

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

**Factores determinantes del éxito en las
negociaciones comerciales y empresariales entre
mexicanos y coreanos en la ciudad de Saltillo,
Coahuila**

Factors determining success in trade and business negotiations between
Mexicans and Koreans in the city of Saltillo, Coahuila

Sofía Alejandra González Recio

gorslb20@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-0700-2520>

Universidad La Salle Saltillo

Saltillo – México

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4317>

Artículo recibido: 15 de junio de 2025

Aceptado para publicación: 12 de agosto de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4317>

Factores determinantes del éxito en las negociaciones comerciales y empresariales entre mexicanos y coreanos en la ciudad de Saltillo, Coahuila

Factors determining success in trade and business negotiations between
Mexicans and Koreans in the city of Saltillo, Coahuila

Sofía Alejandra González Recio

gors1b20@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-0700-2520>

Universidad La Salle Saltillo

Saltillo – México

Artículo recibido: 15 de junio de 2025. Aceptado para publicación: 12 de agosto de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

La investigación analiza las negociaciones comerciales entre México y Corea del Sur en el contexto de Saltillo, Coahuila, mediante un enfoque metodológico cualitativo que combina análisis de datos secundarios y entrevistas semiestructuradas a empresarios y comerciantes de ambas comunidades. Se desarrolla una comparación de perfiles de negociadores mexicanos y coreanos, identificando valores culturales, estilos de negociación, uso de comunicación no verbal, niveles de adaptación cultural y percepciones mutuas, con el fin de determinar factores facilitadores e inhibidores en las relaciones interculturales. Los hallazgos evidencian que las diferencias en estilos de comunicación, valores culturales y expectativas generan tensiones iniciales, pero también favorecen la cooperación cuando se ajustan dichas diferencias. Se identifican obstáculos como el idioma, la rigidez cultural y las percepciones mutuas, además de estrategias culturales que facilitan la integración, como el aprendizaje del idioma y la participación comunitaria. Se concluye que el éxito en las negociaciones radica en la comprensión intercultural, el respeto mutuo y la adaptación de las prácticas comerciales a las expectativas culturales, siendo la cultura una ventaja competitiva para fortalecer vínculos duraderos. La investigación propone fortalecer espacios de diálogo intercultural y replicar la metodología en otras regiones con presencia de empresarios coreanos para mejorar la cooperación bilateral.

Palabras clave: negociación intercultural, cultura México-Corea, relaciones comerciales, adaptación cultural, cooperación bilateral

Abstract

This research analyzes trade negotiations between Mexico and South Korea in the context of Saltillo, Coahuila, using a qualitative methodological approach that combines secondary data analysis and semi-structured interviews with businesspeople and merchants from both communities. A comparison is made of the profiles of Mexican and Korean negotiators, identifying cultural values, negotiation styles, use of nonverbal communication, levels of cultural adaptation, and mutual perceptions, in order to determine facilitating and inhibiting factors in intercultural relations. The findings show that differences in communication styles, cultural values, and expectations generate initial tensions, but also favor cooperation when these differences are adjusted. Obstacles such as language, cultural rigidity, and mutual perceptions are identified, in addition to cultural strategies that

facilitate integration, such as language learning and community participation. It is concluded that success in negotiations lies in intercultural understanding, mutual respect, and the adaptation of business practices to cultural expectations, with culture being a competitive advantage for strengthening lasting ties. The research proposes strengthening spaces for intercultural dialogue and replicating the methodology in other regions with a presence of Korean businesspeople to enhance bilateral cooperation.

Keywords: intercultural negotiation, Mexico-Korea culture, trade relations, cultural adaptation, bilateral cooperation

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons.



Cómo citar: González Recio, S. A. (2025). Factores determinantes del éxito en las negociaciones comerciales y empresariales entre mexicanos y coreanos en la ciudad de Saltillo, Coahuila. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (4), 622 – 642. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i4.4317>

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Para la realización de la presente investigación se examinaron preliminarmente distintas investigaciones relacionadas con el tema de interés, la primera fue una investigación que examina las dimensiones culturales que influyen en el choque cultural durante las negociaciones entre empresarios asiáticos y el sector automotriz de Nuevo León. Se basa en el análisis detallado de las dimensiones propuestas por Geert Hofstede. El objetivo es identificar las dimensiones culturales que afectan más negativamente las negociaciones de los empresarios asiáticos en Nuevo León, mediante una revisión exhaustiva de la literatura existente sobre el tema y los estudios previos (Mendoza E., 2023, p.01). Lo más destacado de esta investigación son las limitaciones que se encontraron sobre la disponibilidad de gerentes o directores de empresas coreanas en Monterrey para realizar entrevistas, lo que sugiere la necesidad de establecer un perfil ideal para él entrevistado y una preparación extensa sobre a quiénes entrevistar y la estructura de la misma.

El estudio elaborado por Moreno y Gallegos (2023) se centra en la relación entre el liderazgo y la cultura organizacional en dos empresas maquiladoras internacionales: una en Mexicali, México, de origen estadounidense dedicada a la manufactura de pantallas de avión, y otra en Incheon, Corea del Sur, dedicada al sector electrónico. El objetivo fue comparar cómo el liderazgo y la cultura organizacional se relacionan en diferentes contextos geográficos y empresariales. El trabajo busca determinar si la ubicación geográfica y las prácticas específicas derivadas de ella son cruciales en los entornos organizacionales exitosos o si es posible replicar prácticas exitosas con liderazgos y culturas diferentes a las consideradas como modelo. En función de la presente investigación, el estudio brinda importante información para comprender la forma en que funcionan las empresas en Corea y México, para así poder identificar puntos en común y diferenciales que puedan aportar a cómo se realizan las negociaciones entre estos dos países.

METODOLOGÍA

Para la realización del Marco Metodológico de la presente investigación se pretende utilizar ciertas metodologías ya utilizadas en otros proyectos de investigación similares a este, uno de ellos es el realizado por Mendoza (2023), donde, utilizando las dimensiones propuestas por Geert Hofstede, identificó las dimensiones culturales que afectan más negativamente las negociaciones de los empresarios asiáticos del sector automotriz en Nuevo León. Asimismo, Mendoza señaló que al realizar entrevistas de campo con gerentes o directores de empresas se debe de establecer un perfil ideal y una preparación extensa sobre a quienes entrevistar y la estructura de esta. (p.01)

También se encuentra la metodología utilizada por Gallardo (2017) en la cual, a fin de lograr su objetivo que era analizar las estrategias de comerciantes coreanos para establecer su negocio en la Ciudad de México, primero realizó un sondeo para identificar la cantidad de negocios coreanos que existían en distintas zonas, eligió cuatro negocios por giro comercial, dos de hombre y dos de mujeres dependiendo del tamaño del negocio y de sus horarios laborales. Buscó realizar las entrevistas de campo en sus mismos espacios de trabajo para involucrarse en su desenvolvimiento cotidiano mercantil, al llegar a los negocios, muchos se negaron a participar, por lo que recurrió a conocidos y a la Asociación Coreana en México que lo contactaran con comerciantes a fines a los que buscaba para la realización de su investigación.

Estas dos metodologías servirán como base para la metodología a utilizar en la presente investigación, donde se pretende crear dos perfiles de negociantes, uno mexicano y uno coreano que funcionen al momento de negociar entre ellos y a partir de estos, identificar los aspectos clave que debe de tener cada contraparte para que una negociación funcione y aquellos que independientemente de si existan

o no en una de las partes, la negociación puede seguir resultando fructuosa. Para llegar a esto, se utilizará tanto el Índice Doing Business como los Índices de Hofstede para los dos países, asimismo, se realizarán entrevistas de campo a comerciantes y empresarios mexicanos y coreanos, que se dividirán en dos:

A la parte mexicana se le harán preguntas relacionadas a cuáles son sus estrategias a la hora de negociar con coreanos, lo que les funciona y lo que no, entre otras preguntas para así definir al perfil de negociante exitoso mexicano.

