciones de género- que utilizan para fraguar dichas estrategias.

El aporte de esta investigación parte del conocimiento de la migración asiática en nuestro país y de las particularidades del comercio coreano como una arista de entendimiento de los nuevos actores y prácticas comerciales en nuestra ciudad, la manera de hacer negocios y de entablar relaciones comerciales donde parece haber una tendencia de su desarrollo en contextos de violencia.

Rescatando la reflexión de Esteban Krotz (1994) sobre la pregunta o cuestionamiento antropológico, esta tesis busca aportar conocimientos críticos sobre la comunidad coreana haciendo un cuestionamiento y referencia a nosotros mismos como colectividad, como sociedad mexicana. El preguntarnos sobre el otro en contextos comunes amplía y profundiza el conocimiento sobre nosotros mismos, resultado de la interacción. Preguntarse por los coreanos es a su vez una pregunta sobre nosotros mismos como país receptor y ciudad transnacional, sobre la manera en cómo resolvemos nuestros conflictos y tensiones en un escenario mercantil, donde estos espacios tienden a fenómenos globalizados con características locales donde intervienen una multiplicidad de actores que hay que reconocer y problematizar.

## Estructura de la Tesis

Para abordar estas temáticas se propone una estructura de cuatro capítulos, antecidos por una introducción que ayude a presentar los objetivos de la investigación, el tipo de aproximación empleada, las dificultades encontradas y la manera de resolverlas en campo; acompañados de un anexo fotográfico que apoye visualmente el contenido de la tesis, así como su respectivo registro de fuentes y referencias bibliográficas.

En el primer capítulo se abordan los conceptos principales y perspectivas teóricas que se utilizarán a lo largo de la tesis, aportando dimensiones de análisis útiles para pensar la inserción económica de los coreanos como empresarios étnicos y la manera de entender sus estrategias empleadas.

En el capítulo dos se hará un seguimiento de las trayectorias de los comerciantes coreanos que forman parte del estudio de caso de la tesis, a través de la presentación de datos sobre la migración surcoreana en nuestro país, para situar las características principales de su flujo migratorio.

En el capítulo tres se muestra la comunidad coreana como *hinterland*, es decir, como área de influencia para los comerciantes coreanos desde una resignificación de la etnicidad, la cual juega un papel importante para explotar las oportunidades en el auto-empleo, crear las condiciones de emprendimiento y sostenimiento del negocio. Para dar cuenta de esta configuración de la etnicidad en la comunidad coreana, partiremos de una escena etnográfica de un día festivo, a fin de resaltar los distintos actores involucrados –haciendo énfasis en los comerciantes- y como la organización de dicha celebración puede indicarnos también que tipo de organización existe dentro de la comunidad.

En el cuarto y último capítulo se analiza con las categorías analíticas presentadas en el primer capítulo, los recursos y estrategias utilizadas sobre problemáticas y tensiones encontradas en campo de cada uno de los comerciantes coreanos, a fin de dar respuesta a las preguntas que guían esta investigación. Posteriormente se presentan las conclusiones obtenidas.

## CAPÍTULO 1. DISCUSIÓN TEÓRICA.

Partiendo de una aproximación a las estrategias de los comerciantes coreanos, entendidas como relaciones sociales que trascienden lo económico y permiten dar una lectura de sus características grupales y culturales (Malinowski y De la Fuente, 2011: 37), en este capítulo se hará énfasis en los comerciantes como actores que ayudan a entender los procesos de transformación urbana, develando en su actuar estructuras que conforman los momentos, transiciones y cambios socioculturales en la economía urbana a partir de sus estrategias que demarcan la especificidad del comercio urbano de la Ciudad de México como son los procesos transitorios entre la economía popular e informal: desde el regateo, el “toreo”, hasta las asociaciones políticas informales y el ambulante (Castillo, 1983; León, 1989; López, 1988 Padilla, 1997).

Para dicho fin, se retoma la propuesta conceptual de Johanna Parra (2013:214) para estudiar las prácticas mercantiles de comerciantes en el Centro Histórico de la Ciudad de México, asumiendo que sus dinámicas se mueven en un sector heterogéneo de la economía donde hay fronteras porosas entre lo legal e ilegal que partiendo de estas categorizaciones sería imposible vislumbrar como un todo coherente. En cambio, Johanna propone el concepto de *business* como una “transgresión de la ley que se convierte en el *modus operandi*, dando paso a una serie de comportamientos que se instauran como la norma local” donde hay intersticios de legalidad e ilegalidad en el proceso productivo, de circulación y consumo de mercancías, conformando parte integral del proceso comercial de la zona (2013:211).

Siguiendo a Parra (2013), estas actividades económicas poseen sus propias normas para funcionar, las cuales dependen de cada contexto. La manera en que estas se institucionalizan dependen los procesos locales de negociación al margen de los procesos normativos del Estado, pero que a su vez, se valen de estos ordenamientos y normativas para establecer sus *modus operandi*. Estos procesos de institucionalización descansan, pues, en las distintas formas de vinculación, integración o negociación de lo social, siendo unidades de análisis pertinentes para su estudio los procesos de reciprocidad, redistribución e intercambio (Polanyi, 2003) que se dan entre los interactuantes.

De esta manera, la cultura configura las posibilidades durante el intercambio y los procesos económicos, manteniendo una regulación configurada por normas sociales sujetas a cambios y transformaciones. En este contexto, se pretende seguir en la investigación una mirada de los negocios e intercambios económicos como procesos que descansan en instituciones sociales que determinan la división social del trabajo, las relaciones de género, la intervención de la estructura familiar y relaciones de confianza en dichos negocios (Padilla, 1997).

Para abordar de manera integral los aspectos culturales en el quehacer económico, se abordará la teoría del empresariado étnico para problematizar como las diferencias sociales y culturales que pueden devenir del encuentro con el otro, generan estrategias que no sólo responden a complicaciones o facilidades económicas sino a momentos o interfaces donde interceden otros aspectos de la vida social.

La inmigración no solo aporta problemas para insertarse en lo económico, sino también en la su posibilidad de formar un negocio que les permita cierta movilidad social o estabilidad económica la cual radica, según varios autores del empresariado étnico, en el uso de redes sociales basadas en lo étnico ya que se reducen sus costos de transacción. (Portes; Zhou; Bonacich; Waldinger).

La posición y prácticas de los emprendedores inmigrantes se pueden entender propiamente tomando en cuenta no solo su performance económico incrustado en sus redes sociales sino también en ambientes socioeconómicos, políticos y culturales del lugar en donde se asientan.

Por ello, nos valdremos de la propuesta de Jan Rath y Kloosterman de la incrustación mixta, la cual define el “desarrollo empresarial o emprendedor de los inmigrantes a partir de ubicar la intersección de cambios en sus marcos socio-culturales y procesos de transformación en economías urbanas y marcos político-institucionales donde se insertan” (Kloosterman; der Leun y Rath, 1999: 261).

La incrustación mixta hace alusión a ambos procesos de incorporación de los inmigrantes como configuraciones complejas que forman parte de la estabilidad y consolidación de un negocio, en parte facilitado por actividades económicas informales.

Los emprendedores no responden de manera estandarizada o igual a todas las condiciones sociales que enfrentan. La influencia de lo étnico en sus recursos y como los utilizan no abarca la totalidad de sus prácticas y estrategias. Como ha señalado Light y Rosenstein (1995), los inmigrantes no entran en esta descripción en tanto que se abren nuevos horizontes de una manera más modesta o con complicaciones y negociaciones que se mantienen presentes y modulan dicho su desarrollo económico.

Esta propuesta realza la importancia de los espacios mercantiles como espacios de socialización donde los emprendedores combinan sus diferentes recursos de alguna manera específica para ofrecer y vender sus productos a sus clientes. No hablamos de los recursos en abstracto sino aquellos puestos en juego en un determinado espacio mercantil, el cual presenta particularidades estructurales económicas, políticas y culturales.

Bajo esta acotación conceptual emanada de la experiencia empírica, se aborda la perspectiva del empresariado étnico a partir de entender que las determinaciones de la etnicidad de los actores en su desempeño económico están mediadas por los aprendizajes y usos estratégicos tanto de los recursos como conocimientos locales que son apropiados de manera cotidiana y configuran de manera particular las estrategias que desarrollan para establecer y mantener un negocio.

Es decir, su actividad económica y experiencia no se reduce propiamente a lo étnico, lo cual tampoco implica negar la etnicidad de los otros con los que interactúa. La propuesta de la incrustación mixta de los empresarios étnicos significa, teóricamente, entender el desarrollo emprendedor de los inmigrantes como una intersección o interfase entre “los cambios socio-culturales y procesos de transformación de economías urbanas, con sus marcos político-institucionales, donde se insertan” (Kloosterman, van der Leun y Rath, 1999: 9).

Como menciona Pierre-André Julien (2007), cada región aporta una configuración de recursos, mediaciones y redes que generan límites para la creación de estos negocios. Es decir, la localidad tiene una influencia en la creación y mantenimiento de los emprendedores y sus negocios. Se retomará la distinción analítica que propone Julien para entender emprendimiento local que consta de tres elementos: 1) los emprendedores y sus características (étnicas), 2) el tipo de cooperación y solidaridad que existe entre ellos y 3) el *milieu* o contexto económico y social que permea la configuración de los otros dos elementos (Julien, 2007: 29).

A su vez, los comerciantes coreanos van a ser entendidos como transmigrantes en tanto que mantienen relaciones familiares, económicas, étnicas y políticas a través de campos transnacionales, los cuales vienen a ser estas “redes de relaciones sociales a través de las cuales viajan ideas, prácticas y recursos, que se intercambian, organizan y transforman de manera desigual. La transnacionalidad es un proceso a través del cual los migrantes forjan y sostienen múltiples relaciones sociales que vinculan a sus sociedades de origen con las de llegada” (Khagram y Peggy, 2008: 15).

La experiencia migratoria, por tanto, no se entenderá como un fenómeno dicotómico y uni-causal. Hay una serie de relaciones sociales y fenómenos emergentes, los cuales pueden ser observados de manera integral desde una perspectiva transnacional. Es decir, se apuesta por una mirada que no secciona el área de observación por ámbitos territoriales con referencia a los Estados-Nación para vislumbrar las prácticas que trascienden escenarios geográficos delimitados como parte de la complejidad que atañe a las prácticas realizadas desde lo local. Más aún, es interesante rescatar que las propias racionalidades económicas no son enteramente aisladas sino están imbricadas en ámbitos sociales que estructuran su desarrollo.

### Construcción del objeto de estudio: Comerciante coreano

Para conocer las estrategias y modos de establecer un negocio por parte de los comerciantes coreanos, asumo un acercamiento basado en la perspectiva del actor en tanto que se busca resaltar y analizar los procesos por los cuales los actores arreglan su día a día e intentan resolver ciertas situaciones problemáticas, develando la fragilidad o inconsistencia del orden social existente o patrones de legitimación, siendo fútil la búsqueda de estructuras y funciones en donde situar dichas prácticas de los actores (Long, 2007: 209).

Para efectos de esta investigación, los datos recabados respecto al negocio de los comerciantes coreanos se entenderán como resultado de un entrelazamiento y contingencia de cambio económico y cultural entre distintos modos de producción, consumo, sustento e identidad. Para hacer esto, se prestará atención a los actores que forman parte de la reestructuración de dichos procesos donde el análisis parte de un enfoque centrado en el actor (Long, 2007; Long, 1989).

La organización de las personas y grupos deviene del resultado de una serie de interacciones, negociaciones y forcejeos sociales que tienen lugar entre varios tipos de actor, no sólo de actores presentes en ciertos encuentros cara a cara sino también de los ausentes que, no obstante, influyen en la situación y por ello afectan en sus acciones y consecuencias. Lo que se quiere entender, por tanto, no es al actor en sí sino el cambio social, el cual yo identifico en la posición de los coreanos como intermediarios (*brokers*) en estos espacios mercantiles, entre el consumidor final y las cadenas de producción y distribución de la globalización no hegemónica (Lins, 2012).

La perspectiva del actor parte de un análisis etnográfico de la vida social de los actores en donde descansan sus experiencias, proyectos y transformaciones de acción. Esto implica prestar atención a los predicamentos cotidianos, subjetividades y trayectorias sociales de los actores individuales que constituyen un tejido social en cooperación o conflicto con otros interactuantes, sin caer en un reduccionismo individualista de recuperar motivaciones, intereses o intenciones individuales del actor. Hablamos más bien, en términos de Latour, de un actor-red (2005).



Se partirá de entender a los coreanos como un grupo social que se vincula entre los migrantes provenientes de Corea y aquellos que han nacido aquí o en algún otro país fuera de Corea, que siguen presentando esta vinculación a través de la construcción de una comunidad imaginaria (Corea como origen común y lazo de vinculación), que se refuerza ante la construcción social como grupo étnico y que influye en la interacción con otros grupos. La comunidad coreana pasa a ser un grupo inmigrante socialmente reconocido que reúne características específicas que permite identificarlos más allá de sus escalas generacionales.

Para entender a los comerciantes coreanos bajo esta perspectiva de actor-red, es indispensable analizar sus estrategias a través de vincularlas con sus interactuantes, de los cuales me centraré principalmente en los actores de contacto más significativo y constante: empleados, familiares, connacionales, proveedores, otros comerciantes y en menor medida sus clientes. Los comerciantes coreanos serán entendidos como actores que pertenecen a una red de distintos tipos de vinculaciones con otros actores que determinan su actuar en tanto que en dichas relaciones descansan los procesos de negociación, reciprocidad, identificación o intercambio.

#### Construcción de las dimensiones de análisis: Estrategias

Las estrategias se entenderán como la capacidad de procesar las distintas experiencias y diseñar maneras de lidiar con la vida, aún bajo las formas más extremas de coerción (Giddens, 1984). Los actores sociales, a través de la experiencia social, encuentran formas de intervenir en el flujo social de una sociedad sin dejar de lado una reflexividad de circunstancias ni la reacción de otros frente a su actuar.

Para dar cuenta de esta agencia desde una perspectiva del actor se propone realizar una investigación centrada en una etnografía situacional. Al identificar los diferentes campos de actividades y experiencias de vida de los protagonistas, reconociendo a sus interactuantes y cómo manejan sus asuntos cotidianos, se podrá entender cómo evitan o resuelven situaciones cotidianas de conflicto, empleo de información y recursos tanto individuales como sociales, siendo pues menester entender sus trayectorias laborales y

migratorias así como las subjetividades que configuran su desarrollo para situar las estrategias como agencia de estos actores.

Siguiendo a Latour (2005), cualquier forma en que se resuelvan los conflictos y/o contingencias, se hacen a través de comprometerse activamente en sus redes sociales, a cierto comportamiento o acciones. De esta manera, la agencia no es una autonomía del individuo sino una acción conformada en red (Latour, 2005: 67).

Por otro lado, la importancia de los análisis situacionales radica en resaltar el modo en que ciertos grupos intentan crear un espacio para ellos mismos con el fin de realizar proyectos propios que pueden ser paralelos o desafiar los intereses de otros actores que intervienen en un mismo campo social (Gluckman, 1940:64).

Esta aproximación ayuda entender un fenómeno social como un conjunto dinámico de relaciones (no unívocas, ni unidireccionales, ni mecánicas) donde se rescata al sujeto como capaz, mediante un proceso de subjetivación, de reaccionar ante las contradicciones de su entorno y responder, de acuerdo a sus mundos de vida, a los conflictos y tensiones presentes en el desarrollo cotidiano, en este caso, de sus negocios.

Al pensar las estrategias como eje nodal del análisis del empresariado étnico, situamos la dinámica y caracteres emergentes como referentes de la *praxis social*, es decir, como producto de tensiones y conflictos tanto locales como transnacionales, que dan respuesta a situaciones específicas presentadas en el negocio coreano a través del aprovechamiento de recursos socialmente construidos desde la etnicidad o localidad.

Indagar en estas estrategias bajo una etnografía situacional, significa conocer e interpretar las singularidades (Hammersley y Atkinson, 1994: 21) comunes a la realidad social de los coreanos como clave hermenéutica para dar respuesta a la pregunta de investigación.

Dicho de otro modo, implica analizar los recursos étnicos de los comerciantes coreanos desde una perspectiva situacional que busca dar cuenta de las prácticas de los sujetos y sus relaciones, atravesadas por divisiones y desigualdades de género, atendiendo a sus situaciones biográficas, donde sus

repertorios culturales, experiencia migratoria, escolarización, dominio de idiomas, etc., presentan un abanico diferenciado de recursos a los cuales apelan. De esta manera, las estrategias que utilizan responden a esta configuración matizada por un campo social o *melio* contextual que estructura las condiciones sociales en las que se desenvuelven.

## CAPÍTULO 2. TRAYECTORIAS MIGRATORIAS DE COMERCIANTES COREANOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

El siguiente apartado tiene como objetivo presentar a grandes rasgos las características migratorias de los surcoreanos en territorio mexicano, para situar cada una de las trayectorias de los cuatro comerciantes coreanos en los que se centrará el análisis de los siguientes capítulos, en campos explicativos de sus motivaciones, incursiones y contextos de llegada que determinaron en gran medida el modo de su incorporación económica y social al país.

Pensando a los coreanos como un grupo étnicamente diferenciado, se propone a través del seguimiento de la trayectoria tanto migratoria como laboral de cada uno de los comerciantes, dar cuenta de la manera en que se tejen las permanencias en nuestro país, sobre la especialización en determinadas actividades económicas así como de las cadenas de solidaridad de las cuales se valen para asentar su proceso inmigratorio en distintos espacios urbanos y sociales en los que interactúan. Lo cual, ofrece una mirada empírica sobre cómo sobrevive un inmigrante surcoreano en la ciudad de México y qué tipo de relaciones de amistad o solidaridad entabla para asegurar su sustento.

El objetivo de este capítulo es mostrar cómo la actividad laboral enfocada en el comercio y auto-empleo, está precedida por una trayectoria laboral que forma parte del proceso inmigratorio y va marcando las pautas de las características del empresariado étnico, producto no sólo de atributos personales y culturales, sino de condicionamientos sociales que el contexto espacial provee (Rath, 1999).

A continuación se hará una breve explicación de los flujos migratorios que componen las distintas experiencias de inmigración surcoreana en nuestro país, para posteriormente pasar a una contextualización de las distintas trayectorias migratorias de Erick Kang, Esteban O, André Lee y Sado Ihm.

## Del otro lado del Pacífico: El arribo de coreanos a México

Hablar de la migración coreana en México implica reconocer en un primer momento la península coreana como un todo ya que su primer flujo migratorio estaba compuesto por habitantes de un reinado que precedió a la división de la península coreana, quienes se reconocían a sí mismos como súbditos del reino de Joseón.

De 1392 a 1910, lo que reconocemos actualmente como la península coreana estuvo gobernada por el reinado de Joseón, el cual había impuesto una nueva reformulación de las estructuras políticas de gobierno así como de identificación étnica a través de un Estado burocrático fundamentado en el neo-confucianismo<sup>4</sup>, frente al gobierno budista de Koryo que regía anteriormente y que había perdido soberanía frente a los invasores mongoles que tenían sometida a la parte norte de la península desde 1213 (Romero, 2009: 71).

A inicios del siglo XX, bajo la amenaza imperialista japonesa el reinado de Joseón sufría una fuerte crisis agrícola, la cual tenía diezmada a la población en una pobreza extrema que se concentraba en los campesinos, lo cual generó emigraciones a la región contigua de Siberia y Rusia (Romero, 1997: 130). Es en este periodo cuando sale la primera expedición migratoria a tierras mexicanas.

El primer arribo de coreanos a México se vincula estrechamente con el nombre de John Meyers, comerciante británico, que tenía la misión de contratar trabajadores asiáticos, preferentemente chinos, como mano de obra para trabajar en los campos de henequén de Mérida, Yucatán. Meyers formaba parte de la amplia lista de comerciantes y representantes mexicanos<sup>5</sup> que conseguían a base de contratos ilegales que familias de diversos países accedieran venir a México a vivir y emplearlos como Moisés Gonzales Navarro denominó “motores de sangre”:

---

<sup>4</sup> Se reconoce como neo-confucianismo a la lectura e interpretaciones de los académicos coreanos que se encargaron de estipular las nuevas leyes y normativas dentro del reino de Joseón, el cual se basaba en los “cinco principios” y cómo estos podían ser aplicados a las distintas funciones administrativas y relaciones sociales del reinado. Seth, Michael (2006). “The neo-confucian revolution and the Choson State”. En: *A concise history of Korea*, Rowan & Littlefield Publishers, Estados Unidos, págs.: 121-149.

<sup>5</sup> Como el caso de Emilio Vogel, quien trajo a las primeras familias chinas al país con la intención de que trabajaran en la construcción del ferrocarril en Tehuantepec. Véase: Ota Mishima, Ma. Elena (1978). *México y Japón en el siglo XIX. La política exterior de México y la consolidación de la soberanía japonesa*, Secretaría de Relaciones Exteriores, México.

“trabajadores no calificados predominantemente negros caribeños y asiáticos, con la importante excepción de portorriqueños y un fallido ensayo con italianos; explotados [...] por su función mecánica de fuerza de trabajo para la construcción de proyectos industriales como el ferrocarril, explotación minera y campos agrícolas” (González, 2003 :vol. 2, p. 288)

Durante el Porfiriato, las clases políticas tenían la creencia de que el territorio mexicano era tan extenso que para capitalizarlo y aprovechar sus recursos había que traer inmigrantes extranjeros para que poblaran las áreas más desarraigadas del territorio y se aprovecharan bajo un mismo cauce de modernización que guiaba al país, esto bajo una estricta selección de inmigrantes de acuerdo a su nacionalidad: italianos, griegos, rusos, y japoneses dedicados a la agricultura y ganadería; estadounidenses, ingleses, francés y alemanes dedicados al comercio y negocios dentro de las ciudades, mientras que los chinos eran contratados para la construcción ferroviaria (González: 1969). Cabe recalcar que el argumento enfáticamente racial de estas políticas migratorias descansaba en la suposición de que las poblaciones indígenas del país no contaban con el conocimiento suficiente o las técnicas de cultivo para hacer prosperar la riqueza agrícola (Palma, 2006).

De esta manera John Meyers aparece como un eslabón de esta política racial migratoria mexicana y en 1904 llega a Corea, en ese entonces Joseón, consiguiendo contratar voluntarios coreanos para trabajar por cuatro años en los campos de henequén de Yucatán, quienes encontraron atractivo el siguiente anuncio que Meyers dispuso en el periódico nacional *Jwansong Shinmun*:

“En la América del Norte se encuentra México, tierra de civilización y riqueza equiparables con las de su vecino Estados Unidos. Aquí la tierra es pródiga y el agua abundante; el clima es cálido y saludable. La mayoría de su población es rica y los pobres son muy pocos, por lo que hay escasez de mano de obra. Recientemente muchos chinos y japoneses se han establecido en México y han logrado en corto tiempo amasar grandes fortunas. Hoy las puertas del éxito están también abiertas para los jóvenes coreanos. Apresúrense a registrar sus nombres en cualquiera de nuestras oficinas. No dejen pasar esta oportunidad” (Romero, 1997:137).

Hay distintas versiones sobre el número de coreanos que llegaron y su composición en cuanto a su género y profesiones. Moisés González Navarro (2003: vol. 2, p. 286-287) menciona que el registro de 1910 en Yucatán anotaba que había 306 coreanos en Yucatán, de los cuales 58 eran mujeres, y de los varones el grupo estaba conformado heterogéneamente por exsoldados, granjeros y mendigos que encontraron en la oferta laboral de Meyers una oportunidad para huir<sup>6</sup>.

Victoria Novelo (2009:120) menciona que eran 1085 personas coreanas las que conformaban 300 familias entre varones, mujeres y niños, quienes se instalaron en once diferentes fincas henequeneras y para 1908 tan sólo quedaban 700 personas asentadas en Yucatán.

Alfredo Romero, por su parte, afirma que el universo original de tripulantes coreanos del barco que zarpó de Incheón eran 1033, de los cuales sólo llegaron 1031 a los campos de henequén (Romero, 1997: 139).

Por último, la Asociación de Descendientes Coreanos de la Ciudad de México ha trabajado un documento a partir de las memorias, documentos y demás testimonios recuperados por sus descendientes, para reconstruir la información de estos primeros coreanos en arribar al país. Según su reconstrucción, llegaron 1026 personas.

Bajo estas diferentes fuentes, es difícil discernir sobre el número exacto de coreanos que llegaron a México en 1905. Lo que es cierto es que bajo las promesas del anuncio de Meyers, las más de mil personas de origen coreano y de distintos estratos sociales, varones mujeres y niños, esperanzados en ganar dinero y conocer nuevos horizontes, se encontraron con un crudo contraste al ser contratados en situaciones de explotación y trabajo cautivo donde la paga era insuficiente y el trabajo extenuante sobre un cultivo en auge y de gran valor en el mercado en este tiempo, llegando a ser considerado a nivel nacional como “el oro verde”: el henequén (Kenneth,1998).

---

<sup>6</sup> Sin fuentes claras sobre la información, González complementa que después de la expiración de su contrato laboral, 20 familias regresaron a Corea, bastantes más migraron hacia Hawai y algunos más se fueron a Cuba. Los demás se quedaron en territorio mexicano y migraron hacia otros estados.

José Sánchez Pac (1973), quien formó parte de esta migración al dejar Corea como un recién nacido, nos deja ver cómo era el trabajo que debían de realizar en las memorias que realizó sobre su vida sobre los coreanos en Yucatán:

“Día a día las exigencias eran más frecuentes y severas, por tal motivo optamos por trabajar hasta los domingos y como ni así podíamos librarnos de las tareas acumuladas, nuestras mujeres se dispusieron a ayudarnos a desespinar las hojas mientras nosotros cortábamos, amarrábamos y sacábamos los rollos de los surcos a la vía. Según platicó el señor Yu-Chin-Té, no nada más en la hacienda Chen-Che, sino en todas las demás sufrieron igual, en algunas quizá más porque no les proporcionaban lo necesario para el trabajo y al igual que en Chen-Che, las demás haciendas les acumulaban tareas no cumplidas por la incompetencia de la mayoría porque la tarea consistía en cortar las hojas meticulosamente de acuerdo a las órdenes recibidas y no podíamos y hasta nos cortábamos” (Sánchez, 1973: 10).

Después del contrato forzoso de cuatro años, los hacendados cumplieron su palabra y liberaron aquellos que no tenían deudas en las tiendas. La mayoría migró hacia otros estados del país, algunos se quedaron y otros más migraron hacia Cuba (Novelo, 2009; Gonzáles, 2003).

En los Censos de Población es difícil seguirles la pista pues la información dista mucho de la discutida cifra que ronda entre poco más de mil inmigrantes. En el Censo de Población de 1910 solo eran contabilizados 310, en 1920 257 personas y para 1930 la cifra vuelve a bajar a 219.

Victoria Novelo (2009) revisa las fuentes estadísticas cubanas sobre inmigración extranjera para rastrear el movimiento de yucatecos a la isla, encontrando que entre 1905 y 1935 arribaron 4 448 mexicanos donde predominan trabajadores yucatecos, forzados o libres, ligados a la importancia del henequén en la economía regional. Dentro de este grupo de trabajadores también iban coreanos que habían terminado su contrato obligado de trabajar en las distintas fincas henequeneras, por lo menos 10 años (Novelo, 2009: 30).

Novelo, a través de una etnografía de alto aliento, nos cuenta que la mayoría de estos coreanos que salieron de Yucatán se asentaron en la ciudad de Matanzas y en la zona de Cárdenas en 1921, donde también trabajaron el henequén (Novelo, 2009: 121).



Este grupo estaba constituido por 300 coreanos, de los cuales se saben 158 eran hombres y 87 mujeres, quedando incierto el paradero aproximado de 300 coreanos de esta primera inmigración.

Por otra parte, Alfredo Romero (1999) sigue la pista de los coreanos que se quedaron en territorio mexicano, quienes se movieron hacia Tijuana, Coahuila, Veracruz, Monterrey y Ciudad de México principalmente. En las memorias de José Sánchez Pac, se complementa esta información, quien nos cuenta que en la Ciudad de México migraron familias con mujeres y “trabajaron dentro de las casas haciendo la limpieza mientras que Coahuila fue el destino donde más población se asentó a excepción de Yucatán”, debido a su afinidad por la pesca (1973: 29).

Después de este episodio, la migración coreana a nuestro país se detendría abruptamente y dejaría de llegar hasta los años sesenta, por dos razones fundamentalmente. La primera es que el Rey Kodyong de Joseón, había recibido una carta de sus súbditos que se encontraban en tierras mexicanas, a través de una triangulación por Estados Unidos (Romero, 1997: 50), donde se denunciaba el trato recibido en las haciendas y pedían ayuda para volver lo más pronto posible, lo cual hizo que el Rey prohibiera toda migración más allá de sus fronteras, lo cual fue difícil de mantener debido a la ocupación japonesa en la península y la movilidad humana que se originó a partir de este suceso.

El otro factor importante fue el tratado “Gentlemen’s Agreement” firmado en 1908 entre Estados Unidos y Japón, donde el gobierno japonés se comprometía a no permitir la salida de sus ciudadanos hacia tierras norteamericanas; cortando así un flujo importante de trabajadores que se habían instalado principalmente en la costa de California y Hawai, dentro de los que iban también coreanos que habían migrado previamente a la isla nipona (Kyeyoung, 1997). Este tratado fue significativo porque ante la anexión de la península coreana al imperio japonés también se extendía dicha prohibición a sus habitantes, además, tuvo una réplica mexicana en la Ley de Inmigración del Siglo XX que prohibía la inmigración asiática, especialmente de origen chino (Palma, 2006: 62).

Este flujo migratorio asiático se restablecería en Estados Unidos, y con un mayor crecimiento de una migración coreana, hasta la entrada en vigor del Immigration and Nationality Act en 1965, la cual instituía que no podría haber discriminación ni distinción a cualquier nacionalidad en el cruce de fronteras, otorgando las mismas posibilidades a todos los flujos de inmigración (Durand, 2003: 166). Sin embargo, para esta fecha el contexto socio-político, cultural y nacional de la península coreana había cambiado drásticamente.

En el caso mexicano la restricción de la inmigración extranjera seguiría en las políticas migratorias mexicanas hasta la Ley General de Población de 1974 donde ya no habría un veto por nacionalidad, profesión o ideología política, teniendo como único parámetro de predilección la entrada de extranjeros dedicados a la investigación científica y especializados en trabajos técnicos que aportaran algún beneficio al país (Palma, 2006. 99).

#### Ruptura y conformación nacional: Corea del Sur, una migración asistida en América Latina

En 1945 Japón acepta su rendición ante los Aliados y la península coreana celebra su libertad, pero su territorio permanecería en un escenario bélico ya que las disputas geopolíticas en torno a la ideología política que adoptará como nación darían paso a la Guerra de Corea (1950-1953). La llegada de tropas estadounidenses por el sur y las soviéticas y chinas por el norte, reconfigurando nuevamente el territorio donde la soberanía del reino de Joseón se difuminaría hasta extinguirse. Las antiguas administraciones japonesas cambiaron de mandos hacia ambas potencias, que se encargaron de influenciar de distinta manera el territorio de la península. Después de una intensiva guerra de tres años y la posterior construcción ideológica que significó la guerra fría, la bipartición política de la península terminó por fragmentar un territorio y una población étnica a partir de la construcción de una frontera sobre el paralelo 38<sup>o7</sup>, erigiéndose dos proyectos de nación contundentemente antagónicos que hasta el día de hoy se mantienen en una dialéctica permanente de tensión: Corea del Sur y Corea del Norte.

---

<sup>7</sup> El paralelo 38° es una línea imaginaria trazada 38 grados al norte de plano ecuatorial, la cual fue utilizada en las negociaciones del fin de la Guerra de Corea para trazar la frontera que dividiría a las distintas áreas de influencia del gobierno estadounidense y soviético: Corea del Sur y Corea del Norte.

A partir de este momento, la población de Corea del Norte no formara parte de la migración que arribó a México, aunque de facto sí forma parte de su historia ya que muchos de los coreanos que llegaron por Salina Cruz a Yucatán, provenían de provincias y poblados pertenecientes a este nuevo país.

Desde la posguerra y constitución de su régimen político socialista bajo la ideología *juche*, se prohibió la emigración fuera del país y los únicos norcoreanos que tienen permitido salir son aquellos que pertenecen al cuerpo diplomático que constituyen las distintas embajadas a lo largo del mundo, todo bajo un estricto control gubernamental. México firmó relaciones diplomáticas con Corea del Norte en 1980 y es uno de los pocos países que mantiene relaciones diplomáticas con ambos países coreanos.

Dado este nuevo panorama, a partir de este momento hablamos de una migración que pertenece exclusivamente al territorio y nación de Corea del Sur. Esta nueva migración se encontrará caracterizada por el cambio estructural de la influencia de Estados Unidos en lo económico pero sobre todo en la cultura y la sociedad. La adopción del capitalismo como vía de desarrollo trastocaría de manera contundente cada aspecto de la vida social de esta emergente nación.

Corea del Sur inició su crecimiento económico bajo la dependencia y asistencia estadounidense, llegando a representar el total del presupuesto gubernamental y el 75% de la inversión extranjera en los primeros años del protectorado (López y Licona, 2011:189). Pese a esto, el país incursionó en un modelo económico basado en la sustitución de importaciones, similar al que emprendió el Estado mexicano en las mismas fechas, con resultados significativamente distintos, tutelados por un gobierno militar bajo la administración de Park Chung-Hee (1961-1979).

La política migratoria de Corea del Sur se basó, en un primer momento, en la búsqueda de aliados diplomáticos que dieran reconocimiento a su proyecto de nación y a su vez representaran oportunidades para su creciente comercio internacional. Bajo este ideal, el recientemente formado Consejo Supremo de Reconstrucción Nacional llevó a cabo una misión diplomática de buena voluntad por América Latina donde México era contemplado como un país estratégico con el cual entablar relaciones diplomáticas al ser uno de los

“hermanos mayores”<sup>8</sup> de América Latina y representara una cercanía directa con Estados Unidos.

Al final de la gira diplomática emprendida por el presidente surcoreano y tras haber firmado relaciones diplomáticas con 76 países, México firmó relaciones diplomáticas con Seúl el 26 de enero de 1962. El primer país en donde se dieron las relaciones diplomáticas necesarias para iniciar una emigración surcoreana fue Paraguay, a donde inmigraron numerosos surcoreanos que después de establecerse económicamente, migraron de nuevo pero esta vez hacia Brasil y Argentina (Mera, 2009: 312; Kim, 2013: 67).

Por su parte, México no realizó los mismos programas de intercambio de trabajadores agrícolas o de otra índole, siendo mínima la migración surcoreana que llegara al país. La presencia diplomática de Corea del Sur en América Latina era parte de una política de emigración que tenía como fin solucionar los problemas demográficos del país a través de la distribución poblacional en los distintos países donde se firmaron relaciones económicas o diplomáticas (Mera, 2009).

De esta manera, la llegada de coreanos a Alemania, España, Argentina, Paraguay y México, entre los años 1965 y 1968 se entendería entonces por la búsqueda gubernamental coreana de asentamiento para cierta población coreana y a su vez abrir la posibilidad de relaciones de libre comercio. Por otra parte, a partir de 1965 la migración surcoreana ser iría principalmente a Estados Unidos, no sólo por un lazo migratorio histórico previo sino por la estrechez económica y política del desarrollo económico que tenía el gobierno de Seúl en sintonía con la administración de Richard Nixon (Kyeyoung, 1997).

Una característica que podemos anotar de las migraciones provenientes de Corea del Sur hacia América Latina será el acompañamiento diplomático y gubernamental de sus ciudadanos, el cual será más notable en México a partir de la década de los ochenta. Es claramente visible en las distintas inmigraciones coreanas en América Latina, como lo deja notar el testimonio de

---

<sup>8</sup> Bajo la filosofía del Confucianismo, el respeto jerárquico por edades es muy importante. Esto se reflejaba también en las relaciones internacionales, donde los países tenían su longevidad. En el continente asiático, Corea consideraba a China como un hermano mayor, por su tamaño y milenaria civilización. Por tanto, había un trato preferencial para China en las relaciones internacionales asiáticas antes de la llegada de Occidente. De igual forma, considerar a México como un hermano mayor era darle importancia en cuanto a su influencia histórica, territorial y cultural en la región.

Sun Gwan Park quien relata cómo llegó en 1963 a Brasil como parte de un grupo de trabajadores agrícolas y el gobierno los apoyó, a través de la embajada, para que tuvieran tierras que cultivar:

“Chegamos no Brasil como turistas, e o período de permanência máxima de um turista é de três meses. Se nós quiséssemos morar aqui e nos tornarmos agricultores, primeiramente deveríamos comprar um terreno e, para isso, precisávamos do Registro Nacional de Estrangeiro (RNE), então, a gente tinha de ser empregado em alguma fazenda por meio do registro, mas os coreanos não conseguiam. Fomos ao Rio de Janeiro visitar o embaixador. Quando o encontramos, falamos assim: ‘a pesar de termos vindo como turistas, quando partimos da Coreia, o Ministério de Saúde Pública e Social nos disse que poderíamos morar e nos estabelecer por aqui. E com esse objetivo viemos. Mas quando chegamos, fomos atrás de informação e não conseguimos, por isso estamos aqui’”<sup>9</sup>(Kim, 2013: 42)

El embajador revisó los papeles de todos los trabajadores agrícolas y se dio cuenta que la mayoría habían llegado con un estatus migratorio erróneo dado un error administrativo realizado por el Ministerio de Salud Pública y Social de Corea del Sur. Como ellos ya se encontraban en territorio brasileño y habían entrado con estos pasaportes, la modificación de sus formas migratorias implicaba volver a Corea para modificar su visa y estancia en el país. La medida que empleó el embajador fue solicitar un fondo monetario para invertir en la compra de terrenos a título de la Embajada para ser trabajados por este grupo de agricultores, para que en un plazo mayor a 10 años, fueran retribuyendo la inversión a la Embajada (Kim, 2013: 44). Esta situación nos deja ver un acompañamiento estatal de asistencia para las situaciones que

---

<sup>9</sup> "Llegamos a Brasil como turistas, y el período de permanencia de un turista era de tres meses. Si quisiéramos vivir aquí y convertirnos en agricultores, primero debíamos comprar un terreno y, para eso, necesitábamos del Registro Nacional de Extranjeros (RNE), sino, la gente tenía que ser empleada en alguna hacienda a través del registro, así que los coreanos con visa de turista no lo logramos. Fuimos a Río de Janeiro a visitar al embajador. Cuando lo encontramos, hablamos así: 'a pesar de haber venido como turistas, cuando partimos de Corea, el Ministerio de Salud Pública y Social nos dijo que podíamos vivir y establecernos por aquí. Y con ese objetivo venimos. Pero cuando llegamos, confiando en esta información no lo conseguimos, por eso estamos aquí'". Traducción hecha por mí.

enfrentan sus connacionales en tierras extranjeras, que no se toma en cuenta un estatus o perfil migratorio legalmente aceptable en el país de origen, sino su condición de ciudadano surcoreano.

El Ministerio de Asuntos Exteriores de Corea del Sur toma un papel central en este proceso migratorio, encargándose de las relaciones exteriores con otros países para manejar los asuntos relacionados con sus ciudadanos que viven fuera del país. A partir de las múltiples firmas diplomáticas con distintos países de América Latina y el consecuente número de surcoreanos establecidos en dichos países, este organismo se encargó de mantener relación con las comunidades coreanas a fin de facilitar su estancia temporal o permanente en el extranjero. Las facilidades otorgadas por el gobierno para la migración internacional de su población alienta la posibilidad plantearse una movilidad hacia otros países como una forma de encontrar mejores condiciones de vida.

Para el caso mexicano en la década de los ochenta, los únicos inmigrantes surcoreanos que llegaron, sin contar al cuerpo diplomático de su embajada, fueron tres personas: el ingeniero químico Dong-Soo Suh, quien llegó a México como asesor químico de una planta industrial en 1968; el maestro de Taekwondo<sup>10</sup> Sr. Dae-won Moon y el estudiante Ki-chul Jang que tras un intercambio estudiantil mediante la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) llegó y decidió quedarse a vivir en la ciudad de México.

De cualquier manera, a partir de los años sesenta la migración coreana se distinguirá por su alcance migratorio hacia otros países más allá de la región de Asia y Estados Unidos, así como el cambio de la estrategia migratoria con la que su gobierno interviene en base a una política de emigración definida, volviendo las nuevas salidas una migración asistida donde resaltan destinos latinoamericanos como Paraguay, Argentina y Bolivia.

Una de las facilidades que el gobierno de Corea del Sur empezó a generar como parte de su política de emigración, fue la firma de distintas relaciones diplomáticas y comerciales que le permitieron conseguir un estatus global de confianza ante distintos países.

---

<sup>10</sup> El Taekwondo es un arte marcial tradicional de Corea que consiste en un sistema de auto-defensa utilizando los instintos de todo el cuerpo, perfeccionando las habilidades ofensivas de las patadas y los puños. Actualmente es un deporte olímpico y uno de los más practicados en México.

Con esta apertura diplomática se construyeron las bases que llegarían a constituir en un futuro la posibilidad para los surcoreanos de viajar a distintos países sin necesidad de visa, convirtiéndose en uno de los países con menores restricciones migratorias de movilidad al formar parte de la Visa Waiver<sup>11</sup>, lo cual ha facilitado en gran medida su dispersión migratoria a distintas latitudes del mundo que aumentaría drásticamente entrando el siglo XXI (Choi, 2003).

El resultado de estas políticas de emigración se ven acompañadas por el crecimiento y expansión de las empresas coreanas que rápidamente se vuelven multi-nacionales. A partir de la Administración de Park Chung-Hee hasta inicios de los ochenta, hubo un crecimiento sin precedentes en el sector industrial “en base alentado por la política de promoción de exportaciones y el intervencionismo gubernamental” (López y Licona, 2011: 273).

La economía de Corea del Sur empezaría a crecer rápidamente, logrando convertirse en una importante productora de acero, aparatos electrodomésticos y maquinaria pesada, productos que México no producía y seguía dependiendo de las importaciones. Así, llega la primera empresa coreana al país. La empresa POSCO que se dedica a la producción y yuxtaposición industrial de acero, abre sus oficinas en la ciudad de México en 1988 y con ella, la llegada de profesionistas surcoreanos que empiezan a habitar la ciudad<sup>12</sup>.

