

¿Qué hace que los inmigrantes coreanos de Argentina se concentren en la industria de la indumentaria?

Jihye Kim*

Resumen

Entre los aproximadamente 20.000 coreanos étnicos que habitan en la Argentina hoy, más del 80 por ciento se dedica a la industria de la indumentaria, tanto en los sectores de producción como de distribución. Desde el comienzo de la migración coreana a la Argentina, hacia 1965, la industria de la confección y de la indumentaria de ese país ha funcionado como una puerta de entrada característica de la sociedad anfitriona para la mayoría de los coreanos étnicos. Esto se debe a una combinación única de características socio-culturales de los inmigrantes, así como a las particularidades de los entornos económicos y sociales del país anfitrión. A partir del análisis de 20 entrevistas en profundidad realizadas en 2014 a empresarios inmigrantes coreanos de la industria de la confección argentina, esta investigación muestra que varios factores han participado en la decisión de la primera generación de coreanos de iniciar un negocio de indumentaria en ese sitio. A diferencia de los puntos de vista tradicionales de los sociólogos, que tienden a centrarse en los factores de atracción-repulsión y en el papel del capital social (los lazos familiares y las redes étnicas), los resultados de este estudio ponen de relieve la importancia de los contextos estructurales, sociales y económicos en la determinación de la decisión de entrada de un inmigrante empresarial.

Palabras clave: Industria de la indumentaria argentina; Emprendimientos inmigrantes coreanos; Capital social; Redes étnicas; Lazos familiares; Oportunidades estructurales; Enraizamiento mixto.

Abstract

Of the approximately 20,000 ethnic Koreans in Argentina today, more than 80% are engaged in the garment industry, in both the production

* Doctoranda en estudios asiáticos (estudios coreanos). School of Asian Studies / The University of Auckland. Correo electrónico: jkim658@aucklanduni.ac.nz

Artículo recibido: 30/08/2015

Artículo aceptado: 14/12/2015

MIRÍADA. Año 8 No. 12 (Ene-Dic 2016) p. 77-94

©Universidad del Salvador. Facultad de Ciencias Sociales. Instituto de Investigación en Ciencias Sociales (IDICSO). ISSN: 1851-9431

and the distribution sectors. Since the beginning of Korean migration to Argentina in 1965, the Argentine garment industry has served as a distinctive gateway into the host society for most ethnic Koreans because of a combination of unique socio-cultural characteristics and values these immigrants bring to business and the particularities of the economic and social environments in the host country. Based on the analysis of 20 in-depth interviews with Korean immigrant entrepreneurs in the Argentine garment industry conducted in 2014, this research demonstrates that various factors were involved in the decision of first-generation Koreans in Argentina to start a garment business. Unlike the traditional views of sociologists, who tend to focus on the pull and push factors and the role of social capital, such as family ties and ethnic networks, the results of this study highlight the importance of the wider structural, social and economic contexts in which ethnic businesses operate in determining an immigrant's entrepreneurial entry decision.

Keywords: Argentine garment industry; Korean immigrant entrepreneurship; Social capital; Ethnic network; Family ties; Structural opportunity; Mixed-embeddedness.

Introducción

Entre los aproximadamente 20.000 coreanos étnicos que habitan la Argentina hoy más del 80 por ciento se dedica a la industria de la indumentaria, tanto en los sectores de producción como de distribución. Mientras que la comunidad empresarial judía dominó el mercado mayorista de la indumentaria de medio y bajo costo hasta 1960, el sector fue penetrado gradualmente por inmigrantes coreanos, quienes comenzaron tejiendo y cosiendo como subcontratistas de fábricas de propiedad judía. En la década de 1990, los nuevos empresarios coreanos lograron un ascenso notable y una posición cada vez más significativa en este sector (Lee, 1992).

Probablemente a causa de las ventajas de los “negocios étnicos” y la ubicuidad de las oportunidades económicas y sociales en la Argentina, la industria de la indumentaria ha funcionado como una puerta de entrada privilegiada para la integración de la primera generación de inmigrantes coreanos en la sociedad anfitriona y como el ámbito privilegiado de especialización para la generación posterior de coreanos argentinos. En lugar de considerar la diversificación de sus actividades económicas, la mayoría de los coreanos étnicos ha permanecido en esta industria. Además, muchos de los coreanos que antes manejaban empresas en otros sectores se han trasladado a ella. Aunque hay similitudes entre los empresarios coreanos en

Argentina y los “inmigrantes empresariales” en otros lugares, esta concentración en la industria de la indumentaria es la característica distintiva de las empresas coreanas del país.

Este trabajo presenta algunos de los resultados de una investigación orientada a averiguar por qué un alto porcentaje de inmigrantes coreanos de primera generación eligieron la industria de la indumentaria. Uno de los temas recurrentes en la literatura académica sobre el autoempleo inmigrante se concentra en los factores negativos o positivos que empujan y/o atraen de los inmigrantes para direccionar un negocio (Light & Bonacich, 1991; Kim, 1981; Min, 1984, 1990, 1996; Yoon, 1997; Phizacklea & Ram 1995; Barrett, Jones & McEvoy, 1996; Basu, 2006). Otro tema recurrente es la importancia relativa del capital social de un grupo étnico, es decir, de los fuertes lazos familiares y las redes étnicas, en la determinación de la iniciativa empresarial inmigrante (Portes & Sensenbrenner, 1993; Portes, 1995; Portes & Zhou, 1996; Deakins, Ishaq, Smallbone, Whittam, & Wyper, 2007). Otros argumentan que la entrada de las minorías étnicas en iniciativas empresariales comunes es atribuible a un conjunto diverso de factores desencadenantes (Basu, 2006; Lassalle, 2008).