A la parte coreana se le harán preguntas similares a las de su contraparte mexicana, identificando cuáles son sus estrategias a la hora de negociar con mexicanos, lo que les funciona y lo que no, entre otras preguntas para así definir al perfil de negociante exitoso coreano.

Una vez con el análisis de cada uno de los índices y las entrevistas realizadas a personas de los dos países a investigar, se elaborarán los perfiles para así identificar los puntos clave y decisivos a la hora de negociar entre estas dos naciones en Saltillo, Coahuila y los puntos no decisivos al momento de negociar entre las mismas. Se realizarán dos cuestionarios de preguntas para los comerciantes y empresarios mexicanos y coreanos, así como un diálogo de primer acercamiento y de realización de la entrevista.

Entrevistas de campo

Como primera etapa se realizarán entrevistas de campo y para esto se diseñaron 2 cuestionarios de entre 17 a 18 preguntas para empresarios y comerciantes mexicanos, y empresarios y comerciantes coreanos (Anexo 3). Se inició con la búsqueda de posibles entrevistados el día 19 de enero de 2025 con perfiles identificados como los siguientes:

Perfil de entrevistado coreano

Mujer u hombre.

De 20 a 48 años.

Dueña/o de negocio propio que opere en Saltillo, Coahuila.

Gerente / Ejecutiva(o) de empresa coreana que esté en áreas como comercio, ventas, proveedores, área que tenga contacto con empresarias(os) mexicanos.

Perfil de entrevistado mexicano

Mujer u hombre.

De 20 a 48 años.

Dueña/o de negocio propio que opere en Saltillo, Coahuila y que tenga que ver con compradores o consumidores coreanos.

Gerente / Ejecutiva(o) de empresa mexicana/coreana que esté en áreas como comercio, ventas, proveedores, área que tenga contacto con empresarias (os) coreanos.

Asimismo, se diseñaron las entrevistas para seguir la estructura a continuación redactada:

Introducción

Presentación del propósito de la investigación.

Explicación de la confidencialidad y uso de la información.

Breve conversación inicial para generar confianza.

Contexto personal y profesional

Información sobre el rol del entrevistado en la empresa o negocio.

Experiencia previa en negociaciones internacionales (específicamente entre México y Corea del Sur).

Factores culturales y sociales en las negociaciones

Percepciones sobre las diferencias culturales entre coreanos y mexicanos.

Impacto de tradiciones, valores y creencias en las negociaciones.

Rol de la comunicación no verbal y el lenguaje en las negociaciones.

Estrategias y prácticas específicas de negociación

Estrategias utilizadas para superar barreras culturales y comunicativas.

Expectativas y procesos en la toma de decisiones.

Ejemplos concretos de acuerdos exitosos y las prácticas que los hicieron posibles.

Factores de tensión o dificultad

Barreras más frecuentes en las negociaciones (idioma, corrupción, prejuicios culturales, etc.).

Percepciones sobre los retos de integración cultural y social.

Reflexiones finales y sugerencias:

Sugerencias para mejorar las relaciones comerciales entre mexicanos y coreanos.

Opinión sobre cómo las empresas pueden fomentar un ambiente más colaborativo y menos tenso.

Cierre

Agradecimiento al entrevistado por su tiempo y colaboración.

Índice Hofstede

Al momento de la comunicación entre personas de distintas culturas se pueden denotar ciertas discrepancias en el comportamiento y la percepción que ambas tienen sobre los puntos tocados en la plática, lo que uno determinó como “x” el otro lo determinó como “y”, esto debido al contexto cultural que cada uno tiene y que modifica la percepción que tendrán sobre la comunicación y sus respectivas vivencias. Esto puede llegar a generar estrés o aversión en una o ambas partes, para entender mejor este fenómeno, Geert Hofstede desarrolló una teoría basándose en estudios que él condujo en la década de los 80’s con personas de más de 50 culturas nacionales. Su teoría lleva por nombre “La Teoría de las Dimensiones Culturales” y ofrece un marco para observar cómo los valores culturales afectan el comportamiento, dando así explicación de porqué las personas de una cultura actúan y piensan de cierta manera. (American Field Service, 2019)

Para esto, Geert presentó 6 dimensiones, las cuales American Field Service (2019) identifica de la siguiente manera:

Distancia al Poder (Power Distance Index - PDI)

El Índice de Distancia al Poder (PDI) explica cómo los miembros menos poderosos de una sociedad aceptan y esperan una inequidad en el poder. En comunidades con un gran índice de distancia al poder, los miembros de la sociedad no cuestionan a aquellos que están en los niveles más altos, así como esperan obtener una guía de ellos. Por otro lado, en culturas donde la distancia al poder es poca, las personas perciben igual poder entre sus miembros, avanzar a un estatus superior es más fácil ya sea por educación, ingresos, posición laboral, etc.

Individualismo versus Colectivismo (IDV)

En una sociedad individualista el enfoque de la persona está en sí misma y sus familiares inmediatos, con una tendencia a tomar decisiones de manera independiente. Del otro lado, en las sociedades colectivistas, la familia incluye también a la familia extendida (tías, tíos, primos, etc.), los lazos grupales son fuertes y la tendencia es a tomar decisiones teniendo en cuenta las opiniones del grupo.

Evasión a la Incertidumbre (Uncertainty Avoidance - UAI)

Esta dimensión explica cómo los miembros se sienten al manejar situaciones desconocidas. En culturas con fuerte UAI, las personas suelen evitar riesgos y situaciones inesperadas, existe una alta preferencia por lo predecible y controlado, ya que las situaciones desconocidas crean estrés y alta ansiedad. Por otro lado, los miembros de culturas con un débil UAI tienden a ser más tolerantes en situaciones extrañas e incontrolables. La incertidumbre es aceptada como parte de la vida y las personas son generalmente más flexibles y relajadas en situaciones desconocidas, estas sociedades tienden a aceptar más fácilmente la ambigüedad.

Masculinidad versus Feminidad (Masculinity versus Femininity - MAS)

El índice MAS define a las sociedades con alta masculinidad como unas donde las personas son impulsadas por la competencia y los resultados; tienden a ser asertivas y centradas en el éxito material. En sociedades donde hay un alto índice de Feminidad, las personas están concentradas en asegurar una alta calidad de vida para todos los integrantes y construir buenas relaciones. No es tan importante ser el mejor, mientras toda la comunidad esté bien.

Orientación a Largo Plazo versus a Corto Plazo (Long-Term versus Short-Term Orientation - LTO)

Las sociedades con orientación a largo plazo llevan a las personas a invertir y a ser más ahorrativos, se tiene la visión de que ser perseverantes y cautelosos tiene sus recompensas. Los miembros de estas sociedades tienen distintos rangos, y los mayores deben ser respetados.

Complacencia versus Moderación (Indulgence versus Restraint - IVR)

Esta dimensión analiza el control de la vida y la importancia de la felicidad. Las culturas con un alto índice de complacencia (alto IVR) están más dispuestas a satisfacer sin restricciones sus necesidades y deseos, especialmente aquellos relacionados con la diversión y el disfrute de la vida. Por otro lado, las culturas con un alto índice de Moderación (bajo IVR) tienden a suprimir sus impulsos debido a estrictas normas sociales, las personas suelen ser más pesimistas y con la disciplina moral en alta consideración.