En este mismo año también se establecieron las plantas de electrodomésticos Samsung en Tijuana y Lucky Goldstar (LG) y Daewoo en Mexicali. Un año más tarde, Hyundai inauguró una fábrica de contenedores en Tijuana. Como parte de una emergente relación bilateral, México exportaba barriles de crudo a Corea del Sur como estrategia de este último país para evitar la dependencia del Medio Oriente conforme este producto<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> También conocido como Programa de extensión de visa, es un programa puesto en marcha por el gobierno de Estados Unidos para permitir la entrada sin necesidad de visa a ciertos países que cuentan con las tasas más bajas de inmigración ilegal al país. Solicitarán visado únicamente si se tiene pensado residir temporalmente, realizar estudios o trabajar en un tiempo mayor a 90 días. Actualmente el programa está conformado por 34 países de los cuales la mayoría son europeo. Sólo Corea, Japón y Australia provienen del continente asiático y de los países latinoamericanos únicamente Chile.

<sup>12</sup> Sería hasta 2009 cuando la empresa establecería su primer complejo industrial en la ciudad de Altamira, Tamaulipas. Actualmente la planta industrial suministra láminas de acero a las industrias del sector automotriz y de electrodomésticos de la zona norte del país. Véase: <http://www.poscomexico.com.mx/aboutus.html>.

<sup>13</sup> Actualmente, la importación de crudo e hidrocarburos de Medio Oriente representan dos terceras partes del total de importaciones de Corea del Sur.

La llegada de estas empresas trajo consigo una serie de empleados de todos los ramos y profesiones que habitaban las ciudades de México, Guadalajara y Mexicali de manera efímera, fijado por los plazos de contratación o proyectos emprendidos dentro de la empresa. Es importante hacer el énfasis que los primeros surcoreanos en asentarse en las ciudades antes mencionadas eran profesionistas, ejecutivos, directivos y en menor medida sus familiares, donde aún no figuran los comerciantes que llegarían posteriormente. Esta distinción nos permite notar la heterogeneidad de la comunidad coreana que desde este momento se empezaría a gestar.

Las empresas coreanas tenían un doble interés en las relaciones económicas y bilaterales con México, mientras aprovechaban la cercanía de mercado con Estados Unidos, aprovechaban los costos de producción en México que “permitían incrementar su plusvalía y capacidad de inversión dado los salarios relativamente más bajos que se podían manejar” (Romero, 2008: 182).

#### Corea del Sur como agente globalizador de su migración: México como atractivo para empresas y comerciantes

A inicios de los noventa y hasta el 2005, ante el acelerado crecimiento económico de Corea, podemos identificar un tercer periodo migratorio al país caracterizado por la llegada de empresarios, comerciantes e inversionistas que coinciden con el atractivo económico de México como miembro del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN). A partir de este momento podemos hablar de una migración que transitaría de llegadas intermitentes a flujos cada vez más constantes, con una organización y acompañamiento institucional por parte de instancias formales provistas por el gobierno surcoreano pero también de otras instancias organizativas gestionadas entre los surcoreanos inmigrantes, como iglesias y asociaciones, formándose paulatinamente una comunidad coreana.

A su vez, como característica particular es que los inmigrantes surcoreanos no vienen directamente de Corea del Sur sino de experiencias migratorias previas en América Latina o Estados Unidos, dotando de una diversidad cultural a la comunidad coreana que se gesta dentro de las principales urbes del país donde la Ciudad de México es la protagonista.



En Corea del Sur Kim Young Sam (1992-1998) se vuelve el primer presidente civil tras treinta años de gobiernos militares, iniciando una nueva política centrada en la “*segyeowa*” que en coreano significa globalización. El objetivo principal, que se volvió la bandera de su administración, era volver a Corea del Sur una economía sin fronteras preparada para la competencia global (ROK, 1995).

Rápidamente, América Latina se volvió un escenario de interés para conseguir nuevos socios comerciales para dinamizar el comercio exterior de Corea del Sur más allá del Pacífico asiático. México, al formar parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) en 1994, se volvió un actor importante para la economía surcoreana para exportar sus productos e impactar en un mercado regional distinto al asiático. Las relaciones comerciales iniciaron bajo la exportación mexicana de minerales como cobre y zinc pero contradictoriamente importando accesorios mecánicos, equipos electrodomésticos y eléctricos de Corea del Sur.

Ante este nuevo escenario, los coreanos en el exterior son considerados como piezas claves de esta nueva política nacional, en tanto que fungen como mediadores que contribuyen a la prosperidad de Corea del Sur llevando sus empresas y negocios a nuevos territorios, al grado que se crea la Oficina de Información de Coreanos en el Ultramar como parte del Ministerio de Asuntos Internacionales con la intención de monitorear y acompañar el crecimiento y expansión de sus empresas por el mundo, otorgando fideicomisos y apoyos gubernamentales a asociaciones como la Asociación de Comerciantes Coreanos en Ultramar (OKT) que en 1994 queda registrada como parte del Ministerio de Comercio e Industria.

El apoyo gubernamental tenía un discurso de empoderarlos como empresarios representantes de su nación. El apoyo específico fue estructurado en dotar de instituciones que acompañaran el proceso de establecimiento de negocios propios o de comercio internacional que acercaran a distintas regiones las empresas y productos que Corea estaba realizando. Es decir, la política migratoria surcoreana de finales de siglo XX funcionó como un brazo que acompañaba a una política económica más general sobre un crecimiento económico hacia afuera basado en una sustitución de importaciones que ya

tendía a la especialización productiva en los mercados textiles, metalúrgicos y de alta tecnología (López y Licona, 2011).

Es bajo esta promoción de pequeños y grandes empresarios que Sado Ihm y André Lee llegan a México con la intención de desarrollar un negocio propio. Como ellos, los surcoreanos que llegan provienen de áreas urbanas, principalmente de Seúl, profesionales altamente capacitados y mantienen vínculos muy cercanos con sus ciudades de origen.

A diferencia de otros flujos migratorios, la comunicación vía teléfono e internet facilita el fortalecimiento de vínculos familiares, la búsqueda de relaciones laborales y hace más ligeras las complicaciones cotidianas de encontrarse en un país que se le presenta como ajeno.

La llegada de estos trabajadores y comerciantes en búsqueda de poner sus propios negocios empieza a cambiar los flujos de la migración. En lugar de ser empresarios o empleados quienes representan los contingentes, la mayoría son personas que buscan establecer un negocio pequeño o reunirse con sus amigos y/o familiares ya establecidos.

Podemos decir que se inicia una segunda oleada de migración basada en la reunificación familiar y en los orígenes de un capital social, que en Corea significaría para la población una información directa sobre la posibilidad de una alternativa de vida viable en los países de América Latina.

Esta emigración de coreanos a distintas partes del mundo, no emigran porque no pudieran sobrevivir allá sino porque sueñan con “América”. *El sueño americano* como la ilusión de poder hacer mucho dinero y de manera muy rápida, elemento subjetivo que motiva las migraciones coreanas, según el trabajo de campo de Park Kyeyoung (1997: 6), en la búsqueda de los siguientes objetivos expuestos en las propias palabras de los protagonistas coreanos: *anjong* (estabilidad, asentamiento, seguridad) y *chagigage katchi* (establecer su pequeño negocio propio).

La apertura económica de México a la desregularización económica, conduciendo a la economía del país a un escenario global, que se concretó con la entrada al GATT en 1986 y posteriormente con la firma del TLCAN en 1994, fue un punto de atracción para realizar este *sueño* en el país, aunado a la falta

de restricciones migratorias. Los coreanos que arriban en esta década entran en un momento de grandes cambios en México: una intensiva expansión de nuevas corporaciones transnacionales, la relocalización de espacios industriales y a una reubicación geográfica de las actividades del sector financiero y comercial, recreando lo que algunos especialistas han denominado *ciudades centrales*: “espacios donde se localizan los servicios avanzados así como las actividades principales de la metrópoli, importantes para los flujos de la globalización” (Pérez, 2008: 34).

La inversión de corporaciones y empresas transnacionales coreanas facilitan la inserción de los inmigrantes en una actividad laboral ya que no necesariamente involucra aprender el idioma, integrarse en nuevas dinámicas y culturas del trabajo sino apelar a lógicas organizativas y laborales similares a las realizadas en Corea del Sur. Esta será una de las tendencias laborales de los coreanos en nuestro país: una inserción económica relativamente fácil por el trabajo entre sus connacionales, sean empresas o pequeños comerciantes.

Hay coreanos que se encuentran viviendo en otros países de América Latina, que encuentran este atractivo como una estrategia familiar para cumplir con las aspiraciones de educación, profesionalización y oportunidad de negocios de cada uno de sus proyectos familiares. A través de múltiples migraciones, se establecen en ciertos países para hacer negocios mientras que en otros países plantean re-migrar posteriormente para cumplir otras expectativas. Las re-migraciones también han sido una estrategia para evadir los embates de las crisis económicas. La relativa facilidad de movimiento entre países es una característica de la migración coreana contemporánea.

A finales del siglo XX, a partir de 1997 pero significativamente a partir de 2001, la inmigración surcoreana crece aceleradamente debido crisis económica que sufrió Corea del Sur que se juntó con la “crisis del tango” en Argentina. Ante la crisis los surcoreanos en Argentina migraron principalmente hacia Estados Unidos, pero también a México dado que su propio país se encontraba en situaciones similares, siendo incierto el panorama de volver.

Es interesante resaltar esta situación porque a diferencia de presentarse un fenómeno de retorno hacia Corea del Sur o un fenómeno migratorio circulatorio, este movimiento hacia otros países del continente se volvió una

estrategia migratoria para evadir la crisis de los distintos países de estancia, empezando a generalizar en la migración coreana en América Latina. Esta movilización en particular fue catalogada por Kyeyoung Park, especialista en migración coreana, como una migración en formas de rizomas, al cubrir tres o más destinos temporales en su movilización. Producto de esta movilización, llegan los surcoreanos dedicados a los textiles, que ya ejercían esta profesión en Argentina y encontraron en Tepito y el Centro Histórico el escenario ideal para instalar sus negocios<sup>14</sup>.

De acuerdo a los datos y comentarios provistos por la Asociación de Coreanos en México, aquellos coreanos que venían de Argentina regresaron nuevamente debido a la mejora de la economía argentina, tras estabilizarse los estragos de la crisis. Lo mismo pasó con varios coreanos que provenían directamente de Corea, reduciendo en un 25% la población coreana en México, quedando en 2005 14 751 coreanos (INEGI, 2005). Esto demuestra que durante este periodo hubo una migración flotante de coreanos que no pudieron ni querían establecerse en la sociedad mexicana, donde la migración representaba una estrategia temporal para evitar los embates de la crisis ya que volverían a sus lugares de origen una vez acabado el riesgo económico.

México significó un punto de atracción para las re-migraciones coreanas por su cercanía geográfica con Estados Unidos, específicamente para aquellos que vienen de países como Argentina, Brasil o Paraguay. Sin embargo, con el tiempo ganó un atractivo mercantil para hacer negocios: mientras que coreanos que vivían en Estados Unidos han llegado a México para establecer negocios de manufactura y minería en ciudades del norte del país (Tamaulipas, Mexicali, Tijuana), aquellos que han llegado a la ciudad de México se han centrado en la importación de productos, producción textil y establecimientos de servicios orientados a la comunidad coreana.

La migración coreana, en específico los comerciantes, manifiestan un fenómeno migratorio que no es estable ni gradual y por lo tanto, tampoco es predecible. La movilidad y retorno como una constante se dan “de manera abrupta, sin periodicidad o temporalidad alguna, atendiendo a factores de

---

<sup>14</sup> También serían de interés varios espacios regionales como Moroleón, Pachuca y Chiconcuac.

expulsión como crisis económicas, discriminación, decisiones familiares ante el crecimiento del negocio o proyectos de educación” (Park, 2011: 3).

Los hombres coreanos que llegaron a nuestro país lo hacían con la intención de ganar suficiente dinero, vía remesas, para sustentarse un capital suficiente para invertir en un negocio en su país, pagar la educación de sus hijos o lograr mandarles dinero a sus padres. Mónica Cinco (1995) nos cuenta que los primeros hombres chinos que llegaron a México, particularmente jóvenes, quienes llegaron sin sus familias por el costo de la inversión migratoria, se casaron con mujeres mexicanas, forjando las primeras familias de mestizos chino-mexicanas que tenían por tendencia la formación de los hijos bajo la lengua, vestimenta y tradiciones mexicanas bajo una menguada persistencia del padre por forjar valores favorables dentro de la cultura china: trabajo arduo, constante y honrado.

Los coreanos mantienen una tendencia distinta. A diferencia de los chinos, los jóvenes que han llegado al país no han tenido como intención traer a su familia sino trabajar y ganar el suficiente dinero para volver a Corea y administrar familiarmente dicha ganancia. Quienes se han casado con mujeres mexicanas son aquellos que al estar varios años en México, han notado que el trabajo y ganancias que perciben en el país serían difícil de replicar en Corea del Sur. Es decir, han decidido quedarse en México el tiempo suficiente para volver a Corea sólo para disfrutar de su vejez, como es el caso de Esteban O, André Lee y Sado Ihm.

El carácter mercantil o empresarial de las familias o comunidades, que es un factor determinante en la búsqueda de nichos económicos oportunos para sus negocios, es una primicia que hace que aprovechen las oportunidades que se encuentran tanto en México como en Brasil, Argentina o Bolivia y marcan una tendencia a partir del año 2000, tiempo en el que llegan al país Esteban O y Erick Kang.

Este último flujo migratorio permite contextualizar el espacio y tiempo de llegada de los comerciantes coreanos a analizar, todos ellos a partir de la década de los noventa, dejándonos entrever las características de una migración surcoreana que forma parte de un proceso de globalización que vincula ambos territorios desde lógicas transnacionales mercantiles, pero a su

vez, se nutre de experiencias migratorias previas tanto en el territorio mexicano como en América Latina. A continuación se hará la presentación de las diferentes trayectorias de los comerciantes coreanos, con la intención de problematizar las tendencias y contrastes entre sus experiencias.

“Si quiere vivir de su negocio en México... piénsalo bien”: Erick Kang

Después de 13 años de vivir en México y 17 de conocer el país, cuando le preguntó a Erick que recomendación el daría a alguno de sus amigos, familiares o connacionales que quisiera venir a México a vivir o trabajar, él responde: “Les diría que sólo para viajar nada más, para vivir no. Que sólo para viajar y si quiere vivir de su negocio en México: piénsalo bien...piénsalo!” (Erick Kang, entrevista personal).

Erick nació y creció en el barrio de Mok-dong en Seúl, al este de esta capital, por debajo del río Han. Mok-dong es actualmente un emergente barrio habitacional ocupado en su mayoría por clases medias y altas, el cual creció a mediados de los años ochenta como parte de un desarrollo de complejos habitacionales dirigidos por una política urbana gubernamental, que a su vez, protegía a las antiguas residenciales que existían en dicha intervención, como es el caso de la vivienda de la familia de Erick. Su urbanización estuvo acompañada de una concentración importante de escuelas privadas (*hagwons*) y escuelas públicas de alto índice de calidad, ganándose la fama popular de ser considerado como “el distrito de la educación especial”. Actualmente es uno de los barrios más cotizados para vivir dentro del perímetro urbano de la capital.

La familia de Erick está compuesta únicamente por su hermana dos años mayor que él y su madre, quien tenía la convicción de que ambos estudiaran para que tuvieran un buen empleo. Erick terminó la preparatoria en una escuela privada del barrio gracias a los grandes esfuerzos de ahorro de su madre y después entró en la Escuela Normal de Educación Física de Seúl, por su gran afición a los deportes. Mientras estudiaba, para ayudar a los gastos del hogar daba clases de golf y baloncesto en un centro deportivo. Así nació su vocación y sueño de querer ser golfista profesional.

Siguió dando clases y practicando todos los días, después de conseguir su título en 1995, hasta que dos años más tarde tuvo la oportunidad de seguir una veta profesional del golf en Los Ángeles, California gracias a la invitación de un caza-talentos que lo vio jugar en el centro deportivo.

“Llegué a Los Ángeles pero casi luego luego deje de prepararme, ¿porque? Porque era muy caro, toodo muy caro. Vivir, comer, pagar a maestros, ropa, rentar palos. Yo no podía con tanto lujo. Sólo seguí dando clases y también me ayudaba a mí pero mejor era disfrutar con mis alumnos” (Erick Kang, entrevista personal).

En diciembre de 1999, en vísperas de año y siglo nuevo, recibió una llamada de uno de sus mejores amigos de la infancia, a quien llamaremos Ernesto. Ernesto le contó que se encontraba viviendo en México con su familia desde hace cinco años y lo invitó a visitarlo, lo cual hizo Erick en enero del 2000: “[...] me habló mi amigo, por eso voy para allá [México] nada más. Sólo quería saber cómo estaba. Solo quiero conocer país nuevo, nada más... mi vida era aburrida” (Erick Kang, entrevista personal).

Ya en México, Ernesto le contó a Erick que su familia, su hermano mayor y ambos padres, se instalaron en la Ciudad de México porque su hermano mayor lo habían promovido a un puesto gerencial para Latinoamérica de la empresa Samsung y este les había ofrecido como negocio para invertir los ahorros de la jubilación de sus padres, traer víveres coreanos para una comunidad coreana que crecía rápidamente gracias a las empresas surcoreanas que se iban estableciendo. Ya estando en México y en contacto con otras familias coreanas, encontraron una mejor opción para invertir la importación de mercancías chinas y coreanas, vendiendo rápidamente los encargos por el bajo precio. A Erick le impresiona esta idea de negocios y de inmediato se pone a trabajar con su amigo, quien tenía una bodega en la calle de Argentina, justo en el límite entre el Centro Histórico y Tepito.

Las ventas al por mayor son las más solicitadas y al final del mes tenían suficiente dinero como para volver a pedir la importación de un contenedor, la cual oscila en un promedio entre 150 y 200mil pesos. Tras un año de trabajo y ahorro, Erick expande el negocio familiar de su amigo poniendo una sucursal

en Mixcalco pero las ventas no se replican y se pierde esta inversión. En 2002 Erick decide volver a Corea para conseguir dinero y volver a Estados Unidos para seguir siendo profesor de golf, sin embargo, sus ganancias en Corea del Sur son menores a las que hacía en México así que decide volver en 2004 con su amigo.

Ernesto ya se había instalado con su familia en Córdoba, Veracruz, como una estrategia para vender sus productos directamente a los habitantes de esta ciudad y saltarse a los vendedores locales, quienes les compraban su mercancía en Ciudad de México.

“Tú piensas porque trabajan todos [los coreanos] en el centro es para vender a gente de aquí DF ¿no? No, es porque toda gente del país sabe que es mejor lugar para encontrar barato. Los mejores clientes son fuera de otros lados, Veracruz, Monterrey, Guanajuato, todo eso. Mi amigo y su familia por eso fueron a Córdoba que muchos de ahí venían a comprar. Si vendemos directo nosotros, pensó, ganamos más dinero” (Erick Kang, entrevista personal)

Erick invirtió sus ahorros con ellos y compraron un local en la plaza principal, donde vendían calcetines, gorras y bisutería que importaban principalmente de China. Las ventas en la ciudad son al menudeo y no tan constantes como en el centro de la Ciudad de México. La recuperación de la inversión para importar las mercancías es difícil de recuperarla y se generan conflictos sobre los pagos de alquiler, servicios y rentas de viviendas. Erick decide separarse y seguir por su cuenta su negocio en Córdoba pero las ventas igualmente son bajas así que desiste de mantener su negocio en Córdoba.

En 2008 volvió a la Ciudad de México para establecer la bodega que mantiene actualmente en Tepito, de nuevo en la calle de Argentina, pero esta vez en lugar de importar con su amigo, compra calcetines y gorras a surcoreanos en la zona que realizan las importaciones ya que no cuenta con suficiente capital para importar por su cuenta. Ha encontrado un departamento de bajo alquiler en la colonia Doctores, gracias al apoyo de una amiga que hizo en redes sociales.

Sin embargo, Erick no planea vivir en la Ciudad de México sino hacer el suficiente dinero para regresar a Corea, ya que esta travesía también ha frustrado sus planes de volverse jugador profesional de golf o maestro.



“Ya es muy tarde, ya no puedo ahora. Tengo 40 años, ya no puedo ni clases porque clientes no quieren alguien tan viejo. Veinte y treinta sale más porque así es más cómodo. Menor edad que yo es más cómodo para mí. [...] Quiero [volver a Corea] pero no sé cuándo puedo. No tengo nada ahora, no tengo dinero para volver. En Corea tampoco tengo dinero ni trabajo ni nada. ¿Sabes porque? Si estoy ahorrando pero allá si voy gasto todo. Ahora mi ahorro es 600mil pesos pero por dólar pues ahora es la mitad<sup>15</sup>. No puedo salir a ningún lado, tengo que gastar todo en México porque al salir tengo que cambiar a dólares y pierdo todo mi dinero. Mejor aquí en México ¿no? [...] Si llevo 600 mil a Corea se vuelven 30 mil dólares. Ya no puedo vivir con mi familia, ya estoy muy viejo ¿quién tan grande va a vivir con su familia? Debería yo estar casado y tener como uno o dos hijos, ¿no?” (Erick Kang, entrevista personal).

Bajo estas reflexiones, Erick considera inviable volver a Corea pero tampoco contempla vivir en la Ciudad de México pues considera que las ventas de los calcetines han bajado muchísimo, comparado a hace 8 años, cuando empezó a vender bajo su propio negocio calcetines y gorras, ya que ahora para él la ganancia por la venta de un par de calcetines es de 10 centavos.

“Todos que venden [calcetines] ganan igual, solo fábrica va a ganar. ¿Sabes cuantas fábricas de calcetines hay, de coreanos? Solo cinco. Ellos controlan todo y dicen como esto: ‘¿no te gusta precio? No te voy a dar mi mercancía’. Ahora igual pasa con el mallón, ropa de mujer, gorras. No hay nada de ventas para ganar bien” (Erick Kang, entrevista personal).

El establecerse a un lado de otros negocios coreanos de ropa, vender las mismas marcas y bajo precios comunes fijados por el proveedor, le permite ganar suficiente como para ahorrar o incluso mandar remesas a su madre en Corea, quien ha dejado de trabajar y ahora está al cuidado de su hermana menor. El acuerdo familiar al que han llegado es que Erick se encarga económicamente de los gastos de su madre mientras su hermana la cuida y atiende en su casa.

Mientras, Erick ha encontrado un nuevo sueño en la ciudad. En 2015 su amiga, quien le ayudó a conseguir un departamento en renta y trabaja en las oficinas administrativas de Televisa, le ha sugerido participar en un casting para una

---

<sup>15</sup> La entrevista se realizó a finales de septiembre del 2016, el entrevistado hace relación al tipo de cambio de la fecha a 22 pesos mexicanos el dólar.

telenovela del Directo Juan Osorio, llamada “Sueño de amor”, que es una adaptación mexicana de una serie coreana. Participó y consiguió tener un papel secundario con fuerte presencia en la serie y de carácter cómico llamado Choi Park, quien es un inmigrante surcoreano aficionado por la comida y busca poner una tortería en mientras transcurre la trama principal de la telenovela.

Se ha convertido en su nueva afición, a la cual le dedica bastante dedicación para buscar y participar en castings ya que es autogestivo y no tiene contemplado contratar representantes. Actualmente ha participado en la grabación de tres comerciales, un cortometraje sobre la vida de una adolescente coreana en la ciudad de México y recientemente ha sido llamado otra vez por Juan Osorio para participar en una nueva telenovela donde interpretará a un personaje de nacionalidad china. El negocio de los calcetines se ha vuelto un sustento para esta nueva ambición.

“Delante mí no hay camino, pero si volteó atrás, ya lo he ocasionado”: Esteban O

Esteban, hijo único, y sus padres son de la parte oriente de Seúl, del barrio Gil-dong en Gangdong-gu. Esta zona de la ciudad se caracteriza por sus extensas zonas verdes que han podido persistir por su ubicación periférica a la concentración urbana, atractivo también para las clases medias que se han asentado aquí en búsqueda de un ajetreo más disimulado dentro de la ciudad. Aquí creció Esteban hasta que ingresó a la Universidad de Kunsan, donde estudió ciencia e ingeniería, una carrera novedosa en 1993 pero que con los años se ha consolidado como una de las más demandadas en el país ya que su enfoque consiste en poner a dialogar teorías de la comunicación e información con los avances tecnológicos en radio-comunicación como una manera de promover en los estudiantes la creación de nuevos dispositivos que se ajusten a las nuevas demandas de comunicación, determinadas por el internet y las redes sociales<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Descripción elaborada a partir de una conversación con Esteban O y la consulta en línea de la descripción de la materia en la página oficial de la Universidad. Véase: [http://www.kunsan.ac.kr/index.kunsan?menuCd=DOM\\_000000103001005005](http://www.kunsan.ac.kr/index.kunsan?menuCd=DOM_000000103001005005).

Esteban describe su vida universitaria como “un descontrol, no asistía a clases, me la pasaba en fiestas, bebiendo alcohol, saliendo con muchas chicas. Al terminar la universidad no tenía un plan de vida definido, trabajaba como fotógrafo para eventos, seguía yendo a fiestas y saliendo” (Esteban O, entrevista personal). Egresó de la carrera en 1997, justo en el año que se desató la crisis financiera ocasionada por el Fondo Monetario Internacional. Aunque siguió teniendo trabajo de fotógrafo, dos años después al buscar un trabajo orientado a su profesión no pudo conseguir nada pues las ofertas laborales eran altamente competitivas por la cuestión de la crisis. Siguió trabajando como fotógrafo y viviendo en la casa de sus padres.

En 2002, una tía coreana-estadounidense<sup>17</sup> lo invita a participar en una fábrica de estropajo que ha instalado en la Ciudad de México, al saber de sus complicaciones para encontrar un buen trabajo. Así, en el 2003 Esteban llega a la Ciudad de México y con visa de trabajador de confianza inicia a trabajar en la fábrica de su tía.

“Ella decía que era gerente de planta pero realmente era su chalán, que hacía todo lo administrativo, que ve por aquello, todo. Iba bien y había ganancias, todo fue bien tres años pero ella se fue porque después ella hizo otro proyecto con el gobierno para producir bio-diesel, en Michoacán. Ella vio con Calderón, con SAGARPA y todo bien para tener todos los permisos de la planta, todo bien. Estaba a punto gobierno de apoyar, para invertir en iniciativa, como 5 mil millones de pesos. Era información que sólo tenía altos niveles de gobierno ¿no? Pero de repente llamó alguien a mi tía ‘este dinero no lo aceptes o no sé qué te pueda pasar’, entonces ya que mi tía lo pensó y dijo que ya no quiere nada, dijo ya me voy de aquí porque llamaban así: ‘no reciba dinero, si recibe voy a matar’. Yo tuve que salir y puse mi negocio propio de regalos pero luego el negocio quebrando, por eso tenía mucho problema contra tía. Perdí trabajo, oportunidad, que no conocía a nadie. Hasta ahora no hablamos” (Esteban O, entrevista personal).

Esteban intentó poner varios negocios después de la tienda de regalos pero nada parecía funcionarle: papelería, tienda de cosméticos y artículos para mujer, artículos para el hogar. De vivir en la colonia Juárez, acabó poniendo

---

<sup>17</sup> Nació en Seúl pero a los dos años su padres migraron con ella a California, donde se establecieron y ella estudió la licenciatura en Química y posteriormente un posgrado en Bioquímica.

estas últimas tiendas en Lechería y Ecatepec, donde tampoco tuvo surte y en lugar de compras recibía frases como: “porque no te regresas a tu país, chino”.

Los ahorros conseguidos por los fructíferos tres años en la fábrica se iban evaporando con cada empresa fallida, teniendo que pedir dinero a sus padres de vez en cuando para mantenerse, hasta que en 2007 intentó un giro comercial diferente.

“La idea la saqué en 2007. Yo vivía como vagabundo. Apoyaba a mi amigo japonés, del restaurante Mikasa, el segundo hijo del dueño es mi amigo. Yo vivía en su bodega, trabajaba en restaurante de lava-loza y me dejaba dormir ahí. Entonces en la TNT<sup>18</sup> me mandaba a vender pan *hoppang*<sup>19</sup> que hacían como aperitivos. En 3 días, el vendió como 500 por día, más de 200mil pesos de utilidad durante todo el evento. En todos los días yo sólo estaba vendiendo, vendiendo y ni podía ir al baño. Yo dije: yo voy hacer más pan, más variedad y abrir mercado” (Esteban O, entrevista personal).

Después del trabajo de lava-loza, en los descansos y días libres, Esteban aprendió a hacer los panes, investigó que sabores nuevos podía incorporar al pan y haciendo distintas pruebas en el departamento de su amigo fue creando sus propias recetas. Paulatinamente pidió algunos días para dejar de trabajar en el restaurante y tener más días libres para ir a vender los panes al vapor que iba creando, los cuales vendía de manera ambulante en cualquier zona donde no le pidieran dinero para vender: la colonia Roma, Doctores, Miramontes, Zona Rosa. Treses meses después, con el ahorro de sus panes vendidos, compró un puesto ambulante afuera del metro Chilpancingo y comenzó a vender los panes diariamente.

“Un día hice muchas ventas, como 800 pesos, otro día no vendía nada, así muchas días diferentes pero en un mes ya tenía clientes regulares y vendía mucho” (Esteban O, entrevista personal).

En marzo de 2008 Erick se mantenía únicamente de las ventas de sus panes al vapor y pudo rentar un departamento, dejando de vivir en la bodega de su amigo. Para diversificar los ingresos, las ventas del pan las acompaña con

---

<sup>18</sup> La Exposición TNT es un evento anual en el que dedicado al anime y manga, productos culturales japoneses, donde se llevan a cabo concursos de dibujos, disfraces, performances y coreografías. Se venden todo tipo de artículos relacionados a dicho arte.

<sup>19</sup> Es un pan al vapor hecho con harina de arroz, la cual es cocinada con algún relleno. Este platillo es común a Corea, Japón y China donde sólo cambia su nombre.

paseos turísticos y servicios de traducción. En un comunicado de la Embajada había visto que se solicitaban traductores para acompañar a turistas surcoreanos en la ciudad y se suscribió a la lista de prestadores de servicios. Cuando hay algún grupo interesado se ponían en contacto con él vía telefónica y se ponían de acuerdo para realizar los recorridos. En estos *tours* conoció a quien es su esposa, en julio del mismo año. Ella venía como consultora externa de la embajada y solicitó un servicio turístico pues era la primera vez que estaba en la Ciudad de México. “Nos llevamos bien y seguíamos en contacto después de eso, salíamos de vez en cuando. En ese entonces yo todavía no tenía nada y ya pensaba en casarme con ella” (Esteban O, entrevista personal). Con esta intención en mente, rentó un local compartido en el centro para tratar de vender más panes pero la renta era alta y como compartía el espacio con una cafetería del dueño, este le fijaba el precio de venta de sus panecillos, reduciendo su ganancia.

“En ese entonces yo no pensaba todo esto de costo y ganancia, yo solamente quería vender mucho y tardé meses en darme cuenta que me explotaba y yo no tenía muchas utilidades. Me cansé y entonces pensé poner tienda por mi cuenta. Entonces llamé a mis padres y ellos me dijeron que era último apoyo que me daban. Me prestaron 5 mil dólares. Con esto estaba buscando lugar pero no había, todo era mucho más caro. Hasta que en finales de 2009 encontré aquí en Estocolmo [Zona Rosa]. El señor no rentaba ni nada, yo vi casa abandonada como que no vivía nadie y toqué pero sí estaba viviendo ahí. Le pregunté que si no quería rentar el lugar y él dijo que sí. Pagando renta y remodelación ya no tenía mucho otra vez, sólo me quedo para comprar una estufa normal, poner una barra y pocas ollas para hacer pan caseramente. El dueño me prestó dos mesas y unas sillas que tenía” (Esteban O, entrevista personal).

Así Esteban comenzó el establecimiento de lo que se convertiría hoy en día en Omandu, su restaurante y marca personal de pan al vapor con sabores mexicanos. Una de las claves del crecimiento de su negocio fue la afición de los jóvenes por la cultura popular coreana:

“Al principio nadie se paraba y tenía mucho estrés. Un amigo coreano me regaló una pantalla y yo veía animaciones y series mientras nadie venía, así poco a poco jóvenes llegaban y me preguntaban por series coreanas que estaba viendo pero yo les venía pan mientras platicaba, jaja”(Esteban O, entrevista personal)

Esteban instaló una televisión al centro del establecimiento y puso de manera continua series de televisión coreana, adecuando el lugar como una cafetería donde se podía ver series y vídeos de artistas coreanos mientras los clientes, mayoritariamente jóvenes, comían su pan al vapor. El éxito fue inmediato.

En 2010 se establece Omandu en la calle de Estocolmo de la Zona Rosa como una cafetería coreana, a un lado de donde se habría fundado el primer restaurante coreano en la ciudad de México, cuarenta años antes.

En 2011, Esteban pudo ahorrar suficiente dinero para comprar el establecimiento a su casero y también para casarse. Desde esa tarde en 2009 el establecimiento no había cerrado un solo día hasta este mediados de agosto, que viaja a Corea para casarse y vuelve un mes después para reanudar el negocio. Hace dos años amplió el negocio poniendo una sucursal de venta de panes en la Friki Plaza<sup>20</sup> y actualmente adquirió un quiosco afuera del parque acuático de Oaxtepec, donde a principios de 2017 venderá helados y pan al vapor. En la calle de Estocolmo, la cafetería ahora la adaptado para ser un restaurante coreano de comida rápida, acompañada de los panes al vapor.

“No sé cuánto me permita mi edad, de mi generación pero mi sueño es poner una franquicia. Ya estoy trabajando en mi concepto, después ahorrando quiero poner otro como restaurante. Poder vender mi idea como franquicia y llegué más allá de México. Por ahora, en dos años tal vez poner un restaurante en un centro comercial como Santa Fé, pienso” (Esteban O, entrevista personal).

---

<sup>20</sup> Plaza de la Tecnología que lleva el nombre de Friki Plaza debido a la especialización de los locales en la venta de productos relacionados a series, animaciones, películas asiáticas. Se encuentra ubicada sobre Eje Central #9, colonia Centro Histórico.

### De la ciudad de piedad filial a la ciudad de la esperanza: Sado Ihm

Sado Ihm es de Suwon, la capital de la provincia más poblada de Corea del Sur: Gyeonggi (10,172 km<sup>2</sup>; 8 937 752 habs). Podemos pensar esta ciudad como una ciudad similar a Toluca y Gyeonggi similar al Estado de México por sus similitudes geográficas al rodear la capital del país, mantener un crecimiento demográfico acelerado y tener una alta producción industrial, donde tiene su central de operaciones compañías como Samsung Electrónicos y SK group<sup>21</sup>. Suwon es considerada como “la ciudad de la piedad filial”, principio fundamental del confucianismo del cual emerge el tipo de relaciones y jerarquías que se dan entre las distintas relaciones sociales según el género y edad, esto debido a la presencia arquitectónica de una fortaleza que fue creada en 1777 en honor al príncipe Sado y el respeto incondicional que tenía a su padre<sup>22</sup>. Actualmente es el atractivo turístico más importante de la ciudad. El gentilicio usado para denominar a los habitantes de Suwon trae consigo la identificación de estas personas como habitantes de la ciudad que se construyó bajo el principio de la piedad filial.

Sado creció en Suwon hasta los 18 años, cuando se movió a Seúl para estudiar psicología en la Universidad de Seúl, una de las universidades más prestigiosas del país. Se graduó en 1988 y comenzó a buscar trabajo como terapeuta. Las elevadas rentas de las viviendas y consultorios le impidieron seguir costeándose la vida independientemente y en 1989 vuelve a casa de sus padres en Suwon para no pagar renta y buscar poner un consultorio. Sin embargo, “la gente no pensaba que salud mental era importante y no paraba nadie en consultorio, en cinco meses sólo paro una persona así que tuve que cerrar también consultorio” (Sado Ihm, entrevista personal).

---

<sup>21</sup> Conglomerado con las principales industrias químicas, petroleras y de energía del país así mismo, es el proveedor de servicio telefónico con la mayor cobertura de servicio en el país. También tiene servicios de construcción, pesca, marketing, internet y banda ancha.

<sup>22</sup> “El Príncipe Sado murió por obedecer a su padre y recibir un castigo que no se merecía. Fue encerrado en una caja de arroz, sin comida ni agua durante 21 días por porque se sospechaba que había cobrado más tributos al pueblo de los justos y conspirar para derrocar al Rey. Cuando el antiguo Rey se dio cuenta que las acusaciones eran falsas y provenían miembros de la corte que no querían que el príncipe llegará al poder, ya era demasiado tarde pues al abrir la caja el príncipe había muerto. Él no había negado las acusaciones de su padre y aceptó el castigo, siendo una muestra incondicional del respeto a los padres”. Relato contado por Sado Ihm.

Como parte de su profesión había perfeccionado su inglés ya que varias materias de la carrera se daban en inglés. Decidió dar clases de inglés para ahorrar suficiente dinero para volver a Seúl y poner un consultorio. Inició dando cursos a particulares, ganando paulatinamente audiencia y experiencia. A mediados de 1990 es contratado en el Instituto Familiar de Corea para dar clases de inglés a nivel secundaria y preparatoria. “La escuela le gusta que como yo daba clases y cómo llevaba con jóvenes, así que me ofrece también dar clases de matemáticas. En un año ya tenía ocho clases de matemáticas y sólo cuatro de inglés” (Sado Ihm, entrevista personal). Con doce clases a la semana, el descanso era mínimo pero la paga suficientemente buena, al grado que Sado pensaba quedarse unos años más para ya no rentar un consultorio sino comprarlo.

En 1991, un tío de Sado que tenía una fábrica de hilo en Suwon estaba reclutando gente como parte de un proyecto de abrir una fábrica de hilo en México, donde había estado invirtiendo desde hace dos años cuando se enteró en las noticias del tratado de libre comercio de Estados Unidos, “él pensó que México será más importante en América Latina por TLCAN (Tratado de Libre Comercio América de Norte) por cercanía a mercado de Estados Unidos pero conexión con países del sur”. Su tío le había ofrecido un trabajo como gerente administrador pero Sado estaba indeciso pues le gustaba mucho dar clases y además, tenía en la mente su sueño de poner su consultorio. Después de consultarlo con amigos y parientes había pensado declinar la oferta pero su padre lo convenció: “tienes que aceptar, ¿cuántas oportunidades tienes así en la vida? De ser jefe tan joven y probar hacer dinero fuera. Te digo que tienes que ir, solo eso. Ve”. Cediendo a las palabras de su padre, con 27 años de edad, Sado llegó a México en 1992.

Llegó en marzo a la Ciudad de México. Su tío ya tenía instalada la mayor parte de la fábrica, había traído ocho máquinas maquiladoras de hilo de Corea y se había instalado a las afueras de Pachuca, cerca al pueblo de Epazoyucan, Hidalgo.



“Mi primer trabajo fue la investigación del mercado y la venta en Ciudad de México. Las fábricas de suéteres fueron nuestros mercados objetivos, porque antes aquí no tenían experiencia de hilo de angora. Por eso, establecimos una fábrica de suéter de angora en Pachuca para capacitar a los interesados” (Sado lhm, entrevista personal).

La fábrica se dedicó tanto a la fabricación de hilos de angora como suéteres realizados con ese tejido, mientras que Sado encontraba el mercado oportuno para vender esta mercancía en la Ciudad de México. A la par, dado su innovación productiva del hilo de angora, en esta pequeña fábrica empezaron a dar cursos a otros empresarios textiles sobre cómo hacer el hilo de angora y las particularidades que la maquina necesitaba. Los principales interesados eran mexicanos pero también impartieron las capacitaciones a otros coreanos, generando un negocio no sólo centrando en la producción sino en la capacitación, consultoría y venta de maquinaria para su fabricación: “como nadie sabía hacer fue el mejor negocio del tiempo, que capacitar, que comprar máquina, todo que hacíamos había interesados”.

En 1997 la situación cambió por la crisis financiera de Corea del Sur. En México la réplica era mínima pero su tío tuvo que regresar a Corea para atender su fábrica principal que se encontraba en Suwon.

“Él tenía que atender su negocio allá y yo no quise seguir. No soy muy bueno en hilos, yo sabía marketing pero nada de la fábrica, los primeros meses tuve muchas pérdidas porque hasta los que tomaban capacitaciones me engañaban para sacar mercancía o no pagar. Mejor volví a D.F. y con el dinero compré una casa barata ya no pago renta mejor, era en Iztapalapa poco lejos. [...] Estaba yo vendiendo todavía máquinas de hilo de la fábrica pero son muy caras, no podía traer más, mejor busqué que otra cosa podría traer. Como asistimos a exposiciones con productos, seguí yendo a exposiciones de importaciones y vi traían mucha tecnología, celulares, aparatos de seguridad para oficina. Esto era negocio” (Sado lhm, entrevista personal).

Así, Sado dejó a un lado la industria textil y busco la manera de importar nuevas tecnologías que se desarrollaran en Corea y que en México fueran novedosas. Entablado comunicación con sus amigos, se enteró que un amigo de la infancia se encontraba trabajando en *Dondaemun*, el distrito comercial más importante de Seúl. Tras entablar una conversación que duró meses, se aliaron creando su agencia HEHS CO. LTD la cual se dedicaría a la

importación de productos tecnológicos de Corea del Sur para su venta en México.

“Sí, somos como socios. Hacemos investigación de mercado que puede ser novedoso y popular en Corea pero que en México también guste, entonces él consigue proveedores y me manda mercancía para que yo la venda”.

Al inicio importaba dispositivos electrónicos para la oficina como sensores, máquinas registradoras, cámaras de grabación, gadgets para el teléfono, etc. los cuales vendía directamente en las exposiciones en las que se presentaba o afuera de su casa en la colonia Colonial Iztapalapa, donde conocería a su esposa mexicana y con quien tendría tres hijos.

Su casaron en 1994, aunque tenían cierta bonanza económica decidieron casarse en México. Al siguiente año tuvieron a su primogénito, Jae Do. En 1997 nacería su primer hija, Valeria, y en 2002 su segunda, Natalia.

A inicios del 2006 Sado y su socio deciden importar a México una máquina de helados instantáneos<sup>23</sup> que acaba de salir a la venta en Corea.

“Presentamos máquina en expo de ‘chocolate y helado’ en el World Trade Center. Como era grande y más cara que otros productos creímos que no había muchos interesados pero al acabar al segundo día ya había más de 10 personas que querían comprarla” (Sado lhm, entrevista personal).

A partir de este momento, Sado dejaría de importar otros productos y se centraría en la importación y venta de la máquina de helados. Para aumentar la promoción de su venta y no esperar a las exposiciones de negocios, Sado decide poner una tienda de helados afuera de su casa como una manera de promocionar cómo funciona. La ventaja de poder hacer un helado al instante y crear distintas combinaciones generó bastante atracción y empezó a tener muchas ventas tan sólo de los helados, aunque la venta de las máquinas siguió siendo lo primordial: “vendíamos mucho helado pero habían bajado ventas de máquina. Puse tienda en Condesa para ayudar a atraer nuevos clientes para comprar la máquina”.