Seguimos esta preferencia por la combinación de factores diversos, así como las teorías de “estructura de oportunidad” (Waldinger, 1986, 1989; Waldinger et al, 1990) y de “enraizamiento mixto” (Rath, 2000, 2002; Kloosterman & Rath, 2001, 2003; Kloosterman, 2010); en la investigación que da origen a este trabajo se analizan veinte entrevistas con inmigrantes coreanos y el libro de la historia de la comunidad (Lee, 1992) con el fin de identificar los factores que definieron las interacciones entre los inmigrantes coreanos y las estructuras económicas, sociales, y políticas de la Argentina.

Las entrevistas se realizaron con inmigrantes coreanos de la primera generación¹ en la industria de la indumentaria, entre febrero y junio de 2014. En primer lugar utilizamos cuestionarios semiestructurados que animaron a los participantes a narrar sus historias de vida bastante libremente. Las entrevistas se llevaron a cabo en el idioma coreano; sin embargo, el castellano también fue utilizado para describir algunos términos del vocabulario técnico de los negocios. Para las entrevistas, las personas fueron identificadas de acuerdo con distintos niveles y posiciones dentro de la industria del vestido: doce mayoristas, cuatro minoristas, un fabricante y tres subcontratistas. Estas ocupaciones reflejan la actual o la última ocupación de los

1. Mis entrevistas también incluyeron algunos individuos de la generación 1.5, que con posterioridad a los 15 años comenzaron a trabajar con sus padres inmediatamente después de su llegada a Argentina.

entrevistados dentro de la industria de la indumentaria. Sin embargo, en el análisis de sus datos, consideramos sus trayectorias profesionales; ya que muchos de ellos han cambiado sus trabajos varias veces.

Enfoques Teóricos

La alta tasa de autoempleo o empleo por cuenta propia entre los inmigrantes en Estados Unidos y Europa ha estimulado la investigación sobre los emprendimientos empresariales de los inmigrantes y la aparición de empresas y empresarios “étnicos”. Un creciente cuerpo de investigación sociológica ha proporcionado aproximaciones conceptuales y refinamientos teóricos para el estudio de los empresarios inmigrantes.

Por lo general, los sociólogos que estudian los negocios de los inmigrantes consideran que tanto los recién llegados como los locales operan en situaciones económicas y políticas idénticas. Por lo tanto, a menudo no examinan la estructura política económica y tienden a centrarse en las características de los inmigrantes como las redes étnicas o de capital social (Kloosterman & Rath, 2003). Sin embargo, en el marco de esta investigación, hemos preferido considerar tanto la agencia como la estructura. Con ese fin, ha sido necesario combinar tres marcos teóricos: (1) el de los así llamados “factores de atracción-repulsión”; (2) el del capital social contenido en las redes étnicas y los lazos familiares; y (3) el de las oportunidades estructurales o “enraizamiento mixto”.

El enfoque de atracción-repulsión, en primer lugar, se concentra en las razones que impulsan a un inmigrante a la puesta en marcha su propio negocio (Light & Bonacich, 1991; Kim, 1981; Min, 1984, 1990, 1996; Yoon, 1997; Phizacklea & Ram 1995; Barrett, Jones & McEvoy, 1996; Basu, 2006). Un inmigrante puede convertirse en empresario por “necesidad” u “oportunidad” según factores de repulsión (*push*) y atracción (*pull*) que explican su decisión (Deakins & Ram, 1995; Freel, 1998; Basu, 2006).

Los factores de expulsión más importantes son los numerosos obstáculos para incorporarse al mercado de trabajo que suelen sufrir los inmigrantes. Estas desventajas pueden incluir la discriminación racial, la barrera del idioma, la falta de familiaridad con la cultura local y el acceso limitado a las oportunidades de trabajo (Light & Bonacich, 1991; Kim, 1981; Min, 1984; Waldinger et al., 1990; Phizacklea & Ram 1995; Barrett, Jones & McEvoy, 1996; Basu, 2006; Lassalle, 2008; Freel, 1998). Estos factores pueden empujar al inmigrante hacia el autoempleo. Es el caso de los coreanos en los EE.UU. por la barrera idiomática que enfrentan (Min, 1984, 1996; Yoon, 1997). Por otro lado, las redes de la comunidad/familia, el deseo de ser independientes y la capacidad para detectar oportuni-

des de negocio también suelen ser factores que atraen a los inmigrantes hacia el autoempleo. Un “negocio étnico” es el proceso y el resultado de la interacción de estos factores (Freel, 1998; Lassalle, 2008). En algunos casos, este proceso puede incluso permitir a los inmigrantes aprovechar las oportunidades con mayor eficacia que los empresarios locales (Light, 1995).

El concepto de capital social, desarrollado por Bourdieu (1986) y Coleman (1988, 1990) entre otros, resalta la importancia de las relaciones y las redes sociales. Para Bourdieu (1986) las redes o lazos sociales existentes se pueden transformar en otras formas de capital. Coleman (1988, 1990) argumentó que un individuo está integrado en una red de lazos sociales que proporcionan conexiones a través de las cuales un inmigrante puede movilizar recursos reales o potenciales para el autoempleo.