Índice Doing Business

Según información del Banco Mundial (2024): "Business Ready (B-READY) es un nuevo proyecto de recopilación y análisis de datos del Grupo Banco Mundial que tiene como objetivo evaluar el clima para los negocios y para la inversión en todo el mundo, y que irá acompañado de un importante informe

institucional anual". (p. 02). Este nuevo instrumento es el destinado a reemplazar y mejorar el proyecto anterior Doing Business, pero para el momento en que esta investigación está siendo llevada a cabo, el nuevo índice sigue en las fases iniciales donde un solo informe ha sido dado a conocer, el Business Ready (B-READY) 2024, el cual, aunque incluye datos de México, no incluye datos de Corea del Sur, por lo que para términos de la metodología de la presente investigación se utilizará el último informe Doing Business en el cual se contienen datos tanto de México como de Corea del Sur.

El índice Doing Business está conformado, según datos de World Bank (2020), por 10 índices, los cuales son los siguientes:

Apertura de un negocio: Evalúa los tiempos, costos, procedimientos y capital mínimo que se requiere para abrir una nueva empresa en determinado país.

Manejo de permisos de construcción: Mide los tiempos, costos y procedimientos necesarios para conseguir los permisos para construir un almacén.

Obtención de electricidad: Evalúa los tiempos, costos y procedimientos que conlleva el registro de bienes raíces comerciales en cierto país.

Registro de propiedad: Analiza los procedimientos, costos y tiempos asociados al registro de bienes raíces comerciales en determinado país.

Obtención de crédito: Mide la solidez del sistema legal de crédito y la profundidad de la información crediticia.

Protección a los inversores minoritarios: Evalúa el nivel de divulgación de información de las empresas, la facilidad para que los accionistas puedan ejercer sus derechos y la responsabilidad de las y los directores.

Pago de impuestos: Examina la cantidad de impuestos que deben pagarse, el total de impuestos como porcentaje de la ganancia bruta y la cantidad de tiempo dedicado a la preparación para declaración de impuestos.

Comercio transfronterizo: Analiza los costos, tiempos y procedimientos para importar y exportar mercancías en un determinado país.

Cumplimiento de contratos: Mide el tiempo, costos y procedimientos para hacer cumplir un contrato de deuda.

Resolución de insolvencias: Evalúa el costo, el tiempo y la tasa de recuperación en procedimientos de quiebra.

Síntesis e Integración de los métodos de investigación

La presente investigación emplea un enfoque metodológico cualitativo que combina el análisis de datos secundarios con el análisis cualitativo de entrevistas semiestructuradas con el objetivo de construir dos perfiles de negociador, uno mexicano y uno coreano, para de esta forma explorar los factores que inciden en negociaciones exitosas entre ambas culturas en el contexto comercial y empresarial de Saltillo, Coahuila. Cada perfil incluirá:

- Valores culturales predominantes.
- Estilo de negociación (directo/indirecto, formal/informal).
- Uso de la comunicación no verbal.
- Nivel de adaptación e integración cultural.

- Expectativas y percepciones sobre el otro.

Estos perfiles se volverán la herramienta para identificar factores facilitadores o inhibidores de las negociaciones entre ambas culturas, permitiendo así validar o discutir las hipótesis presentadas en la investigación.

Planteamiento del problema

Balderrama (2017) precisa que el auge de las relaciones comerciales entre México y Corea del Sur comenzaron en 2015, esto debido al auge de la industria de contenidos (Generaciones Hallyu), que comenzó a partir de la exportación de telenovelas (dramas) y posteriormente de música pop. En 2013, el gobierno coreano incrementó en 27.3% el presupuesto de Hallyu, alcanzando un presupuesto de casi \$320 millones de dólares en 40 áreas de negocio. Esta estrategia fortaleció la imagen de Corea del Sur, facilitando su inserción comercial en Europa y América Latina. Asimismo, Balderrama (2017) explica que en muy pocos años, Corea se convirtió para México en su sexto socio comercial y su cuarto proveedor externo, superando incluso a países latinoamericanos como Brasil, Colombia y Argentina y Chile. En 2016, el comercio bilateral alcanzó los \$14,619 millones de dólares (USD). Además, en 2015, las exportaciones mexicanas al mercado surcoreano crecieron un 36.7%, sumando así \$2,770 millones de dólares(USD), mientras que la inversión extranjera directa acumulada por empresas coreanas en México llegó a los \$5,600 millones de dólares, convirtiéndose Corea en la 14ª fuente de inversión extranjera para el país.

Lo anterior esclarece las razones por las que a partir del 2014 con la llegada de KIA Motors a México, inició una masiva migración de familias coreanas al país, más específicamente al norte, donde se concentra la industria automotriz. Esta oleada se ha expandido de Nuevo León a Coahuila, con la instalación de empresas como Daewoo, Hyundai, KIA, Samsung, Ssang Yong y más recientemente POSCO, Taesung Rubber y Woobo Tech han traído no solamente a trabajadores coreanos si no también, a sus familias. Según datos de Data México (2024), en 2023, Coahuila presentó un balance comercial neto negativo con Corea del Sur de -US\$404 millones de dólares, con importaciones por US\$676 millones de dólares (principalmente partes y accesorios de máquinas) y exportaciones por US\$271 millones de dólares (principalmente motores de pistón motores rotativos o alternativos). En el periodo de Enero – Junio del 2024, Coahuila ha recibido US\$27.8 millones de dólares en Inversión Extranjera Directa de parte de Corea del Sur. Aunado a esto, Coahuila cuenta con 332 coreanos que se han establecido en el estado por motivos familiares, económicos y educativos.

Esto ayuda a explicar que en Saltillo se ha visto un incremento de población coreana que no solamente son trabajadores de empresas, sino que también, son dueños de negocios que se han instalado en la localidad. Entre los existentes, la mayoría son restaurantes como: CocoRico, DaeHan Restaurant, Restaurante JEJU, Coba, An's, Gamasot Korean Chicken; pero la variedad de negocios no se detiene ahí, también existen negocios que venden productos traídos de Corea como Amart Saltillo, Mako Korean Makeup y 오마트 (omateu, que en español significa omart) es una tienda coreana de especialidades como Amart.

Debido a lo anterior, se destaca la necesidad de analizar cómo estas empresas se han consolidado, para así identificar las estrategias detrás de su éxito. Por lo que la presente investigación es importante, no sólo como caso de estudio actual, si no como precedente para el futuro y lo que esta oleada de migración constante coreana traerá consigo al país y, especialmente, a la localidad de Saltillo, Coahuila en términos de negocios e intercambio cultural.

Pregunta de Investigación General

- ¿Cuáles son los factores que influyen en las negociaciones exitosas entre coreanos y mexicanos en Saltillo, Coahuila?

Preguntas de investigación secundarias

- ¿Qué consecuencias tiene actualmente en Saltillo, Coahuila, el avance de estos negocios y el aumento de la cultura coreana traída por sus ciudadanos a la localidad?
- ¿Qué papel desempeñó la estrategia de la "Generación Hallyu 3" del Gobierno coreano y la imagen del país generada por las industrias culturales de Corea en el establecimiento de vínculos comerciales entre ambos países y en el incremento de las exportaciones coreanas a México?
- ¿Cuáles son las estrategias de adaptación y negociación identitaria de la comunidad coreana en Saltillo, Coahuila a fin de su integración a la sociedad mexicana?

Objetivo general

- Analizar los factores que influyen en las negociaciones exitosas entre coreanos y mexicanos en Saltillo, Coahuila.

Objetivos específicos

- Reconocer las consecuencias actuales que ha traído, especialmente en Saltillo, Coahuila, el avance de estos negocios y el aumento de la cultura coreana traída por sus ciudadanos a la localidad.
- Identificar el papel que desempeñó la estrategia de la "Generación Hallyu 3.0" del Gobierno coreano y la imagen del país generada por las industrias culturales de Corea en el establecimiento de vínculos comerciales entre ambos países y en el incremento de las exportaciones coreanas a México.
- Explorar las estrategias de adaptación y negociación identitaria de la comunidad coreana en Saltillo, Coahuila a fin de su integración a la sociedad mexicana.