---

<sup>23</sup> La máquina congela una plataforma de metal a menos cuarenta grados centígrados en cuestión de un minuto, congelando la base del helado rápidamente.

Seguido del crecimiento del negocio, con dos heladerías en operación, en 2008 se divorcia de su esposa, lo que impacta directamente en el negocio. Cierra la tienda de la Condesa y le deja a su exesposa la propiedad junto con el negocio de Iztapalapa. Sado queda al cuidado de los hijos y se muda a la colonia Moderna en la Delegación Benito Juárez, donde pone una heladería en la misma casa que ha comprado.

Sado lleva nueve años con la heladería y domicilio actual. Aparte de vender helados, da clases gratuitas de idioma coreano a un grupo de jóvenes interesadas en la cultura coreana, que él ha bautizado como COASAMO: COrea Amar SAram MOim, donde en coreano *saram* significa persona y *moim* corazón, traduciéndolo como “gente que ama a Corea”.

“Lo que más extraño es mi familia pero ya de 25 años en México, extraño cada vez mi país. Cuando jovencitas venían a helados y me platicaban su gusto por series coreanas, artistas de música yo era feliz por hablar con alguien sobre mi país. Así empecé clases y luego los grupos fueron más y más grandes. No cobro nada porque lo hago por gusto y ellas también, aprenden porque les gusta Corea nada más” (Sado Ihm, entrevista personal)

Recientemente, ha comenzado con la importación de productos coreanos de belleza y de artistas de k-pop para sus estudiantes de coreano y público en general. Sado no tiene planes de regresar a Corea, su sueño hacer su negocio más grande y poder hacer de la venta de helados y la máquina una franquicia, darle un concepto completo al negocio.

### Migrar es maquilar un proyecto: André Lee

Con esta frase André explica cómo al salir de Busán en 1998 no tenía un panorama claro sobre cómo iba a ganarse la vida en México, pero que justo de la incertidumbre era parte del proyecto migratorio: “si todo tienes seguro donde te encuentras ¿por qué ir a otro país?”.

André trabajaba como abogado en un despacho contable en Sasang, en el centro de Busán, donde los clientes tenían sus negocios dedicados a la economía portuaria y a la exportación. En sus días libres ayudaba al negocio familiar de sus tíos y madre en el mercado de Jayu, donde vendían sudaderas, bufandas y ropa de temporada que compraban en *Namdaemun* en Seúl.

Su trabajo en el despacho estaba relacionado con trámites arancelarios y pequeños negocios dedicados a la exportación, giros que le llamaban mucho la atención e interés por migrar.

“[...] Sólo digamos que es [Busán] una ciudad con más extranjeros, donde todo negocio tiene ventas en el extranjero y yo nunca he salido antes cuando era joven. Todos mis amigos, compañeros tenían ya trabajo incluso fuera del país. Siempre quise ir a Estados Unidos porque siempre me ha parecido grandioso. Clientes del despacho hacían negocios, y no con mucho dinero, en Los Ángeles. Entonces pensé ¿Por qué yo no puedo hacer negocio también?” (André Lee, entrevista personal).

A partir de 1990 André planea un negocio que pueda llevar a Estados Unidos, lo suficientemente grande para que le permita vivir en el país pero lo suficientemente económico para poder costearlo. Empezó a investigar con sus tíos y amigos sobre artículos tecnológicos, moda en cuestión de ropa, capacidad adquisitiva de los ciudadanos en Los Ángeles, pero todas sus indagaciones en sus redes daba mínimos resultados y la mayor obtención de información la conseguía del internet. En una de estas pesquisas encontró un blog de coreanos en el mundo donde inmigrantes coreanos subían cuales eran sus experiencias, los costos o las dificultades que se presentaban comúnmente en cada uno de los países donde se encontraban.

“Es asombroso. Nadie en Estados Unidos decía algo bueno que no fuera sobre el estudio. Si hablaban de negocios, de trabajar alguna profesión o conseguir empleo siempre eran quejas. Vi más abajo, seguí leyendo y en México era al revés. Que todos muy contentos con ventas en el centro, que muy barato para vivir, que se ahorra mucho, todo esto. Me gusto, me gustó la idea cuando vi también paisajes de México...ohh, yo quiero conocer Cancún y pirámides, jajaja” (André Lee, entrevista personal).

André realizó un viaje en 1992 a Estados Unidos y México para comprobar estos comentarios. Aunque sólo estuvo cinco días en cada país, le bastó conocer el centro de Los Ángeles y de Ciudad de México para saber que esta última ciudad era donde quería poner su negocio: “estaba lleno de gente, tantas personas comprando, ni en Busán es así”.

Le tomo 8 años a André, tenía 37 años, para regresar a la Ciudad de México, esta vez con sus ahorros de toda la vida y con un proyecto que había “maquilado” durante este tiempo de inversión y ahorros. Trajo todo en efectivo, los escondió y no lo presentó al entrar al país pues había solicitado la visa de turista y no de empresario. Entró sin mayor problema y se instaló en un hotel del Centro Histórico que cobraba 250 pesos la noche, donde estuvo durante tres meses. Al llegar ya sabía a donde ir, no sólo por las notas impresas que traía del blog de inmigrantes coreanos sino porque en el avión había conocido a una persona que le recomendó acercarse a la Asociación Coreana.

“[...] y ahí estaba esta persona, salimos juntos de Busán a Incheón y ahora estábamos juntos en Los Ángeles esperando ‘¿vas a México también?’ le pregunté y así hablamos hasta llegar a México. Él vive México y trabaja en empresa de transportes, ahora tenía su tarjeta para hacer negocios. Al despedir me dijo ‘busca Asociación, ahí tiene todo sobre como iniciar tu negocio, te ayudan’” (André Lee, entrevista personal).

Su primera parada fue la iglesia coreana de protestantes evangélicos, de la cual tenía a dirección gracias al blog. Ahí conoció al Sr. Park quien entonces tenía un restaurante de comida coreana y le ofreció trabajo, mientras encontraba algo mejor.

André aceptó el trabajo como cocinero y se mudó a un pequeño departamento en la colonia Juárez, a seis cuadras del restaurante y cerca de la comunidad coreana. El dinero que ganaba en el restaurante se iba en la renta y en la compra de víveres para comer diario, pero esto, le permitía mantener sus ahorros intactos. Así, los días de descanso visitaba frecuentemente el Centro Histórico para hablar con comerciantes coreanos de la zona e identificar en que podía invertir.

“[...] pero no todos somos amigos de todos o nos hablamos por ser coreanos solamente. Por ejemplo aquí, cuando llegué y no tenía negocio no hablaban conmigo porque pensaba que yo quería robar su idea. Además, si no eres de Seúl no te tratan igual, mi tono de voz como Busán es muy distinto y se dan cuenta” (André Lee, entrevista personal)

Intentándolo cada semana y visitando la Asociación Coreana en México, André había hecho un listado del tipo de negocio y productos que vendían los coreanos en el Centro, que vendían los mexicanos y que no vendían que era común encontrar en un mercado de ropa en Corea. Así, se le ocurrió la idea de importar calcetines y venderlos en el Centro Histórico de la ciudad.

Con el tiempo y el crecimiento de sus ventas, fue ordenando más frecuentemente importaciones al grado de tener suficientes recursos para importar contenedores, cambio crucial pues algunos coreanos le comenzaron a comprar su mercancía pues ellos no tenían suficiente dinero para importar. André dirigió su mercado también a ellos, ordenando contenedores bajo pedido de sus clientes comerciantes surcoreanos y otra mercancía destinada a su negocio y clientes mexicanos.

“El negocio ahora era muy grande, aunque solo dormía tres horas o me quedará en bodega, no podía acabar todo. Contraté paisanos por anuncio en el periódico coreano pero a quien yo busqué fue a Sr. Park porque él me ayudó en un inicio sin conocerme. Le pedí si quería ser socio. Por eso el a cargo de tienda de Argentina” (André Lee, entrevista personal)

En 2003 se casó con una abogada mexicana especializada en trámites arancelarios y quien le daba consultorías regulares en cuanto a las importaciones que él hacía. Dos años después tuvo a su única hija y compró un departamento en Polanco para su nueva familia.

André considera que entre 2009 y 2010 bajaron considerablemente las ventas en el Centro Histórico, no solo las suyas sino la de sus compradores connacionales. Decidió entonces invertir en la realización de una maquiladora para producir sus propios calcetines y así reducir los costos de importación. A inicios de 2016, en Pachuca, inauguró su pequeña planta que a la fecha produce en promedio entre 6,000 y 10,000 calcetines al día. La cantidad es pequeña y esto ha ocasionado que ya no pueda venderles de primera a mano a otros comerciantes surcoreanos y se enfoque en vender únicamente en su local, ahorrándose así los costos de importación. Al terminar la investigación, André seguía planteándose si seguir importando a la par de la fábrica o solo dedicarse a que esta última creciera.

## Conclusiones

Desde sus inicios, la migración coreana a nuestro país presentó una dinámica intermitente que se acentuó hasta la segunda mitad del siglo XX. Su dinámica no da cuenta de un proceso homogéneo y cada flujo migratorio se encuentra temporalmente tan distante que podemos pensar incluso en dichos movimientos como ajenos entre sí, relacionados únicamente por su origen.

La participación de los surcoreanos en la economía mexicana fue tímida a partir de los años sesenta pero acelerada y vertiginosa a partir de los noventa, producto del cambio radical en su economía nacional, posicionándose como uno de los países con mayor crecimiento en la industria automotriz, textil y tecnológica. A 112 años de la primera inmigración coreana al país, la actuación económica de sus migrantes cada vez cobra mayor relevancia y notoriedad pese a su baja representatividad frente al porcentaje total de la población nacional o el porcentaje de otras nacionalidades de extranjeros.

Los coreanos que llegan a partir de los años ochenta y hasta la actualidad, son capaces de establecer rápidamente sus propios negocios debido a que llegan con cierto capital para invertir, facilidad que aumenta con la información y ayuda que reciben a sus connacionales que ya se encuentran en el país. La vinculación de la comunidad coreana posibilita la rápida inserción laboral, independiente del monto de inversión o el proyecto de negocio.

Esta solidaridad genera dicho capital social como parte articuladora de su organización ya que la comunidad coreana cuenta con una serie bastante amplia de organizaciones que generan redes de solidaridad entre sus connacionales: iglesias, asociaciones mercantiles o de negocios, asociaciones de inmigrantes, escuelas, organizaciones o clubs deportivos, agencias de servicios políticos, organizaciones culturales y páginas en internet.

Las tecnologías de la información han revolucionado la manera en que estos espacios de sociabilidad se crean. Por ejemplo, las páginas web sirven para conocerse y conocer los lugares de la ciudad, donde encontrar ciertos productos o servicios, como ofrecer tus habilidades o profesión, etc. Es un portal que te permite acceder a una amplia cantidad de información sobre el país, la ciudad, la comunidad coreana, los negocios que existen. De la misma

manera, la televisión con canales que se transmiten desde Corea juegan un rol significativo ya que reduce distancias y la comunidad coreana se puede enterar en tiempo real de las noticias y los eventos en Corea, así como los programas que se están viendo. Esto mantiene la atención y vínculos con su lugar de origen.

Un aspecto peculiar de la inmigración coreana es el interés directo del gobierno de Corea del Sur en sus emigrados, otorgándoles un apoyo formidable en los distintos países de destino. Según su política migratoria, el objetivo del gobierno es que sus emigrados no pierdan un vínculo con su nación, por lo cual lleva a cabo una serie de políticas para restablecer una comunicación estrecha para que sigan pensándose como coreanos, construyendo la figura política de “overseas korean” como parte de una etnicidad coreana que se construye en el contexto migratorio.

Esta forma organizada de promover la migración de sus connacionales a través de la manutención de relaciones con su país receptor es muy peculiar aunque no única en el mundo ya que guarda relaciones con la política migratoria japonesa del siglo XX (Harada, 2009pp. 383-399).

Estas políticas migratorias comparten un acompañamiento de sus emigrados a través de relaciones montadas en una estructura estatal económica específica, participando activamente en el proceso de acreditación migratoria, incorporación económica y situaciones que emerjan en su desarrollo.

Sin embargo, no todas las personas coreanas cuentan con un capital económico estable o redituable para emprender su re-migración. Muchas veces, la migración hacia algún país de América Latina representa una estrategia para emprender o establecer un negocio se vuelve una opción limitada a cierta cantidad de recursos o capital social para volverlo factible. Estas relaciones se entretienen y mantienen a través de distintas tecnologías como las de telefonía o internet, sin importar el movimiento migratorio entre países.

Cada flujo migratorio tiene una frecuencia aproximada de veinte años, poniendo de manifiesto una dinámica intermitente que responde a distintas situaciones de atracción hacia México así como a distintos contextos de



expulsión que se desarrollan tanto en su país de origen como un su flujo migratorio internacional que proviene posteriormente de otros países de América Latina.

Las diversas trayectorias de los comerciantes coreanos nos dejan ver cómo a través de distintos contextos y motivaciones se han acercado al comercio como una manera de incorporarse económicamente aunque las actividades que realizan hoy en día no se aquellas que se plantearon al emprender su desplazamiento migratorio. El establecer un negocio forma parte de una trayectoria laboral y migratoria más amplia que dota de significaciones, experiencias y relaciones sociales que fraguan el proyecto de emprender.

Si bien, cada uno de los negocios presentados es diferente, todos apuntan al crecimiento de los mismos hacia una franquicia o matriz de operaciones donde se pueda seguir ofreciendo sus servicios o productos a partir de una manera de ser presentados o realizados.

Las relaciones familiares no forman parte inherente de los negocios que hoy en día han conformado los cuatro comerciantes coreanos, pero si forman parte de su financiamiento, obtención de información y apoyo utilizado durante su trayecto migratorio, el cual no se puede pensar astracto al desarrollo del mismo. Por tanto, las trayectorias migratorias y las relaciones sociales que las sostienen son parte indispensable en la conformación de un negocio de los comerciantes coreanos.

### CAPÍTULO 3: RECURSOS ÉTNICOS. LA COMUNIDAD COREANA EN LA CIUDAD DE MÉXICO.

El concepto de empresariado étnico parte de una condicionante de pensar los distintos recursos que operan en el desarrollo de un negocio propio en torno a problematizar la vinculación de la etnicidad. Al respecto, Edna Bonacich e Iván Light argumentan que podemos considerar como recursos étnicos a toda configuración sociocultural que atañe a un determinado grupo en el cual los empresarios comparten una co-etnicidad, en tanto que sean utilizados para resolver sus tensiones y dificultades específicas (Light y Bonacich, 1988: 178).

Dicho de otra manera, los distintos atributos que podamos enfatizar como parte de los recursos étnicos dependerán de: 1) la utilización por parte de los comerciantes de 2) cierta "dotación" de configuraciones socioculturales que permean y están disponibles a toda un sector de la sociedad con quienes se comparte dicha etnicidad.

Este principio sobre los recursos étnicos parte de la premisa de una presencia y coexistencia de personas que comparten un vínculo étnico común entre los empresarios, lo cual implica identificar previamente que elementos podemos considerar como inherentes a cierta etnicidad.

Para plantear como los comerciantes coreanos emplean diferentes recursos y estrategias al establecer su negocio hay que distinguir y definir que entenderemos por recursos étnicos, lo cual implica afinar la mirada para identificar aquellos referentes culturales que están asociados con una etnicidad coreana. Este capítulo tiene el objetivo de problematizar que se entenderá por recursos étnicos, a la luz de la configuración de lo étnico en la comunidad coreana en la Ciudad de México.

Primero se planteará una discusión en torno a la etnicidad coreana, poniendo en tensión cierta noción homogénea de su constitución y que configura la manera en que se teje la construcción de una comunidad coreana en la ciudad de México.

Posteriormente se presentará la etnografía del día de festivo más importante para la comunidad coreana, en términos de congregación y sociabilidad, donde se resaltarán algunos actores, instituciones y referentes culturales que se consideran significativos para dar cuenta de la configuración de la etnicidad de la comunidad coreana en la Ciudad de México.

Para cerrar el capítulo, se hará énfasis en las instituciones sociales que se consideran tienen mayor influencia en los comerciantes coreanos, las cuales se considerarán como estructuras que posibilitan, condicionan y modifican los denominados recursos étnicos.

### La construcción de la etnicidad dentro de la comunidad coreana: ¿Quién es y en que consiste ser coreano en la Ciudad de México?

Los “coreanos” son los habitantes que reconocemos habitan o provienen del territorio peninsular que comparte frontera con China y que hoy en día se encuentra dividida en los países de Corea del Sur y Corea del Norte. Sin embargo, esta denominación proviene de un exónimo<sup>24</sup> resultado de las primeras expediciones europeas que llegaron al Mar Amarillo y registraron en sus mapas y documentos un sonido anglosajón (Eckert, 1990) que asemejaba al nombre coreano del reino que gobernaba la península en ese entonces: *Koryo* [고려] (918-1392). Así, la península entró a los anales occidentales de la historia y permaneció el gentilicio “coreanos” para referirnos a sus habitantes, sin embargo, en el idioma coreano esta denominación no existe, dándose otras denominaciones en uso actual de acuerdo a características socio-históricas.

Mientras que los habitantes de Corea del Norte se identifican entre ellos como *Joseón-in* [조선인], donde *in* [인] significa persona y *Joseón* [조선] (1392-1910) es el nombre del último reinado antes de la bipartición de la península. Los norcoreanos se asumen como herederos y continuadores del legado histórico - pero sobre todo étnico- de este reinado bajo un nuevo sistema gubernamental basado en el socialismo, ya que se asumen como el mismo pueblo.

---

<sup>24</sup> Denominación utilizada por una comunidad de hablantes para referirse a un lugar que no pertenece a su área de influencia lingüística o idiomática. Es decir, es una denominación externa para un lugar que los mantiene otro nombre por los habitantes de dicho lugar. Ejemplos comunes son Londres para referirse a London, Amberes por Antwerpen, etc.

La traducción que podíamos hacer de la conjunción de ambas palabras es personas o pueblo de Joseón<sup>25</sup>.

Por el otro lado, los surcoreanos se identifican entre ellos como *Hangug-in* [한국인], donde igualmente el sufijo significa persona y *Hangug* [한국] significa el gran país, identificándose como “personas del gran país”, haciendo alusión también al reinado de Joseón<sup>26</sup> en su etapa tardía y de últimas reformas previas a la invasión y colonización por parte de Japón. Cabe mencionar que los coreanos y sus descendientes en el exterior se identifican entre ellos como *han-in* [한인], el cual es una contracción del anterior y ellos mismos traducen como “pueblo coreano”<sup>27</sup>.

Los habitantes de ambas naciones se consideran herederos culturales y parte de una etnicidad común al reinado que antecedió el periodo de ocupaciones y guerra que llevaron a la partición de la península. Esto bajo distintas interpretaciones producto de la construcción de comunidades imaginadas (Anderson, 1993). Cada nación ha erigido un proyecto nacional que se apropia del legado histórico para producir un imaginario que permita la cohesión e identificación de sus habitantes. En el caso de los coreanos, tanto del sur como del norte, se inscribe aparente homogeneidad étnica del pueblo coreano (Kwak, 2015), base esencial del nacionalismo surcoreano. La distinción que se hace entre etnia y nación no forma parte de la idiosincrasia del pueblo coreano, quienes asumen ambos términos como unicidad.

Podemos argumentar que los dos Estados Nación que emergieron de la península han fortalecido esta ideología de una etnia homogénea bajo distintos discursos nacionalistas. El nacionalismo cultural en Corea del Sur se ha basado, desde los años sesenta con el gobierno de Park Chung-Hee (1962-1979) en reafirmar bajo distintos mecanismos el arraigo identitario y unificación del pueblo coreano bajo una interpretación hereditaria del reino de Joseón,

---

<sup>25</sup> Si se traduce del idioma coreano el nombre de la nación de Corea del Norte al español dicho nombre sería: “La República Democrática de la Gente de Joseón”.

<sup>26</sup> Después de las revoluciones campesinas que se dieron a lo largo de la península entre 1884 y 1895 y pusieron en crisis al reinado de Joseón, se llevan a cabo una serie de reformas que no pararían hasta la llegada de los japoneses. Bajo estas reformas, en 1897 *Joseón* añade a su nombre “*dae jan yegug*” [대한제국] que literalmente significa “el gran y mejor imperio” de Joseón.

<sup>27</sup> Página oficial de la Asociación de Coreanos en México: [latin-hanin.net/mx/](http://latin-hanin.net/mx/).

como una solución a la crisis de la identidad nacional ocasionada por el colonialismo japonés, la división de la península en “sur” y “norte” así como la influencia e impregnación de la cultura occidental por parte de la presencia y participación del gobierno estadounidense en la reconstrucción de la posguerra en Corea del Sur (Yim, 2002: 39-42).

Bajo este escenario de un nacionalismo construido que apela a una etnicidad homogénea habría que añadir, en términos de Stuart Hall, que la etnicidad no es un reflejo de la nacionalidad sino de la asociación de rasgos culturales a una locación social que se piensa común, existiendo distintas maneras de asumirse coreano fuera de la península.

“La etnicidad es una modalidad históricamente articulada, por lo tanto necesariamente plural, de inscripción y problematización de la diferencia/mismidad” (Restrepo, 2004: 45).

El panorama se complejiza cuando añadimos la dimensión migratoria. Hablar de comunidades migrantes, inmigrantes o transnacionales, según la perspectiva, hoy en día atiende a una problematización que va más allá de un arribo de personas que por diversas motivaciones emprenden un viaje para establecerse en un país, una cultura y una economía distinta. Como señalan Alejandro Portes y Rubén Rumbaut (2011), es necesario actualmente hablar de “legados” que son contruidos por estos inmigrantes, quienes han tejido una particular manera de hacer vida en un nuevo lugar pero específicamente han generado bajo su *praxis* una etnicidad que podemos ver reflejada en sus descendientes. Es decir, la etnicidad se pone en disputa cuando esta forma parte de la diferenciación cultural en las diferentes agrupaciones migrantes y/o transnacionales.

Dicho de otra manera, las comunidades migrantes no se construyen a partir de una homogeneidad étnica, cultural, identitaria o incluso idiomática que otorga un origen geográfico común, sino de prácticas sociales que cotidianamente van reavivando estos lazos que los vinculan entre sí y que varían en relación de los recursos y posicionamientos socioculturales de los propios migrantes (Guarnizo, 2007:157).

Así mismo, la etnicidad se encuentra atravesada por diferentes distinciones como es la clase, edad y género, que generan distintos estatus e identidades, incluso racializadas. El ser coreano en la Ciudad de México no es una identidad o etnicidad homogénea.

*“Lo que podría denominarse comunidad coreana en la Ciudad de México es un conglomerado formado por distintos grupos que pueden ser identificados por nexos de carácter familiar, lugar de proveniencia (en Corea u otros países), negocios, antecedentes escolares o práctica religiosas”* (Alfredo Romero Castilla, entrevista Personal)

Como mencionamos en el capítulo anterior, la comunidad coreana en México se nutre de distintos flujos migratorios donde sus actores pueden contar con una corta o larga trayectoria migratoria entre países del continente, generando redes migratorias interconectadas entre sí a manera de rizoma (Park, 2009). Esta particularidad migratoria otorga un mosaico de experiencias individuales que van dotando de nuevos valores, conocimientos y afinidades a las prácticas sociales que sostienen entre los miembros de la comunidad coreana, ampliando o complejizando el carácter étnico de sus interacciones.

Para los coreanos la etnicidad se lleva en la sangre, pero esta no pesa de igual forma entre todos, teniendo un posicionamiento también el proceso migratorio. De tal forma, en México asistimos a una marcada distinción dentro de la comunidad coreana entre 1) aquellos que han llegado directamente de la península coreana, denominados *residentes* y 2) aquellos que pertenecen a las familias de los primeros coreanos en llegar a territorio mexicano en 1905, denominados *descendientes*.

Si bien, ambos grupos son convocados como pertenecientes al pueblo coreano (*jan-in*) por parte de la Embajada Coreana, participando activamente en las festividades y convivencias financiadas por esta última institución, cada agrupación se maneja bajo distintas asociaciones y la interacción es escasa más allá de estos espacios de sociabilidad.

Para dar cuenta de esta configuración de la etnicidad en la comunidad coreana, partiremos de la descripción de un día de celebración en el que participan ambas agrupaciones, a partir del cual resaltaré los distintos actores involucrados –resaltando la presencia de los comerciantes- y como la organización de una festividad puede indicarnos también la organización que existe dentro de la misma comunidad.

Este día es el “Día de Deporte” el cual se celebra cada primero de mayo, coincidiendo con el Día Internacional del Trabajo. Su relevancia para la comunidad coreana en México, la cual es mayor que en Corea del Sur, puede deberse a que es uno de los pocos días feriados en Corea del Sur que coinciden con los feriados en México<sup>28</sup>, es una de las pocas celebraciones laicas que convoca a participar colectivamente y está situada en la semana con más feriados<sup>29</sup> en Corea del Sur, lo cual es una oportunidad también para realizar viajes entre ambos países con mayor facilidad para convivir con sus familiares<sup>30</sup>.

Este día feriado es aprovechado en Corea del Sur por distintas instituciones escolares de nivel medio y medio superior, para organizar competencias deportivas e invitar a los padres de los estudiantes a participar en ellas, ya sea como audiencia o en las mismas competencias, lo cual ha hecho que en la práctica se conozca como el “Día (de hacer) de Deporte”. En México se ha convertido en la festividad que más convoca a la comunidad coreana durante el año, siendo el único evento que reúne a más miembros de la comunidad en un mismo día. Anualmente se juntan entre 600 y 1000 personas, casi la tercera parte de la totalidad de coreanos en la Ciudad de México, según datos del INEGI<sup>31</sup>.

---

<sup>28</sup> Los otros serían Navidad y Año Nuevo como feriados internacionales.

<sup>29</sup> En los días feriados nacionales en Corea del Sur después del Día Internacional del Trabajo (1 de mayo), sigue la celebración del cumpleaños de Buda (3 de mayo) y el día del niño (5 de mayo).

<sup>30</sup> Esto explicaría la constante ausencia de una parte de la comunidad coreana en el evento.

<sup>31</sup> Según el censo de 2010, en la ciudad de México residían 3 690. A esta cifra hay que añadir a los visados no inmigrantes que deciden asentarse sin modificar su estatus migratorio así como sus descendientes que están registrados como mexicanos al haber nacido en el país.

Esto también se explica porque los otros días festivos no se celebran colectivamente dentro de la comunidad coreana en México. Por un lado, los días relativos a la creación del Estado surcoreano<sup>32</sup> son celebrados por actos protocolarios en la Embajada de Corea, donde sólo distinguidos miembros de la comunidad son invitados junto con los sendos cuerpos diplomáticos de otras embajadas que suelen llenar estos eventos. Por otro lado, los días relativos a las costumbres tradicionales y religiosas<sup>33</sup> son celebrados únicamente entre familiares donde se acostumbra viajar a la tierra natal o casa de los padres para festejar juntos. Curiosamente, el día que convoca colectivamente a la comunidad no tiene un arraigo identitario en el nacionalismo coreano ni en la celebración de tradiciones culturales, en cambio, es un día secular que proviene de una práctica enfocada en la vida escolar y está centrada en la recreación, la competencia y la formación de equipos para justas deportivas.

Este día es importante porque es el único evento al año que convoca a todos los miembros de la comunidad coreana en la ciudad, quienes no suelen reunirse colectivamente más allá de las congregaciones religiosas, deportivas o gremiales a las que pertenecen. Es decir, es un evento colectivo que no atiende a una organización de redes y vínculos particulares sino que convoca ampliamente a través del denominador común de la etnicidad coreana. Lo cual le da un carácter exclusivo a la celebración y explica porque se da de una manera cerrada. Los que llegan asistir no invitan a empleados, amigos o conocidos mexicanos pues se mantiene un acuerdo implícito de su constitución exclusiva a la comunidad.

Pese a que la celebración del Día de Deporte en México sugiere una particularidad destacada entre los migrantes surcoreanos en México, su organización y desarrollo no dejan de ser susceptibles a eventos que ocurren en Corea del Sur, evidenciando la configuración transnacional de la comunidad coreana.

---

<sup>32</sup> Día del Movimiento de Independencia (1 de marzo), Día de la Liberación (15 de agosto), Día de la Fundación de Corea (3 de octubre) y Día de la Proclamación del *Hangeul* como el alfabeto coreano (9 de octubre).

<sup>33</sup> *Seollal* o Año Nuevo Coreano (segunda luna nueva del calendario lunar, regularmente a finales de Enero), *Chuseok/Hangawi* o Día del gran punto medio (mediados de septiembre e inicios de octubre según el calendario lunar), Navidad (25 de Diciembre) y Año Nuevo (1 de Enero).



En 2014 y 2015 no se celebró el Día del Deporte en México por un accidente ocurrido en Corea del Sur<sup>34</sup> referente a la vida estudiantil. La noticia fue insólita y por mucho tiempo ocupó las primeras planas de los periódicos no sólo en Corea del Sur sino en los periódicos coreanos que tienen distribución en la ciudad de México<sup>35</sup>. En 2014 no se hizo ninguna celebración como una manera de guardar luto y en 2015 aún no se sabía que hacer al respecto:

*“No podemos hacerlo [el Día de Deporte] por vergüenza. En los periódicos [coreanos en México] se subirían fotos y notas sobre la felicidad que tienen los coreanos aquí, en un momento tan doloroso para muchos padres en Corea ¿cómo podemos hacerlo así?”. (Miguel Kim, vicepresidente de la Asociación de Coreanos en México. Entrevista personal)*

En 2016 la Asociación resolvió no hacer nada en mayo por la cercanía de las fechas del incidente y hacer el Día de Deporte el 16 de septiembre aprovechando el día feriado en México<sup>36</sup> y la celebración del *Jangawi*<sup>37</sup> que en 2016 se celebró del 14 al 16 de septiembre.

Realizada esta acotación se presenta la escena etnográfica del Día del Deporte como una festividad importante para la comunidad coreana que mantiene una articulación transnacional que configura su desarrollo de acuerdo a la comunicación y fuerte vínculo que se mantiene con diversos acontecimientos en Corea del sur.

---

<sup>34</sup> El 16 de abril de 2014 se volteó un ferry que transportaba 476 personas, de los cuales 325 jóvenes de la escuela preparatoria pública Danwon, con dirección a la isla coreana de Jeju. 253 de estos estudiantes perdieron la vida. Según los principales diarios surcoreanos, el siniestro ocurrió por un mal manejo operativo por parte del capitán.

Véase: [http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/11/116\\_218872.html](http://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2016/11/116_218872.html)

<sup>35</sup> Actualmente hay tres periódicos coreanos, de los cuales dos tienen circulación nacional entre migrantes surcoreanos. Los tres se escriben e imprimen en la ciudad de México.

<sup>36</sup> Celebración de la Independencia de México.

<sup>37</sup> *Jangawi* significa “el gran punto medio” y se festeja el décimo quinto día del octavo mes del calendario lunar, durante tres días. De acuerdo al calendario lunar, la fecha suele caer entre mediados de septiembre e inicios de octubre, dependiendo del año. El “gran punto medio” hace referencia a la llegada del equinoccio de otoño como parte de un ciclo agrícola de trabajo del campo, donde según la tradición se espera recolectar los primeros granos y frutos de lo cultivado en el año, iniciando así las jornadas de cosecha. Esta celebración es un sincretismo religioso que hoy en día se celebra sin importar la religión de quienes lo practican. Por un lado, parte de la religión más antigua de Corea que es el denominado chamanismo coreano o *museok*, donde se honra la animidad divina en todos los objetos inertes con los que el humano interactúa y donde celebrar las cosechas era esencial. A su vez, incorpora uno de los rituales confucianos más importantes, *Jesa*, para honrar a los padres y ancestros al ofrecer un altar con los alimentos de la cosecha.

## Escena etnográfica: Día del deporte en Jangawi. (Viernes 16 de septiembre 2016)

Cinco semanas antes se han repartido electrónicamente invitaciones a los correos electrónicos de compañías, comercios y personas registradas en el directorio de la Asociación de Coreanos en México<sup>38</sup>, donde se invita a llegar al Deportivo Cuauhtémoc<sup>39</sup> en un horario de 9 de la mañana a 6 de la tarde, para “que todas las personas coreanas estemos juntas como migrantes que somos y nos demos un tiempo para fortalecer nuestra amistad haciendo deporte”<sup>40</sup>. La invitación viene acompañada de los logos de los patrocinadores del evento, los cuales son más de 20 y de los cuales podemos resaltar: 1) las grandes empresas multinacionales surcoreanas con presencia en México como Hyundai, Samsung, KIA, LG, Daewoo, POSCO, PanTrans, 2) las asociaciones comerciales como KOTRA<sup>41</sup>, OKTA<sup>42</sup>, y deportivas como *Chug-gu Jyob-hoe*<sup>43</sup>, y en especial 3) los negocios de comerciantes coreanos como *Goguinara*<sup>44</sup>, *Dovalo*<sup>45</sup> y *Kokiri*<sup>46</sup>.

Viernes por la mañana, las calles alrededor del deportivo están vacías de transeúntes y tráfico vehicular. A la entrada del Deportivo un joven dirigía el tráfico con unas paletas de plástico color blanco, traía puesto un chaleco color verde fosforescente que decía en letras coreanas “Asociación Coreana en México”.

---

<sup>38</sup> Este directorio es el medio de comunicación oficial de la Asociación con los distintos integrantes de la comunidad que se han dado de alta. No se actualiza periódicamente, únicamente bajo las peticiones de alta o baja, su consulta está restringida a un uso exclusivo de la Asociación. Este se encuentra clasificado por tipo de negocios, oficios o profesiones desempeñadas en México. Información del Diario de Campo, conversación etnográfica con Miguel Kim (vicepresidente de la Asociación Coreana en México).

<sup>39</sup> El cual se encuentra en la calle Luis Donald Colosio esquina con Aldama en la colonia Buenavista, frente al recinto de las oficinas de la delegación Cuauhtémoc.

<sup>40</sup> Traducción propia del coreano sobre la información del *flyer* de invitación.

<sup>41</sup> Contracción de “Korean Trade-Investment Promote Agency” es una asociación internacional que opera con fondos gubernamentales surcoreanos en México desde 1962. Con presencia en 84 países, Kotra se dedica a promover la inversión extranjera en Corea así como atraer a inversores coreanos a México, ofreciendo información económica, financiera, bursátil así como estudios de mercado.

<sup>42</sup> Siglas de “Overseas Korean Traders Associations” (Asociaciones de Comerciantes Coreanos en el Exterior), organización internacional con presencia en más de 170 países, la cual ofrece a sus miembros acceso y vías de comunicación de redes locales e internacionales de expertos comerciantes y especialistas en negocios, finanzas, aranceles, etc.

<sup>43</sup> Literalmente “Asociación de Fútbol”.

<sup>44</sup> Significa “el país de la carne”. Es un restaurante coreano en Zona Rosa que se especializa en vender buffets de parrilladas estilo coreano.

<sup>45</sup> Maquila manufacturera de calcetines creada en México en 1998. Su nombre lo podríamos traducir como “en dos pies”.

<sup>46</sup> Empresa de importación y maquinación de prendas de vestir (mallones, calcetines playeras). Kokiri significa elefante en coreano.

El joven Indicaba a los asistentes que iban llegando en automóvil, donde estacionarse en la calle, donde podrían encontrar estacionamientos públicos y que tramos debían permanecer libres. Todo esto lo comunica en coreano a los distintos coches que se le acercan a preguntar.

Fuera de la presencia de este joven, no hay ninguna indicación del evento en las cercanías, paredes o entrada del Centro Deportivo. A la entrada se encuentran dos guardias mexicanos desayunando en su puesto de custodia, sentados hablando sobre un partido de fútbol y asentando sólo con la cabeza cuando pasan distintas familias de surcoreanos en atuendo deportivo.

La entrada dirige por un pasillo hacia las canchas del deportivo, las cuales ocupan la mayor parte del mismo. Acabando el pasillo de lado izquierdo había tres mesas, una mesa principal donde tres jóvenes mexicanas con playeras color naranja que igual indicaban el nombre de la Asociación, anotaban a quienes querían participar en la rifa de regalos que habían donado los patrocinadores del evento. Dentro de los regalos había refrigeradores, microondas, bicicletas y destacando, dos costales grandes de arroz con inscripciones en coreano.

De lado izquierdo le seguía un improvisado consultorio de acupuntura donde esperaba pacientemente un varón de más de 60 años que vestía bata blanca. Él es uno de los médicos que trabajan en el Centro Médico Coreano de Acupuntura que se encuentra en la calle de Hamburgo en Zona Rosa.

En una tercera mesa se encontraban tres mujeres coreanas de distinta edad, sacando apresuradamente de bolsas y contenedores todos los ingredientes a utilizar para la comida que ofrecerían posteriormente. Dos venían en representación del restaurante *Goguinara* y quien parecía dirigirlas era la esposa del Presidente de la Asociación.

Detrás de las mesas se podían avisar varias canchas, una pavimentada de basquetbol y más atrás una de fútbol con pasto natural. De lado izquierdo a ambas canchas había una pista de atletismo que en el centro encerraba un campo de futbol, que en magnitudes era mucho más grande que las otras dos canchas, presentándose en el espacio como la cancha principal del Deportivo.

En la cancha pavimentada de basquetbol jugaban ocho varones adultos, todos los jugadores parecían pasar los 40 años, una mezcla entre tenis y futbol<sup>47</sup>. Mientras un equipo estaba conformado por distintos varones que vestían informalmente desde pantalones de mezclilla, shorts o pantalones de vestir, todos calzando tenis, el equipo contrario portaba un uniforme completo: calcetas, shorts y camisetas color amarillo con franjas negras verticales, que incluso tenían grabados sus nombres o apodos al reverso, acompañados de algún número. Parecía un uniforme bastante profesional. Al preguntar a uno de los integrantes me enteré que dicho uniforme fue confeccionado tan sólo para ese día, al igual que el de muchos otros equipos que participarían en distintos juegos ese día.



Imagen 3.1. Juego de “Futbol-tenis” en el Día del Deporte. Septiembre 2016.

Estos uniformes fueron encargados a “Jack”<sup>48</sup>, un comerciante de la calle Aztecas en Tepito, que se dedica a producir y vender prendas deportivas. Jack tiene más de veinte años en México y aunque está orientado a vender a mexicanos le gusta participar en la comunidad coreana haciendo los uniformes de varios equipos de la Asociación de Fútbol. Se volvió patrocinador informal del evento bajo la petición de *Kokiri*, quien no hace prendas deportivas.

---

<sup>47</sup> Al centro de la cancha había una red pegada al suelo y con una altura de medio metro que partía en dos el perímetro delimitado por las líneas pintadas sobre el pavimento. El juego consistía en patear el balón al lado del equipo contrario, por arriba de la red y sin tocarla, esperando que del lado contrario tan sólo diera un toque en el suelo antes de ser enviado al lado del otro equipo. Todos los jugadores podían tocar el balón únicamente con las piernas o la cabeza, dándole sólo dos toques por jugada. Quien daba más de dos toques, hacía que el balón tocará más de dos veces el suelo o lo mandaba al área del equipo contrario fuera de los límites pintados de la cancha, tenía un punto en contra.

<sup>48</sup> Se ha cambiado su nombre por petición personal.

La Asociación de Fútbol está integrada por 12 equipos con distintas categorías de edad, todas de varones, que compiten en distintas ocasiones del año entre ellos para después disputarse un título que no viene acompañada de una copa ni regalías más que la satisfacción de ganar y obtener el prestigio de todos los que participan.

Dariela, comerciante coreana que vende gorras en Tepito desde hace más de seis años, observaba el juego y se reía simpáticamente de las jugadas mal ejecutadas por ambos equipos. No apoyaba a ningún equipo, solo veía el juego. Ella siempre participa de las actividades de la Asociación pues le permite conocer más coreanos con quien poder hacer negocios. Así conoció a André Lee hace dos años, con quien ha compartido gastos para encargar contenedores de importación y así invertir menos capital en la obtención de la mercancía a vender.

Detrás de la cancha pavimentada se han instalado distintos obstáculos de plásticos, aros, orugas de tela y postes de madera que forman un circuito en el que tienen que pasar a toda velocidad los niños que asistieron a la festividad. Todos tienen menos de 12 años y son estudiantes de la escuela coreana de la Asociación Coreana. Las maestras de dicha escuela coordinan las actividades y vigilan en todo momento a los niños, salvo a que se encuentren con sus familiares.

En 1985 se fundó la Asociación Coreana en México la cual contaba con un área cultural dedicada a enseñar el idioma coreano a los mexicanos interesados así como dar pláticas sobre la historia y cultura del país, lo cual duro poco por problemas de financiamiento. A mediados de los noventa, cuando aumenta rápidamente la población coreana, no se contaba con una institución en la cual los niños aprendieran y practicasen el idioma coreano fuera de sus hogares, así es que los esfuerzos de clases de coreano impartidas a mexicanos fueron orientados a formar una escuela para niños coreanos. Actualmente, bajo las donaciones voluntarias y un fondo específico que la Embajada de Corea destina, La Asociación cuenta con una escuela certificada ante la Secretaría de Educación Pública en la que no sólo se enseña el idioma sino los niveles de educación preescolar y primaria en idioma coreano.

En la cancha principal, aquella al centro de la pista de atletismo, se encontraban calentando varios equipos de fútbol, divisibles entre sí por las distintas camisetas que llevaban el nombre de su equipo en coreano. Los equipos se veían visiblemente diferenciados por edades, había tanto grupo de jóvenes como de adultos. Los juegos empezaron por la tarde, alrededor de las tres, donde competían audazmente por conseguir el mayor número de goles. Alguno de los equipos que se presentaban eran los equipos que forman parte de la asociación de fútbol, donde había algunos disgustados porque no se había presentado el algún equipo rival con quien tenían una rencilla deportiva.

Erick Kang, que se encuentra platicando en la carpa de la Iglesia Presbiteriana hablando con varios jóvenes con uniforme deportivo de fútbol, sugiera que hay muy poca gente en este evento porque *Jangawi* es la mejor fecha para viajar a Corea del Sur: “No es navidad ni verano así que los precios de los aviones son bajos. Todos los coreanos aprovechan por eso, es un problema sólo volver porque los empleados [en negocios coreanos] hacen lo que quieren. Es mejor momento para ellos de robar mercancía” (Erick Kang, diario de campo).

Zona Rosa se paraliza durante esta temporada, varios negocios quedan cerrados y algunos otros trabajan sólo medio día. Los restaurantes más grandes y con mayor antigüedad, como el *Biwon*, *Nadefo* o *Mapo Galbi*, permanecen abiertos pero bajo una menor oferta de comida. Cierran temprano porque se les acaba cierto platillo o ingredientes para prepararlos.