Estas redes sociales incluyen la familia, la comunidad y las organizaciones empresariales (Lassalle, 2008). Los empresarios inmigrantes tienen un capital social importante en los fuertes lazos con la familia y sus comunidades étnicas locales, resultado de la difícil integración –o la exclusión– de la sociedad anfitriona (Davidsson & Honig, 2003). Estas redes y lazos serían cruciales para explicar la entrada y el éxito de los inmigrantes en un sector de la economía (Lassalle, 2008).

A diferencia de la visión centrada en las características individuales o étnicas de los inmigrantes, la teoría de la “estructura de oportunidades” se centra en las oportunidades del entorno que son propicias, incluidas las condiciones del mercado interno, los mercados étnicos, los barrios de las minorías, el sector periférico de los mercados abiertos y el comercio de la importación/exportación entre los países de los inmigrantes de origen y de receptor (Waldinger, 1986; Waldinger et al, 1990; Waldinger, 1996; Waldinger & Bozorgmehr, 1996; Aldrich & Waldinger, 1990). Waldinger (1984, 1989), en particular, argumentó en favor de un enfoque más integrador y distinguió entre las características del grupo y la estructura de oportunidades. En su opinión, estas últimas consisten en una combinación de las condiciones del mercado (producción y consumo) y el acceso a la propiedad (las vacantes de negocio, la competencia por las vacantes y las políticas gubernamentales).

De un modo similar, el concepto de “enraizamiento mixto” ha abogado por integrar analíticamente las características de los empresarios inmigrantes y la estructura de oportunidades (Rath, 2000, 2002; Kloosterman, 2010). La estructura de oportunidades, además, tiene que ser problematizada y relacionada con los factores macro (económicos, políticos e institucionales) del país receptor (Kloosterman, 2010).

Los empresarios inmigrantes no operan en el vacío, sino en espacios socioeconómicos donde hay oportunidades específicas para las empresas,

especialmente las pequeñas (Kloosterman & Rath, 2003). La forma de estos espacios depende de múltiples factores, como la distribución sectorial y de los ingresos, el sistema financiero, la tecnología disponible, el sistema de seguridad social existente, y las reglas gubernamentales.

Antecedentes socio-históricos: la inmigración coreana y los negocios de la indumentaria en la Argentina

A pesar de los 50 años de historia de inmigración coreana en Argentina, se han realizado pocos estudios sistemáticos sobre sus iniciativas empresariales. En particular, las empresas de indumentaria coreanas han sido pasadas por alto en la literatura sobre la migración / diáspora coreana, aunque un número significativo de coreanos étnicos han tenido éxito económico gracias a las posiciones adquiridas en ese sector.

La inmigración oficial coreana en Argentina comenzó en 1965 en colonias agrícolas de la Provincia de Río Negro, en el sur de Argentina (Jeon, 1996). Estos esfuerzos iniciales fracasaron a causa de la falta de experiencia, los recursos económicos insuficientes y las dificultades para adaptarse a las rigurosas demandas del entorno. Irónicamente, este fracaso resultó ser un punto de inflexión crucial para los inmigrantes coreanos. En Buenos Aires, la capital, se reinsertaron como trabajadores no calificados, al igual que los demás residentes de los barrios pobres de la ciudad como la Villa del Bajo Flores o la Villa de Retiro (Lee, 1992).

Los coreanos se abocaron inicialmente a trabajos con máquinas de coser y tejer (Lee, 1992). Hasta entonces la industria textil y de la confección había sido dominada por comunidades locales caracterizadas también por redes de lazos culturales particulares: judías y sirio-libanesas. Los talleres familiares fueron por lo general el primer peldaño en la escala económica, y se transformaron en la vía esforzada pero fundamental para acumular el primer capital. Muchos de mis entrevistados coreanos, que emigraron a la Argentina en los años 1970 y 1980, acumularon capital suficiente para iniciar un negocio en otro sector, como el de las tiendas de comestibles. Alternativamente, se trasladaron a las empresas de escala más grande, como las fábricas de ropa, o las tiendas de ropa al por mayor / al por menor. Desde la década de 1990, el número de talleres de confección de las familias de inmigrantes coreanos disminuyó, mientras que el número de fabricantes, mayoristas y minoristas aumentó de manera exponencial (Lee, 1992).

De 1985 a 1990, la comunidad coreana se amplió notablemente, de 10.000 a 36.000 personas (Mera, 1998; Lee, 1992); esto se vio facilitado, entre otras cosas, por los acuerdos de 1985 firmados entre los gobiernos de Argentina y Corea del Sur (Mera, 1998; Lee, 1992). Una condición de la ley revisada fue

que los grupos familiares con un mínimo de US\$ 30.000 para invertir en Argentina accedieran fácilmente a la residencia legal (Mera, 1998; Lee, 1992). Esta inmigración contribuyó con la inyección de capital y la revitalización del sector de la indumentaria argentina.

De acuerdo con las mejores estimaciones disponibles, en la actualidad más del 80 por ciento de los coreanos étnicos en Argentina están operando como dueños o empleados de los negocios mayoristas y minoristas, o en los talleres de subcontratación del sector. Mientras que un número significativo se concentra en el área de venta al por mayor de prendas de vestir,² aproximadamente el 20 por ciento de los coreanos étnicos están en los talleres de subcontratación,³ que por lo general utilizan trabajadores bolivianos. Muchas de las tiendas al por mayor también fabrican directamente la ropa para vender en sus propios negocios (Kim, 2014).