Justificación

Actualmente, en la ciudad de Saltillo, Coahuila, se ha registrado un notable crecimiento en la migración de ciudadanos coreanos que se establecen y emprenden negocios en la región. Este fenómeno plantea preguntas relevantes sobre los factores que han facilitado su éxito en un entorno culturalmente distinto y cómo dicho éxito puede beneficiar también a la sociedad mexicana. De acuerdo con Balderrama (2017), las economías de Corea del Sur y México comparten características clave: ambas dependen de los mercados internacionales, promueven la apertura comercial y desarrollan activamente su marca país e industrias culturales. Estas similitudes permiten entender la migración coreana como una estrategia económica lógica, sobre todo considerando el interés surcoreano en América Latina tras la firma del TLCAN (Gallardo, 2017).

Este estudio busca ampliar el marco teórico sobre la migración coreana a México, analizando su impacto social y económico en localidades receptoras como Saltillo. Se consideran variables como la cultura, el idioma y el comportamiento para comprender las dinámicas comerciales entre ambas nacionalidades en la ciudad. A través de un enfoque cualitativo, se pretende identificar los elementos que favorecen negociaciones exitosas y las implicaciones sociales del crecimiento de la comunidad coreana en México. Los resultados ofrecerán recomendaciones tanto para empresarios mexicanos que deseen negociar con coreanos como para futuras investigaciones sobre esta relación bilateral en expansión.

RESULTADOS

Análisis de índices

Índice Dimensiones de Hofstede

México

Según datos de la investigación llevada a cabo por Michael et al. (2018) obtenidos respecto a la puntuación de México en el Índice de las Dimensiones de Hofstede indican que, respecto a la Distancia al Poder, México obtiene una puntuación de 81 sobre 100, lo que indica que México es una cultura jerárquica, la cual acepta la inequidad y la centralización del poder; los subordinados esperan que se les diga qué hacer y el jefe ideal para esta sociedad sería un autócrata benevolente. En el caso del Individualismo vs. Colectivismo, México obtiene el puntaje de 30 sobre 100, lo que se considera como una cultura colectivista, donde se procura mantener fuertes vínculos entre los integrantes de un grupo, así como el tomar en cuenta sus opiniones al momento de tomar una decisión; en términos de relaciones comerciales, éstas se ven bajo el mismo lente, donde importa más la relación entre las partes que el acuerdo en sí. En términos de Masculinidad vs. Feminidad, el país obtiene un puntaje de 69 sobre 100, indicando una sociedad con valores más masculinos en la que las personas, en especial aquellas en puestos de poder, se espera que sean asertivas y decisivas, existe alta competitividad entre los integrantes de la sociedad y se espera que las personas “vivan para trabajar”. En cuanto a la dimensión Evasión de la Incertidumbre, México obtiene un puntaje de 82 sobre 100, reflejando una alta preferencia de la sociedad por mantener códigos y creencias tradicionales, evitar lo desconocido y apegarse a lo seguro; las personas tienen la urgencia de esforzarse y trabajar duro ya que se ve al tiempo como dinero y mantener las reglas aún y cuando éstas sean inservibles. En cuanto a la dimensión Orientación a Largo vs Corto Plazo, el país latinoamericano obtiene el puntaje de 24 sobre 100, refleja una cultura donde se planea más a corto plazo, baja propensión a ahorrar, prefiriendo obtener ganancias rápidamente. Respecto a la última dimensión, Complacencia vs. Moderación, México destaca por tener un puntaje de 97 sobre 100, esto denotando a una cultura donde las personas son más propensas a realizar sus impulsos y deseos con libertad, teniendo como propósito el tener diversión y disfrutar de su día a día, existe una tendencia hacia personas más positivas y extrovertidas dentro de la sociedad; se le da una gran importancia al tiempo de recreación y disponer del dinero como mejor lo prefiera la persona en el momento. (p. 29-31)

Corea

De acuerdo a los datos obtenidos de The Culture Factor Group (2020), los puntajes obtenidos por Corea del Sur dentro de las Dimensiones de Hofstede se describen a continuación. Respecto al índice Distancia al Poder, Corea cuenta con un puntaje de 60 sobre 100, lo que indica que es una sociedad algo jerárquica donde la inequidad y centralización del poder es aceptada; los subordinados esperan que se les diga qué hacer y el jefe ideal para esta sociedad sería un autócrata benevolente. En cuanto a la dimensión Individualismo vs. Colectivismo, Corea cuenta con el puntaje de 58 sobre 100, esto significando que Corea del Sur cuenta con una cultura relativamente individualista, se espera que las personas tengan iniciativa y tomen decisiones por sí mismas, sin tomar mucho en cuenta la opinión del grupo; las decisiones en el trabajo son tomadas dependiendo de los méritos de la persona y la evidencia de sus logros. Respecto a la dimensión Masculinidad vs. Feminidad, el país asiático cuenta con un puntaje de 39 sobre 100, indicando una sociedad con valores más femeninos, donde las personas valoran la equidad, solidaridad y calidad sobre su trabajo y su vida. Los conflictos se resuelven a través de la negociación y el compromiso, no se busca sobre enseñar el estatus y el jefe ideal para esta sociedad es uno que sepa dar apoyo y la toma de decisiones se hace a través de la participación. En cuanto a la dimensión Evasión de la Incertidumbre, Corea obtiene un puntaje de 85 sobre 100, denotando a Corea del Sur como uno de los países que más evitan la incertidumbre en el mundo, la sociedad conserva una alta preferencia por mantener códigos y creencias tradicionales, evitar lo desconocido y apegarse a lo seguro; las personas tienen la urgencia de esforzarse y trabajar

duro ya que se ve al tiempo como dinero y mantener las reglas aún y cuando éstas sean inservibles. Respecto a la dimensión de Orientación a Largo vs Corto Plazo, Corea denota 86 puntos sobre 100, lo que significa que esta es una sociedad pragmática que busca planear a largo plazo y una habilidad para adaptar las tradiciones al contexto actual, existe una importancia grande en invertir y ahorrar, así como la visión de que el trabajo y la perseverancia traerán los mejores resultados, las personas buscan siempre ser virtuosas. Por último, en el índice de Complacencia vs. Moderación, Corea cuenta con un puntaje de 29 sobre 100, esto significando que la cultura del país se encuentra más hacia el lado de moderación. Las personas en estas sociedades tienden a ser más cínicas y pesimistas, se busca controlar la gratificación de sus deseos y el tiempo de recreación, así como se cuenta con la percepción de que sus acciones son controladas por las normas sociales y que el dejarse llevar por sus impulsos y deseos está mal. (p. 01)

Índice Doing Business

Para el caso de México y con la información del reporte Doing Business 2020 hecho por World Bank Group (2019), se obtiene la siguiente información:

Tabla 1

Rango y puntuación de México en el Índice Doing Business 2020

Tema	Doing Business 2020 Ranking	Doing Business 2020 Puntaje
En General	60	72.4
Apertura de un negocio.	107	86.1
Manejo de permisos de construcción.	96	68.8
Obtención de electricidad.	106	71.1
Registro de propiedad.	105	60.2
Obtención de crédito.	11	90.0
Protección a los inversores minoritarios.	61	62.0
Pago de impuestos.	120	65.8
Comercio transfronterizo.	69	82.1
Cumplimiento de contratos.	43	67.0
Resolución de insolvencias.	33	70.3

Nota: La presente tabla es de gran utilidad para la investigación ya que integra dentro de sí toda la información respecto al ranking y las puntuaciones que México obtuvo en el índice Doing Business del año 2020 para las 10 categorías investigadas. Facilitando así, la lectura de los resultados y propiciando un entendimiento mejor de los mismos. Esta tabla aporta de toda la información necesaria para comprender en qué nivel está México como país para hacer negocios respecto de los 190 países que también fueron rankeados por el Banco Mundial. Asimismo, la presente tabla sirve como soporte para realizar una interpretación (como la que se realizará a continuación) de los resultados de manera concisa y digerible.