La Sra. Yi, dueña del restaurante Nadefo y quien había terminado de preparar la comida y se encontraba mirando a los niños jugar. Me comenta que ella puede mantener abierto su negocio en esta festividad gracias a su esposo e hija. Normalmente en estas fechas ella viaja sola porque a su hija “no le interesa la tradición, desde pequeña, entonces se queda con su papá” y ella puede viajar a Taegu, de donde son sus padres.

A un lado de la cancha principal se encontraba un desplegado de carpas blancas que de cara a la cancha mostraban pancartas que anotaban en letras coreanas distintos nombres: Asociación Coreana en México, Escuela Coreana, Iglesia Cristiana Presbiteriana, Iglesia de Coreanos Cristianos en México, Iglesia Bautista, Descendientes Coreanos y Carpa General.

Debajo de cada una se encontraban distintas mesas y sillas donde se fueron acomodando cada una de las familias que iban llegando y pertenecían a la descripción de la carpa. Cada una de las familias llegó con ingredientes o platillos que habían preparado para compartir entre ellos. La mayoría de las carpas traían asadores donde prepararon carne de res y algunos mariscos en varios platillos de comida coreana *al carbón*. A la hora de la comida, cuando todos los alimentos estaban preparados, hubo un intercambio entre las mesas y carpas, donde todos degustaron las distintas variedades, estilos y sazones de platillos que se repetían: *bulgogi, chapchae, kimchi, y samgyeopsal*.

Previo al evento, hubo una organización de todos los asistentes de acuerdo a las iglesias donde asisten dominicalmente, para dividirse las actividades y elementos a traer. Julia Cho, lleva dos años y medio trabajando en ventas de la compañía PanTrans<sup>49</sup>, es cristiana bautista y le tocó traer dos cajas de refrescos. Se inscribió al "fútbol-tenis" pero al ver que sólo se habían inscrito hombres desistió.

Las carpas marcaban la centralidad de las iglesias como espacio de congregación y organización de la comunidad coreana, de acuerdo a su afiliación y congregación en cada una de las iglesias cristianas. Aún más, en estas iglesias es donde se gestan los grupos que participan dentro de la asociación de fútbol, reuniones de colegas o comerciantes, así como otras actividades deportivas como el béisbol o la pesca, estas últimas más recurrentes entre los varones mayores.

Al platicar con un jugador de 54 años de fútbol, me contó que su equipo estaba formado por los hijos y trabajadores de la compañía Hyundai en la ciudad: "así mismo pasa con los del centro y otras compañías, hacen su grupo con personas que trabajan juntos. Esta el equipo de Samsung y el de los cristianos que venden ropa". La iglesia no sólo es un espacio de sociabilidad que congrega a la participación de eventos colectivos como este, sino que permite la creación de vínculos débiles y fuertes (Granovetter, 1985) –según sea el caso- entre los comerciantes de un mismo oficio o empresa.

---

<sup>49</sup> PanTrans S.A. de C.V. es una empresa transnacional dedicada al transporte industrial, ofreciendo servicios de re-localización de empresas, movimiento de materiales y maquinarias de construcción así mercancías, materias primas y demás pertenencias de la empresa. Véase: <http://www.pantrans.com.mx/>

La división por carpas fue más notoria a medida que iniciaban con mayor algidez los juegos. Las competencias se armaban entre carpas: los descendientes jugaron fútbol femenino y juvenil contra la iglesia cristiana en México, los de la iglesia presbiteriana jugaron “fútbol-tenis” contra los de la iglesia bautista. Uno a uno se disputaron los juegos, siempre atendiendo a categorías por edades. Aunque había muchos equipos y espacios disponibles para jugar, los equipos conformados por jóvenes no jugaron contra aquellos conformados por adultos. Mateo, nació en México y es hijo de un comerciante que tiene una tienda de víveres coreanos en Zona Rosa, me explicó:

*“Sólo así no podemos jugar, por respeto a la edad [...]. Ellos pueden sentirse ofendidos como como si al querer jugar [nosotros contra ellos] les estamos diciendo que somos los suficiente buenos para vencerlos. [...]Ya sé, suena loco pero para los coreanos es casi como humillarlos pues lo ven como un desafío a su autoridad por el respeto que tenemos a los mayores y no [como desafío] de fútbol”. (Mateo Hong, diario de campo)*

Mientras los niños y más jóvenes jugaban, las mujeres se dedicaron a preparar la comida desde que llegaron, mientras los varones que no participaban de los juegos hablaban entre sí y caminaban por todo el Deportivo para saludar a sus respectivos conocidos. Entre ellos se encuentra André Kim, que desde que llegó no ha parado de fumar y hablar por su teléfono celular. Estuvo poco tiempo en el evento, se fue antes de la comida, no sin antes hablar con varias personas que se encontraban en el recinto.

No todos se hablaban entre sí y algunos evitaban pasar frente a ciertas personas, por ejemplo, evitando la mirada del presidente de la Asociación por pendientes y favores que aún le debían o había coreanos que no miraban a las mexicanas del *staff* de la Asociación, con quienes varias veces habían salido de fiesta y que ahora que venía en compañía de sus esposas, no alzaban la mirada y fingían no conocer a nadie.

En un momento todos los niños corrieron a hacer una fila a un lado de la mesa donde se preparaba la comida por parte del restaurante *Goguinara*. Mientras que unos pedían comida, otros se sumaban rápidamente a otra fila que crecía



más rápido y la cual era para los helados. Miguel Kim, comerciante coreano de origen boliviano que lleva más de 10 años en México importando plásticos que vende en La Merced, había traído una de las máquinas de helado que importa y vende en todo el país. Esta máquina inyecta helado de vainilla en unos bastones huecos hechos a base de papa que sirven de contenedor para el suave relleno de helado. En menos de media hora la máquina se ha quedado sin provisiones.

Aunque había suficientes sillas, varias mujeres optaron por tender un mantel en el suelo y sentarse arriba de él para preparar la comida. Se habían quitado los zapatos y en posturas bastantes cómodas platicaban entre risas mientras preparan los alimentos. Sólo las mujeres jóvenes participaron en equipos de fútbol pero la mayoría de las mujeres no se movieron de sus manteles y mesas en todo el evento. Esto a excepción de un grupo de seis mujeres que participaron en un juego tradicional coreano llamado *yutnor*<sup>50</sup>, el cual data de la Dinastía Koryo (s. X-XIV) y que ha prevalecido popularmente hasta nuestros días, con sus correspondientes modificaciones, ya que forma parte de las actividades tradicionales a realizar en *jangawi*.

Cuando las mujeres iniciaron a jugar muchas personas se acercaron a ver el juego, haciendo una rueda inmensa de curiosos, alrededor de las seis mujeres que jugaban sentadas en el suelo frente al tablero. Al igual que todos los partidos, este juego cuenta con su árbitro que verifica que todos los movimientos de las jugadoras se hagan debidamente y atendiendo a las reglas. El ganador de cada juego gana boletos extra para las rifas que se realizaron al final del evento.

Otra de las demostraciones que hacían alusión a que también se celebraba en esta ocasión deportiva al *jangawi*, fue que casi al término del evento, padres y madres dieron sobres blancos a sus hijos, los cuales contenían cierta cantidad de dinero. Dado que la celebración tradicionalmente se atribuye al agradecimiento por las cosechas a los padres y ancestros por darles el terreno,

---

<sup>50</sup> El juego, en estructura parecido al parchis, consiste en un tablero en el cual se despliegan distintas posiciones que tienen que ir avanzando las fichas con ayuda de unos dados para llegar al punto final, donde gana el equipo que logró pasar sus tres fichas por la meta. La distinción radica en que los dados son unos palitos que hay que arrojar al aire y dependiendo de su posición se puede no avanzar nada, retroceder o tirar una vez más. El control del juego no es numérico sino por el nombre en chino de distintos animales que representan el número de lugares que pueden avanzar.

las técnicas o la propia vida, se suele regalar fruta u otro tipo de regalo a los padres y abuelos. A cambio, los niños y menores son recompensados con sobres de dinero por saber respetar a sus mayores.

La carpa que más resaltaba en el evento no sólo por la notoria cantidad superior de personas, entre 50 y 60, sino por el bullicio que armaban tanto en la carpa como en cada una de las competencias en las que participaban, era la de los “descendientes coreanos”. Sus integrantes son cuarta o quinta generación de las primeras familias coreanas en pisar tierra mexicana en 1905, con su arribo a Yucatán. Son descendientes de aquellas familias coreanas que después de saldar su cuenta en las haciendas de henequén iniciaron un éxodo por encontrar un espacio propicio para ellos, fuera del racismo, violencia y trabajo forzado que vivieron en Yucatán, encontrando un espacio propicio en la Ciudad de México. Es decir, son sólo descendientes de las familias de esta primera migración que arribaron a la ciudad de México.

Esta es la única mesa que tiene tortillas dentro del menú de la comida, presenta las más originales mezclas entre comida coreana y mexicana, como chicharrón en salsa verde acompañado de sazónadores de soya con el tradicional arroz blanco sin sal, pepinos bañados en limón y *kimchi*, así como naranjas para acompañar las verduras de origen coreano.

Es también la única mesa en la que se habla español y la que más bullicio hace entre gritos y risotadas que intercambian entre personas que se encuentran en cada una de las mesas. Cabe decir que es la única carpa donde no hay mujeres sentadas en manteles.

Los “Descendientes” portaban playeras azules con el logo de la propia Asociación de Descendientes en México. Ellos no mandaron hacer sus estampados con Jack. Esta asociación es independiente de la Asociación de Coreanos en México pero recibe de ella cierto monto, otorgado desde la Embajada de Corea, para sus actividades, las cuales consisten en “rescatar nuestra herencia cultural y acercar a todos los descendientes al conocimiento de la lengua, cultura e historia que forma parte de nuestra herencia familiar”, menciona la presidenta de esta asociación Araceli Yu. Ella me comenta que si bien siempre han tenido una existencia y humilde organización, hoy en día con el auge de la cultura popular coreana por medio del movimiento *hallyu*, sus

hijos y mucha gente ha volteado a ver con buenos ojos a la cultura coreana. “Sobre todo los jóvenes se han apropiado de su herencia coreana con orgullo porque pueden decir, yo también soy coreano, como los de los dramas”. Aunque siempre los han invitado a los eventos colectivos como este, es la primera vez que reciben un fondo para solventar algunos gastos de sus actividades pues anteriormente todo el monto destinado a “ciudadanos coreanos en el exterior” que aportaba el gobierno surcoreano a través de la embajada, había sido destinado a las actividades de como llaman ellos a los coreanos que llegan directamente de Corea del Sur: “los residentes”.

“Antes sólo nos invitaban a participar en este día y en una pequeña cena poquito antes de Navidad [...] se veía era de compromiso porque ni nos pelaban. Ahora sí tenemos hasta oficina ahí con ellos, todo. Pero ve ahorita aquí, aun así cada quien anda en lo suyo” (Francisco Yu Lee<sup>51</sup>, Diario de Campo)

La distinción entre “descendientes” y “residentes” no solo es notable en los rasgos físicos, la comida, el idioma en el que se comunican o el diseño y hechura de las camisetas que portan. Durante todo el evento son pocas las conversaciones que han entablado entre ellos y han tenido mayor interacción en las justas deportivas donde la rivalidad cobra mayor intensidad que en otros juegos. De hecho, son los únicos partidos o encuentros que tienen porras y una mayor audiencia. La rivalidad entre descendientes y residentes se lleva a un plano deportivo donde hay enojos, acusaciones de trampa y propuestas de volver a iniciar el juego de las dos partes. Fuera del escenario deportivo, pocas son las miradas y palabras que se intercambian, como si fuera indeseada o repudiada una posible relación amistosa.

Al final del día, se llevó a cabo el juego más esperado por los “residentes” y que cerraba la jornada deportiva: *yuldarigi* o “juego de la cuerda”, el cual consiste en que dos equipos jalan de un extremo de la cuerda haciendo al otro equipo caminar hasta cruzar una marca delineada previamente y así ganar.

---

<sup>51</sup> Francisco Yu Lee es tercera generación de los primeros migrantes coreanos en llegar a México. Su abuela trabajó en los campos de henequén y su padre se dedicó a la pesca en Veracruz antes de mudarse a la Ciudad de México.



Imagen 3.2. Equipo de “descendientes” jugando *yuldarigi* en el Día del Deporte. Septiembre 2016.

Se jugaron varias rondas y en la vuelta final, con puntajes empatados, los “descendientes” ganaron. La audiencia, predominantemente descendientes, estalló en júbilo saltando y festejando mientras los residentes y el árbitro argumentaban que había sido un error y tenían que volver a jugar. Araceli Yu apareció en la discusión cuando también se manifestó el presidente de la Asociación Coreana. Era la primera vez que los descendientes ganaban el juego y en la acalorada discusión técnica del triunfo, se veía que la disputa de los descendientes era por un reconocimiento que trascendía la cuestión del juego. Cabe decir que dos semanas después en un evento de la Asociación de Descendientes en México, se celebró la victoria del juego en una presentación en diapositivas *PowerPoint* donde se mostraba la jugada, diapositiva a diapositiva, que permitió el triunfo a su equipo.

Terminando la acalorada discusión, donde los residentes no aceptaron la derrota pero desistieron en volver a repetir el juego, siguió la rifa. Las bicicletas y algunos microondas fueron entregados a los ganadores pero la mayoría de los premios fueron designados a números de personas que ya no se encontraban en el evento. En lugar de repetir los números se decidió entregar los premios posteriormente a los dueños de los boletos aunque, al terminar el trabajo de campo de esta investigación, según me informan en la Asociación, los premios aún no han sido reclamados.

Este tipo de festividades nos dejan ver que parte de la comunidad coreana participa a través de las agrupaciones, asociaciones o iglesias pero a su vez nos deja entrever las ausencias, exclusiones u omisiones que hay en ellos. ¿Quiénes no han asistido a este evento?

En el caso de los comerciantes coreanos las celebraciones y días festivos no figuran como días especiales ya que, como se hará énfasis en el siguiente capítulo, la dedicación por largas horas de trabajo al negocio reduce los espacios y días dedicados al ocio. Podemos argumentar incluso que podemos marcar contrastes de carácter de clase frente a otros integrantes de la comunidad. Mientras que los que trabajan en sendas empresas surcoreanas con prestaciones y días feriados en sus jornadas laborales, los comerciantes - en tanto que se auto-emplean- tienen que afrontar la disyuntiva de abrir para aprovechar las ventas que se pueden hacer en los días feriados o cerrar el negocio por disfrutar junto con otros integrantes de la comunidad coreana. Para Esteban O esta disyuntiva no tiene complicación pues considera que mantener un negocio enfocado a los coreanos disminuye las ganancias:

“Si voy [al Día del Deporte] yo tengo que participar como miembro de la Asociación donando panes gratis para coreanos y ellos me darán de comer nada más, pero si no voy puedo vender muchos panes en Friki Plaza<sup>52</sup> ya que hay mucha gente en Centro por ser día de descanso... ¿Qué crees que voy hacer?” (Esteban O, entrevista personal)

En cambio, Lee considera que el problema no es la obtención de ingresos sino la imposibilidad de cerrar el negocio. Para él, su negocio no puede descansar ni una sola semana y emprender un viaje a Corea, que implica mínimo dos semanas, sería incosteable para su funcionamiento. Esta aseveración deja entrever como él se posiciona como un pilar indispensable en el engranaje operativo de su negocio, el cual se caería sin su presencia. La atención constante de los dueños será una constante en los negocios de los comerciantes coreanos, marcando como característica una condición de trabajo cautivo entre los comerciantes coreanos en tanto que tienden a operar a partir de una organización que necesita de su constante presencia.

---

<sup>52</sup> Al interior de la plaza, en el tercer piso, Esteban tiene la segunda sucursal de su negocio “O Mandu”.

Particularmente, el *Jangawi* es una celebración que denota contrastes entre aquellos que tienen mayor bonanza económica y/o mayores facilidades de movilidad. Aquellos que pueden viajar en esta temporada a Corea del Sur, visitan a sus padres y abuelos, realizan juntos el altar y comparten una cena. Aquellos que no pueden viajar celebran con su familia en México con una cena y arman también su altar, no sin cierta nostalgia de no poder visitar su *gohyang* (tierra natal).

El caso de Sado es diferente, acostumbrado a cerrar los miércoles, dispone de un día de descanso que podría sustituir en situaciones especiales. Sin embargo, sus hijos no hablan coreano<sup>53</sup> y aunque se ha empeñado a enseñarles, la apatía de los niños ha hecho que desista. Aunque le agrada la idea de participar con sus hijos en estos eventos no le es posible porque sus hijos no tienen interés en sus raíces coreanas y sin una participación familiar no ve el caso de participar.

Este es otro factor que pasa invisible durante la celebración del evento pero que está latente entre la comunidad coreana. Los matrimonios mixtos no tienen el mismo peso y participación en los eventos. La planeación y organización de los juegos queda fuertemente marcada por una previa participación en otras agrupaciones dentro de la comunidad coreana. Al momento de formar los equipos, los matrimonios mixtos son delgados a jugar con los “descendientes”, dejando entrever una expresión racial sobre la concepción de la etnicidad coreana. La etnicidad coreana se concibe así, en términos de línea sanguínea de manera endogámica, existiendo un invisible escalafón de pertenencia de acuerdo a su mestizaje y que dificulta su integración en grupos formados en las instituciones religiosas.

La escena etnográfica anterior nos ha dejado ver como la comunidad coreana demarca ciertos límites y condiciones de la etnicidad coreana, de la cual depende el aprovechamiento de los recursos étnicos. Esto es de suma importancia resaltar ya que los comerciantes coreanos se encuentran bajo esta disposición étnica y de ella dependerá el aprovechamiento de los recursos étnicos.

---

<sup>53</sup> En el capítulo 2 se explica el matrimonio mixto de Sado y su eventual divorcio, quedando sus tres hijos a su custodia.

A continuación haremos énfasis en detallar cuales son las instituciones sociales más relevantes para la constitución de vínculos entre la comunidad coreana, las cuáles serán referentes para entender los recursos étnicos e identificar las diferentes condiciones de aprovechamiento que hacen los comerciantes coreanos de acuerdo a los diferentes posicionamientos que mantienen frente a ellas.

Para entender las características de la etnicidad coreana en su configuración migratoria se considerarán las iglesias, las asociaciones y la familia como las tres principales instancias que facilitan la recreación étnica a partir de generar un vínculo material y simbólico con Corea del Sur como referente cultural común (Mera, 2011: 52).

Para dar cuenta de los espacios de encuentro donde se discuten puntos de vistas, se toman posiciones y se acuerdan decisiones, alianzas o posturas que no corresponden a los espacios de las asambleas ni a los espacios de actividad económica hay que salir de los espacios cotidianos, en este caso los espacios mercantiles de los comerciantes coreanos, y buscar donde se entablen relaciones de socialización que dan cuenta de las redes y vínculos que se guardan entre distintos actores y agrupaciones.

### Iglesias Coreanas

Para ejemplificar la centralidad e importancia de las iglesias para las comunidades coreanas, varios autores (Choi 2003; Park, 1997; Shim 1977) han repetido hasta el cansancio el siguiente dicho, popular entre los migrantes surcoreanos, que condensa de manera cómica y estereotipada dicha aseveración: “Si tres chinos migran juntos ellos abrirán un restaurante, si son tres japoneses pondrán una compañía pero si son tres coreanos ellos pondrán una iglesia” (Shim, 1977: 77).

Las iglesias son los espacios de reunión más socorridos por la gran mayoría de la comunidad coreana. En México hay más iglesias cristianas y presbiterianas coreanas que de alguna otra religión<sup>54</sup>. Incluso, “muchos coreanos se han convertido al cristianismo en México o asisten a estas misas cuando antes no lo hacían” (Padre Corona, entrevista personal: 2014).

---

<sup>54</sup> En el área de la Ciudad de México, se pudieron contabilizar 27 iglesias cristianas protestantes bajo distintas vertientes, una católica y dos templos budistas.

La conversión al cristianismo o simplemente la asistencia a los ritos dominicales se vuelven una constante en tanto que funcionan como un centro de socialización, identificación y como eje de la reproducción de identidad coreana.

“Yo no creo en nada pero si tengo que ir a misa por mi esposa, ella es cristiana. Bueno, no es cristiana de todo pero fue primer lugar donde se sintió cómoda, ella ahí podía hablar coreano y podía comer comida coreana, como así, su lugar favorito”  
(Esteban O, entrevista personal)

En Corea del Sur se estima que hay 60 mil iglesias protestantes, siendo el segundo país con mayores practicantes protestantes después de Estados Unidos (Kim, 2004: 133). Aunque en Corea del Sur la religión más practicada sea el budismo, entre los migrantes el cristianismo ha tomado mayor importancia. El pastor Song, de la iglesia presbiteriana coreana en México, considera que esto se debe a que el budismo no necesita un templo para ser practicado ni requiere una reunión colectiva para ser practicado, es un rito más individual y por tanto puede que no se manifieste con tanta intensidad<sup>55</sup>.

El cristianismo en la península coreana tuvo un auge importante a finales del siglo XIX y principios del siglo XX ante la llegada de distintas órdenes y misiones que ante las condiciones generalizadas de guerra y pobreza que aquejaban al territorio, producto de la resistencia hacia el imperialismo japonés, construyeron iglesias, hospitales y algunas escuelas en las cuales bajo una doctrina religiosa se enseñaban corrientes críticas de pensamiento que iban en contra del imperialismo japonés. Autores como Donald Clark (2006) consideran que por esta razón el cristianismo fue tan bien recibido en el hemisferio sur de la península coreana pues se asoció como un símbolo de modernidad y resistencia basada en la solidaridad.

Un elemento importante a rescatar de su práctica religiosa, característica destacada por los migrantes surcoreanos, en la península es que después de la congregación religiosa las órdenes ofrecían alimentos gratuitos que se compartían entre los asistentes.

---

<sup>55</sup> Información del Diario de Campo.



“Después del servicio se comparte un poco de comida como una manera de mostrar misericordia y amor al prójimo, de compartir. [...] Sí, esto en parte debe a nuestros hermanos cristianos que llegaron a Corea y nos enseñaron a compartir los alimentos como parte del servicio, en ese entonces había mucha hambre y pobreza entre nosotros y se agradecía mucho” (Padre Anónimo, Iglesia Coreana en México, entrevista personal)

Las iglesias coreanas participan de una estrategia que tiende a mejorar la situación económica y personal de los migrantes gracias a los contactos que se pueden establecer al participar de sus actividades religiosas. En ellas se crean redes de información, solidaridad y ayuda que permiten un rápido vínculo con integrantes de la comunidad coreana, los cuales tienen como característica un *ethos* concordante con sus creencias religiosas.

También son instituciones que generan espacios colectivos que refuerzan los lazos comunitarios. La iglesia católica coreana en México tuvo un papel importante en la congregación de la comunidad coreana al ser el vínculo efectivo para la celebración anual del Día del Deporte. Antes del 2014, se realizaba todos los años, desde los noventa, en las instalaciones de la Universidad Intercontinental (UIC), esto debido al fuerte lazo que se tenía con el ex-rector Juan José Corona.

Juan José Corona es miembro de los Misioneros de Guadalupe<sup>56</sup>, realizó una misión en Corea del Sur durante cinco años<sup>57</sup> y estableció un vínculo con la sociedad católica surcoreana que tiempo después, ya como rector de la Universidad, se fraguaría en intercambios estudiantiles con universidades de corte religioso en Corea del Sur<sup>58</sup>. En 1995, recibió la petición de la incipiente comunidad católica de surcoreanos en México de que les ayudará a impartir misa en coreano.

---

<sup>56</sup> Orden que fundó la Universidad Intercontinental en 1976 bajo las experiencias de varios misioneros en Asia que coincidieron que “la educación era la base de la formación espiritual y desempeño humano que ayudó a muchas poblaciones asiáticas y era momento de hacer lo mismo en México”. Información extraída de una entrevista personal con el Padre Juan José Corona.

<sup>57</sup> De 1971 a 1976 permaneció en la ciudad de Gwangyang, la cual se encuentra en la provincia de Jeolla del Sur, en la costa sur del país justo en el centro de la península.

<sup>58</sup> La UIC es una de las seis universidades mexicanas inscritas en la Federación Internacional de Universidades Católicas donde participan también universidades surcoreanas y la universidad con más intercambios y relaciones universitarias con Corea del Sur. Véase: [www.uic.com.mx](http://www.uic.com.mx)

El Padre Juan José Corona ofició durante varios meses misas en coreano en las instalaciones de la universidad, mientras la Arquidiócesis de México se coordinaba con el Vaticano para traer un padre coreano a México y que oficiara misas, en vísperas de tener también su propio templo<sup>59</sup>. A partir de este momento, los lazos de la UIC con la comunidad coreana se mantuvieron, convirtiendo a la universidad en la sede anual del Día del Deporte coreano.

La integración y participación en eventos comunitarios como el Día del Deporte parten de una vinculación étnica que se refuerza en estos espacios religiosos a partir del compartir no sólo creencias religiosas sino elementos culturales como el idioma y la comida. El compartir platillos de comida coreana después de su celebración religiosa es un remanente tanto en la iglesia católica como en las iglesias cristianas, generando un espacio que aporta a sus miembros un espacio de socialización donde se comparten referencias de trabajo, relaciones de negocios, información sobre escuelas, educación coreana para los hijos, etc. Así mismo, son espacios que se prestan para conocerse y crear lazos de compañerismo o camaradería. Hirschman (2006:416) afirma que en un nuevo contexto social es frecuente que los inmigrantes encuentren significado e identidad reafirmando sus creencias tradicionales, incluidas en las estructuras de la fe religiosa, que anteriormente pueden haber dado por sentadas.

La conversión o acercamiento religioso a las iglesias cristianas se vuelven una estrategia estructurante de la vida comunitaria y su participación, ya que son los espacios donde se socializa la información y se organiza colectivamente como pudimos dar cuenta en la organización del Día del Deporte.

La centralidad de las iglesias en la configuración y mantenimiento de la comunidad no es inherente a los migrantes surcoreanos, siguiendo a Charles Hirschman, sino que adquiere centralidad en las comunidades de inmigrantes al ofrecer un espacio de consuelo, seguridad y compañerismo a través de la participación en actividades religiosas (Hirschman, 2006: 434).

---

<sup>59</sup> Un año después llegó el primer padre coreano a la Ciudad de México y se consiguió, vía mandato del Vaticano, que todos los domingos se pudiera officiar una misa en coreano<sup>59</sup> en la Parroquia del Santo Niño de la Paz en la calle de Praga casi esquina con Paseo de la Reforma, dentro de Zona Rosa.

## *Asociaciones Coreanas*

Mónica Palma (2005) contabiliza que al concluir el siglo XX, había 122 asociaciones de extranjeros en la Ciudad de México y aunque no todos los grupos inmigrantes consolidan alguna, su constitución buscaba la unidad dentro del grupo al compartir prácticas educativas, religiosas, comerciales, socioculturales y recreativas comunes a su lugar de origen, afín de seguir identificándose bajo una etnicidad o nacionalidad culturalmente distinta a la sociedad receptora. Quienes más asociaciones de este índole presentan son los inmigrantes alemanes, cubanos, españoles, franceses, italianos y japoneses (Palma, 2005: 42) y cabría ahora incluir a los coreanos.

Al analizar el comportamiento de los comerciantes coreanos en distintas ciudades, contrastándolos con la agrupación en California, Edna Bonacich e Iván Light encontraron que todos los comercios se encuentran concentrados en un sector de la economía, concluyendo que sólo participan en industrias y mercados donde los pequeños negocios sin mucho capital inicial puedan crecer exitosamente, siendo la experiencia y los contactos capitales clave, donde los últimos eran explotados por las “facilidades étnicas” que presentaba el entorno (Light y Bonacich, 1988: 184).

Con “facilidades étnicas” los autores se refieren a la información privilegiada que tienen los coreanos al compartir todo lo referente a la industria y comercio de cierto sector en idioma coreano y entre coreanos, esto a través de estructuras de asociaciones comerciales.

Las asociaciones cobran un papel importante al otorgar estas “facilidades étnicas” que se comparten exclusivamente con miembros de la comunidad coreana. Como pudimos dar cuenta a partir de los patrocinadores del Día de Deporte, hay varias asociaciones dedicadas al ámbito comercial en México, las cuales no se presentan como una competencia entre ellas sino como canales paralelos que nutren la comunidad de comerciantes y empresarios bajo distintos niveles de alcance y organización política.

Si iniciamos desde el nivel más alto, la Asociación de Comerciantes Coreanos en el Exterior (OKTA) sería la de mayor alcance al conectar redes de negocio a lo largo del mundo donde hay presencia de capital coreano.

Esta asociación se enfoca en la conexión de capitales de inversión industrial y comercial que puedan ser filiales o proveedores de compañías multinacionales coreanas o locales del país al que se refiera. Se provee información económica del país, su situación financiera así como el contacto con los distintos actores claves con los que se puede negociar una colaboración. En este nivel no encontramos pequeños comerciantes sino grandes empresas dedicadas a distintos mercados relacionados a complejos industriales. En México, OKTA tuvo una activa presencia en el desarrollo industrial de KIA motors en Monterrey. Al respecto, algunos comerciantes coreanos como André Lee mantienen su registro en la asociación para conocer las nuevas concentraciones de inversión coreana y dirigir sus esfuerzos de poner un negocio cerca, a sabiendas de que no puede apelar a la dimensión de las negociaciones que se tratan en dicha asociación.

A un nivel binacional se encuentra la Agencia de Fomento al Comercio e Inversión Coreana en México, KOTRA por sus siglas en inglés. Forma parte del Ministro de Relaciones Exteriores del Gobierno de Corea del Sur y de las agencias claves del desarrollo económico de Corea orientadas al crecimiento económico vía exportaciones. Sus operaciones son de consultoría en materia de inversión coreana en México así como de inversión mexicana en Corea ofreciendo servicios de información y estudios de mercado, gubernamental, etc. Esta organización maneja distintos niveles de comercio e inversión, desde multinacionales, grandes hasta pequeñas y medianas empresas. Los comerciantes coreanos afiliados a KOTRA son principalmente aquellos dedicados a la importación de productos con fines comerciales.

“No, los dueños de restaurantes y tiendas que están aquí en la zona [Rosa] así como los que venden *chucherías* en el centro no tienen asociación con nosotros ya que manejamos la inversión de negocios de largo alcance. Estos negocios son pequeños y ellos buscan como realizar sus importaciones por otros medios” (Javier Hernández, área de servicios de KOTRA. Entrevista personal)

En KOTRA participan negocios como las maquiladoras *Kokiriri* y *Dovalo*, Miguel Kim y su negocio de importación de plásticos, así como distintas empresas dedicadas a la importación o el comercio internacional como *PanTrans*. KOTRA facilita información sobre los impuestos arancelarios, las rutas de transporte, nuevas licitaciones sobre negocios internacionales y toda información relevante a los negocios que sería difícil acceder sin un conocimiento amplio del español, la economía mexicana o conocimientos especializados en comercio internacional.

En un nivel local, pero de envergadura transnacional por su organización, se encuentra la Asociación de Coreanos en México. Esta Asociación podría pensarse como una filial de la Embajada Coreana o de su consulado ya que opera con fondos otorgados por la misma y se encarga de atender las dudas, preocupaciones, problemáticas y situaciones de riesgo que los ciudadanos surcoreanos que viven en la ciudad de México pudieran externar. En síntesis, la Asociación se encarga de la organización política de la comunidad coreana. Ante las solicitudes recibidas tienen el compromiso de darle solución y si la situación es mayor a los recursos económicos o humanos con los que se cuenta, se lleva la situación a la Embajada Coreana para que interceda.

“Todo lo que le preocupa a nuestros paisanos. Si hay inseguridad, que donde hay más robos, que donde encontrar un doctor, cual es la mejor escuela para estudiar universidad, si necesitan un doctor o abogado, todo eso lo vemos” (Miguel Kim, vicepresidente de la Asociación Coreana, entrevista personal)

La Asociación Coreana ha intercedido en casos de robo y secuestro de surcoreanos en la ciudad, otorgando gratuitamente un cuerpo de abogados para investigar el caso. En caso de comerciantes que se les ha decomisado mercancía también han mandado apoyo legal.

“Si un paisano que habla y dice que está quitando su mercancía porque no pagó impuestos, no sabemos pero vamos ir ayudarlo. Si él no pagó no podemos hacer nada pero si estamos con él porque pasa mucho a veces que sí...mira, un paisano tenía en bodega 100 cajas de mercancía pero no pago impuestos por 40 llega policía y se lleva todo. ¡Que injusto! Nosotros vamos ahí para que no pase”. (Miguel Kim, entrevista personal)

Esta asociación no tiene un carácter comercial sino ciudadano, otorgado para todos los surcoreanos. Sin embargo, no todos apelan a ella. Por un lado están los “descendientes” a quienes se considera mexicanos y no pueden apelar a los servicios que otorga la asociación, únicamente a sus instalaciones donde hay oficinas destinadas a las actividades de su propia asociación.

Por otro lado, la Asociación no cuenta con un directorio actualizado de todos los surcoreanos residentes en la Ciudad de México. Hay que darse de alta o baja voluntariamente y dar una cooperación voluntaria por sus servicios. Bajo este supuesto, hay personas que prefieren mantenerse al margen de las actividades de la comunidad coreana.

Esteban O confiesa que no le gusta hacer negocios con coreanos porque él está enfocado en vender sus productos a los mexicanos y también porque considera a sus connacionales muy “metiches”. Para Esteban O participar en la Asociación es involucrarse con la comunidad y apoyarlos en lo que necesiten.

“Muchos quieren hacer lo que tu hacer y robarte la idea. Si vas iglesia, asociación, no importa que luego te van a presentar – Oye, tengo un amigo que quiere poner panadería, tu eres muy exitoso ¿Por qué no le ayudas?- -oye, ¿Por qué no me das trabajo? Tú negocio muy grande y yo se trabajar muy bien- Todo el tiempo quieren así. Pero un problema es que coreanos que llegan [recientemente para vivir en México] quieren hacer todo igual, si ven que hay restaurantes y les va bien quieren hacerlo igual, si tienes venta de cosméticos, ellos también quieren. Si tú ayudas ellos después te roban idea, clientes, todo” (Esteban O, entrevista personal)

La posición de Esteban es contradictoria porque toma distancia de la comunidad coreana y la Asociación en parte pero es miembro inscrito de la Asociación y aprovecha las invitaciones a participar como patrocinador de eventos gestionados por la Embajada a través de la Asociación, donde se promociona la cultura coreana como la anual “Feria de las Culturas Amigas” o el “Primer festival coreano en Zona Rosa” donde lleva un puesto de venta de sus panes al vapor.

Sin embargo, su impresión nos deja ver su distanciamiento como una estrategia frente a la comunidad étnica, lo que Granovetter (1985) llama el reforzamiento de los lazos débiles. Los lazos fuertes son aquellas relaciones más frecuentes y cercanas del individuo como son las relaciones de amistad, vecindad o parentesco, mientras que los lazos débiles atienden a círculos más lejanos, los contactos son más esporádicos y menos frecuentes.

Granovetter afirma que los lazos débiles son más ricos e importantes para el individuo porque proveen información que el individuo no posee mientras que los lazos fuertes pueden llegar a un punto de saturación donde no hay información ni beneficios nuevos para el individuo: este conoce y hace exactamente lo que su par. Es decir, para Esteban emplear a un connacional y enseñarle cómo hacer panes no aporta información que lo beneficie a él o al crecimiento de su negocio, al contrario, lo dota de conocimientos y habilidades de preparación contactos y técnicas que se volverá contraproducente si este decide incorporarse al mismo mercado pues es posible que maneje los mismos proveedores, clientes, etc.

De esta manera, mientras que la iglesia se encarga de los vínculos internos entre la comunidad coreana, las asociaciones se encargan del diálogo con los diversos actores que componen la sociedad en general. El atributo característico que tienen es que es información reservada a los individuos con los que se comparte una misma vinculación étnica pero enfocada a “residentes”. De las tres asociaciones mencionadas anteriormente, entre sus requisitos para pertenecer a ellas, se pide un ID coreano<sup>60</sup>. Es decir, un código que acredite su nacionalidad coreana.

Esta facilidad étnica se asienta en un requisito binacional de contar con la ciudadanía surcoreana para acceder a ella, siendo una complicación evidente para los “descendientes” de segundas o terceras generaciones y no mantienen un vínculo ciudadano con Corea. Corea del Sur no acepta la doble nacionalidad así que para nacionalizarse surcoreano y acreditar la nacionalidad se tiene que renunciar a la nacionalidad de otros países. Sin embargo, muchos surcoreanos no renuncian a la ciudadanía mexicana porque México acepta la doble nacionalidad y no hay ningún problema en territorio mexicano.

---

<sup>60</sup> KOTRA es un aso excepcional que trabaja también con empresarios y comerciantes mexicanos, sin embargo estos no pueden acceder a toda la información y facilidades otorgadas a los surcoreanos.

La estrategia empleada al viajar a Corea del Sur o Estados Unidos<sup>61</sup>, es utilizar el pasaporte que acredita su nacionalidad surcoreana, presentado como único, mientras que en México utilizan el pasaporte o papeles que acrediten su nacionalidad mexicana. Esta cuestión se retomará más adelante al analizar las estrategias de los comerciantes coreanos para importar mercancías por medio de Corea del Sur o Estados Unidos.

### *Familias coreanas*

Investigando los fenómenos de racismo y diferenciación cultural que formaron parte de la presencia de trabajadores surcoreanos en la reconfiguración de la refinería “Francisco I. Madero” en Tamaulipas, Amaranta Castillo (2010) encontró que la estructura familiar en la sociedad surcoreana, presente en las comunidades de trabajadores temporales con los que trabajó, forma parte de los marcos organizativos del trabajo y las empresas, siendo estas últimas concebidas como una gran familia donde priman las formas autoritarias personales, relaciones de parentesco y reglas no escritas que priman encima de lo establecido por los contratos laborales y de colaboración con sus contrapartes mexicanas (Castillo, 2010: 300).

Esta singularidad podríamos denominarla como la reminiscencia de la piedad filial<sup>62</sup> que dejó como legado el confucianismo, el cual se ejerció como práctica de Estado en la península coreana por más de dos siglos de continuidad bajo el reinado de Joseón, estando intrínsecamente unido a la cultura coreana.

Sin importar la trayectoria migratoria o laboral, se hablen varios idiomas o sólo coreano, los surcoreanos parecen tener muy presente las reglas jerárquicas y posiciones frente a la sociedad de acuerdo al género y edad que se tenga.

“A mí lo que me choca de México es el respeto. Nadie respeta a los mayores, que si yo tengo mayor edad que tú, no imparte si es dos años, me debes respeto. Nadie hace eso ¿Por qué? Eso aún un poco difícil para mí” (Erick Kang, entrevista personal).

---

<sup>61</sup> Corea del Sur mantiene con Chile y Estados Unidos bajo un acuerdo de cooperación económica el otorgamiento de la Visa Weber a sus ciudadanos. Los ciudadanos de estas tres nacionalidades pueden cruzar sus fronteras libremente, sin necesidad de un visado especial.

<sup>62</sup> Es una de las ideas principales del pensamiento de Confucio por la que se genera el orden jerárquico y la estabilidad social en sus escritos. Véase: Monseok, David. 2013. “Filial piety of Confucianism as a challenge for korean churches: a practical theological study”. Tesis de doctorado en Filosofía. Universidad de Pretoria.



La influencia del confucianismo en la cultura coreana contemporánea se puede explicar por varias cuestiones: 1) su introducción como una religión que se consolidó como práctica de Estado vigente hasta el siglo XX, 2) su expansión como formación educativa de las primeras escuelas destinadas a las bases populares y 3) su centralidad en determinar las relaciones familiares en torno al culto de los ancestros, aportando “guías” normativas a la configuración de una sociedad patriarcal (Doménech:2015).

El confucianismo sitúa a la familia como la unidad fundamental de la sociedad, la cual debe modelar el *ethos* de las actividades económicas, educativas y de socialización. Por tanto, los textos de Confucio así como los posteriores estudios e interpretaciones por los intelectuales coreanos se centraron en describir y dictar los principios morales y éticos específicos, los ritos de culto a los ancestros así como los roles y tipo de relación jerárquica que debían constituir las prácticas familiares cotidianas (Lee, 1989).

La familia coreana mantenía una entidad patrilineal estructurada por una jerarquía centrada en la autoridad de figuras masculinas, cristalizada en la normativa de las “tres obediencias”<sup>63</sup>, la cual establecía la obediencia de: 1) las hijas hacia el padre, 2) la esposa hacia su esposo y 3) las madres a sus hijos mayores, quedando las figuras del primogénito, el esposo y el padre como rectores en la toma de decisiones familiares.

Esta estructura patriarcal mantenía a la mujer en el escalafón jerárquico más bajo dentro de la familia, subordinada a labores realizadas dentro del hogar, como el cuidados de los hijos y preparación de la comida, ya que se le tenían prohibido tanto salir sin el acompañamiento de su esposo, padre o hijo mayor, como las relaciones con varones que no fueran sus parientes (Lee, 1989).

La división de la península, el periodo entre guerras y la acelerada urbanización e industrialización de Corea del Sur ha repercutido en la configuración familias coreanas, generándose rupturas y cambios frente a este ordenamiento confuciano.

---

<sup>63</sup>Esta normativa fue institucionalizada en el periodo tardío del reino de Joseón (1650-1910) como una práctica de Estado que buscaba darle un ordenamiento a la sociedad, la cual formaba parte de un ejercicio interpretativo de las “cinco relaciones elementales” en las que se desarrolla socialmente cualquier individuo según Confucio: ruler-subject, padres-hijos, esposo-esposa, pariente mayor-pariente menor, y amigo-amigo.

Sin embargo, los rezagos confucianistas siguen presentes en un sistema patriarcal que sitúa a las mujeres en lugares y ocupaciones estancas a las de los varones, como podemos observar en la escena etnográfica del Día Coreano donde las mujeres se dedican a la preparación de la comida, participan poco en las actividades deportivas y su espacio de sociabilidad se encuentra en otro espacio, como las mantas en las que se sentaban a comer. Esto lo podemos notar también en el habla coreano, el cual está dotado de un elaborado sistema honorífico que designa el diferente uso de palabras, gentilicios, verbos y estructuras gramaticales de acuerdo a la posición jerárquica de los interlocutores.

WonJun Min (2015) considera que este legado confucianista sigue vigente como una *conciencia familiar* que favorece el trato a las personas mayores bajo una obediencia total y que en última instancia “se proyecta como relaciones familiares de hermano mayor, hermano menor o padre a distintas relaciones que se manejan en otras estructuras como empresas, comunidades, instituciones educativas, etc.” (Min, 2015: 242), pesando incluso más que los límites consanguíneos.