Dos o tres veces al año, los mayoristas coreanos viajan a Europa o los EE.UU. para observar las nuevas tendencias en la moda (Kim, 2014). Luego contratan diseñadores locales para imitar estos modelos y crear moldes de confección, compran telas de empresas judías o coreanos y contratan a personas capacitadas para el corte y confección. El tamaño de estas operaciones varía en función de su escala en la que se produzcan. Por lo general se contratan entre 10 y 30 empleados, pero en algunos casos la empresa puede ser mucho más grande.

Los factores de especialización de los inmigrantes coreanos

Entre los entrevistados se pueden identificar, inicialmente, patrones de entrada en el sector de la indumentaria que resultan ilustrativos del alto nivel de especialización de la comunidad coreana en este sector (cuadro 1).

En cuanto a los numerosos inmigrantes coreanos que iniciaron sus negocios de ropa inmediatamente después de emigrar a la Argentina, nos resulta importante saber si las redes étnicas fueron el factor crítico más importante, o si otros factores coadyuvaron. Para los que “cruzan” de otro sector

2. Se estima que hay 1.400 tiendas al por mayor de los coreanos (incluidas las pequeñas tiendas o puestos) sobre las 3.000 tiendas al por mayor de Buenos Aires. El número preciso es difícil de establecer porque actualmente crece el número de pequeñas tiendas o puestos cuyos propietarios no producen ropa directamente, pero compran y venden la ropa fabricada (entrevista con Hanjun Park, ex presidente de la cámara de empresarios coreanos en Argentina).

3. No hay datos oficiales sobre el número de talleres coreanos en Buenos Aires. Sin embargo, muchos de los líderes de las comunidades coreanas que he entrevistado confirmaron que alrededor del 20 por ciento de los coreanos están tienen en funcionamiento talleres y fábricas de subcontratación.

al negocio de la ropa es importante conocer aquello que motiva el cambio.

Tanto los factores que mencionan los primeros, como los que resaltan los segundos, se han agrupado en tres categorías, de acuerdo con los marcos teóricos discutidos: (1) los factores de atracción-repulsión, con énfasis en la barrera del idioma y las limitaciones de capital; (2) el capital social; que se centra en el uso de las redes étnicas y los lazos familiares; y (3) las oportunidades estructurales y los contextos sociales del país anfitrión.

Las barreras del idioma y la poca inversión de capital.

Tras el fracaso del proyecto migratorio agrícola en la Patagonia, la mayoría de los coreanos se reasentó en Buenos Aires. Independientemente de sus orígenes sociales y económicos, los inmigrantes coreanos se instalaron en los barrios pobres de Buenos Aires y comenzaron su nueva vida haciendo trabajos no calificados, en la reparación de neumáticos, las peluquerías, la restauración o la venta ambulante de comestibles (Lee, 1992).

Como muchos estudios anteriores sobre el emprendimiento inmigrante han demostrado (Light & Bonacich, 1991; Kim, 1981; Min, 1984, 1996; Yoon, 1997; Phizacklea & Ram 1995; Barrett, Jones & McEvoy, 1996; Basu, 2006), los inmigrantes que llegaron a la Argentina se encontraron con muchas dificultades en la obtención de empleo.

Según los sociólogos que han llevado a cabo investigaciones sobre los coreanos en los EE.UU. (Min, 1984, 1996; Yoon, 1997), la barrera del idioma es también una de las principales razones que impulsan el autoempleo. Min (1984) encontró que más del 90 por ciento de los empresarios coreanos mencionó varias desventajas, incluido el idioma, como las razones más importantes para preferir el trabajo por cuenta propia. En mis entrevistas, pude ver claramente que el idioma fue el reto principal que llevó a los primeros inmigrantes en los años 1960 y 1970 hacia los trabajos de costura y tejido.

- “El principal problema era el idioma. Ni siquiera era inglés, ¡pero español! ¡Era imposible conseguir un trabajo y trabajar en Argentina! La máquina de coser era el trabajo que no requería ninguna habilidad idiomática. Fue el trabajo más adecuado para nosotros.” (Emigrado en 1976, comunicación personal, s.f.)
- “El primer trabajo que comencé con mi familia era un trabajo de costura. Al principio buscamos en la sección de anuncios de empleo del [periódico nacional] Clarín. Guiados por esos anuncios, visitamos fábricas en el [barrio del] Once. El principal problema era el idioma. Tenía que buscar trabajo utilizando el lenguaje corporal,

sin saber español, porque yo era el hijo mayor.” (Emigrado en 1976, comunicación personal, s.f.)

- “Fue casi 10 y 15 años hasta que los coreanos comenzaron a abrir tiendas de ropa al por mayor. El idioma es la razón por la cual la comunidad coreana hizo trabajos de costura y tejido por un largo tiempo. Sin conocer el idioma, ¿cómo podíamos saber las reglas para abrir cualquier negocio legal? El idioma era el factor más importante que hizo que muchos coreanos se dedicaran al corte y confección en los años 1960 y 1970” (Emigrado en 1971, comunicación personal, s.f.).

El corte y confección fueron las primeras tareas que estos inmigrantes realizaron dentro de la industria de la indumentaria. Para los inmigrantes coreanos, que vivían en los barrios pobres, la búsqueda de puestos de trabajo resultó difícil y la mayoría de ellos no tenían dinero suficiente para abrir su propio negocio. Por lo tanto, trabajar en talleres de confección en el hogar como subcontratistas era un negocio atractivo. Los talleres requieren espacios pequeños y pocas máquinas, relativamente baratas. Debido a la baja necesidad de capital, era posible iniciar negocios propios. Estas empresas permitían a los inmigrantes estabilizar sus vidas y mejorar constantemente su situación económica.