Fuente: Elaboración propia con información de World Bank Group (2019).

México se encuentra en la posición 60 de los 190 países rankeados con una puntuación de 72.4. Ahora bien, respecto a los índices, se obtuvieron los siguientes resultados:

México obtuvo el ranking 107 con un puntaje de 86.1 en Empezar un negocio, esto debido a que, aunque el proceso es relativamente barato y sin capital mínimo, existen muchos trámites (8 en total) y no se aprovechan realmente las herramientas digitales. En cuanto a Permisos de construcción, México obtuvo el ranking 96 con un puntaje de 68.8, esto porque obtener permisos de construcción en el país

es costoso y lleva en total 82 días con 15 trámites. En cuanto al Acceso a la electricidad, México obtuvo el ranking 106 con un puntaje de 71.1, ya que el proceso es costoso, alrededor del 264% del ingreso per cápita, y lento (100 días). En el índice de Registro de Propiedad, México obtuvo el ranking 105 con un puntaje de 60.2, el tiempo y el costo para transferir propiedad son elevados, y la calidad del sistema registral no es óptima. En cuanto al Acceso al crédito, México obtuvo el ranking 11 con un puntaje de 90.0, siendo este uno de los puntos más fuertes de México, ya que tiene un buen marco legal y cobertura de burós de crédito. México obtuvo el ranking 61 con un puntaje de 62.0 en el índice Protección a inversionistas minoritarios, esto ya que existen mecanismos aceptables para transparencia y responsabilidad en empresas, pero todavía hay aspectos que se pueden mejorar en responsabilidad de directores y acceso de accionistas a la justicia. Ahora bien, en cuanto a Pago de impuestos, México obtuvo el ranking 120 con un puntaje de 65.8, existe una alta carga fiscal de más del 55.1% de las ganancias y un tiempo elevado para cumplimiento, alrededor de 241 horas al año. En el Comercio transfronterizo México obtuvo el ranking 69 con un puntaje de 82.1, ya que es relativamente eficiente en términos de tiempo y costo. En Cumplimiento de contratos México obtuvo el ranking 43 con un puntaje de 67.0 ya que, aunque el marco de judicial es decente, el tiempo de 341 días y el costo que es el 33% del valor del reclamo aún son considerables. Por último, en cuanto a la Resolución de insolvencia, México obtuvo el ranking 33 con un puntaje de 70.3. México tiene un marco legal adecuado y tiempos razonables (alrededor de 1.8 años) lo que facilita la reestructuración. Esto es un punto fuerte que da confianza a inversionistas y acreedores.

Por otro lado, en el caso de Corea del Sur y con la información del reporte Doing Business 2020 hecho por World Bank Group (2019), se obtiene la siguiente información:

Tabla 2

Rango y puntuación de Corea del Sur en el Índice Doing Business 2020

Tema	Doing Business 2020 Ranking	Doing Business 2020 Puntaje
En General	5	84.0
Apertura de un negocio.	33	93.4
Manejo de permisos de construcción.	12	84.4
Obtención de electricidad.	2	99.9
Registro de propiedad.	40	76.3
Obtención de crédito.	67	65.0
Protección a los inversores minoritarios.	25	74.0
Pago de impuestos.	21	87.4
Comercio transfronterizo.	36	92.5
Cumplimiento de contratos.	2	84.1
Resolución de insolvencias.	11	82.9

Nota: La presente tabla es de gran utilidad para la investigación ya que integra dentro de sí toda la información respecto al ranking y las puntuaciones que Corea del Sur obtuvo en el índice Doing Business del año 2020 para las 10 categorías investigadas. Facilitando así, la lectura de los resultados y propiciando un entendimiento mejor de los mismos. Esta tabla aporta de toda la información necesaria para comprender en qué nivel está Corea como país para hacer negocios respecto de los 190 países que también fueron rankeados por el Banco Mundial. Asimismo, la presente tabla sirve como soporte para realizar una interpretación (como la que se realizará a continuación) de los resultados de manera concisa y digerible.

Fuente: Elaboración propia con información de World Bank Group (2019).

Corea del Sur se encuentra en la posición 5 de los 190 países rankeados con una puntuación de 84.0. Ahora bien, respecto a los índices, se obtuvieron los siguientes resultados:

Con un ranking de 33 y un puntaje de 93.4 Empezar un negocio en Corea tiene muy buen desempeño, se requieren sólo tres trámites, ocho días y sin capital mínimo. Ahora bien, con un ranking del 12 y un puntaje de 84.4 en los Permisos de construcción existe un excelente tiempo, alrededor de 27.5 días, y alta calidad del control de edificaciones. En cuanto al Acceso a electricidad, Corea obtuvo el ranking 2 con un puntaje de 99.9 que es uno de los mejores del mundo. Solo 13 días, a un bajo costo que es del 34.3% del ingreso per cápita y confiabilidad máxima, es ideal para nuevos desarrollos empresariales. En el índice Registro de propiedad Corea obtuvo el ranking 40 con un puntaje de 76.3, esto porque el registro es rápido (alrededor de 5.5 días) y con una excelente calidad del sistema registral. En cuanto al Acceso al crédito, Corea obtuvo el ranking 67 con un puntaje de 65.0, en el país existe buen acceso a información crediticia con una cobertura del 100%, pero un débil marco legal para derechos de los acreedores, por lo que aún existe un espacio para fortalecer las garantías sobre bienes muebles. En cuanto a Protección a inversionistas minoritarios, Corea obtuvo el ranking 25 con un puntaje de 74.0, esto debido a una fuerte transparencia y capacidad de los accionistas para demandar. Sobre el índice Pago de impuestos, Corea obtuvo el ranking número 21 con un puntaje de 87.4, dentro del país existe un sistema eficiente con solo 12 pagos al año, una carga tributaria moderada de 33.2% de las ganancias y un buen desempeño post declaración. En cuanto al Comercio transfronterizo, Corea está en el ranking 36 con un puntaje de 92.5. Es muy eficiente, exportar e importar lleva poco tiempo y bajo costo con documentos en una hora y pocos dólares. En Cumplimiento de contratos Corea está en el ranking número 2 con un puntaje de 84.1. Con una muy alta eficiencia judicial: resolución en 290 días, a un bajo costo del 12.7% del valor del reclamo y un sistema judicial de calidad. Por último, en cuanto al índice de Resolución de insolvencia, Corea está en el ranking número 11 con un puntaje de 82.9. Buen marco legal e institucional, con una alta tasa de recuperación de 84.3 centavos por dólar y una resolución en 1.5 años.

Al observar de primera mano los resultados de ambos países, se presenta una dicotomía importante y es que se puede denotar que en México no es tanta la eficiencia como la que existe en Corea al momento de realizar negocios dentro de cada país, en especial para temas regulatorios y de comercio exterior. Esto, como se verá más adelante en las entrevistas, puede detonar cierta tensión al momento de hacer negocios entre mexicanos y coreanos, ya que los empresarios y comerciantes coreanos, por el contexto en su país, esperarían que sea más sencillo crear empresas o realizar los trámites aduaneros en México como lo es en su país de origen. Esto es un punto clave en el desarrollo de la relación comercial entre mexicanos y coreanos en Saltillo, Coahuila que se verá reflejado más claramente a futuro en la investigación.