Cristina Padilla (1997) estudia a la familia dentro de las empresas, encontrando la influencia de la primera en la organización, estructura financiera y decisiones de inversión de la última. La familia puede ser determinante para la supervivencia de la empresa, donde entra en juego no solo la división del trabajo sino las relaciones de confianza y relaciones de género que determinan la estructura familiar y empresarial de los pequeños negocios. En el caso de los surcoreanos esto es más evidente cuando sin ser familias, los negocios adoptan una estructura de parentesco debido a las reminiscencias de la piedad filial.

Tradicionalmente los roles asignados a la figura de la madre y el padre estaban fuertemente marcados: el padre a la cabeza representaba a su familia en sociedad y se hacía cargo de la administración de las propiedades mientras que la madre se encargaba de los asuntos del hogar como la alimentación, el vestuario y las relaciones con la familia (Lee, 1997: 34).

Actualmente esta es una organización que se ha desprendido de la sociedad surcoreana ante la participación de la mujer en el mercado laboral, transformando la organización del hogar y el trabajo dentro de las familias<sup>64</sup>.

Estos cambios obedecen también a fenómenos emergentes que están impactando en la estructura de las familias surcoreanas como es una edad más avanzada para el matrimonio, el decrecimiento de los mismos y donde cabe resaltar una significativa alza de divorcios donde aumenta la tendencia de discrepancias en el carácter de los cónyuges como causa de la separación frente a los problemas económicos (Yoo y Lee, 2009: 189).

Si bien, la división del trabajo basada en el género se ha diversificado por la participación de la mujer en actividades laborales y profesionales más amplias, la responsabilidad por las tareas y responsabilidades del hogar siguen en manos de la mujer (Cho, 1989; Sung 2003). , tendencia general entre los migrantes y comerciantes surcoreanos.

Como se vio en el capítulo 2, la migración surcoreana al país fue predominantemente de varones hasta mediados de los años noventa, teniendo una mayor concentración varonil en los negocios. Esto empieza a cambiar a inicios del siglo XXI con la llegada de familias surcoreanas de Argentina y Corea del Sur directamente pero también con la llegada de mujeres profesionistas, siendo importante a partir de esta fecha tener en consideración al matrimonio para hacer una lectura de las familias coreanas en México.

El matrimonio toma un papel importante en la comunidad coreana por la alta concentración varonil que bajo los preceptos confucianos así como por las expectativas sociales, buscan formar una familia *coreana*. Esta es una situación compleja frente a la distribución poblacional ya que se busca un matrimonio entre mujeres y varones coreanos, dándose dos fenómenos particularmente importantes a resaltar: 1) matrimonios arreglados y 2) matrimonios mixtos.

Por un lado, se encuentra el papel de la tradición y los *mat-seon* [맞선] que significa matrimonio de la mano o “hecho a mano”, para hacer noción a que es arreglado<sup>65</sup>.

---

<sup>64</sup> Actualmente Corea del Sur ocupa el número 15 de los países con mayor equidad de género en relación a puestos de trabajo, ingresos y puestos gerenciales. Véase: <http://www.asiared.com/es/downloads2/genero-en-corea.pdf>

Los padres se encargan de elegir la mejor pareja, en especial al primogénito como reminiscencia confuciana de preservación del linaje, para sus hijos y asegurarles un buen futuro. Aunque cada vez son menos los casos y la mayoría de los matrimonios en Corea del Sur son “por amor”, esta práctica ha quedado latente entre los migrantes surcoreanos, sobre todo en los que salieron del país antes de los noventa.

Tal es el caso de los padres de Christian, comerciante que importa y vende cosméticos en el centro histórico y zona rosa. Él nació en Bolivia y a los 29 años vino a la Ciudad de México a expandir el negocio familiar. Su papá se quedó en Bolivia mientras su madre y su hermana menor migraron a Estados Unidos para que esta última estudiara en una universidad norteamericana de alto nivel académico. A mediados de 2016, su madre le notificó a Cristián que en Estados Unidos había encontrado una chica coreana ideal para que se case.

Aunque Cristián se negaba, su padre apoyó la decisión de que se casará y “no me quedo opción, tengo que obedecer” fueron las palabras de resignación con las que cerró la conversación sobre su viaje a Estados Unidos para conocer y cortejar a su prometida. Ahora Cristián está casado y volvió a su negocio en México. Trajo consigo a su ahora esposa, quien trabajaba en una agencia de modas en California y ahora se encuentra desempleada sin participar en el negocio *familiar*.

Estas negociaciones sobre el matrimonio nos dejan entrever la presencia confucianista de ordenar la vida en torno a la familia bajo los preceptos y decisiones masculinas, dando una respuesta transnacional a un contexto migratorio específico. El despliegue transnacional de la familia de Cristián permite que el matrimonio forme parte de la reproducción familiar y de su linaje a través de los vínculos sociales y estrategias de su madre, las cuales se concretan a través de una violencia de género producto de su sistema patriarcal particular: 1) el hijo obedece incondicionalmente el designio de su padre 2) de casarse por *mat-seon* con alguien que no conoce, 3) quien debe

---

<sup>65</sup> Antiguamente las *mudangs* o chamanas se encargaban de dictaminar si una pareja se podía casar o no, apelando a los espíritus de sus familias. El matrimonio no era decisión voluntaria sino un designio divino que obedecía al destino familiar.

dejar su vida profesional para viajar a otro país y estar al cuidado del hogar de su nueva familia.

Quienes llegaron a México sin casarse, no cuentan con una familia transnacional o por diversas razones no conceden los matrimonios arreglados, tienen que buscar pareja dentro de la comunidad coreana en México, siendo significativos los espacios de encuentro como las iglesias, asociaciones pero también el frecuentar los negocios étnicos. Formar parte de la comunidad, participar en sus actividades, mantener y reproducir los vínculos étnicos comunes a ella forman parte de la posibilidad de fraguar un matrimonio endogámico, lo cual se busca por diversas razones: mantener un linaje consanguíneo coreano, compartir creencias y costumbres que heredar a sus descendientes, etc.

Para la concreción de un matrimonio endogámico ambas partes deben explotar un capital cultural común. Aquellos que no lo hagan efectivamente, se encuentren distanciados de la comunidad o trasciendan la coerción de la endogamia, apelan a los matrimonios mixtos “por amor”.

Estos suelen ser mayoritariamente de varones coreanos con mujeres mexicanas, aunque también hay casos de mujeres coreanas casadas con varones mexicanos y que atienden a las razones antes mencionadas.

“[...] No, yo vine a México porque me encanta la cultura mexicana, quería aprender más sobre México, que como es, porque escriben tan apasionado tantas cosas lindas. Es de esperarse que me casara con mexicano ¿no?, ¿Por qué yo iba a casarme con coreano? Los coreanos son muy chismosos aparte yo no vine a conocer coreanos sin México y mexicanos”  
(Sanghye Chung, entrevista personal)

Sanghye llegó a México como estudiante de maestría, interesada en la literatura latinoamericana y escritoras mexicanas en 1986. Cuando llegó no había una comunidad coreana establecida y cuando esta se empezó a gestar, ella ya formaba parte de la sociedad mexicana y no tuvo interés en formar parte de ella. Además, ella era considerada por parte de la comunidad coreana como mexicana.

Como mencionamos anteriormente, la etnicidad coreana es concebida consanguíneamente, como herederos de un pueblo que gobernaba antes de la bipartición de la península. Bajo esta concepción, el matrimonio es considerado como la reproducción étnica o su erradicación a partir de los matrimonios mixtos, marcando una identidad étnica racializada.

“Cuando te casas con un coreano vas a formar parte de su familia, como coreana. Pero si la mujer es coreana entonces ella pasa a ser mexicana porque se casó y ahora es parte de la familia de su esposo. [...] Yo cuando me casé fue en Corea, con sus padres, mi marido se empeñó mucho a que yo siguiera aprendiendo coreano para hablar con mis suegros. Estuvimos un tiempo allá, y aunque no nos podíamos entender mucho, mi suegra me enseñaba como cocinar, como tratar a mi esposo y en sí, como ser coreana para él” (Judith, entrevista personal)

Hay una expectativa de que la mujer cuide y educa a los hijos bajo las enseñanzas coreanas, lo cual se pone en tensión en los matrimonios mixtos con mujeres mexicanas. La educación de los hijos es uno de los objetivos primordiales dentro de las familias coreanas, que aprendan el idioma coreano y puedan ir a las mejores escuelas.

Para quienes tienen el capital económico, la facilidad de transporte y/o cercanía pueden llevar a sus hijos a la Escuela Coreana de la Asociación para que aprendan coreano, pero quienes no, van rezagando la enseñanza del coreano hasta que se abandona. Este es el caso de Sado y sus hijos, quienes vivían en Iztapalapa desde que nacieron y ya que él se dedicaba enteramente al negocio, no pudo enseñarles coreano a sus hijos. Ahora la hija menor tiene 12 años, la de en medio 16 y el mayor 22, ninguno habla ni tiene interés en aprenderlo.

La Escuela Coreana forma parte de las actividades de la Asociación y tiene como fin que los hijos de los coreanos no pierdan su lengua materna al vivir y crecer en México. Para este fin, tienen dos clasificaciones de los grupos, independientemente del grado de preescolar o primaria –únicos grados de enseñanza- que estén cursando los niños. Por un lado, están los grupos orientados a los niños que han nacido en Corea del Sur y han llegado al país recientemente. La totalidad de los cursos se dan en coreano y en grados avanzados de primaria también se enseña chino.

Por otro lado, se encuentran los grupos orientados a los niños que han nacido fuera de Corea y que alguno o ambos padres son coreanos. La distinción está en que la lengua materna, primera lengua de estos niños, sea el español. Las clases tienden a realizar una transición del español al coreano así como un fuerte reforzamiento de “las costumbres y tradiciones coreanas” para forjar el vínculo cultural de su ascendencia coreana. Este último apartado no forma parte de las clases de los niños que han llegado recientemente a México pues se consideran forman parte ya de una cultura coreana que han vivido y experimentado no sólo en sus hogares.

Sin embargo, el asistir a estas clases no asegura la enseñanza ni la inmersión de los niños en la cultura coreana. La hija del Sr. Lee, de madre mexicana, por error o decisión del padre ingresó a un grupo de primaria de los niños recién llegados. Ella se frustró mucho porque en su casa había aprendido español como primera lengua ya que su padre no le enseñó coreano, al estar la mayor parte del día fuera en el trabajo. Pasó más tiempo con su madre y en especial con su niñera, con quien practicó sus primeras palabras, las cuales fueron en español.

La continua confusión e incompreensión de las clases entre dos lenguas ajenas a ella hizo que refutará todo lo que tenía que ver con ambos idiomas, incluso a negar todo lo coreano que tuviera que ver con ella. Posteriormente estudió en una escuela internacional donde los cursos se daban en inglés, lengua que adoptó como suya, y actualmente vive en Estados Unidos lejos de su padre y madre.

Independientemente de las tensiones de los matrimonios mixtos en torno a los hijos, las dificultades de embonar prácticas culturales distintas así como las problemáticas personales que pudieran llegar a tener, estos matrimonios se enfrentan a una complejidad de distinción frente a la comunidad coreana. Las familias pasan a ser consideradas como “descendientes”, consideradas coreanas por su ascendencia pero con quienes no se comparte una misma cultura. Su acercamiento a la comunidad coreana se ve limitada por una discriminación racial que afecta incluso a quienes hablan bien coreano o es su lengua materna, siendo los rasgos físicos también importantes.

“Si me gusta ir a Zona Rosa pero no salgo con coreanos, son muy racistas. [...] Mis dos padres son coreanos pero yo nací en Bolivia. Como crecí ahí y todo hablo bien español, ¿ves? soy morenito y aunque aprendí coreano primero y el año pasado saque mi nacionalidad coreana, muchos nos tratan diferente como si no fuéramos realmente coreanos” (Samuel Byun, entrevista personal)

Samuel estudiaba enfermería en Bolivia y decidió venir a estudiar a México para prepararse mejor, ya que argumenta que en su universidad todos los buenos profesores eran egresados de la UNAM. Al llegar a México buscó un trabajo para mantener sus estudios y mandar dinero a su mamá ya que es hijo único y esta al cuidado de ella, quien se quedó en Bolivia hasta que tuvo suficiente dinero para rentar una casa y poder traerla a México. Trabajó en una empresa coreana de cosméticos como administrador, pero el trato diferente que sentía cuando salían a reuniones o comidas con otros coreanos lo hizo renunciar y buscar poner un negocio de importaciones por su cuenta.

Esta diferenciación, podíamos decir jerárquica, sitúa a los “descendientes” de los primeros coreanos en llegar a México como las familias que son menormente consideradas como coreanas, teniendo impacto en la manera en cómo se relacionan con la comunidad coreana. De esta manera, el matrimonio endogámico y la reproducción de creencias, prácticas y elementos de la cultura coreana en la son esenciales en la construcción de la familia como unidad fundamental de la comunidad coreana, siendo una institución social de importancia vital para la conjugación de recursos étnicos.

Esta composición mixta de, producto de los diversos flujos migratorios así como de los matrimonios mixtos va distanciando las relaciones entre los primeros inmigrantes y las nuevas olas migratorias donde las asociaciones van perdiendo fortaleza como catalizadores de la unidad o solidaridad y transitan hacia espacios de información más inmediata donde las nuevas generaciones pierden interés (Palma, 2005: 52).



## Conclusiones

La cultura y etnicidad coreana no es un todo homogéneo ni estático, atiende a una estructuración producto de la interacción de sus agentes. La lengua, lugar de origen y la consanguineidad no determinan la etnicidad pero se vuelven referentes para constituir nuevas identidades que funcionan al margen del reconocimiento del otro como una alteridad.

La configuración de la etnicidad entra en un plano transnacional donde se construye no en base a una sola alteridad del otro como ajeno, sino en base a múltiples otros que quedan dentro de la misma diferenciación étnica, moviendo las barreras de la identidad hacia otros derroteros como las instituciones religiosas, asociaciones y familias. Dentro de la comunidad coreana se da una identidad cultural en constante movimiento, múltiple, que no puede identificarse únicamente con la del país de origen ni la del país receptor.

Los surcoreanos mantienen diversos vínculos con el lugar de origen a través de la reproducción de instituciones sociales como las iglesias, matrimonios y asociaciones, manteniendo estrecha vinculación espacial y temporal que influye en el desarrollo de una economía étnica, que a su vez, está determinada por la forma en que las relaciones y resignificaciones locales se ordenan. De esta manera, los migrantes surcoreanos se desenvuelven cotidianamente en redes de relaciones sociales a través de las cuales viajan ideas, prácticas y recursos, que se intercambian, organizan y transforman de manera desigual en un proceso transnacional (Khagram y Levitt, 2008).

Esto implica pensar los recursos étnicos como configuraciones socioculturales sujetas a una simultaneidad de localidades desde donde se construyen alteridades de una misma etnicidad y de la cual dependerá el aprovechamiento de los mismos.

Así mismo, nos permite plantear que los recursos étnicos no son entes estáticos ni se inscriben únicamente a una racionalidad económica sino que se responden a diferentes composiciones de relaciones familiares, grupales y comunitarias. Los “descendientes”, “residentes”, matrimonios mixtos y coreanos que nacieron en otros países de América Latina no se inscriben a una etnicidad desde el mismo lugar sino que atienden a posiciones diferenciadas que determinaran en gran medida su capacidad de agencia frente a los recursos

étnicos pero no restringirá su acceso. Es decir, a partir de la descripción etnográfica planteada podemos plantear que la comunidad coreana en México atiende a una etnicidad “abierta”, marcada por una alteridad interna puesta en negociación a partir de instituciones sociales que la refuerzan.

Esta condición de la comunidad coreana como *hinterland* o área de influencia para los comerciantes coreanos desde una resignificación de la etnicidad es prudente en tanto que la etnicidad juega un papel importante para explotar las oportunidades en el auto-empleo para crear las condiciones de emprendimiento y sostenimiento del negocio (Light y Rosenstein, 1995:309).

La existencia de una comunidad étnica trae consigo una serie de beneficios más allá de la identificación, convivencia y reproducción cultural de la etnicidad, la creación de negocios e instituciones pertenecientes al mismo grupo, genera además espacios sociales que sirven de plataformas para la creación de nuevos vínculos que contribuyen a la formación de un contexto que hace posible la creación de más negocios étnicos.

#### CAPÍTULO 4. ESTRATEGIAS DE COMERCIANTES COREANOS PARA ESTABLECER UN NEGOCIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

En este capítulo se analizan las distintas estrategias que llevan a cabo los comerciantes coreanos para establecer su negocio y dar respuesta a los conflictos cotidianos que se presentan en ellos, partiendo de que los negocios e intercambios económicos descansan en instituciones sociales que determinan la división social del trabajo, las relaciones de género, intervención de la familia y relaciones de confianza (Padilla, 1997), las cuales responden a contextos locales como transnacionales. El objetivo del capítulo es enfatizar las prácticas que constituyen la organización de cada uno de los comerciantes coreanos para aterrizarlas teóricamente de acuerdo a las explicaciones del empresariado étnico, argumentando que dichas prácticas no responden únicamente a configuraciones impuestas desde una lógica estructural del libre mercado sino a una arena política y social a las que responden sus prácticas económicas, culturales y sociales, ofreciéndonos una comprensión que salga del reduccionismo de explicar el éxito de los comerciantes coreanos por una condición cultural.

“...esos coreanos, donde los pongan hacen negocios, por eso nos comieron el mandado aquí en Tepito. Ahora lo que hacemos es buscar ser competencia para ellos ¿te das cuenta?” (“el Rana”, comerciante de zapatos en la calle Florida, Tepito)

Tanto en la literatura de minorías étnicas y “minorías modelo” como en el discurso público, encontramos esta noción de que los coreanos hacen negocios redituables donde aparentemente no lo logran, o les es más difícil, a otros grupos de migrantes, donde las descripciones culturales emergen como explicaciones de su incorporación económica (Bonacich, 1973; Grajeda, 2005; Nopper, 2008; Light y Gold, 2000).

Sin embargo, se omite en estas explicaciones que ninguna cultura es homogénea ni estática, así como hermética frente a los procesos migratorios. Entender a los comerciantes coreanos y sus negocios a partir de su cultura implica hacerlo desde una perspectiva procesual, de asumir que la cultura va cambiando con el tiempo, la experiencia migratoria y el contexto de cada uno de los que la representan. Es decir, las personas y sus acciones no son

repositorios de cierta cultura sino agentes de cambio, con subjetividades y experiencias particulares que forjan referencias culturales específicas.

En este sentido, se asume en este capítulo la cultura o rasgos culturales como una construcción socio-histórica que se ejerce, reproduce y transforma bajo la práctica de las personas, emergiendo expresiones específicas que no explican o determinan culturalmente a las personas. Es decir, entender la cultura como *praxis* y no como matriz, como una manera de romper esencialismos de categorización de los individuos.

Como vimos en el capítulo anterior, la comunidad coreana está compuesta por una diversidad de experiencias migratorias e identidades que se sitúan bajo condiciones distintas sobre el ser coreano, arrojándonos un mosaico de identidades y posiciones sobre como asumirse coreano de manera colectiva. A partir de esta diversidad de prácticas de asociación e interacción, se hará una descripción de las estrategias comerciales de estos actores coreanos, sin caer en un reduccionismo o relativismo sobre sus particularidades.

La perspectiva empleada apela a la teoría de interfase (Long, 1989) para ampliar la mirada sobre qué factores explican el desarrollo de un grupo étnico diferenciado al contemplar también los factores que están en juego cuando entran en interacción con otros grupos locales, trastocándose así las estrategias y emergiendo procesos particulares de acciones socio-culturales que no se pueden reducir a conductas grupales o colectivas.

La idea central que se busca desarrollar a través de los casos de los cuatro comerciantes surcoreanos es que los contextos particulares en los que desarrollan sus negocios están fuertemente condicionados por condiciones estructurales y culturales que pueden ofrecer oportunidades favorables para su desarrollo económico y a su vez constreñir sus características individuales. Es decir, el empresariado étnico como una modalidad de auto-empleo basado en el aprovechamiento de recursos étnicos está limitado y condicionado tanto por la configuración cultural en la que estos se expresan social y cotidianamente, así como las condiciones estructurales del contexto en el que se formulan.

En este sentido, la evaluación sobre sus redes sociales, la importancia del capital económico en cuanto al aprovechamiento de su capital social hay que situarlos en el contexto espacio-temporal en el que se desarrollan ya que una de sus características más importantes es su flexibilidad y capacidad de adaptarse a condiciones socioeconómicas cambiantes (Barros, 2005:105).

La tendencia de los inmigrantes hacia el auto-empleo debe ser estudiada de acuerdo a las características grupales y no a la denominación común de ser migrante, puntual diferenciación entre la conceptualización de emprendedores inmigrantes y empresariado étnico. Por ejemplo, las autoras Rebeca Rajman y Marta Tienda (2000) exploran desde una perspectiva comparativa a mexicanos y surcoreanos dueños de sus propias tiendas en Chicago para identificar cuáles han sido las motivaciones y consecuencias de su emprendimiento.

Mientras que para los surcoreanos el auto-empleo es una estrategia para lidiar con un tope de movilidad social frente a los ingresos máximos que se pueden aspirar dentro de la práctica de sus distintas profesiones, para los mexicanos el auto-empleo implicaba un estrategia para dejarles un sustento intergeneracional a sus familias así como un modo de lidiar con la discriminación fuertemente presente en los mercados laborales de la ciudad (Rajman y Tienda, 2000: 697-701). De esta manera las autoras concluyen que si bien, estadísticamente y en relación a la formación de un enclave económico, ambos grupos mantienen un fuerte crecimiento de negocios propios y en un mismo mercado laboral de la urbe de Chicago, las consecuencias sociales y grupales son fuertemente distintas.

Sin embargo, estas características grupales no debemos reducirlas a una connotación cultural pues como lo han sugerido Iván Light y Carolyn Rosentein (1995), no son estas suficientes para explicar el desarrollo como empresarios de ciertos individuos o familias de un grupo étnico si no tomamos en cuenta las condiciones estructurales del mercado laboran en el que se insertan.

Tomando en cuenta estas consideraciones, a continuación se presentarán las consideraciones o contextos que llevaron a los cuatro comerciantes coreanos a poner su negocio coreano, a través de una representación subjetiva de su "sueño migratorio". Después se hará una breve descripción de un día cotidiano en cada uno de sus negocios para conocer sus locaciones, actividades,

recursos, organizaciones que llevan a cabo día a día y que posteriormente se analizaran cada una por separado.

### “¿Cuál es tu sueño?”

En este apartado se pretende explicar el término *emic* del “sueño” como patrón explicativo de los comerciantes coreanos para detallar porque se encuentran en México o decidieron hacer algún tipo de trabajo orientado al auto-empleo.

“[...] ¿nunca te han preguntado cuál es tu sueño? Yo he notado eso, siempre que mi esposo [coreano] me presenta un coreano, siempre que hablo con coreanos en las primeras conversaciones siempre me preguntan esto, como que lo tienen muy presente y es algo muy curioso que estén pensando que quieres hacer de tu vida y cuáles son tus sueños cuando apenas te van conociendo” (Judith Rivera, entrevista personal)

Trascendiendo niveles socio-económicos y regiones de origen dentro de Corea del Sur, la concepción del “sueño” como guía de sus conversaciones de presentación es generalizada. El sueño no implica una noción onírica ni subconsciente, sino las aspiraciones y razones tanto familiares como personales que se buscan concretar a toda costa bajo la experiencia migratoria. La investigadora estadounidense Kyeyoung Park en sus investigaciones sobre la migración coreana en California ha encontrado esta particularidad como una adecuación del “sueño americano”, adaptando las aspiraciones de *un lugar de nuevas oportunidades, la tierra de la libertad* hacia aspiraciones personales como la reunificación familiar, desarrollo profesional, educación de los hijos o estabilidad (Park, 1997: 32).

Cada coreano, al igual que cada migrante, emprende su migración con una meta, una esperanza, un destino a cumplir bajo un camino incierto que se va develando bajo la práctica del día a día. La concepción del “sueño” como característica particular radica en su utilización como puerta de entrada para presentarse en la vida cotidiana (Goffman, 2012) en las conversaciones, ya que condiciona la situación que se da dentro de los procesos de socialización de la comunidad coreana. Tener claro el “sueño” permite vislumbrar a sus interactuantes, cuáles son sus motivos pero también sus intenciones, lo cual genera una respuesta específica. Por ejemplo, está el caso de como André Lee seleccionó a sus empleados connacionales:

“[...] Sólo conociendo que sueño tienen puedes conocer su carácter, conocer si pueden trabajar para ti. Esta Tae Yang que viajó con su mamá, pagando todo costos y ahora tiene casa en México. Él quiere estudiar medicina pero es muy caro en Corea, por eso vino a estudiar: ¿si vas a estudiar y trabajar para pagar viaje, porque traes a tu mamá? Su sueño es ayudar a su mamá y no ser médico rico [...]” (André Lee, entrevista personal)

Con esta referencia, André explica porque contrató a Tae Yang frente a otros surcoreanos que le han pedido trabajo, ya que sentía empatía con su situación. En términos goffmanianos, esta relación laboral se explica por la eficacia del proceso de socialización de la presentación de la persona sobre sí misma en la que se ofrece a sus observadores una impresión idealizada de ellos mismos, incorporando y ejemplificando valores acreditados por la sociedad (Goffman, 2012:49). La explicación del sueño de Tae Yang de ayudar a su mamá se traduce en un su *sueño* que descansa en la reminiscencia confuciana del cuidado de los mayores y veneración de los padres, compaginando con la piedad filial fuertemente marcada en los cánones normativos de la cultura coreana los cuales también comparte André Lee (Eckert, 1990).

Hablar sobre sus “sueños”, sus fines que buscan realizar ante la empresa migratoria, se vuelven un tipo de conversación y carta de presentación que permite presentarse y a través de un proceso de idealización, generar una imagen sobre los la praxis de valores socialmente aceptados. Especialmente, dentro de las iglesias la pregunta “¿cuál es tu sueño?” se vuelve el punto de partida de la conversación para conocer a los nuevos inmigrantes en la ciudad de México. Conocer la edad, ocupación y estado civil serán preguntas adyacentes que permitan conocer el móvil específico de cada individuo. La importancia radica en la posibilidad de crear vínculos de asociación basados en la confianza.

Apoyar a su familia, pagar colegiaturas, invertir en la educación de los hijos, cumplir su sueño de tener una empresa o casarse, son unos tantos entre tantos sueños que se tienen como expectativas al salir de Corea del Sur. Algunos más saldrán por tener problemas familiares, otra relación amorosa, enemistades peligrosas o problemas con la ley. Sin embargo, estas últimas no pueden ser

las cartas de presentación para que alguien confíe en ti, sobre todo se invertirá en ti como uno de sus vendedores.

Se vuelve entonces una estrategia para acceder a ciertas relaciones y formar un capital social basado en personas con las que se comparte un interés común. Además, las relaciones establecidas generan cierta información de la persona en las iglesias, asociaciones u otros ámbitos de socialización en donde se participe; aumentando su posibilidad de recibir un préstamo, conseguir un trabajo, o formar parte grupos de información privilegiada.

“Si su sueño es apoyar económicamente a su familia en Corea pero renuncia al empleo porque es muy duro, ¿Quién va a confiar en ti para apoyarte? Si dejas de lado porque haces o como haces tu vida, nadie te va a tomar en serio”  
(Esteban O, entrevista personal)

Para los comerciantes coreanos su establecimiento y la manera de llevarlo no sólo involucran un sostenimiento económico sino que está ataviado de significaciones que involucran aspectos familiares, culturales y subjetivos de cada uno. El “sueño” de cada uno de ellos explica en gran medida cómo llevan a cabo su negocio.

Sado Ihm tiene el sueño de acercar a sus hijos a sus padres coreanos. Este sueño se compone, por un lado, del establecimiento de su negocio de helados como una franquicia capaz de sostenerse por sí misma y tener una menor carga laboral para poder dedicar más tiempo a sus hijos y poder viajar. Por otro lado, enseñarles coreano a sus hijos para que ellos se puedan comunicar con sus padres. En la práctica, Sado vende las máquinas de hacer helado con un concepto de ventas que apunta a la constitución de esta franquicia y aunque sus hijos no están interesados en aprender el idioma coreano, dentro del negocio ha abierto un espacio para dar clases de coreano con la intención de hacerse un espacio dentro de su negocio para poder dedicarse a crear materiales para aprender coreano y cuando sus hijos guste, el poderles enseñar sin descuidar el negocio. Sin la consideración de su sueño, podría pensarse como una estrategia incoherente para el negocio al dar las clases gratuitamente.



Erick Kang tiene como sueño reciente ser actor reconocido de televisión en México, y a su vez mandarle dinero a su mamá mientras encuentra la forma regresar a Corea a vivir. Por eso cada vez da mayor decisión de acción a sus empleados, distanciándose y empeñándose menos en hacerlo crecer su bodega como un negocio ya que este no es un objetivo ni forma parte de sus aspiraciones.

André Lee menciona que su sueño es poderle dar empleo a sus familiares, en específico a sus tíos y sobrinos, para lo cual está empeñado en que la maquila de calcetines crezca y sea lo suficientemente estable para que los pueda invitar a México a formar parte de ella. Por mantiene su relación laboral con Tae Yang, basada en la empatía de apoyar a sus familiares a través de consolidar las bases materiales que permitan su reunificación.

Esteban O sueña en que sus panes al vapor y demás ideas gastronómicas sean reconocidos internacionalmente, sobre todo en México y Corea, como una manera de mantener el orgullo familiar y demostrarles a sus padres que su inversión en él fue fortuita. Su ambición por cumplir su sueño lo ha llevado a tener varios negocios que han fracasado, encontrando en los panes la oportunidad de construir una franquicia. El negocio forma parte instrumental de su búsqueda por reconocimiento y orgullo familiar, y no como una realización en sí misma el auto-emplearse.

Los cuatro comerciantes mantienen un sueño que en primera instancia no implican un móvil migratorio pero que dentro de sus trayectorias laborales se han revestido de explicaciones y significaciones donde el territorio mexicano forma parte de su formulación. El proceso inmigratorio y sus respectivas experiencias han significado un cambio en las expectativas que tenían antes de emigrar.

Sus diferentes posturas frente al negocio nos dejan ver la diversidad de explicaciones que vuelven a la característica del auto-empleo como una condición laboral que tiene mayor relación con el contexto que con las motivaciones migratorias.

## Un día en el negocio coreano

A continuación se hará la descripción de un día cotidiano de cada uno de los cuatro comerciantes coreanos, los cuales fueron reconstruidos a través de la metodología de “trabajar con gente ocupada” (Wessendorf, 2009) donde se privilegió la observación de segundo orden, al margen de estas actividades cotidianas, para generar la etnografía. El objetivo es ahondar en cada una de las actividades que desarrollan cotidianamente para después analizarlas bajo las categorías y conceptos del empresariado étnico.

### **Sado Ihm**

La casa de Sado Ihm está al lado de un templo, del cual las campanadas van marcando que tan rápido o tarde va cumpliendo su rutina diaria. A veces se sorprende de no haber terminado su entrenamiento con su costal de box cuando suenan las campanadas de las 5 de la mañana. Pasando estas campanadas saca a su perro Bori a pasear al parque que le queda justo enfrente, acompañando siempre la caminata con un par de cigarrillos y antes de haber comido algo. Vuelve al interior de la casa para darle de comer al perro y prepararse su té para llevarlo directo a su oficina, la cual se encuentra en la planta baja y en un compartimiento asilado tanto de la casa como de la heladería que también se encuentra dentro del mismo predio. Prende la computadora para checar las facturas de ventas y hacer la contabilidad hasta que llegan sus empleados Maricruz y Arturo a las 10 de la mañana o 12 dependiendo del día de la semana. Aunque la heladería abre a las 2 de la tarde, ambos llegan temprano para ordenar los insumos de los helados, el almacén y notificar a Sado si hay que hacer próximas compras de materias primas: fruta, azúcar, insumos de la base de helado, productos de limpieza, etc.

Mientras que Arturo inicia a seleccionar y cortar la fruta más socorrida a emplear a los helados, Maricruz hace el desayuno para los tres. Sado ha parado sus actividades en la computadora para hablar con ellos y dar indicaciones, para llevarse después su desayuno, que suele ser ramen con un huevo crudo encima, para seguir en la computadora e iniciar hacer llamadas tanto a proveedores como clientes, quienes solicitan constantemente la base que necesita la máquina de helados para realizar las diferentes mezclas posibles. Esta mezcla es realizada por su hijo mayor, Jae Do, quien trabaja en ellas en la tarde cuando vuelve de la preparatoria pública a la que asiste. Aunque no tiene un horario fijo si hay una carga semanal de pedidos, los cuales a veces se retrasan por su falta de constancia, confiesa Sado.

Al terminar las llamadas pendientes, antes de ser la hora de apertura, manda a Arturo a realizar depósitos o pagos al banco ya que “no le gusta salir ni hablar con nadie” (Maricruz, entrevista personal). Mientras saca imprime los juegos de los capítulos y ejercicios que realizará en las distintas clases, así como los vídeos que utilizará, de una manera intermitente mientras sigue respondiendo llamadas y correos electrónicos relacionados tanto a las ventas como a los

procesos concernientes a la importación: cotizaciones, pedidos, confirmación de recibido de sus productos en aduana, pago de impuestos y aranceles, etc.

Maricruz y Arturo se encargan de la heladería durante todo el horario que permanecen abiertos, de 2 a 8 de la noche. Arturo se encarga de despachar los pedidos de los helados y buscar la mejor presentación en una vitrina de las nuevas importaciones de cosméticos, bolsas de té rojo, discos y posters de artistas de pop coreanos que iniciaron a venderse desde junio como una manera de incentivar el consumo de los interesados en la cultura coreana, sobre todo de las chicas que llenan los distintos grupos de clase de coreano gratuitas que da Sado en las tardes. A su vez, Arturo es quien muestra la máquina y cómo funciona a aquellos que han venido interesados en comprar una.

Maricruz está a cargo del teléfono y de la caja de cobro para ejecutar todas las ventas realizadas de los helados, cosméticos y general de todo lo que se vende. Es ella quien pone la música que ameniza el establecimiento, ordena las mesas y cuando hay bajas ventas sale al parque a regalar muestras gratis de helados, bajo autorización de Sado. También despacha los pedidos de helados cuando hay mucha gente, prepara la comida de Sado y le da de comer a Bori. Ella atiende a todos los proveedores, ya que Sado prefiere no salir y encarga que sean entregados en la heladería, realiza las citas de interesados en comprar la máquina de helado y resuelve todo lo relacionado a la heladería menos el trato con Jae Do y la entrega de materia prima.

Sado a partir de las 3 de la tarde da clases de coreano de forma gratuita a distintos grupos durante la semana de acuerdo a su nivel<sup>66</sup> hasta las 8 de la noche, las cuales están marcadas por las campanadas. Después acompaña a Maricruz y Arturo para cerrar y hacer el corte de caja. Una vez cerrado el establecimiento vuelve a la computadora para seguir trabajando en la contabilidad y nuevos pedidos que hacer, los cuales hace de manera semanal dado el flujo minorista de capital, hasta que son las 11 de la noche y se conecta en Skype para hablar con sus padres que se encuentran en Suwon, Corea del Sur. Antes de dormir repasa su libreta de proyectos y coteja en línea que otros productos podrían ser buenos para importar, yendo a la cama entre una y dos de la mañana.

Los únicos días diferentes son los miércoles que es el día de descanso, que inició a principios de 2016 en consideración de Maricruz pues antes se abría todos los días. Sado aprovecha estos días para ir a pescar con sus amigos surcoreanos que tiene en la ciudad.

---

<sup>66</sup> Actualmente tiene tres niveles: principiante para aquellos que desconocen completamente el idioma, intermedio para quienes saben leer el alfabeto coreano y tienen un vocabulario básico y por último avanzado para quienes pueden escribir y hablar en coreano algunas frases.

## Erick Kang

Suena a las 5 de la mañana, aún recostado la primera acción es responder los mensajes en KaKaoTalk<sup>67</sup> de su mamá y amigos para quienes son las 9 de la noche en Corea del Sur. Después de una ducha rápida se alista para salir de su departamento en la colonia Doctores a buscar desayuno en una nueva fonda que no conozca o ir directo a alguno de sus restaurantes coreanos favoritos en Zona Rosa, achicando la soledad compartiendo en Facebook que es lo que está comiendo e iniciando infinitas conversaciones en los comentarios con sus amigas y fans de su performance de actuación. De ahí se dirige a Reforma a tomar el camión que lo lleve a Tepito, entrando siempre por la avenida Ignacio López Rayón para evitar los atajos por calles menos transitadas, donde aumenta el riesgo de ser asaltado, considera.

Son las 10 de la mañana cuando llega al local, donde ya están esperándolo sobre la banqueta sus cuatro empleados. Aurora ha quitado los dos candados que sostienen las barretas que ocultan los otros candados de los que sólo tiene llave Erick. Una vez abierta la cortina de metal, todos se dirigen a sus posiciones.

Ricky y Esteban se dedican a montar en la entrada los muestrarios de los distintos modelos de calcetines que se manejan, Mariana se encuentra lista para atender a los clientes mientras que barre y trapea el local, mientras que Araceli y Erick se ponen de acuerdo sobre las entregas que hay pendientes y sí que calcetines se están agotando en el almacén y hay que pedir.

Terminando, Erick se acomoda en el pequeño escritorio que se encuentra a un lado de la entrada donde está la caja registradora y una pequeña computadora mientras no deja de usar su teléfono.

Araceli se encarga de monitorear y observar atentamente a los distintos clientes que acuden al local pues ya ha pasado varias veces que se pierde mercancía por robos *hormiga*<sup>68</sup> por transeúntes -que se conocen en el barrio como “chinchas”<sup>69</sup>-. Mientras que Mariana los atiende dando precios y armando paquetes de descuento al mayoreo, Ricky y Esteban arman los paquetes de compra. Cuando Erick sale del local, muchas veces por los *castings*, Araceli se queda a cargo de la caja registradora y del teléfono para tomar nota de los encargos que hacen los clientes que se encuentran fuera de la ciudad de México y que programan sus compras solicitando lo sus pedidos para el día que vengan a comprar sólo se encarguen de confirmar y pagar.

Erick está atento a su celular todo el tiempo, mandando mensajes y haciendo llamadas con sus amigos para pasar el rato. A su vez, espera paciente sobre posibles “llamados” de castings, los cuales está buscando y asistiendo semanalmente. Las redes sociales son parte fundamental de su búsqueda y contacto con otros actores y amigos mexicanos. A las cuatro de la tarde pide comida o visita algún amigo que trabaja también en el centro para comer

---

<sup>67</sup> Aplicación coreana de mensajería para teléfonos inteligentes, similar a Whastapp o Line. Esta aplicación es más popular en Corea del Sur que las antes mencionadas, siendo la plataforma más socorrida para comunicarse por medio del teléfono.

<sup>68</sup> Robo de poca mercancía, uno o dos artículos.

<sup>69</sup> Entre los comerciantes de Tepito se usa la palabra chinchas para hacer referencia a los posibles compradores que hacen constantes preguntas sobre los precios de distintas mercancías, variedades pero al final no compran nada. “Así les decimos porque sólo están chingue y chingue pero ni el gasto te hacen”.

juntos. Cierra el local a las 6 de la tarde, como todos los demás establecimientos. Deja que Araceli haga el corte de caja y el conteo sobre los pedidos que habrá que realizar al día siguiente. Una vez cerrado, Erick se dirige nuevamente a Zona Rosa para cenar ya sea coincidiendo con algún amigo o solo. Tres días a la semana, antes de ir a casa, se dirige a un café coreano donde se encuentra con su maestra de español con quien no sólo amplía su vocabulario sino trabajan en los acentos y dicción pues muchos de las audiciones a las que ha ido, asegura, no ha conseguido el papel por su pronunciación del español.

Erick no bebe y no le gusta cantar, así que no asiste mucho a las reuniones en *norebangs*<sup>70</sup> de sus amigos coreanos, en cambio espera los domingos para jugar baseball con su equipo de colegas comerciantes, donde compiten en una liga local mexicana. Después de cada juego dominical, se dirige al local pues el único día de descanso que tiene es el martes, como todo el barrio de Tepito.

### **André Lee**

Se levanta entre 4 y 5 de la mañana, revisa el The Korea Times<sup>71</sup> en línea así como El Reforma mientras prepara su desayuno, siempre comida coreana. Prende la computadora y revisa el movimiento de su mercancía en la aduana y los pedidos que tiene que hacer próximamente. Aprovecha para hacer llamadas a Corea del Sur antes de que acabe la noche al otro lado del Pacífico. La mayor parte de la semana trabaja en casa y sólo sale cuando hay que hacer trámites personalmente. Tres veces a la semana se dirige hacia su maquila en Pachuca, en su camioneta, o a veces pasa antes al aeropuerto de la Ciudad de México para firmar trámites y recoger cajas de hilos que ha pedido de China. Mientras maneja habla por teléfono con el Sr. Park para monitorear si hay alguna situación en el local donde distribuyen sus calcetines en el centro. Una vez en la maquila y al revisar los tiempos de producción, se dirige a su oficina y se dedica a realizar llamadas sobre los pedidos al mayoreo. A su vez, realiza una investigación en línea sobre nuevos modelos que podría hacer con las máquinas de calcetines con las que cuenta.

A las 6 de la tarde llama al Sr. Park para saber cómo han ido las ventas y que nuevas órdenes de mercancías son necesarias despachar en la semana. Una vez a la semana va al local a pasar un día en él, ver cómo funciona la organización, observando atentamente a los empleados mexicanos y su desempeño.

Cena en restaurantes coreanos de Zona Rosa únicamente cuando se reúne con otros comerciantes, quienes lo consultan sobre los distintos trámites o pasos para agilizar la importación de mercancías, por lo cual les cobra una

---

<sup>70</sup> Nombre coreano que reciben los canta-bares conocidos popularmente como *karaokes* (palabra japonesa). Los canta-bares coreanos se distinguen de los mexicanos, que suelen ser varias mesas alrededor de una pantalla y escenario donde sube una persona a cantar, pues en los coreanos se rentan por hora habitaciones privadas donde está instalado un equipo de sonido y luces con un amplio repertorio de canciones coreanas. Estos canta-bares tienen varias habitaciones así cada grupo de asistentes tiene una experiencia colectiva privada de los demás.