- “Vine a la Argentina en 1975 por invitación de mi hermana. Gasté 1500 dólares para la compra del pasaje de avión, así que me quedaban solo 200 dólares en la mano. ¡Imagínese, en esa época la casa de mi suegra en Seúl costaba 1500 dólares! No podíamos darnos el lujo de comprar una casa aquí, en absoluto. Es la razón por la que fuimos a vivir a la villa. En primer lugar, vivimos y trabajamos en la casa de un amigo donde había 4 máquinas de coser. Y luego hicimos un taller independiente con la ayuda de un fabricante judío” (Emigrado en 1975, comunicación personal, s.f.).

Historias similares se presentaron en las otras entrevistas. Nos llevan a inferir que la relativamente pequeña inversión de capital necesaria para iniciar los talleres de costura también fue una motivación importante para muchos coreanos que se dedican a la industria del vestido. Después de trabajar en tareas humildes durante varios años, podían ahorrar los fondos necesarios para poner en marcha sus propios negocios. De esta manera, los inmigrantes coreanos accedían a mejoras en su situación económica tales como ascender a fabricantes o mayoristas independientes en el sector de la indumentaria o convertirse, desde otros sectores, en empresarios de la indumentaria.

Redes étnicas y lazos familiares.

Durante el primer período de participación de inmigrantes coreanos en la producción de indumentaria, la solidaridad étnica facilitó la distribución eficiente de tareas, materiales y oportunidades de trabajo. Los inmigrantes con más experiencia les enseñaron a las recién llegadas cómo operar las máquinas de coser y de tejer (Lee, 1992). Algunos de los inmigrantes coreanos con más experiencia sirvieron como distribuidores de trabajo, básicamente como intermediarios entre fabricantes y subcontratistas, asignando las tareas de acuerdo a los materiales, modelos y colores para aumentar la productividad (Lee, 1992). La subcontratación de trabajo se llevó a cabo primariamente al interior de las familias nucleares y ampliadas, y secundariamente con el resto de la comunidad local de inmigrantes coreanos.

- “Primero nos fuimos a Santiago del Estero con un proyecto agrícola en 1979. Después de vivir y tener muchas dificultades allí durante un año, nos mudamos a Buenos Aires. Trabajamos para una señora de Corea, en su casa, por comida y alojamiento. Había cinco familias allí. La dueña de la casa traía el trabajo y lo distribuía entre nosotros. Después de aprender la costura allí, nos hicimos independientes y empezamos nuestro propio taller” (Emigrado en 1979, comunicación personal, s.f.).

Entre los entrevistados de la primera generación, muchos comenzaron el negocio de la ropa inmediatamente después de emigrar a la Argentina. Este hecho demuestra claramente la importancia del papel de las redes étnicas en las primeras etapas de la vida de los inmigrantes coreanos, en particular en términos de intercambio de información. La dependencia hacia la comunidad coreana era lo natural o, a veces, la ruta más fácil para conseguir trabajo, ganar dinero y hacer una vida en la Argentina. Las redes étnicas también facilitaron la entrada de los inmigrantes en la industria del vestido en los períodos posteriores, incluidos los que llegaron a la Argentina con la categoría de inmigrantes inversores en los años 1980 y 1990.

- “Cuando llegamos aquí, en 1986, no había muchas opciones. Los inmigrantes coreanos tenían talleres de costra de subcontratación o tiendas de comestibles. La otra opción era hacer un negocio dentro de la comunidad, como los restaurantes coreanos. Mi cuñada comenzó un restaurante coreano y nosotros armamos un taller grande de subcontratación con mis suegros” (Emigrado en 1986, comunicación personal, s.f.).

- “Nosotros emigramos aquí en 1993 con la categoría de inmigrantes inversores. Le compré una tienda al por menor en la ciudad de Buenos Aires a un inmigrante coreano que había llegado antes. Él me enseñó dónde estaban las fábricas y qué elementos podía conseguir de cada una. En ese tiempo compartimos la información de esta manera. La comunidad era indispensable” (Emigrado en 1993, comunicación personal, s.f.).

Las entrevistas sugieren que las redes étnicas informales fueron una fuente de capital social muy importante en la toma de decisiones empresariales para estos nuevos inmigrantes, como han señalado muchos investigadores (Deakins et al., 2007).

- “Mi negocio fracasó en Corea. Cuando llegué aquí, en 1994, tenía una deuda 100 000 dólares. Un amigo mío, que estaba bien establecido y que dirigía un exitoso negocio de ropa al por mayor, recomendó que abriese una tienda al por menor en una zona suburbana de Buenos Aires y me prestó 100,000 dólares. Mi nuevo negocio aquí fue un éxito, por lo que en dos años pude hacer 200.000 dólares y pagar todas mis deudas” (Emigrado en 1994, comunicación personal, s.f.).
- “Después de hacer el trabajo de subcontratación durante varios años, pude acumular un capital para iniciar una tienda de comestibles en Buenos Aires. En ese momento, mi hermana estaba manejando una tienda de ropa al por mayor en Once. A ella le estaba yendo muy bien, así que me recomendó que entrara en el sector mayorista de ropa. Desde entonces, he trabajado en el sector por 30 años.” (Emigrado en 1975, comunicación personal, s.f.)
- “Tenía un trabajo en Corea, pero el negocio de mi marido quebró durante la crisis de los años 90. Mi cuñada y cuñado vivían aquí, así que vinimos a visitarlos y ver las posibilidades de emigrar a Argentina. No me gustó la Argentina y yo quería volver a Corea con mis hijos. Sin embargo, nos dieron toda la información para empezar una tienda al por mayor de ropa. También nos ayudaron a pedirles un préstamo de dinero a sus amigos a través de un *Kye*⁴. Empezamos el negocio al por mayor solo un mes después de llegar a Buenos Aires” (Emigrado en 1999, comunicación personal, s.f.).