Análisis de entrevistas

Durante la fase inicial de recolección de información para la presente investigación, se realizaron esfuerzos importantes para contactar a empresarios coreanos en Saltillo, Coahuila, a través de redes personales y profesionales. Se logró una respuesta positiva de la empresa HL Mando, que accedió a participar por medio de un cuestionario reducido y traducido al inglés, aunque solo un respondiente coreano accedió a realizar la entrevista presencialmente. También se intentó concretar una entrevista con el director de Reypaco, sin éxito. Sin embargo, el 1 de marzo del presente año (2025), se llevó a cabo una jornada de visitas a negocios coreanos como Gaul Korean BBQ, Amart, Jeju, Coba, Omasu, Café San y CocoRico. De los cuales en Café San se logró concretar una entrevista con un comerciante coreano, resaltando la disposición de aquellos en los cuales el (la) dueño (a) dominaban el español y estaban presentes en sus negocios. Aunque muchos intentos no tuvieron respuesta o fueron limitados por barreras como el idioma o la disponibilidad, estas visitas permitieron un acercamiento directo a la comunidad coreana empresarial, lo cual fue valioso para el estudio.

Por otra parte, la búsqueda de empresarios y comerciantes mexicanos con vínculos comerciales con Corea del Sur fue más fluida al inicio. A partir del 2 de marzo del 2025 se buscaron entrevistados y esa misma semana se concretó una entrevista, aunque los siguientes intentos, tanto por recomendaciones como por llamadas directas, tuvieron resultados mixtos. A pesar de varios interesados, muchos no pudieron concretar entrevistas por temas de agenda. Finalmente, se lograron tres entrevistas adicionales con contactos referidos, lo cual suma un total de cinco entrevistas realizadas, entre empresarios y comerciantes, tanto mexicanos como coreanos. Estas entrevistas, aunque limitadas en número, aportaron información valiosa desde una perspectiva práctica, enriqueciendo el análisis de estudio con experiencias reales sobre el intercambio comercial entre ambas comunidades en Saltillo. La calidad de estas interacciones compensa, en buena medida, la cantidad reducida de casos.

Primera parte: Entrevistas a empresarios y comerciantes mexicanos

Andrea Marely, con más de tres años en empresas coreanas de comercio exterior en Saltillo, señala que la cultura empresarial coreana exige mayor polivalencia laboral y disponibilidad constante. Resalta la barrera del idioma como un gran reto, incluso hablando inglés, esto debido a expresiones intraducibles en ambos idiomas (español y coreano); y menciona un lenguaje corporal respetuoso, pero con jerarquías rígidas. Recomienda educar a los coreanos sobre el contexto mexicano para mejorar la toma de decisiones. Destaca que los empresarios mexicanos deben de ser más firmes y pacientes al negociar. Aunque los coreanos se han adaptado socialmente, aún muestran exigencias altas y actitudes discriminatorias dentro de las empresas.

Kumiko Hernández, con experiencia en empresas coreanas desde 2019, observa una fuerte orientación jerárquica que limita la toma rápida de decisiones, aunque mejora con el tiempo. Recomienda llegar bien preparado y con datos claros. Señala problemas de comunicación por el idioma y comportamientos como gritos en reuniones, culturalmente aceptados por los coreanos, pero mal vistos en México. He observado que muchos malentendidos se resuelven con traductores en las empresas y paciencia. Considera que la adaptación cultural avanza gradualmente y que el auge de la ola Hallyu ha influido positivamente en la percepción mexicana hacia Corea del Sur.

Nydia Recio, con más de seis años negociando con proveedores coreanos, subraya la diferencia entre la cultura mexicana basada en la confianza y la coreana basada en hechos. La diferencia de idiomas ha generado malentendidos, por lo que prefiere llevar a cabo la comunicación a través de correos electrónicos. Aconseja establecer todo por contrato para evitar confusiones y percibe una baja disposición de los coreanos a adaptarse al entorno mexicano, mencionando actitudes más agresivas en el entorno empresarial. Cree que conocer la cultura coreana gracias a Hallyu ha abierto oportunidades de negocio, aunque aún falta mayor integración por parte de los coreanos.

Segunda parte: Entrevistas a empresarios y comerciantes coreanos

Alex, dueño de Café San y ex empleado en empresa coreana, identifica problemas con proveedores mexicanos como impuntualidad y falta de garantía, a diferencia del sistema coreano más competitivo. Supera estas limitaciones con anticipación y planes alternos. Promueve la integración cultural a través de eventos comunitarios en su cafetería. Considera que la rigidez y falta de compromiso de algunos proveedores mexicanos dificultan los negocios. Aprecia la buena voluntad de quienes buscan mantener relaciones comerciales sanas, pero insiste en la necesidad de mayor competencia y profesionalismo.

Junheon, Project Manager en HL Mando, lleva cinco años viviendo en México. Valora la flexibilidad mexicana, aunque notan diferencias importantes como: los mexicanos se enfocan en el presente, mientras que los coreanos planifican a largo plazo. Ha aprendido español y se ha adaptado a un estilo de comunicación más informal. Reconoce la dificultad inicial de integrarse por las diferencias en la

cultura laboral y de comunicación, y expresa preocupación por la corrupción. Aun así, destaca la apertura y amabilidad de sus colegas mexicanos. Y considera que el impacto de Hallyu en el entorno empresarial aún es limitado.

Síntesis e integración

El negociador mexicano vs. el negociador coreano

A continuación, se presenta, a modo de tabla comparativa, el perfil de negociador mexicano y el perfil de negociador coreano.

Tabla 3

Perfil del negociador mexicano vs. coreano

Categoría	Negociador Mexicano	Negociador Coreano
Valores culturales predominantes	Colectivismo familiar, calidez interpersonal, jerarquía informal, flexibilidad ante reglas.	Confucianismo, respeto por la jerarquía, colectivismo empresarial, disciplina y armonía social.
Estilo de negociación	Indirecto en el discurso, pero informal en presentación; más relajado en tiempos.	Altamente formal, centrado en el respeto, tiempos estrictos, aunque evita confrontaciones directas puede llegar a ser voluble.
Comunicación no verbal	Contacto visual frecuente, uso de gestos expresivos, cercanía física aceptada.	Evita contacto físico, expresiones moderadas, reverencias o inclinaciones sutiles, postura formal.
Adaptación e integración cultural	Abiertos al contacto, pero poca disposición a aprender coreano o modificar sus prácticas.	No muchos aprenden español, participan en la comunidad religiosa y escolar, buscan adaptarse a costumbres locales.
Expectativas / percepciones sobre el otro	Consideran a los coreanos estrictos y reservados, pero eficientes y trabajadores.	Perciben a los mexicanos como cálidos, pero informales e imprecisos; valoran su apertura social.

Nota: La presente tabla (parte 1 y parte 2) es de gran utilidad para los resultados de la presente investigación al resumir y sintetizar toda la información obtenida en este capítulo propiciando una mejor comprensión de la misma y ayudando a dividir los resultados por categoría y por perfil de negociador (mexicano y coreano), para así poder llegar a una mejor conclusión en la investigación y facilitar la validación de las hipótesis. Esta tabla contiene información importante sobre las características de cada tipo de negociador visto en esta investigación (mexicano y coreano) que ayuda también a comprenderlos de una manera clara y concisa; y, junto con la interpretación realizada a continuación, esta tabla sirve para desarrollar una conclusión robusta de los resultados obtenidos y sus implicaciones.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Demmler et al. (2018); The Culture Factor Group (2020); World Bank Group (2019); así como de los resultados de las entrevistas llevadas a cabo en la presente investigación.

Perfil del Negociador Mexicano. El negociador mexicano en contextos interculturales como Saltillo, tiende a privilegiar una interacción cercana y basada en relaciones personales. Su estilo de negociación es indirecto evitando confrontaciones frontales, pero informal en la forma: tiende a improvisar, no a ceñirse estrictamente al protocolo y es más tolerante a la flexibilidad en horarios y compromisos. Culturalmente, valora la simpatía, el respeto jerárquico menos rígido y la lealtad interpersonal.