<sup>71</sup> Uno de los principales y más antiguos periódicos editado en inglés en Corea del Sur. Forma parte de la editorial de *Hankook Ilbo*, el periódico más leído en el país surcoreano. Para más información véase: <http://hcl.harvard.edu/research/guides/korean/part5.html>

breve comisión. Regularmente llega a su casa a media noche para seguir armando los pedidos y realizar la contabilidad. La proyección es un punto vital de su negocio ya que los pedidos de la materia prima, importación de calcetines o fabricación en su maquila, la mercancía esta lista para su venta después de tres meses. Es así que en septiembre está preparando el diseño, compras y maquinación de calcetines que se venderán en diciembre, teniendo que prever los modelos de moda así como la cantidad estimada que se demandará. El trabajo de oficina le consume la mayor parte del día, modificando las proyecciones de acuerdo a los cambios que se dan semana a semana en las ventas, para lo cual no se da ningún día de descanso a la semana: “siempre hay algo que va a cambiar, no es posible pensarlo fácilmente pues equivocación es tener miles de calcetines que no se venderán, es dinero muerto” (André Lee, entrevista personal).

### **Esteban O**

Quien despierta a toda la familia es Yunuén, la esposa de Esteban. Ella prepara el desayuno y alista el uniforme escolar de su hija. Todos desayunan juntos, mientras Yunuén lleva en coche a las 6:30 a su hija a la escuela, Esteban prepara la camioneta de reparto para ir a la Central de Abastos a comprar frutas, azúcar y demás insumos para el restaurante. Llega al negocio en Zona Rosa entre 11 y 12 de la mañana, el cual se encuentra abierto desde las 9 de la mañana con todos los empleados presentes ya que para esta ahora debe haber por lo menos 100 panes al vapor recién hechos para su entrega inmediata. Esteban toma los pedidos que ha organizado Samara y los sube a la camioneta para iniciar el reparto de la compra diaria que tienen algunas cafeterías y restaurantes mexicanos de estos panes al vapor.

Mientras que los panaderos siguen haciendo panes para el consumo cotidiano que hay dentro del restaurante, algunos cocineros han llegado tarde pues los clientes que vienen a comer empiezan a llegar a partir de la una de la tarde. Esteban no se da cuenta de estos retrasos la mayoría de las veces, confiesa Samara.

Después de las entregas, Esteban regresa al restaurante y sube a la planta alta del mismo donde se encuentra “el laboratorio”, como él lo llama, donde hace las distintas pruebas y nuevos diseños de platillos, panecillos y bebidas que fusionen la cocina tradicional coreana con sabores mexicanos. En este momento revisa los correos sobre pedidos dentro y fuera de la Ciudad de México. Aprovecha para llamar a la sucursal en la Friki Plaza y saber cuántos panecillos o bebidas hay que llevar, para coordinar el aprovisionamiento con más entregas.

En la Friki Plaza, Luis y Paola llegan a las 11 de la mañana y cierran a las 7 de la noche. Las ventas suelen ser bajas pero constantes, 35 panecillos al día, lo cual es el principal objetivo de Esteban ya que la mayoría de sus clientes son jóvenes mexicanos interesados en la cultura popular asiática que se expresa en los cómics, animes, películas, series de televisión y juegos de cartas. Mantener esta sucursal permite atraer nuevos clientes al restaurante en la Zona Rosa o eventos donde participa.

Además de las entregas, Esteban se la pasa buscando nuevos contactos y lugares en donde ofrecer sus productos: ferias, eventos culturales, eventos escolares, etc. Al terminar las entregas permanecen en el "laboratorio", bajando de vez en cuando Samara lo busca para concretar una venta al mayoreo o cuando escasean algunos de los insumos. El restaurante cierra a las 9 de la noche pero Esteban se queda dos horas más haciendo la contabilidad. El restaurante abre todos los días con la misma rutina, que sólo cambia los domingos ya que se cierra dos horas más temprano.

Terminando la contabilidad vuelve a su casa. Para Esteban no hay descanso, tomándose como únicos días de descanso navidad, Seollal (año nuevo) y los cumpleaños de su esposa e hija.

### Estableciendo un negocio coreano

*Sojourning* o migración temporal, es una particularidad migratoria con la que se ha descrito a las distintas comunidades migrantes contemporáneas de surcoreanos en Estados Unidos para explicar que su orientación a emprender negocios propios esta ligada a una búsqueda económica por algún oficio o actividad que no represente una inversión o propiedad que sea difícil de vender en el corto plazo, como invertir en industria o en la producción agrícola, en tanto que los inmigrantes no planean quedarse a vivir o asentarse de manera definitiva pues siempre se tendría la expectativa de regresar pronto a Corea (Bonacich, 1973; Gap, 1984; Gap y Bozorgmeh, 2000).

Según esta teoría, la migración surcoreana incursiona en un mercado laboral enfocado al comercio por su expectativa de estar temporalmente en el país extranjero y dado que este mercado ofrece una inversión que no depende de la compra de terrenos o propiedades necesariamente para su realización, se presenta como una oportunidad viable frente a las altas expectativas de movilidad social de los migrantes (Gap, 1990). De igual manera, la práctica de sus profesiones necesita de una apelación de acreditación de sus conocimientos por medio de exámenes o procesos burocráticos extensos. Bajo esta postura, se pretende mostrar los pasos y complicaciones para establecer un negocio en la ciudad de México, lo cual dista de ser un proceso rápido y efectivo.

A la luz de las trayectorias de los cuatro comerciantes en el capítulo 2, podemos decir que esta explicación no aplica para sus casos. Por un lado, la inversión en una maquila de André, la expectativa de volver franquicias sus negocios de Sado y Esteban, así como el matrimonio y educación de sus hijos en tierra mexicana agota las respuestas explicativas al respecto.

En cambio, las trayectorias laborales y migratorias de estos comerciantes coreanos nos deja ver que la elección de poner un negocio, primero, no fue la primera actividad laboral realizada en México, y segundo, esta se encuentra ligada a una oportunidad encontrada en el mercado laboral de la ciudad de México como intermediario entre el mercado asiático.

Por tanto, lo que se plantea es pensar al establecimiento como un proceso continuo que no puede explicarse bajo connotaciones temporales sino por su flexibilidad y adaptación a diversos factores cambiantes como las relaciones y necesidades familiares e incluso el mismo “sueño” migratorio.

A través de conocer el tipo de estatus migratorio, proceso de arribo, documentación, conocimiento del idioma, del desarrollo económico, se mostrará como la definición de “migración asistida” trabajada en el capítulo nos ayuda a entender los recursos y relaciones de los comerciantes coreanos con instituciones gubernamentales que apoyan y facilitan su establecimiento en la ciudad de México. Así, el establecer será una categoría compleja que no sólo incluirá un proceso de asentamiento sino de particularidades migratorias y sociales que entran en conjugación como un fenómeno que prácticas en constante negociación.

La expansión, cambio o incluso iniciar de cero un negocio implica volver a conocer, negociar, entablar relaciones que formarán parte de una nueva configuración, volviendo la noción de establecer un *continuum* presente en la noción de los comerciantes coreanos. Para estos, el negocio nunca estará establecido del todo, siempre a la expectativa de cambiar, de seguir creciendo, de estructurarse de nuevo de acuerdo a las presentes y nuevas tensiones que se presenten.

Si bien, la innovación es el indicador de distingue a los empresarios de los que se auto-emplean (Julien, 2007), podemos apelar que la figura de comerciantes implica pensar esta innovación también en términos de estrategias y acciones



empleadas para iniciar, incrementar o modificar el negocio y no sólo su novedad en estas etapas. Es decir, la aplicación de ciertos recursos, la configuración de cierto capital humano y la explotación de cierto capital social serán determinantes para evaluar esta innovación en términos de aportes que emergen de prácticas no aprehendidas.

A continuación se presenta analíticamente y a través de un desglose categórico de capitales, así como de los distintos recursos, las estrategias empleadas por los comerciantes coreanos para dar respuesta a estos cambios constantes, manejando esta postura del negocio como un proyecto en constante reconfiguración.

### Espacialidades: Ubicación y desplazamientos urbanos en torno al negocio

El espacio es un actor importante en el desarrollo de los negocios en tanto que las distintas ubicaciones urbanas condicionan y posibilitan el tipo de relaciones e interacciones que se pueden generar, volviendo el espacio no sólo un contenedor de la acción sino un producto de las prácticas sociales que van creando nuevas formas asociativas entre los participantes (Harvey 1990).

Los distintos negocios de la comunidad coreana se han concentrado en tres espacios de la Delegación Cuauhtémoc: el Centro Histórico, Tepito y la Zona Rosa en la Colonia Juárez. A su vez, hay otros escenarios periféricos que escapan de la concentración de otros negocios coreanos, como es el caso de la residencia y heladería de Sado Ihm, que se encuentra al sur de la ciudad.

Zona Rosa se caracteriza por su concentración de restaurantes y bares que en los años sesenta y setenta atraían a las clases altas y artistas de la época, que paulatinamente se fue convirtiendo, a través de su popularización al conectar con otras áreas de la ciudad a través del metro, en una zona comercial que conecta el área bursátil con el Centro Histórico, generándose una dinámica mercantil centrada en restaurantes y establecimientos de diversión para los ejecutivos, empleados bancarios que trabaja en la zona. Últimamente es asociada con la comunidad coreana por su alta concentración de negocios coreanos, iglesias e incluso escuelas.

Los negocios abarcan tanto pequeñas tiendas de abarrotes como restaurantes, estéticas y clínicas que atienden los gustos y necesidades de las familias coreanas de clase media, y en menor medida a turistas y estudiantes surcoreanos que encuentran en ellos un espacio de resguardo frente a una ciudad ajena a ellos. Si bien, su actual conformación nos imposibilita concebirlo como un barrio inmigrante o barrio coreano, si aporta las cualidades de ser un enclave étnico (Portes, 2006) en tanto que atrae a los coreanos que residen en la ciudad para comprar, entretenerse, socializar y vincularse entre ellos dada una concentración espacial de negocios que generan espacios de socialización así como ofertas de trabajo para los miembros de la comunidad coreana.

De acuerdo con Portes (2006) un enclave étnico debe tener tres condiciones necesarias, donde la etnicidad es un factor inherente a su constitución. Primero, tiene que ser un área urbana donde se concentren la suficiente cantidad de negocios que satisfagan la demanda de un grupo étnico de mercancías étnicamente definidas, 2) debe haber un acceso a la mano de obra barata de coétnicos que no está motivada o no ha podido incursionar en otros sectores económicos, y finalmente 3) estar compuesta por empresarios de origen étnico y/o sus descendientes con acceso a capital. La Zona Rosa mantiene estas condiciones sugeridas bajo una particularidad que también encontramos en el Centro Histórico y Tepito: su economía étnica se sustenta en el empleo de trabajadores mexicanos en los puestos más bajos y técnicos del trabajo, reduciendo el número de ofertas laborales para los coétnicos y centrándolas en puestos administrativos, de venta o gerenciales. La oferta de trabajo es uno de los factores más importantes de esta configuración en tanto que se estudia el comercio como un sector de la economía que estos empresarios abren particularmente para sus co-étnicos. En este sentido, la apertura laboral de los negocios coreanos no está reducida a una etnicidad común, al contrario, sus establecimientos contratan una diversidad étnica de habitantes de distintas regiones del país atendiendo a salarios más bajos. Es importante resaltar esta cuestión, a diferencia de lo observado por Alejandro Portes (2006) e Iván Light y sus colegas (Light y Bonacich, 1988; Light y Goldman, 2000) en Estados Unidos.

El negocio de Esteban O se encuentra en la Zona Rosa, sin embargo, su interés de poner su restaurante en este espacio no estuvo relacionado con las particularidades que ofrece un enclave étnico a los comerciantes, como es la mano de obra y la orientación de la comunidad a buscar consumir mercancías relacionadas con su origen étnico:

“Zona Rosa la visita muchos extranjeros, muchos turistas. Mucha gente viene aquí para comer o pasear haciéndolo buen lugar [...] como hay extranjeros no importa si eres coreano o chino (Esteban O, entrevista personal)

Las experiencias de racismo marcaron la elección de Esteban O para ubicar su negocio en esta zona, acompañada por su interés por llegar a un público más amplio de consumidores, trascendiendo un consumo exclusivo de la comunidad coreana.

Por otro lado está Tepito y el Centro Histórico, espacios urbanos que no sólo concentran una parte importante del comercio popular de la ciudad, sino que cuentan con una significativa historia que otorga identidad y tradición a sus habitantes, trabajadores e incluso transeúntes. En estos espacios han surgido asociaciones civiles en defensa de la vivienda y del territorio, es un espacio donde el comerciante se ha vuelto el emblema o figura simbólica de su identidad (Thomas, 2005: 342). Los coreanos, al competir comercialmente en este escenario, rivalizan y se encaran a dicha estructura tradicional. A partir del 2000, la múltiple llegada de comerciantes coreanos de países latinoamericanos forjó una importante concentración de negocios en la zona.

La emergencia de comunidades y redes étnicas han generado la infraestructura que favorece a pequeñas empresas étnicas donde los mismos nichos étnicos aprovechados por un grupo étnico particular, puede ayudar a promover la apropiación de identidad étnica.

“Cuando llegué comencé a trabajar en donde había visto la concentración mayor de venta de ropa, en el centro. ¿Si nadie te conocer, quien te va a comprar? Tienes que buscar a donde todos van, a grandes lugares porque ahí todos no buscan amigo o marca sino mejor precio. Así tienes oportunidad aunque no nadie conoces [...] tienes que trabajar con judíos porque ellos son dueños de lugares, quienes traen telas. Yo primero trabajo con ellos para conocer ventas pero después como ahora ya trabajo de con China y Corea”. (André Lee, entrevista personal)

Para el caso de Holanda, Jan Rath y Kloosterman (1999) han encontrado que los inmigrantes con pocos recursos financieros gravitan en negocios ubicados en espacios urbanos que atienden a los estratos más bajos en la estructura del mercado local. En México, esto ha ocurrido igual con los libaneses, barceloneses y judíos que han quedado de igual manera en espacios comerciales populares en el centro de la ciudad, donde recientemente se han sumado los coreanos (Palma, 2005).

La inmigración no representaba esta oportunidad comercial y búsqueda de oportunidades, sino la urgencia de escapar de las crisis económicas. Por ello, en un principio se ubicaron en los espacios laborales marginales de la ciudad, dedicándose a la venta de textiles en el Centro y Tepito.

El comercio ambulante e informal así como el comercio intermediario a pequeña escala son actividades que comparten con otros grupos de inmigrante en México que se instalan por primera vez en economías urbanas (Ramírez, 2014: 164).

La dificultad de tener acceso a varias fuentes de financiamiento o la limitación del aprovechamiento del capital humano en términos de dificultades de idioma o desconocimiento de las leyes, hacen que los inmigrantes se sitúen en las oportunidades estructurales más bajas, en mercados con pocas barreras para entrar en términos de requerimientos de formación educativa, experiencia o inserción de capital. En este sentido hay que preguntarnos sobre los requisitos que se necesitan para comerciar en Tepito, Zona Rosa o en el sur de la Ciudad de México.

El temor impacta también en la memoria social, se vive desde la inseguridad y temor al otro, al extraño. La construcción del coreano en el imaginario colectivo varía de acuerdo a los espacios. Mientras que en las entrevistas y conversaciones con los transeúntes y comerciantes mexicanos de Zona Rosa los coreanos pasan desapercibidos o identificados por sus rasgos físicos como “chinos”, en Tepito la referencia hacia los coreanos era como “abusados”, “gandallas”, “escoria”, “cabrones” y “mal encarados”.

La percepción positiva o negativa se construye también a partir de una imagen pública donde se realza al coreano como protagonista de un impulso económico sin precedentes, de una cultura popular en boga de artistas de música pop o telenovelas de drama.

Para los comerciantes coreanos, la percepción del miedo e inseguridad no está situada a una zona específica sino a una complejidad que involucra vivir en la Ciudad de México, donde priman las cuestiones del horario en el desplazamiento y la ropa que se lleva. La urbanidad se experimenta desde códigos de etiqueta y comportamientos deseables en el espacio público.

“..Si vas todo nervioso, caminando rápido, todos mirarán a ti y claro que van a querer asaltarte. ¿Por qué exponerse? Es mejor ser tranquilo, siempre quedar con amigos para caminar juntos o esperar horas de cierre cuando salen todo” (André Lee, entrevista personal)

Esta es una estrategia empleada por André con sus empleados connacionales, replicada por otros comerciantes surcoreanos en la zona de manera cotidiana para evitar los asaltos.

Entre las seis y siete de la tarde, hora en que cierran los negocios en Tepito y la zona norte del mercado del Centro Histórico, los negocios coreanos se caracterizan porque sus empleados, tanto mexicanos como coreanos, se quedan enfrente de su negocio hasta que el patrón o jefe en cargo acabe de poner todos los candados y medidas de protección del local. Una vez realizados siguen platicando entre ellos en la entrada hasta que han dado las 7, hora que marca el desplazamiento masivo de trabajadores y comerciantes de toda la zona, los amplios colectivos que caminan rumbo al metro Lagunilla esta complementado de células de comerciantes coreanos que se mueven juntos a un paso ágil pero no necesariamente rápido, pausado y sincronizado hacia la estación del metro Lagunilla. Este escenario es repetido todos los días, pero no en las mañanas.

“¿las ratas trabajan de día? ¿Qué tú crees que alguien que no trabaja se levanta para robarte? Sólo quien trabaja honesto llega temprano al barrio” (“El Vaquita”, comerciante de artículos para perros)

Esta situación de inseguridad y vulnerabilidad que se presente por parte de la visibilidad de sus rasgos físicos, pueden causar interés pero también ser identificados como sujetos atemorizantes, ajenos e irremediablemente son convertidos en el espacio urbano como cualquier migrante, en sujetos observados (Delgado, 2002).

Estrategias organizativas: el *ethos* étnico en la disposición del trabajo.

En *la ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Weber (2001) sopesa los valores ascéticos de los calvinistas en cuanto a su acepción del trabajo (austeridad, moralidad, dedicación, racionalidad económica) como impulsores del capitalismo al ser secularizados por medio de proceso socio-históricos específicos. Si bien, aceptamos este argumento y la contribución al capitalismo de elementos prácticos de las creencias religiosas calvinistas, habría que preguntarnos sobre la manera que el capitalismo se ha instalado y desarrollado en ámbitos no occidentales.

Si la ética protestante configuró las prácticas sociales del trabajo en occidente, es prudente considerar cuáles han sido las influencias que han tenido en las prácticas laborales y de trabajo en los procesos capitalistas el confucianismo o budismo en Corea del Sur.

El enaltecimiento de la lealtad, obediencia a superiores y mayores de edad, sacrificio y ascetismo en base a las virtudes de la disciplina y subordinación hacia figuras que ostentan el poder, son valores fundamentales en las prácticas religiosas del confucianismo y que podemos ver reflejadas en las formas de organizar el trabajo.

Los principios éticos del confucianismo fueron útiles en la inserción del capitalismo occidental a Corea (Dal, 2012; Sleziak, 2014), posibilitando recrear nuevos modelos organizativos dentro de los procesos productivos y reproductivos de los distintos sectores de la sociedad.

Esta ética visiblemente enmarca los procesos capitalistas bajo un *ethos* que ha dado origen a una estructuración económica específica en Corea del Sur, dominada por una centralización de la economía en conglomerados productivos que acaparan el 80% de la producción nacional sobre distintos sectores y servicios, teniendo una fuerte cadena jerárquica sobre su

funcionamiento (Balderrama y Chávez, 2011). La intención de este apartado es vislumbrar como esta ética, asociada a un origen étnico, la podemos ver reflejada en la manera de organizar los distintos procesos del negocio entre los comerciantes coreanos.

#### 1. Jerarquías y cargos dentro del negocio.

La organización del trabajo dentro de los negocios coreanos obedece a una jerarquía y estratificación donde se privilegia la decisión de los varones, quienes diseñan y manipulan de acuerdo a sus necesidades y sin una formalidad de estructura operativa, las formas operativas del negocio<sup>72</sup> descansando en una estructura patriarcal de relaciones de género. Los varones dueños de los negocios, al menos en los cuatro casos revisados, se posicionan como autoridad a cargo de supervisar toda la toma de decisiones.

Esta organización se legitima y reproduce por la labor de contratación de todos los involucrados, ya sea de manera formal o informal, por parte de los auto-nombrados jefes coreanos, quienes han emprendido por cuenta propia el negocio. Si bien, al inicio hay un apoyo de parte de connacionales para conseguir un trabajo inicial, es difícil que ocurran negocios de varios socios comerciantes, siendo siempre un único dueño y jefe.

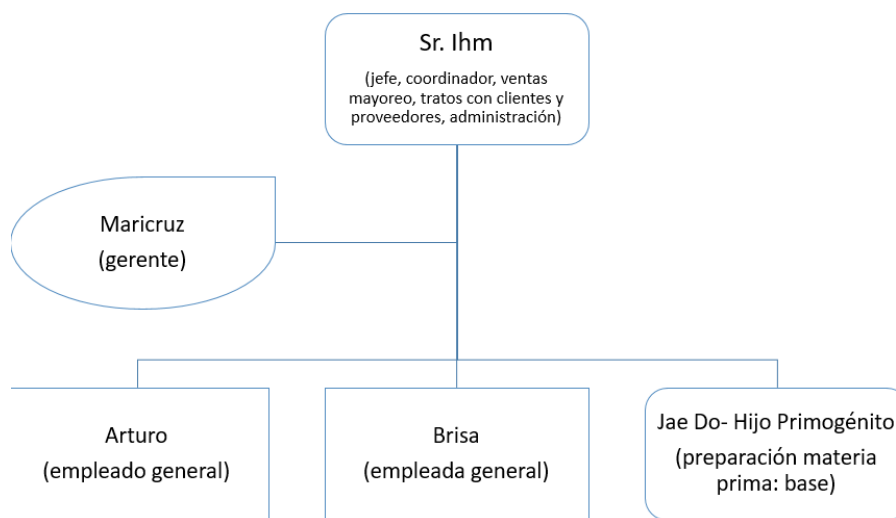
A continuación se presentan las estratificaciones jerárquicas que se dan en cada uno de los negocios, donde rescatamos varios puntos de coincidencia:

- 1) Tanto el escalafón jerárquico más alto como la concentración del mayor número de operaciones recaen en el dueño coreano.
- 2) Las actividades delegadas a los empleados son de carácter técnico, dándose una composición operativa sencilla en cuanto a los distintos puestos o actividades dentro de cada negocio y centralizando las cargas de trabajo administrativas y gerenciales en el dueño.
- 3) Hay una tendencia de posiciones gerenciales informales que tienden a ocupar mujeres, siendo un apoyo organizativo que goza de una posición jerárquica significativa.

---

<sup>72</sup> Es necesario recalcar que estamos haciendo alusión a los negocios coreanos donde los jefes y dueños son varones. Los negocios administrados por mujeres seguirán otra lógica que no fue posible describir y analizar en esta investigación.

- 4) Los empleados mexicanos se sitúan en la posición jerárquica más baja aunque coreanos hagan las mismas operaciones que ellos, restando su participación en la toma de decisiones dentro del negocio.
- 5) La participación familiar dentro de la estratificación y actividades del negocio es mínima o ausente.
- 6) El empleo de connacionales no abarca la totalidad o mayoría de los puestos dentro del negocio, tendiendo a posiciones jerárquicas favorables aunque las actividades a realizar no ostenten un carácter de subordinación de otros cargos.



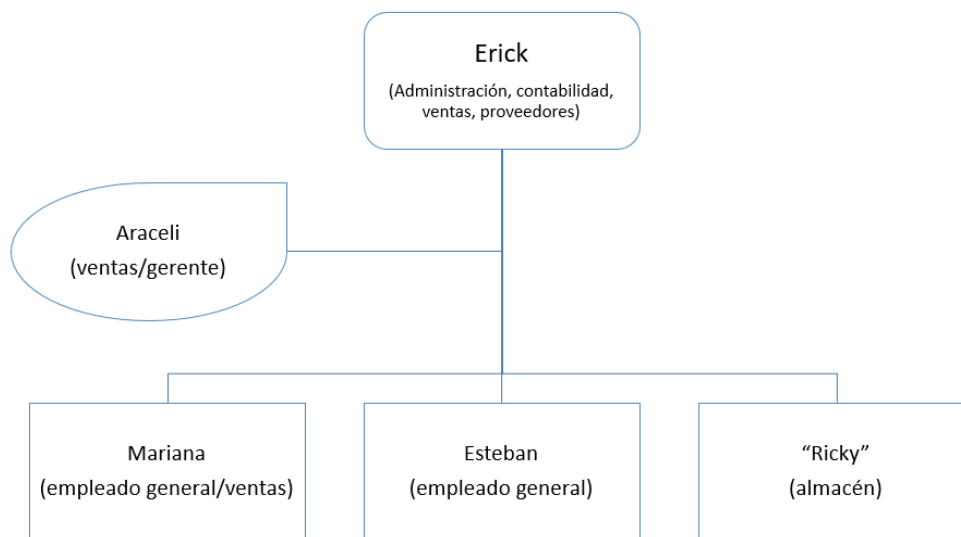
Cuadro 4.1. Organigrama del negocio de Sado Ihm. Negocio de helados, zona sur de la Ciudad de México.

El negocio de Sado Ihm tiene una organización jerárquica simple. Él como jefe del negocio da órdenes a sus cuatro empleados, quienes se encargan de las actividades relativas a la producción y venta de helados mientras él se encarga de realizar las facturas, conseguir la materia prima, importar y vender las máquinas para hacer helado así como las ventas al mayoreo. Hay una débil delegación de actividades.

Bajo una forma de “hoja”, es importante recalcar el rol de Maricruz. Aunque es contratada bajo el mismo puesto de empleada general y su sueldo es igual al que todos los demás, sus responsabilidades son mayores y en la práctica funge como gerente al supervisar las ventas, insumos en existencia, encargada de la caja, pagar el sueldo a los otros trabajadores y encargarse de cualquier situación cuando Sado no esté, a quien da aviso posteriormente.



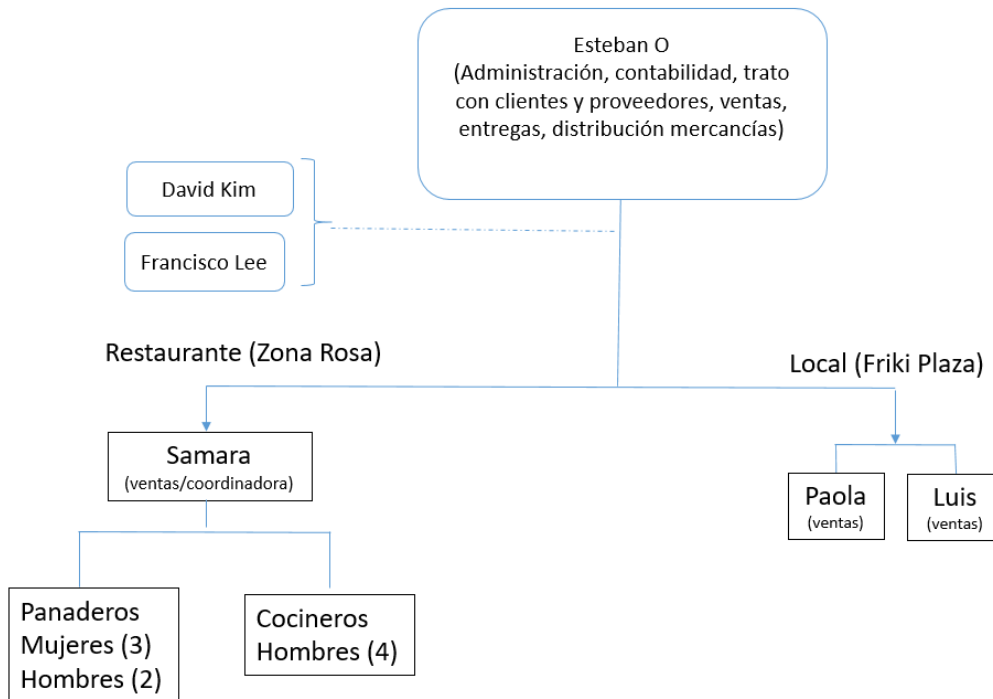
Además, se encarga de otras actividades al margen del negocio como prepararle el desayuno a Sado y darle de comer a su perro. En lo referente a los helados ella tiene completa disposición para su venta, lo único que no puede dialogar es la dotación de materia para preparar los helados, la cual tiene que pedírsela a Sado pues él es el único que habla con Jae Do. Aunque Jae Do, su hijo, forma parte del negocio y es una pieza clave al elaborar la materia prima de los helados, él no está en el negocio y sólo se dónde de acuerdo con su padre para la entrega periódica de la materia prima. Como vemos esto genera una carga de actividades en Sado Ihm que bajo otra organización, podría delegarlas fácilmente.



Cuadro 4.2. Organigrama del negocio de Erick Kang. Bodega de calcetines en Tepito.

Al igual que el organigrama de Sado, la estructura operativa del negocio de Erick sigue la misma lógica, una centralización de actividades en él y una delegación de actividades técnicas a sus empleados mexicanos, descansando a veces en Araceli, quien también recibe un sueldo igual a los demás pero se encarga de supervisar el negocio cuando Erick no está, que pasa a menudo entre semana cuando va a las audiciones de actuación. La bodega es pequeña y sólo necesita de tres actividades constantes: la atención al cliente, la toma de pedido y el cobro en caja. Erick se encarga de la caja cuando está en la bodega, sino se la encarga a Araceli. Mariana se encarga de las ventas, mientras que Esteban y "Ricky" se encargan de mantener ordenada la

mercancía y preparar los paquetes de las compras realizadas. Erick se encarga de comprar los calcetines de acuerdo al flujo de las ventas.



Cuadro 4.3. Organigrama del negocio de Esteban O. Restaurante O Mandu en Zona Rosa y local en la Friki Plaza.

La organización del negocio de Esteban es más compleja debido a sus dos sucursales. Por un lado está el restaurante de comida coreana y pan al vapor, que se hace en la misma cocina adaptada. Samara está a cargo de la caja registradora, toma los pedidos y los pasa a cocina para que los prepare. Por otro lado, los panaderos reciben por la mañana órdenes de Esteban sobre cuantos panes tienen que hacer cada día.

Por otro lado, está el local de la Friki Plaza donde sólo se encuentran Paola y Luis quienes venden los panes al vapor y refresco a los jóvenes que frecuentan la plaza. Además, al inicio del cuadro están diferenciados con rectángulos sin bordes David Kim y Francisco Lee, amigos coreanos de Esteban. Si bien, ellos no trabajan con él, de vez en cuando le ayudan a vender en las exposiciones y eventos en los que participa. Su apoyo es esporádico pero forman parte del apoyo del cual se vale cotidianamente Esteban.

Esteban no presenta un cargo de “gerente” en alguna de sus empleadas, en cambio, se apoya de sus amigos cuando el trabajo sobrepasa a sus empleados.

En las situaciones cuando esto ocurre, ellos suelen darles órdenes a los empleados de Esteban, manteniendo una posición jerárquica otorgada por sus lazos de amistad y confianza.

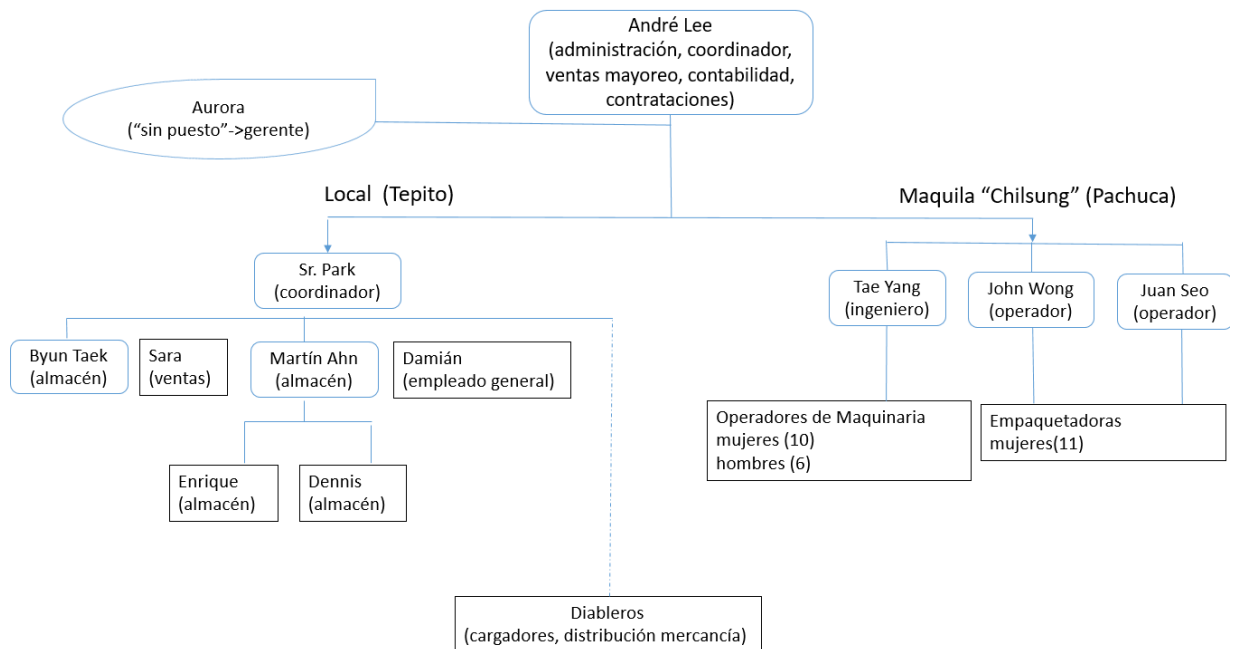


Figura no. 4.4. Organigrama del negocio de André Lee. Local de venta de calcetines en Tepito y fábrica maquiladora de calcetines "Chilsung" en Pachuca.

Al igual que los otros comerciantes, André Lee mantiene un cargo gerencial que concentra la mayoría de las actividades administrativas, de compra y tratos con proveedores. Así mismo, todos los integrantes del organigrama responden a las órdenes y actividades laborales que él indique. A diferencia de los otros tres, es el único que presenta la contratación de connacionales. Por un lado está la fábrica de calcetines en Pachuca, donde hay 18 operadores de las máquinas para hacer calcetines y un ingeniero encargado de supervisar el funcionamiento de las máquinas, darles mantenimiento y repararlas según sea el caso. Aunque dentro de los operadores hay dos coreanos, estos se sitúan más altos en la jerarquía de la fábrica por el simple hecho de ser coreanos. Durante la jornada laboral normal, John Wong y Juan Seo, ambos mayores de 30 años, corrigen el trabajo de los operadores mexicanos y apresuran a las empaquetadoras que también tienen el cargo de ponerles las etiquetas a los calcetines.

En el local de Tepito, el Sr. Park es el encargado de coordinar el trabajo, está a cargo de la caja registradora, supervisando el trabajo de los vendedores y almacenadores. Como la mayoría de los pedidos se hacen telefónicamente, su trabajo lo realiza tras el escritorio, cobrando y realizando los pedidos. Martin Ahn, coreano también, se encarga de armar los paquetes de calcetines de los pedidos con Dennis y Enrique. En el almacén también esta Byun Taek, quien solamente supervisa que no exista un robo o pérdida de mercancía. Sara apoya en las ventas al Sr. Park, dirigiéndose a los clientes, mientras que Damián apoya en almacén o ventas de acuerdo al número de gente o apoyo que se necesite más urgente.

En el último escalafón de su cadena operativa se encuentran los llamados “diablos”, quienes acarrear la mercancía desde el camión a la bodega y distribuyen las mercancías con los clientes dentro de la zona. No tienen un salario fijo ni contratación, su pago es “a destajo” y dependen de la actividad realizada. El pago recurrente es de 40 pesos por viaje. Al conocer el movimiento cotidiano de mercancías que tiene la bodega, se juntan alrededor de ella esperando ser solicitados. Son el último eslabón del negocio pero imprescindible en tanto que son en última instancia quienes llevan la mercancía con el cliente.

El papel de las mujeres mexicanas empleadas bajo un cargo general con salario igual al de otros empleados pero que en la práctica desempeñan tareas y toma de decisiones gerenciales para el negocio, es importante ya que resalta una tendencia dentro de tres de los cuatro negocios, llegando a impactar en la estructura organizativa del mismo. En algunos casos, estas mujeres participarán como consultoras de aspectos personales de los comerciantes coreanos, borrándose los límites de una relación laboral y generará relaciones de apoyo nodales en el *establecimiento* de los comerciantes coreanos.

Hay dentro de la jerarquía, la presencia de actores que toman un papel intermitente dentro del negocio al participar esporádicamente pero que mantienen sus posiciones establecidas. Por un lado están los amigos de Esteban O, David Kim y Francisco Lee que ayudan en la venta y distribución de panes al vapor cuando se participa en ferias o eventos como el TNT, la Feria de las Culturas Amigas, etc. Aunque no forman parte de la empresa, su rol y

presencia como amigos de confianza, durante estas intervenciones dan órdenes a los cocineros y a los vendedores.

Los coreanos como dueños del negocio concentran el mayor número de actividades y roles dedicados a la gerencia y administración económica, siendo los puestos de trabajo ofrecidos a los mexicanos de carácter técnico o de mano de obra, ya sean en ventas, producción de alimentos u organización de las bodegas. Aunque hay coreanos empleados en los mismos puestos, como en la fábrica y tienda de André Lee, estos ostentan un estatus mayor que los empleados mexicanos. A diferencia de lo que encuentran autores como Pyong Gap Min (1990), Min Zhou (2004) y Kyeyoung Park (2011) en el empleo de familiares como fuerza de trabajo no remunerada y coétnicos como base principal de ahorro al pagarles menos de lo mínimo normativamente instituido, en México observamos a través de estas jerarquías que el salario menor es otorgado a los empleados mexicanos mientras que la participación de familiares y coétnicos es menor en comparación a estos empleados mexicanos.

El empleo y participación de trabajadores mexicanos también forma parte de sus estrategias de seguridad, como es en el caso de la venta de calcetines de André Lee. Cuando André Lee inició con la bodega hace 10 años, no hacía uso de los diablos y mandaba a sus empleados a realizar las entregas. Aunque las ventas y empaquetado de los pedidos se veía intervenido por estas entregas, fue la inseguridad y robos lo que llevó a Lee a emplear a los diablos para realizar sus entregas.

“...si no usas diablos pierdes mercancía, gente que ve calle todo el tiempo busca oportunidad de robar mercancía. Sólo ellos conocen cómo moverse, como defenderse... eso pienso yo ahora ¿Por qué antes robaban mucho y con ellos nadie roba?” (André Lee, entrevista personal)

Una coincidencia en la mayoría de los casos es la concentración de la toma de decisiones, administración, manejo de relaciones con proveedores y clientes al mayoreo, así como operadores de dispositivos de seguridad, en los varones coreanos dueños del establecimiento. Estas particularidades generan una condición de labor saturada de actividades las cuales implican una dedicación de largas jornadas de trabajo donde estos individuos se vuelven ejes

indispensables para la operación cotidiana del negocio, lo cual podríamos denominar como trabajo cautivo.

Esta estructura organizativa entra en tensión cuando hay situaciones que impiden que los varones coreanos asistan al negocio o se desarrollen cotidianamente en él: viajes, enfermedades, accidentes, citas de negocios, etc. Estas condiciones de trabajo no son exclusivas a los coreanos sino al tipo de comercio popular o “en pequeño”, el cual está situado en un contexto económico que limita otro tipo de desarrollo.

Un elemento que tiene que ver con el conflicto del estatus socioeconómico de los coreanos al llegar a México, uno de los factores que explica porque se introducen al escenario comercial, es la complicación de asumirse como empleados, subordinados o asalariados cuando en su país natal mantenían un estatus superior. Dentro de la organización de los negocios pero también dentro de las distintas asociaciones esto se cristaliza en la composición de múltiples cargos gerenciales para una sola área o cargo.

Esto no sólo ocurre en los negocios de los comerciantes sino en instancias políticas más complejas como la Asociación de Coreanos en México, la cual tiene un presidente, cuatro vice-presidentes y un número indeterminado de miembros del Consejo. Al hablar con Miguel Kim, uno de tantos vice-presidentes, menciona que muchos de sus colegas tienen ese puesto como designio del presidente, quien les otorgó el puesto para que puedan cobrar un sueldo alto cuando en la práctica no tienen ningún cargo o responsabilidad en las actividades que la Asociación realiza. Miguel Kim mantiene las operaciones como vice-presidente y los demás solo son llamados en eventos especiales o se dedican hacer actividades rutinarias como mandar correos, aunque su posición los situé en el punto más alto del escalafón debajo del presidente.

## 2. Obtención de recursos: máquinas, materias primas y mercancías.

Las estrategias en las que se han caracterizado, pero no se reduce a ellas, a estos comerciantes coreanos es la importación de maquinarias coreanas y chinas para producir a un menor costo de producción mercancías que ya se encuentran en el mercado nacional pero ante un menor precio y bajo presentaciones novedosas de sus productos, ya sean los helados, el pan al vapor o los propios calcetines.

Roger Waldinger (1986) afirma que los productos étnicos establecen parte importante de las condiciones del mercado en el que se insertan los empresarios étnicos en tanto que aportan una variedad e innovación frente a lo que se encuentra localmente, demandando una conexión directa con los lugares de origen pero también y de relevancia, de los gustos y preferencias de compra.

Esto lo logran haciendo uso de las redes familiares y de amistades en Corea del Sur y ciertas provincias de China con las cuales comparten asociaciones comerciales, como el caso de André Lee y Sado Ihm. Estas conexiones les permiten no sólo importar productos étnicos sino identificar aquellos con mayor afinidad dentro de la comunidad coreana pero clave en su inserción en el mercado local, aquellos que sean de mayor interés para los distintos sectores de la sociedad mexicana.

La investigación de mercado es una de las principales actividades constantes que realizan los comerciantes coreanos. Los productos relacionados al pop coreano son muy solicitados por jóvenes mexicanos aficionados a la música, series de televisión y películas, siendo un mercado a explotar por parte de los comerciantes.

Sin embargo, no siempre salen bien. Sado Ihm inició a importar productos relacionados al pop coreano en enero del 2016 como una manera de complementar las ventas de la heladería, poniendo especial atención en traer los carteles, discos musicales de los principales grupos coreanos de moda. En septiembre, que inicie la investigación y trabajo de campo con él, pocas habían sido las ventas de estos artículos, estando repleta una vitrina que había acondicionado para ellos. A partir de este momento, optó por otra estrategia:



Figura 4.1. Cambio de estrategia de Sado Ihm para vender “productos coreanos”<sup>73</sup>.

A su vez, hacen uso de las redes locales para conocer los mecanismos más eficaces para la importación de contenedores. Una tendencia en el centro histórico, ya sea entre coreanos, libanesas o mexicanos, es arriesgarse de manera continua como una manera de conseguir el mejor precio de importación sobre mercancías, aquí radica la experiencia del comerciante, que se consideran se pueden vender rápido en este negocio orientado al mayoreo.