Como se demuestra en estos casos, la vinculación fuerte y las relaciones sociales sólidas son factores cruciales que contribuyeron en la toma de de-

4. *Kye* es un sistema informal coreano de rotación de ahorro y crédito.

ciones empresariales. Esto fue particularmente evidente en los casos de los que tenían conexiones cercanas, como familias o amigos que manejaban empresas y podían ofrecer estímulos fuertes (Davidsson & Honig, 2003).

Contextos sociales, económicos y políticos.

Para explicar las altas tasas de empleo por cuenta propia, numerosos estudios sobre los emprendimientos de inmigrantes han hecho hincapié en características individuales tales como las prácticas y preferencias etnoculturales (Light, 1984, 1995; Light & Bonacich, 1991; Light & Bhachu, 1993; Light & Gold, 2000) y el papel del capital social (Portes & Sensenbrenner, 1993; Portes, 1995; Portes & Zhou, 1996; Deakins et al, 2007). Sin embargo, se ha prestado insuficiente atención a dos factores importantes: (1) las condiciones de entrada, determinadas por la estructura de la industria y el número de oportunidades comerciales disponibles (Auster & Aldrich, 1984; Waldinger, 1984; Aldrich & Waldinger, 1990); y (2) los contextos más amplios sociales, económicos y políticos del país anfitrión (Kloosterman, Van Der Leun, & Rath, 1999; Kloosterman & Rath, 2001; Rath, 2002; Panayiotopoulos, 2006, 2008, 2010; Kloosterman, 2010). En particular, Kloosterman & Rath (2003) avanzaron el concepto de “enraizamiento mixto” como un enfoque capaz de comprender un entrecruzamiento más complejo de factores.

Investigaciones anteriores (Morokvasic, 1987, 1993) han demostrado que la estructura de la industria de la indumentaria hace posible la creación de diferentes tamaños y niveles de talleres y negocios, una característica que permite a los nuevos inmigrantes iniciar sus propios negocios fácilmente, aunque no necesariamente ascender en la jerarquía del sector. Los inmigrantes coreanos lograron una notable movilidad ascendente dentro de la estructura de la industria de la indumentaria argentina, tanto hacia la independencia empresarial como hacia la mayor escala.

- “Empezamos a trabajar en la costura solo por el idioma. Durante ese tiempo, no sabíamos del tamaño y el potencial del mercado. Sin embargo, después de trabajar en este sector por más de 30 años, de un trabajo de costura a la tienda minorista y finalmente ahora a la tienda mayorista, nos dimos cuenta de que la industria de la indumentaria es uno de los negocios en los que se puede hacer dinero de forma fácil y rápida. Esta es la razón por la que los coreanos han empezado a participar en el negocio de la ropa” (Emigrado en 1976, comunicación personal, s.f.).

Muchos entrevistados se trasladaron a la indumentaria desde otros negocios en sectores diferentes. La pequeña tienda de comestibles era, probablemente, el otro sector de negocios más importante para los inmigrantes coreanos. Sin embargo, muchos inmigrantes que tenían negocios de comestibles entraron en el rubro de la ropa porque la industria de la indumentaria brindaba más oportunidades de movilidad ascendente. Por otro lado, el negocio de la alimentación entró en recomposición, en los años '90, debido a la aparición de grandes supermercados. Era difícil competir con los supermercados, lo que fue también una de las razones por las que muchos coreanos se trasladaron al sector de la indumentaria.

- “Manejé una tienda de comestibles de 1984 a 1998 y el tamaño era bastante grande, como [el de] un supermercado chino en estos días. Sin embargo, decidí cerrar la tienda porque era la época en que muchos supermercados estaban entrando en la Argentina, por lo que mi ganancia estaba cayendo. En esa época, uno de mis sobrinos sugirió insistentemente comenzar la fabricación de suéteres (*sweaters*), así que empezamos el nuevo negocio” (Emigrada en 1977, comunicación personal, s.f.).
- “Antes, los coreanos no se concentraban en el sector de la indumentaria, como ahora. En realidad, en los años 1980 y 1990, la mayoría de los inmigrantes coreanos manejaban negocios en dos sectores: la ropa y las tiendas de comestibles. También manejaban lavanderías y tiendas de electrónica, entre otros. Pero al final la mayoría se trasladó al negocio de la ropa. Muchos inmigrantes coreanos, incluso, piensan que el negocio de ropa al por mayor es para una categoría socialmente superior; mientras que las tiendas de ropa al por menor y los restaurantes y otros negocios son para categorías socialmente inferiores. Dividen a las personas y a los negocios de esta manera” (Emigrada en 1997, comunicación personal, s.f.).
- “Anteriormente yo manejaba una tienda de flores y luego una lavandería. En realidad, empecé el negocio mayorista de prendas de vestir por casualidad. Le presté dinero a un amigo que tenía una fábrica textil y la fábrica poco después quebró. En vez de recuperar mi dinero, me quedé con un montón de tela. Empecé el negocio sin ninguna ayuda de los amigos o de la comunidad coreana. Finalmente me di cuenta de por qué los coreanos prefieren este negocio. Realmente se puede ganar mucho dinero. Es un negocio al por mayor. Cuando me iba bien, los minoristas hacían una fila esperando desde temprano en la mañana para comprar los modelos más populares. ¡La cantidad de dinero que circula aquí es grande! No

se puede comparar con las tiendas de flores o lavanderías que tenía antes” (Emigrada en 1983, comunicación personal, s.f.).