En cuanto a la comunicación no verbal, recurre al contacto visual directo, gesticulación abierta y expresiones faciales cálidas, lo cual puede interpretarse como exceso de confianza para los coreanos. Aunque el mexicano suele mostrarse receptivo a otras culturas, su disposición a adaptarse profundamente es limitada; raramente estudia el idioma del otro o modifica sus patrones de conducta empresarial.

La percepción sobre los coreanos suele mezclar admiración por su disciplina y reserva, con cierta incomodidad ante su rigidez. Consideran que la comunicación podría mejorar si los coreanos fueran más expresivos, pero reconocen su compromiso en el trabajo.

Perfil del Negociador Coreano. El negociador coreano, influenciado por valores del confucianismo y de la jerarquía empresarial, muestra un estilo de negociación claramente formal, centrado en la estructura, el respeto mutuo y el cumplimiento estricto de los acuerdos. La comunicación es indirecta, con tendencia a evitar conflictos abiertos, dando prioridad al consenso interno antes de tomar decisiones.

Su lenguaje no verbal es sobrio: evita el contacto físico innecesario, mantiene la distancia y muestra respeto mediante gestos sutiles como inclinaciones. En Saltillo, muchos coreanos han realizado esfuerzos de integración aprendiendo español, participando en eventos escolares de sus hijos y adoptando costumbres sociales como compartir alimentos típicos mexicanos. Aunque esta misma búsqueda de adaptación en el ámbito laboral no se observa de parte de la mayoría de coreanos, buscan mantener sus prácticas y tradiciones en el país extranjero.

Perciben a los mexicanos como cálidos y hospitalarios, pero también como desorganizados y poco rigurosos con el tiempo. Aun así, valoran la amabilidad local y han construido relaciones comerciales exitosas a través de la convivencia prolongada y la adaptación progresiva.

DISCUSIÓN

Pregunta de investigación 1 – Influencia de factores culturales

Validación

La diferencia en los estilos de comunicación (formalidad coreana vs. informalidad mexicana), los valores culturales (jerarquía, colectivismo, respeto, simpatía), el lenguaje no verbal, así como el contexto de cada país tienen un impacto claro en las negociaciones. La evidencia muestra que malentendidos y tensiones surgen cuando no se ajustan las expectativas culturales.

Pregunta de investigación 2 – Tensiones y cooperación en un entorno multicultural

Validación

Las entrevistas reflejan que existen tensiones iniciales debido a diferencias en la forma de trabajar, el trato interpersonal y las expectativas jerárquicas. Sin embargo, también se evidencian acuerdos exitosos en empresas mixtas, así como adaptaciones mutuas (por ejemplo, el respeto del mexicano a la estructura coreana y viceversa). El entorno multicultural, aunque desafiante, ha derivado en cooperación real.

Pregunta de investigación 3 – Influencia de la estrategia cultural Hallyu 3.0

Validación parcial

Se menciona el interés creciente en México por Corea a través de su cultura pop, su tecnología y su imagen país positiva. Esto generando una percepción favorable entre mexicanos, que ha facilitado relaciones empresariales. Aunque no es el único factor, la estrategia Hallyu ha influido indirectamente al mejorar la disposición a cooperar con socios coreanos.

Pregunta de investigación 4 – Adaptación identitaria de los coreanos en Saltillo

Validación

Se documentan acciones concretas como el aprendizaje del idioma español, la asistencia a escuelas y eventos comunitarios, y la práctica de costumbres locales (como comidas o saludos). Esto ha generado una percepción más positiva por parte de los mexicanos y ha mejorado la efectividad de las negociaciones y vínculos empresariales, aunque aún quedan retos por superar, como cierta reticencia, especialmente al principio, de la comunidad coreana a adaptarse.

Por consiguiente, la presente investigación ha demostrado satisfactoriamente cómo los factores como estilos de comunicación, los valores culturales, el lenguaje no verbal, así como el contexto de cada país definen si una negociación entre coreanos y mexicanos será exitosa, esto es de suma importancia a tener en cuenta para cualquier empresario mexicano o coreano que emprenda nuevos negocios en Saltillo, Coahuila con su contraparte de distinta cultura. Asimismo, se demuestra que el auge de las relaciones comerciales entre mexicanos y coreanos no han quedado exentas de tensiones, como, por ejemplo, las barreras al idioma o la falta de adaptabilidad y comprensión por la cultura contraria que ambas sociedades dentro del país demuestran.

RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones que se destacan gracias a la investigación se encuentran las siguientes:

Se recomienda a las empresas involucradas en relaciones comerciales bilaterales que promuevan capacitaciones interculturales tanto para sus equipos mexicanos como coreanos. Esto permitirá reducir tensiones, mejorar la comunicación y generar empatía hacia las diferencias culturales que influyen en la toma de decisiones y dinámicas laborales.

Con base en los perfiles del negociador mexicano y coreano, las instituciones académicas, cámaras de comercio o agencias de desarrollo económico podrían generar manuales prácticos que incluyan protocolos culturales, estilos de comunicación y recomendaciones específicas para facilitar acuerdos entre ambas partes.

Dado a que el idioma durante todos los resultados de la investigación representó una barrera recurrente, se recomienda fomentar el aprendizaje básico del español entre los coreanos residente, así como promover que los negociadores mexicanos aprendan nociones del idioma coreano (como mínimo formalidades y saludos), lo cual contribuiría a una mejor integración, respeto mutuo y construcción de confianza.

El establecimiento de ferias, foros, encuentros académicos o culturales entre ambas comunidades en Saltillo podrían servir como espacios de diálogo informal y profesional, permitiendo generar vínculos sociales más sólidos que se traduzcan en relaciones de negocios más humanas y sostenibles.

Se recomienda a las autoridades locales y estatales desarrollar políticas que acompañen a la comunidad coreana en su integración social y comercial, facilitando trámites, asesorías interculturales y espacios de diálogo con empresarios mexicanos.

Por último, dado que el caso de Saltillo es un precedente, se recomienda replicar la metodología de esta investigación en otros estados donde también exista una fuerte presencia coreana (como Nuevo León o Guanajuato), para ampliar la comprensión nacional del fenómeno y diseñar mejores políticas de cooperación bilateral.

CONCLUSIONES

La presente investigación permitió comprender que el éxito de las negociaciones entre coreanos y mexicanos en Saltillo, Coahuila, no depende únicamente de factores económicos o estratégicos, sino que está profundamente influenciado por elementos culturales que configuran las actitudes, percepciones y comportamientos de cada grupo. La interacción entre ambas culturas ha generado un entorno complejo pero fértil para el desarrollo de relaciones comerciales y sociales, donde la empatía y la comprensión intercultural se convierte en un factor clave.

Los perfiles del negociador mexicano y coreano contruidos a partir de datos cualitativos y cuantitativos muestran diferencias marcadas dentro del estilo de la expresión emocional, comunicación, jerarquía, expectativas y gestión del tiempo. Mientras que el negociador mexicano tiende a adoptar un enfoque más informal, relacional y flexible; el negociador coreano denota por su formalidad, fuerte orientación colectiva y planeación estratégica. Estas diferencias constituyen un arma de doble filo, ya que, si no se comprenden y gestionan adecuadamente, generarán tensiones, sin embargo, si son reconocidas y valoradas, abren oportunidades para la cooperación efectiva.

El marco teórico, el análisis cultural de los índices de Hofstede y las entrevistas, aportaron la evidencia suficiente para validar la hipótesis principal (H1): los valores, costumbres, creencias, lenguaje y contexto país son factores decisivos en el desarrollo de negociaciones exitosas entre mexicanos y coreanos en Saltillo, Coahuila. Del mismo modo, las hipótesis específicas (H1, H2 y H3) fueron también validadas en distintos niveles: la presencia coreana ha generado tanto tensiones como cooperación, la estrategia cultural coreana Hallyu ha fortalecido los vínculos bilaterales, aunque de forma más indirecta; y las estrategias de integración coreana en Saltillo, como el aprendizaje del idioma y la participación comunitaria, han facilitado el éxito comercial y social de la cultura coreana en la ciudad.