Simón Hajjar, comerciante libanés con más de treinta años de estar vendiendo ropa y telas en el área de La Merced, asegura que su negocio le “costó sangre de tantos enojos, noches de rabia que pasé sin tener ni un solo peso para comer y no saber qué hacer al día siguiente. Toda mi energía la apostaba al negocio y por eso prosperó pero si me costó mi salud, un vivir en estrés de no saber qué sucederá” (Simón Hajjar, entrevista personal).

Importar la mercancía es no saber qué pasará con ella en su trayecto. André por eso decidió invertir en la industria porque la importación significa “jugarse 200 o 400 mil pesos cada que se acabe la mercancía” (André Lee, entrevista personal). La situación de riesgo es que no hay garantías durante el proceso de importación: si la mercancía se pierde en el trayecto, es robada, queda estancada en la aduana por no tener los permisos necesarios, etc., la pérdida recae en el importador. El valor de la inversión no se recupera, haciendo que las altas ganancias sean mediadas por un alto riesgo periódico.

<sup>73</sup> Extraído de la página oficial de Facebook del negocio con autorización de Sado Ihm.



El caso de los cuatro comerciantes presentan un consumo étnico transnacional para la realización de su negocio debido a las máquinas y artefacto productivos, aunque en cuanto a los productos terminados ofrecen una variedad de elementos que trascienden las barreras de una economía étnica.

#### Estrategias laborales: capital humano y étnico.

De acuerdo a la literatura universal sobre comerciantes coreanos, una tendencia común es el auto-empleo familiar así como el empleo, formal o informal, de sus connacionales como parte importante de sus estrategias de capitalización económica y ahorro (Light y Bonacich, 1988; Gap, 1984; Kyeyoung, 1997). En México, la tendencia que se encuentra es otra, cristalizada en el caso de estos cuatro comerciantes coreanos. La principal búsqueda en torno al capital humano es emplear a mexicanos.

Hacer uso de la mano de obra familiar de manera reducida sustituida por mano de obra barata existente en el mercado, representada por migrantes interno de la república y jóvenes que se incorporan por primera vez al mercado laboral, les permite a los comerciantes reducir sus gastos salariales.

“nosotros somos los que necesitamos el negocio y pues lo aceptamos por eso. [...] empaquetar, acomodar en bodega, vender o llevar paquetes, todo te lo piden sin preguntar si sabes hacerlo, ellos dicen y ‘tú tienes que hacerlo’ sino si se molestan y te corren o no te pagan el día porque no hiciste lo que se supone te pudieron hacer” (Mariana, empleada de Erick, entrevista personal).

La contratación de empleados mexicanos está marcada, en el caso de Erick y André, por un constante movimiento producto del despido y nuevas contrataciones que obedecen a dos factores. Por un lado, la búsqueda de trabajadores que se acoplen a recibir y acatar las órdenes que se dan de manera informal y que sobrepasan las actividades para lo que fueron contratados.

Por otro lado, forma una estrategia constante para evadir la generación de prestaciones a sus empleados, manteniendo únicamente el pago del salario mínimo de la manera semanal y da como resultado un fenómeno de ciclo de empleados que son recontratados en otros negocios coreanos.

“Al final aprendes a trabajar con ellos, quieras que no te hacen un favor porque el día que te enfadas, te quieres dar un descanso o simplemente te corren, pues ya les sabes el modo y puedes trabajar con ellos [los coreanos] en otro lugar. Claro, todos los que trabajamos con ellos seguimos buscando entre coreanos porque quieras que no, si es una joda y todo, pero te pagan mejor que en otros lados. Y de mala manera pero también aprendes muchas cosas con ellos, como que son más ordenados no importa si no venden, siempre tiene algo que te ponen hacer...nunca te aburres aquí con ellos, jajaja” (Saúl, cocinero empleado de Esteban, entrevista personal).

Muchos jóvenes prefieren los trabajos ofrecidos por los coreanos por la oferta ínfimamente mayor que ofrecen frente a otros salarios, además por la contratación inmediata. Esta estrategia evidencia el conocimiento de la legislación mexicana por parte de los comerciantes coreanos. En términos de legalidad, cada comerciante en pequeño está obligado a registrarse ante el Sistema de Administración Tributaria y en particular los extranjeros tienen como obligación en caso de ser dueños y empleadores, emplear mínimo a 11 mexicanos antes de dar empleo a extranjeros (INM). En este sentido, la búsqueda de empleados mexicanos también se explica por una cuestión de entablar una legalidad que se maneja en disposiciones informales como es el caso de André Lee al instalar su maquila.

Los coreanos, como empleadores, buscan dentro del circuito laboral que manejan cierto perfil de trabajadores con el que pretenden retener más tiempo:

“Porque siempre buscar, aunque se encuentren buenos. Cuando alguien entra, se pone a prueba y si no nos gusta: ¡adiós!  
Cuando un nuevo empleado entra siempre le aviso: ‘Antes de 3 meses lo voy a correr’, y no hay nada que me meta en problemas con la ley. ‘Puedes trabajar pero probamos primero como 15 días y si no me gusta te vas; tú también si no te gusta trabajar conmigo te vas pero probamos’. Sólo escojo a personas que viven lejos del Centro porque a ellos importa más trabajo que robar” (Erick Kang, entrevista personal)

Una vez que se probó su productividad ante el trabajo, el empleador estereotipa a cierto género, grupo migratorio o edad como positivo en sus empleados y continúa contratando a persona bajo las mismas características. Así, los jóvenes que poco repelan de sus condiciones laborales, hay menos personas que dependan económicamente de ellos o con poca experiencia laboral, encuentran en los coreanos una oportunidad de iniciar bajo condiciones laborales que no son óptimas.

Si bien, hay casos en el que coreanos emplean a otros coreanos formal o inmediatamente, no es la tendencia. Lo que ocurre comúnmente es que aquellos coreanos ya establecidos y dueños de sus negocios –donde lo más importante es que cuentan un capital suficiente para invertir en importaciones- (quienes son conocidos entre la comunidad coreana como importadores). Aquellos que recién han llegado al país, toman un préstamo con ellos, el cual puede ser en dinero o en mercancía. Venden la mercancía que los importadores han metido en el país y durante dos o tres años pagan su cuenta.

Los empresarios étnicos suelen contratar a sus co-étnicos bajo una lógica de economía étnica donde la paga será solidariamente mutualista entre empleador y empleado. En esta situación, todos los comerciantes coreanos en consideración contratan mexicanos de grupos específicos, contruidos a partir de estereotipos laborales que parten de su experiencia como empleadores, que ellos perciben tienen cualidades deseables así como una ética frente al trabajo deseable.

Sado contrata jóvenes, André Lee oaxaqueños y otros migrantes internos al igual que Erick, mientras que Oh contrata tanto jóvenes como mayores de acuerdo al puesto disponible dentro de la cocina.

Hay una segmentación de género dentro de las contrataciones: hombres en la cocina, limpieza, almacén mientras que las mujeres en la atención al cliente, caja, ventas, restaurante como meseras.

El capital humano de los propios comerciantes coreanos también entra en juego como un factor en las estrategias de su negocio. Antes de incursionar en el comercio, tuvieron una experiencia profesional y educativa alta que empodera sus habilidades organizativas, motivaciones y creatividad, permitiéndoles no sólo sobrevivir sino tener éxito en situaciones de alto riesgo,

conflictivas y usualmente en mercados pequeños y hostiles. El ser profesor, trabajar en una industria textil, trabajar por tu cuenta, etc., dota de conocimientos específicos a este nuevo ser empresario que justo por eso nos otorga un valor específico al empresariado étnico: no se forjaron bajo habilidades aprendidas en la escuela o un contexto de mercado local a su cultura sino bajo un contexto ajeno, donde compartir una etnicidad les permite generar prácticas y estrategias de subsistencia que en otros contextos pasarían desapercibidas.

El manejo de varios idiomas, español e inglés principalmente, además del coreano es parte del capital humano altamente apreciado dentro de la comunidad pero sobre todo entre los comerciantes coreanos por varias cuestiones. Por un lado, permiten entablar conversaciones, conocer las leyes, interactuar con los distintos individuos que forman parte de las distintas fases del trabajo como pueden serlo agentes aduanales, contadores, abogados, proveedores, etc. Por otro lado, el sólo hablar coreano es un límite a construir lazos únicamente dentro de la comunidad coreana, reduciendo la provisión de lazos débiles (Granovetter, 1985) que ayudarían a expandir posibilidades que pudieran no encontrarse dentro del circuito de una economía étnica.

Sin embargo, seguir hablando coreano es esencial y hasta cierto punto funge como puerta de acceso para gozar de ciertos recursos étnicos, como explicitamos en el capítulo tres, que se dan dentro de espacios de socialización donde el reconocerse mutuamente como coreanos es primordial, y el idioma es uno de los factores más importantes.

Las habilidades, experiencia y educación son las bases del capital humano, del cual radica la diferencia del salario pero también de las relaciones sociales que se dan dentro del trabajo. El desconocimiento del idioma, las barreras culturales así como los problemas de no transferir la acreditación de sus habilidades profesionales, se vuelven un conflicto en torno al mercado de trabajo en el que se sitúa y no dentro de un ámbito de auto-empleo.

La teoría de la desventaja (Waldinger, 1986) nos permite entender porque los coreanos evaden trabajos con salarios bajos pero no explica porque se organizan en pequeños negocios, teniendo una concentración mayor que otros grupos.

Bajo una lectura de mercados laborales segmentados (Park, 1997), podemos argumentar que las condiciones del mercado de trabajo en el que se sitúan influye de manera determinante en esta cuestión. Estos comerciantes coreanos dejan ver como el mantenimiento de sus negocios es a veces sostenido por actividades económicas informales posibles a partir de un conocimiento de las legislaciones mexicanas y sus vacíos legales o estrategias para evadirlas, las cuales son aprendidas localmente a partir de la experiencia. No hay que olvidar que estas prácticas forman parte de un contexto institucional que estructura las oportunidades de negocios en general, donde también se someten a reglas y regulaciones locales.

### 3. Estrategias financieras

La capitalización o financiamiento de los negocios es importante para cumplir dos aspectos claves de su establecimiento: la inversión inicial y el acceso a la propiedad.

El ahorro y los préstamos entre surcoreanos como manera de capitalizarse, contrastando la noción de empresario inmigrante como aquel que tiene un capital para invertir, forma parte del aprovechamiento de los recursos étnicos.

La inversión inicial debe ofrecer el dinero suficiente para conseguir los productos a vender, pagar a los empleados, etc. Por ello, es una de las explicaciones que algunos autores aportan para explicar el auto-empleo (Waldinger, 1986). En cuanto al acceso a la propiedad, ya sea en renta o compra, estará mediado por las políticas gubernamentales hacia los inmigrantes. Es decir, el dinero y recursos suficientes para mantener el predio donde se llevara a cabo el negocio no son los únicos determinantes.

En el caso de México los extranjeros pueden adquirir bienes raíces de acuerdo al artículo 27 constitucional, siempre y cuando hagan la debida petición a la Secretaría de Relaciones Exteriores de ser tratados como nacionales y ceder los derechos que podrían otorgar a sus propiedades sus respectivos gobiernos nacionales<sup>74</sup>.

---

<sup>74</sup> Esta disposición que se presenta en el artículo 27 constitucional queda detallada en la Ley de Inversión Extranjera, ratificada en 1993 en el Diario Oficial de la Federación. [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=4817271&fecha=27/12/1993](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4817271&fecha=27/12/1993) [Consulta: abril 2017].

Es decir, no hay ninguna complicación más que un simple trámite que sólo puede ser realizado cuando se tiene formalizado su estatus migratorio. Sin embargo, el estatus migratorio de turista y residente temporal imposibilita la compra de propiedades, siendo necesario apelar a la renta por lo menos los primeros cuatro años de estancia en el país, tiempo mínimo para poder solicitar el estatus de residente permanente el cual posibilita a los extranjeros tener propiedades en territorio nacional (INM, 2016).

Cabe recordar que el Instituto Nacional de Migración en su expedición de visas pide ciertos requerimientos aquellos que entran en búsqueda de establecer un negocio, dentro de los que prima la cantidad de 100,000 pesos en efectivo y en caso de tener intención de poner un negocio asegurar una inversión de 40 mil días de salario mínimo<sup>75</sup>. Dado las relaciones diplomáticas de México con Corea del Sur, los migrantes surcoreanos no necesitan tramitar algún tipo de visado para entrar al país siempre y cuando la estancia sea menor a 180 días y no se realicen actividades remuneradas.

En la práctica, como podemos ver en los casos de Erick, Esteban y Sado poner un negocio no fue uno de sus objetivos al llegar a México, motivo por el cual no realizaron dicho trámite, entrando al país con visa de turista o empleado de confianza, como fue el caso de Esteban. Una vez establecidos en México, cambiaron su estatus a residente temporal, el cual hay que renovar cada 180 días hasta cumplir cuatro años, cuando se puede apelar a la residencia permanente. Dado los requisitos así como el grado de incertidumbre sobre su desempeño económico, hace que los comerciantes coreanos operen de manera informal sus negocios como empleadores extranjeros y dueños de negocios con visas de residentes temporales a través de una estrategia de “préstamo de nombres” con sus empleados. Sus empleados de confianza, permiten que sus empleadores coreanos registren su empresa o negocio a su nombre quedando como negocio mexicano. Algunas veces, como Erick, el registro de la bodega y su actividad comercial no mantiene un registro formal ante el Instituto Nacional de Migración ni el Sistema de Administración Tributaria.

---

<sup>75</sup> Esto de acuerdo al trámite de inversionista que expide el Instituto Nacional de Migración. Véase: <http://www.inm.gob.mx/static/tramites/Internacion/Inmigrante>

Esto es importante porque los surcoreanos no necesariamente llegan con el dinero suficiente para abrir un negocio, siendo los préstamos personales o rotativos un recurso importante en el financiamiento de la primera inversión. En el caso de la renta, dependerá de los requisitos que pidan los propietarios, los cuales pueden variar mucho. En el caso del Centro Histórico, comúnmente sólo piden como depósito el valor de cuatro rentas del local o bodega<sup>76</sup>.

Como en el caso de Erick y Esteban, es normal recibir préstamos de parientes o amigos y combinarlos con ahorros personales para adquirir un negocio. Con el crecimiento y vinculación con la comunidad coreana se ha incrementa la posibilidad de apelar a otro tipo de préstamos. Particularmente, en la Ciudad de México existe una tendencia de préstamos rotativos denominados *kye*, que mantienen una lógica similar a lo que en México denominamos “tandas”.

“Lo que hacen es prestar[se] dinero entre todos. Tienes que dar 10000 pesos al mes y si son 30 personas, cada una dará y puedes tener dinero para invertir en negocio o comprar bodega y vas pagando ese préstamo a los demás [...] tienes que ser coreano y conoceros a todos” (Esteban O, entrevista personal)

De esta manera, participando en un *kye* de 10mil pesos y treinta personas cuando toque recibir el dinero, el comerciante tendrá en sus manos 300 mil pesos o dólares, según sea el caso, para invertir en un negocio y garantizar el dinero suficiente para sustentarse y poder pagar 10mil pesos al mes durante dos años y medio a los otros participantes, o se tenga el suficiente dinero para “liquidar” la deuda y salirse. Es común, también, participar en varios préstamos de acuerdo a los distintos grupos de socialización en los que se participe. Las iglesias suelen ser el punto de encuentro en donde se acuerda entre varios conocidos dichos préstamos.

Esta dinámica presenta un alto riesgo para sus participantes pues no hay garantía de que todos los participantes podrán poner su dinero mes con mes, así que se busca siempre participar con amigos, parientes o conocidos con una

---

<sup>76</sup> Información extraída del trabajo de campo. Se realizaron llamadas a 19 establecimientos, bodegas y locales, que se encontraron sus números pegados en las calles ofreciéndose en renta. Al preguntar si había una complicación si el que rentaría es extranjero, en específico coreano, no hubo ninguna excepción salvo un caso. Este último era una bodega en una plaza comercial en Tepito que ponía como requisito adicional que se buscara un aval mexicano con propiedades en la Ciudad de México.

fuerte presencia dentro de la comunidad coreana. Aquí también, el “sueño” forma parte de la transacción.

Las relaciones con la comunidad coreana, el conocimiento e interacción con distintos actores favorecen la posibilidad de participar en este tipo de créditos rotativos. André participa en este sistema de crédito para pedir la importación de contenedores de ropa. A veces, el cambio está en que juntos se pide el contenedor.

Por su lado Esteban desconfía de estos préstamos y para su financiamiento hace uso dos bancos locales, Santander e Ixcel. Antes de su negocio, sus padres le mandaron dinero para la inversión de renta para establecerse en Zona Rosa. Ahora tiene un crédito hipotecario para pagar su casa y el coche de su esposa ya que considera que es muy riesgoso participar en este tipo de préstamos.

“Ahorita ya se rompieron mucho, ya nadie tiene confianza en nadie. Porque cobran y se van, ya no funciona. Cada mes pagas pero los primeros en recibir el dinero tienen todo junto, luego huyen con todo dinero y quiebra también el *kye*. Ya nadie confía. Como 5 o 10 personas con más confianza si hacen pero ya no es mucho dinero” (Erick Kang, entrevista personal)

El rol de las instituciones bancarias en el desarrollo de los comerciantes coreanos es menor en consideración de otras latitudes como es el caso de Estados Unidos (Nopper, 2008). Para pagar sus deudas, estos coreanos empleados ingresan en tandas, *kye*, del cual van sacando dinero inmediatamente para el mes, el cual pagaran paulatinamente a través de sus ventas diarias. Los coreanos adoptan un modelo de empleo en el que se mantiene un estatus alto entre ellos, considerándose dueños de su propio negocio y no respondiendo ante un patrón. Lo cierto es que los coreanos importadores funcionan mucho como un patrón en tanto que establecen los plazos de pago y la mercancía que pueden vender así como su costo. La manera, rapidez y lugar donde vendan su mercancía es conocimiento de todos los participantes, siendo la centralizar e importancia durante las pláticas dominicales en las iglesias. La estrategia para garantizar y confiar en el otro, es asistir todos los domingos para reafirmar el compromiso de no desaparecer con el dinero, así como contar el desempeño favorable o no en el negocio.



El *kye* es utilizado para las necesidades de financiamiento más urgente o inmediatas, mientras que los ahorros y préstamos familiares son la tendencia más común para iniciar el negocio o realizar las primeras inversiones.

Estos créditos se fundamentan en la preexistencia de una confianza que se va creando a través de vínculos comunes. En este sentido, coincidiendo con los resultados de campo de Min (1992), las iglesias y espacios deportivos no sólo fungen como centros de socialización sino también como centros informales de negocios en tanto que es en ellos donde se comparte y discute la información sensible que lleva a la construcción de la confianza en el otro para considerarlo como socio o miembro de una red de préstamo.

Lo que podemos observar es que en la mayoría de los casos se da una combinación de capitales, sobre todo utilizadas como capital inicial y disminuyendo su diversidad al asentarse económicamente. Los bancos son instituciones fuentes financieras que necesitan ciertas características para que los inmigrantes las utilicen, siendo las menos frecuentes.

### Estrategias familiares

Las relaciones familiares nutren los recursos dentro de los negocios, dividiendo del trabajo o aportando por diversos medios a los ingresos de una unidad doméstica de producción de la cual forma parte el negocio de los comerciantes coreanos.

Las mujeres juegan un papel importante en el desarrollo de los negocios. Ellas atienden los restaurantes, donde los varones participan en la administración y contabilidad, tomando decisiones conjuntas para invertir en nuevos productos, deliberar quienes son buenos empleados o encargarse de las contrataciones. En el caso de Esteban, Erick y Sado son las mujeres quienes se encargan de disponer monetarios para enviar remesas. Este papel activo, por un lado como socias que administran contiguamente con los varones el negocio o como empleadas con un cargo de confianza más amplio, generan relaciones personales que traspasan los límites de las relaciones laborales, en los casos de las empleadas mexicanas.

Las relaciones informales pueden ser el comienzo de una colaboración que con el tiempo conforme una red de apoyo o constituya un lazo débil o fuerte (Granovetter, 1985) basado en la amistad, afectividad o confianza. Posteriormente estos pueden convertirse en lazos de parentesco, donde hay una expectativa de confianza y honestidad entre sus miembros.

El matrimonio mixto, como en el caso de André y Sado, que se casaron con mujeres mexicanas, les permitió asentarse en un mercado y contexto mexicano. Ihm se adentró dentro de una colonia de Iztapalapa y André Lee pudo conseguir la información y facilidades para tener una residencia en Polanco, esto a través de la red de información que les era ajena por su condición de extranjeros. Estas relaciones matrimoniales van haciendo modificando el negocio no sólo por su participación en él sino por el cambio de expectativas que se adaptan a la necesidad y sueños de los integrantes de la familia.

“Conocí a Marcia en la misma calle de la casa. Ella barría todas las mañanas la calle y vemos diario porque [yo] salía a fumar. Me ayudaba verla y platicar para practicar español. Que después nos conocimos bien y salimos juntos. Ella me recomendó poner primer heladería para llamar atención de la máquina de helados [...] ya después casamos” (Sado Ihm, entrevista personal).

Los comerciantes aprovechan estas relaciones para incrementar sus redes y adquirir información ya sea en pequeñas reuniones o interacciones en espacios públicos particulares. Uno de los objetivos más importantes es mantener un flujo constante de información y mercancías.

Estos comerciantes coreanos tienen en común el mantenimiento de lazos de parentesco y de amistad lo bastante sólidos que después de años de incomunicación por su experiencia migratoria, han podido revitalizarlos a través de una asociación de negocios, lo cual ha determinado en gran medida el éxito al iniciar sus propios negocios. A su vez, la familia y particularmente los matrimonios cobran importancia en el desarrollo empresarial de los comerciantes al compartir y ampliar las redes de contactos y de apoyo donde los matrimonios mixtos cuentan con la facilidad de tener una mayor apertura hacia redes con personas del mercado laboral local, accediendo a conocimiento local sobre ciertas prácticas.

Es de resaltar el papel de los varones en las familias coreanas como una fuerte influencia en la construcción de masculinidades que expresan y condicionan las estructuras organizativas dentro del trabajo. El varón dentro de la cultura coreana sigue manteniendo una responsabilidad ante la familia de ser el sostén económico, posición puesta en tensión por la participación de la mujer dentro de distintos escenarios laborales (Sung, 2003: 354) que en la práctica se traduce a una subordinación del trabajo y actividades laborales femeninas frente al varón como el pilar económico, pero también de corte moral en torno a la toma de decisiones que atañen a toda la familia. La autoridad masculina se impone dentro de los hogares.

“...aquí invitan a familia para ampliar negocio ¿no? En mi caso yo sólo. Cuando me casé mi esposa se quedó como ama de casa. Ella cuida a mi hija y la educa aunque si extraña el trabajo, me dice”. (Esteban O, entrevista personal)

Recordemos que la esposa de Esteban trabajaba como traductora en la Embajada de Corea del Sur en México pero tras conocer a su ahora esposo y casarse, dejó su trabajo. De hecho, me fue imposible reunirme y platicar con ella pues las insistentes veces que le comenté a Esteban que era importante para mí hablar con ella se negó a concertar una cita aludiendo que: *ella no participa en nada del negocio, no veo que pudiera responderte de algo.*

Esto es altamente significativo pues aunque en posteriores conversaciones me detallaba como la selección de la ubicación y compra de su casa, el manejo de sus ahorros y próximos viajes de Corea así como las cuentas de la colegiatura y demás gastos relativos a su hija estaban a cargo de ella. Al final, su papel dentro de la organización familiar traspasaba los límites del negocio en cuanto al uso de los recursos, el financiamiento así como el papel de los ahorros y su uso dentro de las actividades del mismo. Sin embargo, la postura de Esteban como el dueño y administrador niega su injerencia o reduce su importancia en su agencia. Esta división sexual del trabajo presenta al varón como responsable del negocio y a la mujer como responsable del hogar, sin embargo, muchas de las actividades realizadas por la mujer tienen una injerencia constante dentro del negocio aunque su reconocimiento es nulo.

En este sentido, es que podríamos explicar que la construcción de la masculinidad en torno al trabajo invisibiliza el papel de las mujeres u otros

miembros de la familia<sup>77</sup>. Como lo dejamos ver en el capítulo anterior, dado la incipiente migración masculina, el matrimonio mixto ha sido una tendencia entre los primeros coreanos en llegar y aunque hay una predilección por la endogamia como central en la constitución de la etnicidad, los lazos afectivos que establecen los comerciantes coreanos no tienden a ser exclusivos dentro de la comunidad coreana. Sin embargo, no se resta importancia y centralidad de la autoridad masculina frente al campo económico.

#### Estrategias étnicas: Las redes sociales de connacionales en torno a la información, apoyo y solidaridad.

Los comerciantes desarrollan redes de información y apoyo entre miembros de la comunidad coreana a través de su experiencia como inmigrantes, especialmente por el denominador común que implica el proceso de importación. Estas redes están basadas en relaciones de amistad que se tejen en determinados espacios de socialización como son las iglesias y eventos deportivos. Estos espacios, a su vez, nos permiten distinguir entre la manera que hacen redes entre las mujeres y los varones.

Los grupos de varones son formados de distintas maneras. El trabajar juntos, ser socios o empleados co-étnicos, dado un vínculo de amistad o parentesco preexistente es el camino más corto pero no siempre el más efectivo o duradero. Suelen formarse por relaciones consanguíneas que involucran relaciones padre e hijo o tíos, como en los casos de Sado Ihm y Esteban O. También por relaciones de amistad establecidas con anterioridad al ser de una misma ciudad, equipo de trabajo o educación, como el caso de Erick Kang. Incluso pueden detonarse de experiencias relativamente efímeras como el conocerse y compartir información en los recurrentes vuelos aéreos entre la Ciudad de México, Seúl y sus respectivas escalas en Estados Unidos como en el caso de André Lee.

---

<sup>77</sup> Con esto no se quiere minimizar las construcciones femeninas en las familias coreanas y en los propios negocios como dueñas o trabajadoras. Al contrario, merece especial atención en tanto que su estructuración implica la transformación prácticas laborales y familiares que para esta investigación fue difícil de indagar.

La información que se comparte sobre qué y donde invertir, que vender o que negocio puede prosperar está enmarcada por estas relaciones donde priman la confianza y el apoyo a la hora de tomar las decisiones de volverse comerciantes. De esta manera Erick inmigró a la Ciudad de México para participar en la compra-venta de calcetines por la invitación de su amigo y sin realizar un estudio de mercado o valoraciones económicas sobre este país que se le presentaba como desconocido.

Por otro lado, están las relaciones que se forman a partir de los encuentros en espacios de socialización de la comunidad coreana, como vimos en el capítulo anterior, donde se realza la importancia de las iglesias y espacios deportivos. Estos últimos se generan a través de encuentros y relaciones que se dan en el escenario comercial o en las propias iglesias, donde se vuelven más íntimas las relaciones entre aquellos que comparten un giro comercial o espacio urbano común de sus negocios.

“Yo no sabía que jugaban fútbol y la asociación ni nada. Mi amigo me invitó una vez a jugar con ellos y ahí conocí varios [que son] amigos ahora que también venden ropa en Centro, ¿Por qué no nos habíamos conocido? Por estar todo tiempo en el méndigo trabajo [...] después algunos nos gustaba mejor baseball entonces hicimos nuestro equipo” (Erick Kang, entrevista personal)

Los días de descanso laboral forman parte importante en la formación de estas agrupaciones, en las cuales es necesaria una co-presencia física fuera de los espacios de los negocios.

Hay un tercer tipo de agrupaciones que se forman a través de la constitución de organizaciones de asistencia a la comunidad coreana, como la Asociación Coreana en México, así como las específicas orientadas al comercio como la Asociación de Comerciantes Coreanos en el Exterior (OKTA) y la Agencia de Fomento al Comercio e Inversión Coreana (KOTRA). A partir de la vinculación de información sobre los distintos negocios y operaciones que llevan a cabo establecimientos de propiedad de surcoreanos en México, se van formando socios a partir de lazos de colaboración.

Fue a partir de la participación en OKTA que André Lee conoció las compañías de propiedad o capital surcoreano que participaban en la “Feria de la Importación y Exportación”<sup>78</sup> en la ciudad de Guangzhou<sup>79</sup> y pudo ponerse en contacto con aquellas que ofrecían la venta de máquinas industriales de tejido de calcetines. Esta facilidad le permitió encontrar a su proveedor de máquinas, quienes se han instalado en esta ciudad por ser el epicentro de la exportación de bienes domésticos y máquinas industriales en Asia.

“[...] ya traía calcetines y telas de China ¿porque no máquinas? En Corea hacemos mejores máquinas pero también son más caras, jaja. Encontrar más coreanos [en la feria] fue mejor que comprar en Corea” (André Lee, entrevista personal)

La solidaridad étnica, entendida como reciprocidad y apoyo dentro de un grupo con rasgos nacionales o étnicos comunes (Valenzuela, 2013), se gesta a partir de estas agrupaciones que dan respuesta a diferentes situaciones en donde los comerciantes necesitan un apoyo para situaciones que trascienden sus estrategias empleadas.

La Asociación de Coreanos en México no sólo asiste de manera imparcial a todos los surcoreanos residentes en la ciudad, en materia de respaldo jurídico, asesoramiento fiscal y contable así como resolución a peticiones en cuestión de seguridad. También cuenta con un cuerpo de policías que forma parte del departamento de seguridad de la Secretaría de la Seguridad Pública en la Delegación Cuauhtémoc, como una medida de que se puedan cubrir operativos que involucren a la comunidad coreana y el idioma no sea un obstáculo ni una barrera para la existencia de injusticias por parte de sus prácticas.

---

<sup>78</sup> Se lleva a cabo en los meses de abril y octubre desde 1957 en la ciudad de Guangzhou y concentra el mayor número de industrias dedicadas a la manufactura de bienes domésticos.

<sup>79</sup> Guangzhou es la capital de la provincia de Guangdong que coloquialmente en los países de habla hispana se conoce como Cantón. Esta provincia se encuentra al sudeste de China y cuenta con puerto marítimo, siendo una de las ciudades importantes de la Ruta de la Seda. Actualmente es la tercera ciudad que concentra el mayor número de industrias manufactureras del país. Para más información véase: <https://web.archive.org/web/20110611114926/http://www.gdstats.gov.cn/tjnj/e3.htm>

La solidaridad étnica es construida a través de un estatus de extranjería como una condición común que sitúa a los migrantes surcoreanos en condiciones particulares de emprendimiento e inserción laboral frente al resto de la sociedad. En este sentido, esta solidaridad no emerge sólo por el hecho de compartir un mismo idioma, origen étnico común o herencia de tradiciones; sino por la capacidad y procesos de cohesión que se dan dentro de la configuración de una comunidad étnica. Como vimos en el capítulo anterior, la constitución de la etnicidad coreana se manifiesta en una diversidad de ser coreano y que a su vez condiciona la manera en que se accede a los recursos étnicos.

De esta manera, la solidaridad étnica obedece a la capacidad y habilidad de la organización de la comunidad étnica de conferir cierto estatus a sus individuos o en su defecto excluirlos (Zhou, 2004:1049). Es bajo esta organización que podemos apelar a la constitución étnica de los recursos que ofrece la comunidad en tanto que dicho estatutos que integra o excluye de manera diferenciada a sus miembros opera en torno a la construcción de la propia etnicidad en un contexto migratorio.

La constricción normativa del ser coreano en la Ciudad de México basado más en su contexto migratorio que en la cuestión consanguínea -ser descendiente del pueblo coreano (*minjung*)-, mantener un vínculo continuo con Corea del Sur, hablar el idioma coreano y reproducir endogámicamente las familias como reproducir las tradiciones coreanas dentro del hogar, genera una etnicidad articulada desde la diferencia y mismidad (Restrepo, 2004) de múltiples identidades coreanas.

La construcción de redes locales con proveedores, banqueros, abogados o propietarios de predios locales es crucial, posibles solo a través del dominio del idioma español. Aquellos que lo hacen pueden prescindir de las relaciones y ofertas que se dan dentro de una economía étnica, como asegura Esteban.

Pyong Gap Min (1984; 1990) encuentra en sus sendas investigaciones, que los comerciantes coreanos en Estados Unidos prefieren un negocio donde mantengan un estatus equiparable al que mantenían en Corea, usualmente de clase media y bajo profesiones universitarias. Esto contribuya a la complicación de encontrar sintonía de este estatus de clase bajo ofertas de empleadores locales que no acreditan su preparación profesional.

El auto-empleo se vuelve el único camino para mantener dicho estatus, el cual se comparte entre los socios y empleados connacionales, existiendo esta tensión con empleados mexicanos que ostentan su mismo cargo. Este estatus está sujeto a cierto desarrollo de la comunidad coreana a donde llegan, donde suelen hacer lo mismo que hacen otros coreanos que llegaron primero para reproducir o alcanzar cierta movilidad social que no solo se traduce en un estatus socioeconómico.

Las estrategias étnicas de solidaridad se emplean de manera diferenciada entre los comerciantes coreanos, de acuerdo a su conocimiento del idioma español o coreano, la orientación de su negocio hacia sus coétnicos o a la sociedad mexicana en general, la relación que se guarde con la comunidad coreana así como las relaciones de asociación que se establezcan, basadas en relaciones consanguíneas o parentesco, donde cobra vital importancia la composición de sus familias y la construcción de la etnicidad coreana dentro de ellas. La solidaridad étnica no es una respuesta extendida ampliamente a todos los integrantes de la comunidad coreana, sino que descansa en el capital social y cultural de cada uno de los miembros.

### Conclusiones

La evidencia cualitativa de los cuatro comerciantes coreanos muestra distintos modos de incorporación económica donde las características étnicas en torno a una coreaneidad son aprovechadas de distintas maneras, posibilitando la capacidad que tienen para establecer sus propios negocios.

Lo que llamamos estrategias no son sólo aquellas que dan respuesta a los conflictos que se presentan sino las que articulan cotidianamente el negocio en torno a una idiosincrasia específica del mismo, donde la subjetividad cobra un lugar importante. La manera en que se piensa el negocio, bajo una postura cultural, religiosa o familiar específica, genera un tipo de aspiración y negociación desde dentro y hacia fuera, con los diversos actores involucrados. Es decir, el aprovechamiento de los recursos étnicos están determinados por una composición familiar y cultural no estandarizada.



El emprendurismo dentro de sus prácticas comerciales se encuentra en la innovación de un producto, por un lado, pero como una tendencia general a los cuatro comerciantes por su función de intermediarios en tanto que conectan mercancías chinas y coreanas a partir de una práctica desde abajo. Es decir, de manera popular y bajo distintas prácticas de importación y distribución, las cuales se basan en la participación de distintos actores que se manejan de manera informal y constituyen una red de comercio popular de corte transnacional, generando nuevos modelos económicos de negocios, aunque las mercancías producidas y distribuidas no sean en sí novedosas. Es prudente la categoría de empresarios étnicos en tanto que apelan al uso de recursos y capitales haciendo uso diferenciado de su etnicidad.

Sin embargo, la dinámica dentro de la comunidad étnica así como su organización grupal o individual que se da en sus negocios, no es suficiente para explicar su comercio, sino que hay factores estructurales involucradas en su desarrollo, como lo son: el apoyo institucional de parte del gobierno surcoreanos a través de distintas dependencias, la dificultad de apelar a otros negocios, el énfasis en invertir en la educación de los hijos o el apoyo a las remesas. También el contexto determina las facilidades que se presentan ante los negocios comerciales: la apertura comercial de México orientada a una economía de servicios, donde la importación de productos asiáticos representa una novedad de productos o técnicas de producción, yuxtaposición o modelos de trabajo que vuelven atractivo y bien remunerado su desempeño como comerciantes.

Por otro lado, la familia y particularmente los matrimonios cobran importancia en el desarrollo empresarial de los comerciantes al compartir y ampliar las redes de contactos y de apoyo donde los matrimonios mixtos cuentan con la facilidad de tener una mayor apertura hacia redes con personas del mercado laboral local, accediendo a conocimiento local sobre ciertas prácticas.

El auto-empleo y emprendimiento, en cuanto a la innovación de mercancías no forma parte de la aspiración y sueño migratorio de los cuatro comerciantes coreanos, volviéndose una oportunidad que se fue gestando a partir de sus distintas trayectorias laborales en el país.

Mientras que Esteban O y Sado Ihm aprendieron a través de la comercialización de distintos productos que aquellos que existían en Corea y no en México generaban una oportunidad de negocio más fuerte que otras mercancías que intentaron vender; André y Erick apostaron a la importación de mercancías básicas e indispensables como una manera de generar un amplio margen de ganancias gracias a su bajo costo de producción a través de máquinas coreanas.

El emprendimiento también es una estrategia de inserción económica que permite establecer un negocio propio, donde se puede prescindir de estatus migratorios específicos o acreditación de sus profesiones, para iniciar aún con una bajo capital económico un trabajo que asegura una movilidad social suficiente para mantenerse en México y cumplir sus sueños. Esta es una característica común a los comerciantes coreanos de la investigación, todos iniciaron en un negocio popular donde los distintos recursos étnicos y de capital social basados en su etnicidad reemplazaron la ausencia de capital económico, permitiendo un crecimiento que eventualmente se fortaleció financieramente. El auto-empleo, significó para ellos sustento y también movilidad social.

Sin embargo, el auto-empleo no es su motivación migratoria sino la manera que encontraron para generar ingresos, son un móvil de sus verdaderas motivaciones. Nunca se plantearon ser comerciantes, jefes ni dueños de su propio negocio. Los negocios son una tendencia generacional de los primeros migrantes que no se traduce en una tendencia familiar o seguimiento de las segundas generaciones, lo cual se traduce en una ausencia de constreñimiento de la comunidad coreana a una incorporación exclusiva o fija dentro de los mercados de trabajo locales.

Las trayectorias laborales y migratorias de estos comerciantes coreanos nos deja ver que la elección de poner un negocio, primero, no fue la primera actividad laboral realizada en México, y segundo, esta se encuentra ligada a una oportunidad encontrada en el mercado laboral de la ciudad de México como intermediario entre el mercado asiático.

## CONCLUSIONES GENERALES

La migración coreana a nuestro país no es un fenómeno reciente, aunque su dinámica no da cuenta de un proceso homogéneo y cada flujo migratorio se encuentra temporalmente tan distante que podemos pensar incluso en dichos movimientos migratorios como ajenos entre sí; su presencia en nuestro país data de inicios del siglo XX, teniendo una historia significativa que ha sido poco estudiada. Esta tesis abona a esta falta de trabajos, enfocándose en los coreanos que han establecido un negocio en la Ciudad de México.

La participación de los surcoreanos en la economía mexicana fue lenta a partir de los años sesenta pero acelerada y vertiginosa a partir de los noventa, producto del cambio radical en su economía nacional, posicionándose como uno de los países con mayor crecimiento en la industria automotriz, textil y tecnológica. A 112 años de la primera inmigración coreana al país, la actuación económica de sus migrantes cada vez cobra mayor relevancia y notoriedad pese a su baja representatividad frente al porcentaje total de la población nacional o el porcentaje de otras nacionalidades de extranjeros.

La migración coreana en México inició con la contratación ilegal de habitantes del reino de Joseón para trabajar en haciendas henequeneras de Yucatán en 1905. Posteriormente no habría otra llegada de migrantes hasta los sesenta, cuando llegan los primeros profesionistas y empresarios de la ahora nación Corea del Sur. A partir de este momento, el arribo de surcoreanos al país estuvo ligado con el crecimiento económico orientado a la globalización de este país asiático, generando distintos flujos migratorios que a partir de los noventa estaban constituidos también por migrantes que llegaron a México con la esperanza de realizar sus “sueños” y encontraron en el comercio un espacio propicio.

Un aspecto peculiar de la inmigración coreana es el interés directo del gobierno de Corea del Sur en sus emigrados, otorgándoles un apoyo formidable en los distintos países de destino. Según su política migratoria, el objetivo del gobierno es que sus emigrados no pierdan un vínculo con su nación, por lo cual lleva a cabo una serie de políticas para restablecer una comunicación estrecha para que sigan pensándose como coreanos, construyendo la figura política de “overseas korean” como parte de una etnicidad coreana que se construye en el

contexto migratorio. El Estado como promotor de la migración laboral surcoreana nos permite dar cuenta que el empresariado coreano en México, al igual que en otros países, forma parte de una migración asistida.

La comunidad coreana se presenta como una cultura endogámica al grueso de la población por su tendencia de congregarse en espacios de socialización y sociabilidad exclusivos a su comunidad, sienten limitados los espacios de interacción social con la sociedad receptora. Esta manera de desenvolverse en el espacio urbano y social de la ciudad de México, arroja características importantes a estudiar en un futuro en torno a las relaciones interétnicas que entablan con otros grupos con los que comparten estrecha proximidad.

Las distintas generaciones de migrantes tienen un papel importante en la configuración de la etnicidad dentro de la comunidad coreana, aspecto importante en el uso de los recursos étnicos. Las redes de apoyo se dan siguiendo una reminiscencia confuciana, en entre a pares de edad, género e incluso de profesión o estatus socioeconómico.

Los negocios de los comerciantes coreanos mantienen una estructura fuertemente ligada a su estructura familiar, la cual sigue orientaciones normativas y éticas de una cultura coreana migrante que se teje bajo la configuración de matrimonios mixtos, experiencias migratorias de vivir fuera de Corea así como la incorporación de prácticas y tradiciones del contexto local.

Las condiciones de trabajo dentro de los negocios coreanos no obedecen enteramente a una organización producto de rasgos culturales coreanos sino a una constante negociación entre intereses y condiciones estructurales marcadas por el mercado laboral de la ciudad de México al cual se inscriben.

Una tendencia encontrada en los cuatro casos de estudio de comerciantes coreanos, es la concentración de las actividades gerenciales, neurálgicas y de comunicación del negocio en la figura del varón coreano, el cual se posiciona como eje neurálgico de las operaciones del mismo. Esto conlleva a situaciones de conflicto dentro de la organización, ventas así como de la salud de los propios varones ya que dicha posición implica una dedicación exclusiva al trabajo durante largas jornadas de trabajo sin descanso.

Así mismo, las relaciones familiares se ven menguadas por esta organización, existiendo tensiones que después se traducen o traspalan a un cambio en el propio negocio.

El uso y aprovechamiento de los comerciantes coreanos de los recursos étnicos dependen de varios aspectos, como lo es la generación, el tiempo de estancia en México, así como la relación que tenga dentro de las actividades cotidianas de la comunidad coreana, donde resaltan las actividades religiosas y deportivas. La participación en estas actividades es determinante en el acercamiento y vinculación con las diferentes redes de apoyo que se tejen en estos escenarios, donde más que responder a una cuestión de etnicidad, hablamos de una asociación por semejanzas producto de una configuración confucianista y cristiana del ámbito de la vida social, la cual falta explorar más ampliamente.

La constitución del ser coreano en la Ciudad de México guarda una estrecha relación con el uso y aprovechamiento de los recursos étnicos por parte de los comerciantes coreanos. La manera en que se mantiene el vínculo con Corea del Sur, ya sea privilegiando la herencia consanguínea, hablar el idioma coreano o reproducir la cultura coreana a través de matrimonios endogámicos, las familias como reproducir las tradiciones coreanas dentro del hogar; marcara una multiplicidad de maneras de ser coreano se apelan a distintos grados de pertenencia y consecuentemente de redes de apoyo dentro de la misma comunidad.

La constitución de familias mixtas, entre coreanos y mexicanos, otorga una diversidad heterogénea en cuanto a la etnicidad y formas culturales de entender las relaciones familiares, aportando complicaciones o facilidades para el uso aprovechamiento de los recursos étnicos. De esta manera, la solidaridad étnica obedece a la capacidad y habilidad de la organización de la comunidad étnica de conferir cierto estatus a sus individuos o en su defecto excluirlos.

De acuerdo a la literatura del empresariado étnico, la realización de sus propios negocios permite la creación de trabajos, tanto de auto-empleo como de empleo co-étnico, a los que no podrían apelar si compiten frente a los demandantes del mercado laboral de la sociedad en general. Se dispone de una facilidad étnica de consideración y contratación que no se tiene en otros

trabajos. Para los casos revisados, esta aseveración es cierta parcialmente. Si bien, si se constituyen trabajos con una facilidad étnica, desde el auto-empleo o empleo co-étnico, estos negocios ofrecen oportunidades laborales también a mexicanos clases socioeconómicas bajas y bajo un patrón de desventajas en cuanto a prestaciones y nivel de ingreso. La composición laboral de los negocios no forma un círculo concéntrico ni endogámico, siendo imposible denominar a dichos negocios como una economía étnica.

Las principales problemáticas que enfrentan los comerciantes coreanos en la Ciudad de México tienen que ver por un lado, con el contexto del espacio físico como intervenido por relaciones sociales que se entablan en un ambiente de inseguridad proclive a estos comerciantes por una identificación con rasgos asiáticos. Por otro lado, con las exposiciones por sus mismas condiciones de trabajo a daños en la salud por las largas horas de trabajo, poca atención a los sistemas de salud.

Estos comerciantes influyen de manera determinante en la ciudad desde una intervención y apropiación del espacio urbano en el cual introducen nuevos productos y estrategias de mercado basadas en relaciones étnicas e interétnicas específicas, siendo un común denominador de aquellas comunidades estudiadas y denominadas como empresariado étnico.

De manera cotidiana hacen uso de recursos de una comunidad transnacional de la que forman parte los comerciantes, a partir de familiares, amistades, en tanto que los vínculos que realizan entre latitudes tan distantes que constituyen su tipo de comercio generan prácticas y adversidades que se plantean más allá de un espacio fijo de consumo, distribución e inversión.

El negocio se muestra como una opción frente a las dificultades de insertarse en otras ofertas laborales del mercado de trabajo, con su ejecución se crean oportunidades laborales con las que antes no se contaban y que presentan una facilidad étnica frente a los miembros de la comunidad coreana. Además, lo que podemos apreciar a partir de los cuatro comerciantes coreanos es el aprovechamiento del contexto de acuerdo a sus condiciones económicas y culturales.

Es decir, el auto-empleo y emprendimiento de sus propios negocios no responde a una facilidad de insertarse económicamente en un nicho comercial donde tienen mayores ventajas de acuerdo a sus condiciones migratorias, al poder conectar un mercado asiático que tiene un auge importante en la economía urbana de la ciudad.

A su vez, esta facilidad es acompañada por el uso y aprovechamiento de los recursos étnicos que presta la presencia de una comunidad coreana en la ciudad a sus integrantes, de acuerdo a una escala desigual de pertenecer, para incorporarse rápidamente a una red de información y apoyo que complementan las adversidades de capitalizar financieramente sus pesquisas económicas.

El convertirse en comerciantes fue una oportunidad marcada por el mercado de trabajo en México, no por una aspiración migratoria mercantil ni como parte de un oficio desarrollado en sus lugares de origen, a excepción de André Lee que si contempló su experiencia migratoria el establecer un negocio comercial de carácter transnacional.

Se volvieron comerciantes en México, aprendiendo y articulando la manera de hacer negocios en cada uno de los espacios locales donde se establecieron con los recursos étnicos y transnacionales que individualmente cuentan, gestando una inserción favorable en el ámbito de mercado popular.

Las mujeres mexicanas que con empleadas generales pero en la práctica realizan actividades gerenciales y toman decisiones que también atañen al ámbito personal y familiar de los comerciantes coreanos, son pieza clave para articular los recursos locales que permiten al negocio coreano establecerse. Su conocimiento sobre el mercado local y la manera de dirigirse a los clientes, bajo las tareas o peticiones de los varones coreanos, generan una articulación de recursos locales que amplían y afinan los alcances del emprendimiento de los negocios. Son pieza clave en el éxito del negocio en tanto que permiten vincular con conocimientos prácticos las innovaciones que presentan estos negocios.

Estos hallazgos nos permiten concluir que los comerciantes coreanos en la Ciudad de México no necesariamente atienden a una configuración mercantil marcada por sus condiciones culturales étnicas sino por las condiciones

económicas del contexto mexicano en donde aprenden hacer negocios y *mezclan* con sus recursos transnacionales y étnicos pero no necesariamente culturales.

Las estrategias que emplean para establecer su negocio en la Ciudad de México responden a configuraciones que articulan los recursos étnicos que pueden aprovechar de la comunidad coreana establecida, a la luz de las problemáticas y condiciones aprendidas de los negocios aquí en México.

Si bien, la innovación es el indicador que distingue a los empresarios del auto-empleo, podemos apelar que la figura de estos comerciantes implica pensar esta innovación también en términos de estrategias y acciones empleadas para iniciar, incrementar o modificar el negocio y no sólo su novedad en cuanto a los productos. Es decir, la aplicación de ciertos recursos locales y transnacionales, la configuración de cierto capital humano marcado por sus trayectorias laborales y la explotación de cierto capital social dispuesto por el comportamiento de una comunidad coreana, son determinantes en los aportes que emergen de prácticas sus prácticas mercantiles.

La incorporación de maquinarias coreanas y chinas para la producción de mercancías, ordenadas bajo una ética del trabajo marcada informalmente por una cultura del trabajo nacional coreana bajo una mano de obra local, hacen de los negocios coreanos una innovación que distingue a los casos aquí investigados.

La migración coreana en México está compuesta por una diversidad de actores, instituciones sociales y instancias gubernamentales de apoyo, donde los comerciantes coreanos solo son una minoría frente a la mayoría de empresarios y ejecutivos de empresas coreanas, quienes complementan el complejo mosaico actores dentro de la comunidad coreana, que aún falta investigar más para tener un entendimiento crítico sobre su participación en la estructura económica de nuestro país.

Falta, a su vez, indagar más sobre el papel de las mujeres coreanas en el desempeño económico de estos comercios pero también como empresarias y dueñas de sus propios negocios, así como dentro de las dinámicas que se dan dentro de las empresas y corporaciones coreanas en México.



Falta por explorar con mayor profundidad el impacto que tiene estos negocios comerciales en los mercados urbanos en los que se insertan. Como hemos visto, la articulación de invertir en máquinas asiáticas de producción para agilizar e innovar en el proceso de manufactura de los productos vendidos como nacionales, el manejo financiero de remesas y capitales por medio de aplicaciones y medios electrónicos así como el encargo cotidiano de mercancías realizadas al otro lado del Pacífico como una rutina de los negocios; implica una configuración global del capital y trabajo que trastoca los diferentes sectores económicos en los que se insertan.

Conocer la manera en que los coreanos han establecido un comercio transnacional basado en prácticas sociales y culturales propias e imbricadas con la manera en que se mueve la economía popular en México, nos permite indagar en la configuración multidimensional de un comercio global en el que se inserta la economía y sociedad mexicana en la actualidad.

## FUENTES Y REFERENCIAS

### ENTREVISTAS REALIZADAS A COMERCIANTES COREANOS

André Lee, *dueño de una maquila de calcetines y una bodega para su venta*, realizadas en el Centro Histórico y Zona Rosa los días 2 y 16 de septiembre, 29 de noviembre y 8 de diciembre de 2016.

Christian, *importador y vendedor de cosméticos coreanos*, realizadas electrónicamente el 27, 28 y 29 de octubre de 2016.

Erick Kang, *actor y vendedor de calcetines*, realizadas en Tepito y Zona Rosa durante octubre, noviembre y diciembre de 2016.

Esteban O, *dueño de un restaurante especializado en panes al vapor y comida coreana*, realizadas en Zona Rosa entre septiembre y diciembre de 2016.

Dariela Lee, *dueña de un negocio de venta de gorras*, realizadas en el Día del Deporte el 16 de septiembre y telefónicamente el 17 de septiembre de 2016.

Sado Ihm, *dueño de una heladería*, realizadas en el Centro Histórico y la colonia Moderna durante los meses de octubre-noviembre de 2016 y enero de 2017.

Sr. y Sra. Chung, *esposos, vendedores de ropa y gorras en Tepito*, realizadas el 23, 24 y 28 de octubre 2016.

### ENTREVISTAS REALIZADAS A FUNCIONARIOS DE ASOCIACIONES O DEPENDENCIAS COREANAS

Araceli Yu Cárdenas, *Presidenta de la Asociación de Descendientes Coreanos “México Corea Siglo XXI”*, realizadas en la Asociación Coreana de México y la Delegación Cuauhtémoc los días 16 y 24 de septiembre de 2016.

Esmeralda Arenas, *secretaria de la Asociación Coreana en México*, realizadas durante los meses octubre y noviembre de 2016.

Julián Guerrero Ibarquengotia, *coordinador del área de Asuntos Económicos y Comerciales de Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA)*, realizada el 21 de noviembre de 2016.

Luis Yeom, *secretario de asuntos políticos de la Embajada de la República de Corea en México*, realizada el 6 de diciembre de 2016.

Manuel García Parra, *vicepresidente jurídico de la Asociación de Descendientes Coreanos “México Corea Siglo XXI”*, realizada en la Asociación Coreana de México el 24 de septiembre de 2016.

Miguel Kim, *vicepresidente de la Asociación Coreana en México e importador de plásticos y desechables para su venta en La Merced*, realizadas en Tepito, Zona Rosa y Reforma durante los meses de noviembre y diciembre de 2016.

Sanghoon Choi, *primer secretario de la Embajada de la República de Corea en México*, realizada el 14 y 15 de septiembre de 2016.

### ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVE

Alfonso Hernández Hernández, *subdirector del patrimonio cultural de la Delegación Cuauhtémoc y cronista del barrio de Tepito*, realizadas en la Delegación Cuauhtémoc y Tepito el 8 de septiembre y 19 de octubre de 2016.

Edder, *líder de comerciantes ambulante*, realizadas en octubre y noviembre de 2017.

Francisco Yu Lee, *mexicano de ascendencia coreana (4ª generación), actor y dueño de negocio de productos de limpieza*, realizadas en Cuatitlan Izcalli los días 23 de septiembre, 7 y 21 de octubre de 2016.

Judith Rivera, *mexicana, esposa de un pintor coreano establecido en la Ciudad de México*, realizada el 5 y 6 de septiembre de 2016.

Julio Rodríguez, *vendedor de productos coreanos*, realizadas durante octubre y noviembre de 2016.

Rosario, *vendedora de comida rápida en un puesto semi-fijo de Tepito*, realizadas durante octubre y noviembre de 2016.

Maricruz, *empleada de confianza de Sado Ihm*, realizadas durante septiembre, octubre y noviembre de 2016.

Sr. Gao, *director del Comité de Seguridad de la Comunidad China en México (CS China)*, realizada el 24 de noviembre de 2016.

Arturo, *empleado general de Sado Ihm*, realizadas en el negocio de Ihm durante octubre y noviembre de 2016.

Sr. Park, *empleado de André Lee*, realizadas en Tepito durante noviembre y diciembre de 2016.

Samuel Byun, *boliviano de ascendencia coreana, trabaja en una empresa coreana de cosméticos*, realizadas en el Centro Histórico el 7 y 8 de diciembre de 2016.

“El Vaquita”, *comerciante de artículos para mascotas en Tepito*, realizada en Tepito el día 1 de octubre de 2016.

“El Rana”, *comerciante de zapatos en la calle Florida en Tepito*, realizada en Tepito el día 3 de octubre de 2016.

Simón Hajjar, *libanés, comerciante de ropa en La Merced*, realizadas en La Merced el 13 de noviembre de 2016.

Mariana, *empleada general en el negocio de Erick Kang*, realizada en Tepito el día 10 y 11 de noviembre de 2016.

Saúl, *cocinero en el restaurante de Esteban O*, realizadas en Zona Rosa el 25 de septiembre y 8 de octubre de 2016.

#### OTRAS ENTREVISTAS

Ángel Mussi, *presidente del Consejo de comerciantes Establecidos del Centro Histórico*, realizada en Mixcalco el día 25 de noviembre de 2016.

Choyi Park, *coreana, estudiante de sociología en la UNAM*, realizada en la Condesa el 4 y 11 de octubre de 2016.

Dr. Efrén Sandoval Hernández, *antropólogo-investigador del CIESAS-Noreste especializado en estudios fronterizos y migración internacional enfocado a los mercados populares de México y Estados Unidos*, realizada por videoconferencia vía Skype el 23 de junio de 2016.

Dra. Johanna Parra Bautista, *antropóloga colombiana que realizó un estudio de doctorado sobre la economía y política del mercado textil del Centro Histórico de la Ciudad de México*, realizada por videoconferencia vía Skype el 22 de septiembre de 2016.

Elié Hajar, *libanés, comerciante de telas en Mixcalco*, realizadas el 13 y 14 de noviembre de 2016.

Guillermo Gazal Jafif, *presidente de “Empresarios y comerciantes unidos para la protección del Centro Histórico y de la Ciudad de México”*, realizada en Anzures los días 20 de septiembre y 8 de diciembre de 2016.

Lic. Martha Reyes, *secretaria del Sistema de Administración Tributaria (SAT) en el área de Administración de Modernización Aduanera*, realizada en las oficinas del SAT el 19 de octubre de 2016.

Mtro. Alfredo Romero Castilla, *investigador de la UNAM en estudios asiáticos y migración coreana*, realizada el 8 de agosto de 2015.

Sr. Juan Lemus, *representante de comerciantes en pequeño en el área de Mixcalco y La Merced*, realizadas el 7 de agosto y 10 de septiembre de 2016.

## BIBLIOGRAFÍA

Alarcón, Sandra

2008 *El tianguis global*, Universidad Iberoamericana, México.

Anderson, Benedict

1993 *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, Fondo de Cultura Económica, México.

Arias, Patricia

2014 “La etnografía y la perspectiva de género: nociones y escenarios en debate”, en *La etnografía y el trabajo de campo en las ciencias sociales*, editado por Cristina Oehmichen, pp. 173-194, Instituto de Investigaciones Antropológicas-UNAM, México.

Amorós, Celia

2008 “Parte II: El imaginario patriarcal en la era de la globalización”, en *Mujeres e imaginarios de la globalización*, pp. 189-306, Ed. Homo Sapiens, Argentina.

Barbero, Jesús Martín

2002 “The city. Between fear and media”, en *Citizens of fear. Urban violence in Latin America*, compilado por Susana Rotker, pp. 25-30, Rutgers University Press, Estados Unidos.

Balderrama, Renato y Cirenía Chávez

2011 “Aproximación a la reconfiguración de los clúster industriales en China y Corea: el modelo de clúster oriental”, en *Desarrollo económico, geopolítica y cultura de Corea: Estudios para su comprensión en el mundo contemporáneo* coordinado por Juan Felipe López Aymes y Ángel Licona, pp. 131-156, Universidad de Colima, México.

Barros Nock, Magdalena

2013 “Las fiestas de 15 años, un espacio económico para la mujer mexicana migrante en California, Estado Unidos”, en *Ellas se van: Mujeres migrante en Estados Unidos y España*, coordinado por Martha Judith Sánchez, pp. 531-559, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México.

2007 “El matrimonio y las pequeñas empresas comerciales. El caso de los salvadoreños y mexicanos en Los Ángeles”, *Revista Mexicana de Sociología*, 69 (1), págs.: 109-138.

2005. "Cambios en las relaciones entre pequeños productores e intermediarios en el negocio de las frutas y verduras. Un estudio de caso", en *Análisis del cambio sociocultural*, editado por Rosario Esteinou y Magdalena Barros, Publicaciones de la Casa Chata, México.
- Bonacich, Edna  
 1973 "A theory of middleman minorities", *American Sociological Review*, 38 (5): 583-594.
- Bonfil Battalla, Guillermo (comp.)  
 1993 *Simbiosis de culturas. Los inmigrantes y su cultura en México*, CONACULTA, Fondo de Cultura Económica, México.
- Castillo Gómez, Amaranta  
 2010 *¿Acaso son humanos? Procesos identitarios en el Capitalismo Tardío. Coreanos y mexicanos en la Huasteca Tamaulipeca*, Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Antropológicas, México.
- Cho, Hyung  
 2003 *The structure of Korean society's change from the perspective of women's lives*, Sasang Quaterly, Corea del Sur.
- Choe, Yongho (et. Al.)  
 2000 *Sources of Korean Tradition Vol. II*, Columbia University Press, Estados Unidos.
- Choi, In Bom  
 2003 "Korean diaspora in the making: Its current status and impact on the korean economy", en *The Korean diaspora in the world economy*, editado por Fred Bergsten y Bom Choi, pp. 9-29, Institute for International Economics, Estados Unidos.
- Clarck, Donald  
 2006 "Christianity in Korea", *Education about Asia*, 11 (2), págs.: 35-39.
- Dal, Yong Jin  
 2012 "The New Korean Wave in the Creative Industry Hallyu 2.0," *II Journal*, 2 (1), en línea: <<http://quod.lib.umich.edu/i/ij/11645653.0002.102/--hallyu-20-the-new-korean-wave-in-the-creative-industry?rgn=main;view=fulltext>>. [Consulta: marzo 2017].
- Doménech del Río, Antonio J.  
 2015 "Religious beliefs and practices illustrated by films", *Kpop multimedial*, editado por Alfredo Bruno, Aracne, Italia.

Durand, Jorge

2003 *Clandestinos. Migración México-Estados Unidos en los albores del siglo XXI*, Miguel Ángel Porrúa, México.

Eckert, Carter J. (et. al.)

1990 *Korea old and new. A history*, Ilchokak, Corea del Sur.

Gallardo García, Sergio

2015 "Los coreanos en México: Un estudio sobre integración de la comunidad coreana en la Zona Rosa de la Ciudad de México", tesis de licenciatura en sociología, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Gap Min, Pyong

2008 *Ethnic Solidarity for Economic Survival: Korean Greengroceries in New York*, Rusell Sage Foundation, Estados Unidos.

1990 "Problems of Korean Immigrant Entrepreneurs", *The International Migration Review*, 24 (3), págs.: 436-455.

1984 "From White-Collar Occupations to Small Business: Korean Immigrant's Occupational Adjustment", *The Sociological Quarterly*, 25 (3), págs.: 333-352.

Gap Min, Pyong y Mehdi Bozorgmehr

2000 "Immigrant Entrepreneurship and Business Patterns: A Comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles", *International Migration Review*, 34 (3): 707-738.

Gillis, John Robert (ed.)

1994 *Commemorations. The politics of national identity*, Princeton University Press, Estados Unidos.

Gluckman, Max

1940 "The kingdom of Zulu of South Africa", en *African Political Systems*, pp. 25-55, Oxford University Press, Londres.

González Navarro, Moisés

2003 *Los extranjeros en México y los mexicanos en el extranjero 1871-1970* (3 volúmenes), El Colegio de México, México.

1969 "Xenofobia y xenofilia en la Revolución Mexicana", *Historia Mexicana*, 4 (18), págs.: 559-614.

Grajeda, Ella

2005 "Labran coreanos su hogar en México", *El Universal*, 14 de junio.

Granovetter, Mark

- 1985 "Economic action and social structure: The problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91 (3), págs.: 481-510.

Guarnizo, Luis Eduardo

- 2007 "Aspectos económicos del vivir transnacional", *El país transnacional*, Instituto Nacional de Migración; Universidad Nacional Autónoma de México, Miguel Ángel Porrúa, México.

Guasch, Óscar

- 2006 "Presentación. Los hombres en perspectiva de género", en *Héroes, científicos, heterosexuales y gays*, pp. 15-20, Ediciones Bellatierra, España.

Guber, Rossana

- 2005 *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*, Paidós, México.

- 2001 *La etnografía: método, campo y reflexividad*, Editorial Norma, Argentina.

Hammersley, Martyn y Paul Atkinson

- 1994 *Etnografía. Métodos de investigación*, Paidós, España.

Harada, Kiyoshi

- 2009 *O nikkei no Brasil*, Editora Atlas, Brasil.

Harvey, David

- 1990 "Between space and time: Reflections on the geographical imagination", *Annals of the Association of American Geographers*, 80 (3), págs.: 418-434.

Hermitte, Esther

- 2002 "La observación por medio de la participación", en *Historia y estilos del trabajo de campo en Argentina*, compilado por Rosana Guber y Sergio Visacovsky, pp. 263-287, Antropofagia, Argentina.

Hernández Hernández, Alfonso

- 2010 "Los Marco-Polo de Tepito", Ciclo de Conferencias China México: "Oportunidades y retos de la economía de la república popular china para México", Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Estudios China-México, México. Versión en línea: [www.economia.unam.mx/cechimex/chmxExtras/documentos/actividades/2012-ii/AlfonsoHernandez.pdf](http://www.economia.unam.mx/cechimex/chmxExtras/documentos/actividades/2012-ii/AlfonsoHernandez.pdf) [Consulta. Noviembre 2015].

Hirschman, Charles

- 2006 "El papel de la religión en los orígenes y la adaptación de los grupos inmigrantes", en *Repensando las migraciones: Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, editado por Alejandro Portes y Josh Dewind, pp. 7-31, Instituto Nacional de Migración, Miguel Ángel Porrúa, México.

Hondagneu-Sotelo, Pierrete

- 2007 "La incorporación del género a la migración: 'No sólo para feministas-ni sólo para la familia'", en *El país transnacional. Migración mexicana y cambio social a través de la frontera*, coordinado por Marina Ariza y Alejandro Portes, pp. 423-451, UNAM, México.

Instituto Nacional de Migración [INM]

- 2016 "Trámites migratorios. Condiciones y estancia en México", en línea: <https://www.gob.mx/inm/acciones-y-programas/tramites-migratorios>, consultado el 24 de agosto de 2016.

Julien, Pierre-André

- 2007 *A Theory of Local Entrepreneurship in the Knowledge Economy*, Edward Elgar Publisher, Estados Unidos.

Khagram, Sanjeev y Peggy Levitt

- 2008 "Constructing transnational studies", en *The transnational studies reader, intersections and innovations*, editado por Peggy Levitt y Sanjeev Khagram, pp. 132-152, Routledge, Londres.

Kenneth Turner, John

- 1998 *México bárbaro. Ensayo sociopolítico*, Editorial Época, México.

Kim, Jun Han

- 2004 "Christianity and Korean culture: The reasons for the success of Christianity in Korea", *Exchange*, 33 (2), págs.: 132-152.

Kim, Yoo Na

- 2013 *Brasil e Coreia: 50 anos de amizade: em comemoração ao aniversário de imigração coreana no Brasil*, Editora Dawon, Brasil.

Kloosterman, Robert, Joanne van der Leun y Jan Rath

- 1999 "Mixed embeddedness. (In)formal economic activities and immigrant business in the Netherlands", *International Journal of Urban and Regional Research*, 23 (2), págs.: 253-267.

Krotz, Estebán

- 1994 "Alteridad y pregunta antropológica", *Alteridades*, 4 (8), págs.: 5-11.



Lagarde, Marcela

- 2011 "Prefacio: claves feministas en torno al feminicidio. Construcción teórica, política y jurídica", en *Feminicidio en América Latina*, coordinado por Rosa-Linda Fregoso, pp. 11-41, UNAM-Red por la Vida y la Libertad de las Mujeres, México.

Lee, Kwang Kyu

- 1989 "The practice of traditional family rituals in contemporary urban Korea", *Journal of Ritual Studies*, (3) págs.: 167-183.

Lesser, Jeffrey

- 2000 *A negociacao da identidade nacional. Imigrantes, minorías e a luta pela etnicidade no Brasil*, Editoria UNESP, Brasil.

Levitt, Peggy y Nina Glick Schiller

- 2004 "Conceptualizar la simultaneidad", *Migración y Desarrollo*, segundo semestre (3), págs.: 60-91.

Light, Iván y Edna Bonacich

- 1988 *Immigrant entrepreneurs. Koreans in Los Angeles 1965-1982*, University of California Press, Estados Unidos.

Light, Iván y Carolyn Rosenstein

- 1995 *Race, ethnicity and entrepreneurship in urban America*, Aldine de Gruyter, Estados Unidos.

Light, Iván y Steven Gold

- 2000 *Ethnic economies*, Academic Press, Estados Unidos.

Lins Ribeiro, Gustavo

- 2012 "La globalización popular y el sistema mundial no-hegemónico", *Nueva Sociedad*, 241, págs.: 35-56.

Long, Norman

- 2007 *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*, El Colegio de San Luis, CIESAS, México.

- 1989 *Encounters at the interface. A perspective on social discontinuities in rural development*. Holanda: Wageningen Agricultural University.

López Aymes, Juan Felipe y Ángel Licona (coords.)

- 2011 *Desarrollo económico, geopolítica y cultura de Corea: Estudios para su comprensión en el mundo contemporáneo*, Universidad de Colima, México.

Malinowski, Bronislaw y Julio de la Fuente

- 2011 *La economía de un sistema de mercados en México. Un ensayo de etnografía contemporánea y cambio social en un valle mexicano*.

México: CIESAS, Universidad Iberoamericana, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.

Mera, Carolina

- 2011 “El concepto de diáspora en los estudios migratorios: Reflexiones sobre el caso de las comunidades y movibilidades coreanas en el mundo actual”, *Revista de Historia*, 12, págs.: 43-56.
- 2009 “La diáspora coreana en América Latina”, en *Transiciones coreanas: Permanencia y cambio en Corea del Sur*, pp. 303-334, El Colegio de México, Korea Foundation, México.

Ministry of Foreign Affairs Republic Of Korea

- 2013a “Status de Coreanos en el Mundo: Latinoamérica: 1997, 2001”, <http://www.mofa.go.kr>
- 2013b Página Oficial: Key Diplomatic Tasks. Disponible en: [http://www.mofa.go.kr/ENG/ministry/tasks/index.jsp?menu=m\\_50\\_40](http://www.mofa.go.kr/ENG/ministry/tasks/index.jsp?menu=m_50_40)  
[Consulta: Febrero 2014]

Mitchell, Clyde J.

- 1969 “The concept and use of social networks”, en *Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns*, editado por Clyde Mithcell, pp. 1-50, of Manchester, Institute for African Studies of Zambia, Londres.

Nieto Calleja, Raúl

- 2014 “La construcción simbólica del miedo en la ciudad de México”, *Nueva Antropología*, XXVII, 81, págs.: 33-53.

Nopper, Tamara

- 2008 *Beyond the bootstrap: How korean Banks and US goverment institutions contribute to korean immigrant entrepreneurship in the United Estates*, tesis de doctorado en sociología, Temple University, Pitsburg.

Nordstrom, Carolyn y Antonious Robben

- 1995 “Introduction”, en *Fieldwork under fire. Contemporary studies of violence and survival*, pp. 1-20, The University California Press, Estados Unidos.

Novelo, Victoria

- 2009 *Yucatecos en Cuba: Etnografía de una migración*, Publicaciones de la Casa Chata, México.

Padilla, Cristina

- 1997 *Todo queda en familia. El Mercado de Abastos de Guadalajara*, Universidad de Guadalajara, México.

Palma Mora, Mónica

2006 *De tierras extrañas. Un estudio sobre la inmigración en México 1950-1990*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional de Migración-Centro de Estudios Migratorios, México.

2005 “Asociaciones de inmigrantes extranjeros en la Ciudad de México. Una mirada a fines del siglo XX”, *Migraciones Internacionales*, 3 (2), págs.: 29-57.

Pansters, Will y Héctor Castillo

2007 “Violencia e inseguridad en la Ciudad de México: Entre la fragmentación y la politización”, *Foro Internacional*, XLVII (3), págs.: 577-615.

Park, Kyeyoung

2011 *A Rhizomatic Diaspora: Transnational passage and the sense of place among Koreans in Latin America*, California, University of California, Estados Unidos.

1997 *The Korean American Dream; Immigrants and Small Business in New York City*, Cornell University Press, Estados Unidos.

Parra, Johanna

2013 “Complicaciones de lo ilegal y de lo informal: el “business”, una propuesta conceptual”. *Revista de Antropología y Arqueología*, 17 (julio-diciembre): 205-228.

Pérez Negrete, Margarita

2008 *La Ciudad de México en la red mundial. Articulación al sistema y procesos de diferenciación socioespacial*, Universidad Iberoamericana, México.

Polanyi, Karl

2003 *La Gran Transformación. Los Orígenes Políticos y Económicos de Nuestro Tiempo*, Fondo de Cultura Económica, México.

Portes, Alejandro

1998 “Social capital. Its origins and applications in modern sociology”, *Annual Review of Sociology*, 24 (agosto), págs.:1-24.

Portes, Alejandro y Rubén G. Rumbaut

2011 *Legados. La historia de la segunda generación inmigrante*, Instituto Nacional de Migración- Centro de Estudios Migratorios, Miguel Ángel Porrúa, México.

Portes, Alejandro y Steven Shafer

- 2006 "Revisiting the enclave hypothesis: Miami twenty five years later", en Princeton CMD Working Paper #06-10, Princeton University, Estados Unidos.

Rath, Jan (ed.)

- 1999 *Immigrant business. An exploration of their embeddedness in the economic, politic-institutional and social environment*, Macmillan Press, Holanda.

Rajman, Rebecca y Marta Tienda

- 2000 "Immigrants' pathway to business ownership: A comparative ethnic perspective", *International Migration Review*, 34 (3), págs.: 682-706.

Ramírez Carrillo, Luis Alfonso

- 2012 *De cómo los libaneses conquistaron la península de Yucatán. Migración, identidad étnica y cultura empresarial*, Universidad Nacional Autónoma de México-Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales, México.

Rath, Jan y Robert Kloosterman

- (1999) "Outsiders business. Research on immigrant entrepreneurs in the Netherlands", *International Migration Review*, 34 (3), págs.: 656-680.

Republic of Korea

- 1995 *The segyehwa Policy of Korea under President Kim Young Sam*, Korean Overseas Information Service, Corea del Sur.

Restrepo, Eduardo

- 2004 *Teorías contemporáneas de la etnicidad: Stuart Hall y Michel Foucault*, Universidad del Cauca, Colombia.

Reygadas, Luis

- 2002 *Ensamblando culturas. Diversidad y conflicto en la globalización de la industria*, Gedisa, México.

Romero Castilla, Alfredo

- 2009 "De Choson a Chosen: Unión y fractura de la nación coreana", en *Historia mínima de Corea* coordinado por José Luis León Manríquez, pp. 69-116, El Colegio de México, México.
- 2008 "Los coreanos en México", en *De extranjeros a inmigrantes en México* coordinado por Carlos Martínez Assad, pp. 173-187, Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial UNAM, México.

- 1999 "Coreanos en la Ciudad de México", en *Babel Ciudad de México Vol. 2: Asiáticos en la Ciudad de México* editado por Clara Jusidman, pp. 9-23, Gobierno del Distrito Federal, México.
- 1997 "Huellas del paso de los inmigrantes coreanos en tierras de Yucatán y su dispersión por el territorio mexicano", en *Destino México. Un estudio de las migraciones asiáticas a México, siglos XIX y XX* coordinado por María Elena Ota Mishima, pp. 123-166, El Colegio de México, México.
- Sandoval, Efrén
- 2012 "Economía de la fayuca y del narcotráfico en el noreste de México. Extorsiones, contubernios y solidaridades en las economías transfronterizas", *Desacatos*, (38), págs.: 43-60.
- Sánchez Pac, José
- 1973 *Memoria de la vida y obra de los coreanos en México desde Yucatán. Relato de José Sánchez Pac*, documento de la Asociación de Descendientes Coreanos México Corea Siglo XXI, México.
- Scheper-Hughes, Nany y Phillippe Burgois
- 2004 "Introduction. Making sense of violence", en *Violence in War and Peace: An anthology*, pp. 1-31, Blackwell, Inglaterra.
- Schensul, Stephen (et. al.)
- 1999 *Essential ethnographic methods: Observations, interviews, and questionnaires*, AltaMira Press, Canadá.
- Schutz, Alfred y Thomas Luckmann
- 1977 *La estructura del mundo de vida*, Amorrortú, Argentina.
- Seth, Michael
- 2006 *A concise history of Korea*, pp. 121-149, Rowan & Littlefield Publishers, Estados Unidos.
- Shim, Steve
- 1977 *Korean immigrant churches today in Southern California*, R&E Research, Estados Unidos.
- Sleziak, Tmasz
- 2014 "The influence of Confucian Values on Modern Hierarchies and Social Communication in China and Korea: A comparative outline", *Kritike*, 8 (2), págs.: 207-232.
- Sung, Sirin
- 2003 "Women reconciling paid and unpaid work in Confucian welfare State: The case of South Korea", *Social Policy and Administration*, 37 (4), págs.: 342-360.

Tomas, Francois

- 2005 “Estrategias socioespaciales y construcción/ destrucción de la identidad urbana: Apuntes a partir del caso de Tepito”, en *Identidades urbanas*, coordinado por Sergio Tamayo y Kathrin Wildner, pp. 335-357, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, México.

Valenzuela García, Hugo

- 2013 “Guerra de sombrillas: enclave étnico indio, economía bazar y conflicto potencial en la costa catalana”, en *Retos y estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España* editado por Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela, pp. 281-301, Publicaciones de la Casa Chata, México.

Velasco, Laura y Giovanna Gianturco

- 2012 “Migración internacional y biografías multiespaciales: una reflexión metodológica”, en *Métodos cualitativos y su aplicación empírica. Por los caminos de la investigación sobre migración internacional*, coordinado por Marina Ariza y Laura Velasco, pp. 115-150, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM y El Colegio de la Frontera Norte, México.

Waldinger, Roger

- (1986) “Immigrant enterprise. A critique and reformulation”, *Theory and Society*, (15), págs.: 249-286.

Weber, Max

- 2001 *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Alianza, España.

Wessendorf, Sussane

- 2009 “Doing Fieldwork with Busy People”. [Blog] *Max Planck Gesellschaft*. Disponible en: <http://www.mmg.mpg.de/special-output/blogs/wessendorf-doing-fieldwork-mar-2009/> [Consulta: julio 2016].

Yim, Haksoon

- 2002 “Cultural identity and cultural policy in South Korea”, *The International Journal of Cultural Policy*, 8 (1), págs.: 37-48.

Zhou, Min

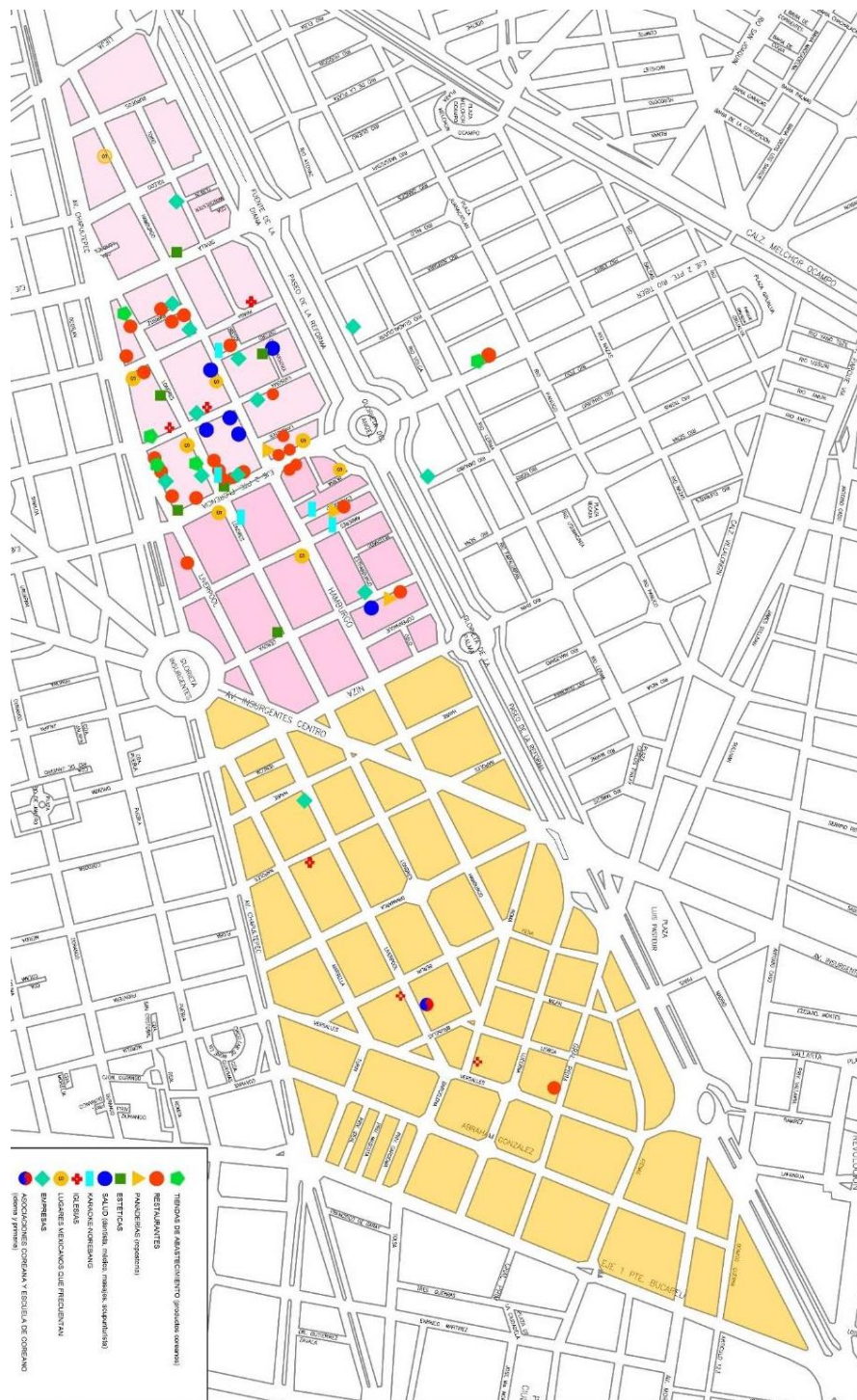
- 2006 “Una recapitulación del espíritu empresarial de los grupos étnicos: convergencias, controversias y avances conceptuales”. En: Portes, Alejandro y Josh Dewind, *Repensando las migraciones. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, pp. 231-267, Instituto Nacional de

Migración, Universidad Autónoma de Zacatecas, Porrúa Editores,  
México.

- 2004 “Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergences, controversies and conceptual advancements”, *International Migration Review*, 38 (3), págs.: 1040-1074.

# ANEXO FOTOGRÁFICO: Escenarios Etnográficos.

## Zona Rosa.



Ubicación de establecimientos coreanos en la Zona Rosa (color rosa) de la colonia Juárez (color amarillo).





Fachada del restaurante coreano “Mr. Kochi” en la calle Londres #179, Zona Rosa.



Productos en venta en tiendas de abastecimiento coreanas. De lado izquierdo se aprecian vegetales y de lado derecho especias y sazonzadores, todo importado de Corea del Sur.



Torneo de “Go”, juego de mesa coreano, en el “Primer Festival de Corea en la Zona Rosa” celebrado el 26 de noviembre de 2016 en las calles de Londres y Génova de la colonia Juárez.



Establecimiento “O Mandu” de Esteban O a un lado del restaurante “Iyo Galbi”, donde se estableciera por primera vez en los años ochenta el primer restaurante de comida coreana en la ciudad. Calle Estocolmo, Zona Rosa.



Interior del establecimiento de Esteban O.



Esteban O atendiendo el mostrador de su establecimiento.

Centro Histórico y Tepito.



Ubicación de negocios coreanos de venta de ropa y textiles en el Centro Histórico (42 establecimientos) y Tepito (23 establecimientos). Cada tachuela representa un negocio, las azules y verdes ubican negocios de informantes clave.



Primer tienda de abarrotes coreanos abierta en Tepito en los años noventa, ahora abandonada, en la calle de Apartado.



Interior de la Casa Nacional del Estudiante, que sirvió de alojamiento durante del trabajo de campo en el área.



Plaza Diamante con su nombre en chino, en los límites del Centro Histórico y Tepito, que alberga bodegas y tiendas de mayoreo de productos importados de China por comerciantes tanto surcoreanos como chinos. Calle República de Nicaragua sin número, entre las calles de Argentina y Aztecas.

**CHOI PAK**  
 Por: Sueño De Amor Fuente: Televisa 18. Feb. 2016

**SANG CHUL KANG**

**ALIAS**  
 Puerquirio

**PERSONALIDAD**  
 Alegre

\*  
 Es un comedor compulsivo

**GRUPO**  
 Los Gorriones

Presentación de Erick Kang interpretando el papel de “Choi Pak” en la telenovela Sueño de Amor. Extraído de la página de Televisa bajo autorización de Erick Kang. Fuente: <http://www.televisa.com/us/videos/telenovelas/342847/sueno-amor/>

## Colonia Moderna



Exterior del establecimiento de helados de Sado Ihm en la colonia Moderna, único negocio coreano de los alrededores. Calle Juana de Arco #51, colonia Moderna.



Interior de la heladería, la cual se encuentra dentro de la casa del Sr. Ihm.



Sado Ihm con Maricruz, su empleada de confianza, dentro de la heladería.



Sado Ihm ofreciendo un “helado frito” que acaba de preparar.



Eventos deportivos y festivos.



Partido entre dos equipos de la Liga de Fútbol Coreana



Erick Kang con su equipo de baseball, compitiendo en la Liga de Baseball “Tranviarios”.



Mujeres coreanas usando el vestuario tradicional *hanbok* en la celebración del Día de Fundación de Corea, 3 de octubre, en la Embajada de Corea.



Varones coreanos realizando una reverencia completa al altar de *chuseok*, ritual para honrar a sus ancestros ofreciendo la primera cosecha recogida del otoño. Asociación de Coreanos en México.



Mujeres coreanas jugando *yutnori*, juego tradicional coreano, en el Día de hacer deporte 2017.



*Yuldarigi*, juego tradicional coreano de “jalar la cuerda”, en el Día de hacer Deporte 2017.



Asistentes de la Asociación de Descendientes Coreanos en México, en el Día de Hacer Deporte 2017.