De acuerdo con mis entrevistados, antes de la crisis de 2001 el mercado mayorista de prendas de vestir no era tan grande como el de hoy. Muchos de los que están manejando negocios mayoristas hoy entraron en el mercado después de la crisis. Señalaron específicamente que el rápido crecimiento del mercado está relacionado con la recuperación de la economía después de la última crisis.

- “Las condiciones para el negocio de la ropa fueron muy buenas, sobre todo, después de la crisis de 2001. Esta es la razón por la que muchos coreanos se trasladaron principalmente a esos negocios. El contexto económico positivo ayudó a mi negocio y mi negocio ha mejorado mucho desde entonces. Incluso lamento no haber entrado en el sector mayorista antes” (Emigrado en 1985, comunicación personal, s.f.).

Estas condiciones de mercado floreciente impulsaron a muchos inmigrantes coreanos a moverse hacia el sector de la indumentaria al por mayor. Como el concepto de “enraizamiento mixto” sugiere, el cambio de clima económico afectó directamente las decisiones de los inmigrantes.

Conclusión

En este trabajo he tratado de contribuir a la discusión acerca de por qué un alto porcentaje de inmigrantes coreanos de la primera generación en la Argentina ingresó en la industria de la indumentaria. Como se observa en el análisis de la motivación y las trayectorias, diversos factores influyeron en el proceso de toma de decisiones para iniciar un negocio en la industria del vestido.

En la primera etapa de la inmigración coreana en la Argentina, el idioma parece haber sido la principal desventaja que enfrentaba la mayoría de inmigrantes coreanos. Por lo tanto, comenzaron con el modesto trabajo de corte y confección que no requería mucho conocimiento de idiomas. Los talleres de subcontratación basados en la familia y el grupo étnico eran un negocio conveniente que requería poca inversión de capital. Con los ahorros acumulados, fue posible iniciar negocios independientes y, progresivamente, un control importante de partes de la industria del vestido. Como muchos de las entrevistas sugieren, los fuertes vínculos de la familia y las redes étnicas informales fueron esenciales para esto.

Sin embargo, como se sugiere en el concepto de “enraizamiento mixto”, una gran parte de las motivaciones y decisiones, así como de los factores que las afectaron, tuvo su origen en la estructura económica y político-institucional, en el sentido más amplio. Las ventajas comparativas de la empresa de prendas de vestir y otras condiciones sociales en el país receptor parecen haber sido, asimismo, factores cruciales para que los inmigrantes coreanos entraran en la industria de la indumentaria y consiguieran movilidad social ascendente.

Los datos presentados aquí, provenientes de un conjunto no sistemático de entrevistas, solo proporcionan indicios de esta articulación compleja de factores. Esperamos que sean una contribución a la interpretación de las motivaciones de los inmigrantes coreanos pertenecientes a la primera generación. Pero en la generación siguiente, y en la más joven de coreanos argentinos (conocidos como coreanos “1.5” y “2.0”), las condiciones también deberían ser examinadas desde esta perspectiva. La especialización y concentración de la comunidad en el sector podrían deberse, en parte, a la facilidad que implica el control de una parte importante de la industria por la comunidad coreana; pero también a la inestabilidad o las limitaciones que la economía argentina presenta para los negocios en otros sectores.

Tablas

Cuadro 1. Patrones de entrada en el sector de la indumentaria

Formas de ingreso	Cantidad
(1) Inmediatamente luego de llegar a la Argentina	12
(2) Luego de haber pasado por otros sectores económicos	8
Total	20

Referencias

- Aldrich, H. E. & Waldinger, R. (1990). Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16, 111-135.
- Auster, E. & Aldrich, H. E. (1984). Small Business Vulnerability, Ethnic Enclaves, and Ethnic Enterprise. En R. Ward & R. Jenkins (Eds.), *Ethnic Communities in Business: Strategies for Economic Survival* (pp. 39-54). Cambridge: Cambridge University Press.
- Basu, A. (2006). Ethnic minority entrepreneurship. En M. Casson, B. Yeung,

- A. Basu & N. Wadson (Eds.), *The Oxford handbook of entrepreneurship* (pp. 580-600). Oxford: Oxford University Press.
- Barrett, G. A., Jones, T. P. & McEvoy, D. (1996). Ethnic minority business: theoretical discourse in Britain and North America. *Urban Studies*, 33(4/5), 783-809.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. En J. Richardson, *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood.
- Coleman, J. (1988). The creation and destruction of social capital: Implications for the law. *Journal of Law, Ethics, and Public Policy*, 3, 375-404.
- Coleman, J. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Davidsson, P. & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331.
- Deakins, D., Ishaq, M., Smallbone, D., Whittam, G., & Wyper, J. (2007). Ethnic minority businesses in Scotland and the role of social capital. *International Small Business Journal*, 25(3), 307-326.
- Deakins, D. & Ram, M. (1995). Comparative European practices in enterprise support: UK, Germany and France. *Local Economy* 9(4), 354-367.
- Freel, M. (1998). Evolution, innovation and learning; evidence from case studies. *Entrepreneurship and Regional development*, 10(2), 137-149.
- Jeon, G. (1996). *Segyeui Hanminjok – Jungnammi* [Koreans in the world – Latin America]. Seoul: Tongirwon.
- Kim, J. (2014). Looking at the Other through the Eye of a Needle: Korean Garment Businesses and Inter-Ethnic Relations in Argentina. *Asian Journal of Latin American Studies*, 27(1), 1-19.
- Kim, I. S. (1981). *New Urban Immigrants: The Korean Community in New York*. New Jersey: Princeton University Press.
- Kloosterman, R., Van Der Leun, J., & Rath, J. (1999). Mixed embeddedness: (in) formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands. *International journal of urban and regional research*, 23(2), 252-266.
- Kloosterman, R. & Rath, J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), 189-201.
- Kloosterman, R. & Rath, J. (2003). *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*. Oxford: Berg.
- Kloosterman, R. (2010). Matching opportunities with resources: a framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 25-45.
- Lassalle, P. (2008, Noviembre). Ethnic Minority Entrepreneurs: communities,

- social capital, actors' strategies. Trabajo presentado en *Seminario: EU nationals in the UK Labour force: Economic Migrants or Free-Moving Citizens of the EU?* Loughborough University, Reino Unido. Recuperado de <https://www.researchonline.org.uk/sds/search/download.dojsessionid=0ACAC8CF34C021923EB6449924ED0421?ref=B11538>
- Lee, G. B. (1992). *History of 25 years of Korean immigration in Argentina*. Busan: Seonyeongsa.
- Light, I. (1984). Immigrant and ethnic enterprise in North America. *Ethnic and Racial Studies*, 7(2), 195-216.
- Light, I. (1995). *Race, ethnicity, and entrepreneurship in urban America*. New York: Aldine de Gruyter.
- Light, I. & Bonacich, E. (1991). *Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles, 1965-1982*. California: University of California Press.
- Light, I. & Bhachu, P. (Ed.). (1993). *Immigration and entrepreneurship: culture, capital, and ethnic networks*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Light, I., & Gold, S. (2000). *Ethnic economies*. San Diego: Academic Press.
- Mera, C. (1998). *La inmigración coreana en Buenos Aires: Multiculturalismo en el espacio urbano*. Buenos Aires: Eudeba.
- Min, P. G. (1984). From White-Collar Occupations to Small Business: Korean Immigrants' Occupational Adjustment. *The Sociological Quarterly*, 25(3), 333-352.
- Min, P. G. (1990). Problems of Korean Immigrant Entrepreneurs. *International Migration Review*, 24(3), 436-455.
- Min, P. G. (1996). *Caught in the middle: Korean merchants in America's multiethnic cities*. Berkeley: University of California Press.
- Morokvasic, M. (1987). Immigrants in the Parisian garment industry. *Work, Employment & Society*, 1(4), 441-462.
- Morokvasic, M. (1993). Immigrants in garment production in Paris and Berlin. En I. Light & P. Bhachu (Eds.), *Immigration and Entrepreneurship. Culture, Capital and Ethnic Networks* (pp. 75-95). New Brunswick y London: Transaction Publishers.
- Panayiotopoulos, P. (2006). *Immigrant Enterprise in Europe and the USA*. London: Routledge.
- Panayiotopoulos, P. (2008). Turkish immigrant entrepreneurs in the European Union: a political-institutional approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(6), 395-413.
- Panayiotopoulos, P. (2010). *Ethnicity, migration and enterprise*. Basingstoke y New York: Palgrave Macmillan.
- Phizacklea, A. & Ram, M. (1995). Ethnic entrepreneurship in comparative perspective. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1(1), 48-58.

- Portes, A., & Sensenbrenner, J. (1993). Embeddedness and immigration: Notes on the social determinants of economic action. *American Journal of Sociology*, 98(6), 1320-1350.
- Portes, A. (1995). *The economic sociology of immigration: essays on networks, ethnicity, and entrepreneurship*. New York: Russell Sage Foundation.
- Portes, A. & Zhou, M. (1996). Self-employment and the earnings of immigrants. *American Sociological Review*, 61(2), 219-230.
- Rath, J. (Ed.). (2000). *Immigrant businesses: the economic, political and social environment*. New York: Centre for Research in Ethnic Relations, University of Warwick.
- Rath, J. (Ed.). (2002). *Unravelling the rag trade: immigrant entrepreneurship in seven world cities*. New York: Berg.
- Waldinger, R. (1984). Immigrant Enterprise in the New York Garment Industry. *Social Problems*, 32(1), 60-71.
- Waldinger, R. (1986). *Through the eye of the needle: Immigrants and enterprise in New York's garment trades*. New York: New York University Press.
- Waldinger, R. (1989). Structural opportunity or ethnic advantage? Immigrant business development in New York. *International Migration Review*, 48-72.
- Waldinger, R. (1996). *Still the promised city?: African-Americans and new immigrants in postindustrial New York*. Massachusetts e Inglaterra: Harvard University Press.
- Waldinger, R. & Bozorgmehr, M. (Eds). (1996). *Ethnic Los Angeles*. New York: Russel Sage Foundation.
- Waldinger, R., Ward, R., Aldrich, H., & Stanfield, J. (1990). *Ethnic entrepreneurs: Immigrant business in industrial societies*. California: Sage Publications.
- Yoon, I. (1997). *On my own: Korean businesses and race relations in America*. Chicago: University of Chicago Press.