Asimismo, el análisis permitió identificar factores inhibidores como la desconfianza inicial, la rigidez cultural, la barrera del idioma y el miedo a la corrupción, y factores facilitadores como la adaptación identitaria, la educación intercultural, el respeto mutuo y la imagen positiva proyectada por Corea. Estos factores se organizaron en un mapa temático para una mejor visualización de su impacto directo sobre cada hipótesis. Por último, esta investigación contribuye no solo a la comprensión académica del fenómeno comercial intercultural México-Corea en Saltillo, Coahuila, sino que ofrece una herramienta práctica para empresarios, instituciones y negociadores interesados en mejorar sus estrategias de negociación en un contexto cada vez más interdependiente y globalizado. Reconocer la diversidad cultural no como un obstáculo, sino como una ventaja competitiva, será la clave para construir relaciones duraderas, equilibradas y exitosas entre ambas comunidades.

REFERENCIAS

AFS Intercultural Programs, Inc. (2012). Dimensiones Culturales de Hofstede. https://d22dvi4p3p3.cloudfront.net/wpcontent/uploads/sites/27/2019/02/13111303/Hofstede_s_CulturalDimensions...forfriendsofAFS2012-ESP.pdf

Balderrama Santander, R. (2017). Corea del Sur en el marco de la economía del conocimiento y una nueva estrategia de cooperación con México en el 55 aniversario de relaciones diplomáticas. *México y la Cuenca del Pacífico*, 6(18), 9-16.

Banco Mundial (2024), Business Ready 2024, "Resumen ejecutivo", Banco Mundial, Washington, DC. Licencia: Creative Commons de Reconocimiento CC BY 3.0 IGO. <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/0e833cdf-47e8-4ee0-b412-e9dc415047f9/content>

Calderon Hincapié, V., Montoya Ceballos, N., & Ocampo Gil, M. (2023). Relación de las Dimensiones Culturales de Hofstede y el Índice de Doing Business (Doctoral dissertation, Universidad Católica de Pereira).

Data México. (2020). Corea del Sur: Comercio exterior, inversión, remesas y migración. Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/country/corea-del-sur>

Gallardo, S. (2017). Migración y empresariado étnico: Estrategias de comerciantes coreanos para establecer su negocio en la Ciudad de México. Recurso impreso, recurso electrónico.

Jiménez, R. A., & Sánchez, A. R. (2021). Ola Coreana en México. *Redes sociodigitales y fangagement*. *Online Journal Mundo Asia Pacifico*, 10(18), 67-84.

López Rocha, N. (2015). El rol del Hallyu como cultura pop en la creación y la difusión de la imagen de la mujer coreana contemporánea.

Mendoza, E. (2023). Elementos de las dimensiones culturales que impactan en el choque cultural en las negociaciones de empresarios provenientes de China, Corea del Sur y Japón en el sector automotriz de Nuevo León (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Nuevo León).

Michael Demmler, Ricardo Ortiz Ayala, and Alejandra Urbiola Solís. (2018) "Comparing Corporate Cultural Profiles Using the Cultural Dimensions of Hofstede." *Journal of Business and Management Sciences*, vol. 6, no. 2: 28-35. doi: 10.12691/jbms-6-2-1. Nota: La presente traducción no es obra de la Revista de Ciencias Empresariales y de la Gestión, y no deberá considerarse traducción oficial de dicho organismo.

Moreno, L. Z., y Arredondo, A. E. G. (2023). Liderazgo y cultura organizacional en dos empresas maquiladoras internacionales: un caso comparativo entre México y Corea del Sur. *Revista Lasallista de investigación*, 20(1), 123-135.

Mundial, B. (2019). Informe Doing Business 2020: mantener el ritmo de las reformas para mejorar el clima de negocios. World Bank; Banco Mundial. Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2019/10/24/doing-business-2020-sustaining-the-pace-of-reforms>

Perea Mosquera, L. N., Redondo Ramírez, M. I., Rodríguez Henao, L. J., & Aristizábal Henao, M. M. (2022). El arte de negociar en América Latina, Europa y Asia. Universidad Libre Colombia.

Plancarte Flores, D. (2022). De cómo pensar la internacionalización de las ciencias sociales: el caso de los estudios sobre Corea del Sur en México (Master's thesis, Tesis (MC))--Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del IPN Departamento de Investigaciones Educativas).

Ramírez Bonilla, J. J. (2021). La cooperación bilateral México-Corea en el nuevo contexto geoeconómico. Asia y sus caminos al desarrollo: ejemplos para México, los casos de China, Corea, Japón, Taiwán y Rusia, coordinado por Adolfo Alberto Laborde Carranco, 73-100.

Rodríguez, A. (2007). Impacto de la cultura en los negocios internacionales, un énfasis en los negocios con México (Culture impact on international business, an emphasis in business with México). Daena: International Journal of Good Conscience, 2(2), 156-228.

Salcedo, J. (2021). Resolviendo el problema de negociación correcto. Recuperado de: <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1770>

The Culture Factor Group. (2020). Country comparison tool. Theculturefactor.com. <https://www.theculturefactor.com/country-comparison-tool?countries=south+korea>

Nota: La presente traducción no es obra del Grupo El Factor Cultural, y no deberá considerarse traducción oficial de dicho organismo.

Villar, H., Gómez, J., Hernández, Y., & Vázquez, U. (2017). Interculturalidad en los negocios Internacionales y el negociador mexicano. Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA, 5(9).

Villarreal Solís, F. M., Ignacio Gómez Romero, J. G., & Villarreal Solís, M. D. (2014). La Cultura Organizacional y las Estrategias Competitivas en la industria de celulosa, cartón y papel en México. AD-minister, (25), 97-120.

World Bank. (2020). Doing Business 2020: Comparing business regulation in 190 economies. Washington, DC: World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1440-2>

Nota: La presente traducción no es obra del Banco Mundial, y no deberá considerarse traducción oficial de dicho organismo. El Banco Mundial no responde por el contenido ni los errores de la traducción.

Nota: La presente traducción no es obra del Banco Mundial, y no deberá considerarse traducción oficial de dicho organismo.

World Bank. (2020). Methodology. Washington, DC: World Bank Group. Recuperado el 09 de mayo del 2025 de <https://archive.doingbusiness.org/es/methodology>

Nota: La presente traducción no es obra del Banco Mundial, y no deberá considerarse traducción oficial de dicho organismo. El Banco Mundial no responde por el contenido ni los errores de la traducción.

Yuste López, C. (2021). Emporios transpacíficos: comerciantes mexicanos en Manila, 1710-1815. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Históricas.

World Bank Group. (2019, October 23). Doing business, economy profile: Mexico (World Bank Group, Ed.). Doing Business Archive; World Bank Group. <https://archive.doingbusiness.org/en/data/exploreconomies/mexico>

World Bank Group. (2019, October 23). Doing Business, economy profile: Korea, Rep. (World Bank Group, Ed.) [Review of Doing Business, economy profile: Korea, Rep.]. Doing Business Archive; World Bank Group. https://archive.doingbusiness.org/en/data/exploreconomies/korea#DB_dwcp
Nota: La presente traducción no es obra del Banco Mundial, y no deberá considerarse traducción oficial de dicho organismo.

Ávila MJ & Hernández C. (febrero 2023). Proceso migratorio de los coreanos residentes en México y Nuevo León. Edähi Boletín Científico de Ciencias Sociales y Humanidades del CSHu. Publicación semestral, Vol. 11, No. Especial (2023) 13-23. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/25200/3/25200.pdf>

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .