KOTRA자료 20-032



2020 권역별 진출전략

중남미

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

Contents

Ⅰ. 시장 평가 및 주요 이슈 ····· 3

1. 개요 ····· 3
   가. 시장 전망 ····· 3
   나. 주요 경제지표 ····· 3
2. 2020년 주요 이슈 및 전망 ····· 5
   가. 한국과의 FTA, 중남미 대륙 전체로 확대 ····· 5
   나. USMCA(미국·멕시코·캐나다 협정)를 통한 우리기업 진출 여건 변화 ····· 8
   다. 중남미 역내 시장 통합 움직임 강화 ····· 10
   라. 디지털 전환 참여와 신산업 도입 활발 ····· 12
   마. 미·중 무역분쟁으로 인한 반사이익 ····· 14

Ⅱ. 비즈니스 환경 분석 ····· 15

1. 정치·경제·산업·정책 환경 ····· 15
   가. 정치 환경 ····· 15
   나. 경제 환경 ····· 17
   다. 산업 환경 ····· 21
   라. 정책·규제 환경 ····· 25
2. 시장 분석 ····· 28
   가. 시장 특성 및 전략적 가치 ····· 28
   나. 교역 ····· 30
   다. 투자진출 ····· 35
   라. 프로젝트 ····· 38
3. 한국과의 경제 교류 및 주요 경협 의제 ····· 42
   가. 교역 ····· 42
   나. 투자 ····· 44
   다. 주요 경제협력 의제 ····· 45

Ⅲ. 진출전략 ····· 49

1. SWOT 분석 및 전략도출 ····· 49
2. 주요 이슈·산업별 진출전략 ····· 50
3. 한-중남미 경제협력을 통한 진출전략 ····· 61
4. 진출 시 유의사항 ····· 70

첨 부

1. 수출유망품목(상품) ····· 76
2. 수출유망품목(서비스) ····· 83
3. 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정) ····· 89
4. 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더 ····· 90

Ⅰ. 시장 평가 및 주요 이슈

1 개요

가. 시장 전망

2020년 중남미 경제는 전년(0.2%) 대비 양호한 1.8% 성장 전망(IMF, '19.10)

○ 중남미 주요 국가의 기준금리 인하를 통한 경기부양 노력, 정치 불안 완화에 따른 투자 및 소비 심리 회복으로 전년 대비 개선될 전망

– (소비) 미국 기준금리 인하 기조에 맞추어 멕시코, 브라질, 칠레 등 주요국도 기준금리를 인하하여 투자 유도 및 내수 경기부양을 위한 노력 중

* 주미 중남미 이민자들의 해외가족 송금액 증가도 내수 확대에 기여할 전망(트럼프 행정부의 불법 이민자 단속 강화에 따라, 추방 리스크를 우려한 이민자들의 송금액 급증 경향)

– (투자) 브라질 연금개혁 성공에 따른 경제 성장 기대감은 설비투자 확대로 연결될 전망

– (수출) 국제 원자재 수요 둔화로 가격 하향세, 중남미 수출은 전년과 유사 수준 예상

나. 주요 경제지표

주 요 지 표		단 위	2012년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
인 구		백만 명	587.7	600.8	607.3	613.4	619.2	624.1	628.7	633.0
명목 GDP		십억 달러	5,936	5,987	5,269	5,053	5,459	5,249	5,188	5,5352
1인당 명목 GDP		달러	1,4781	15,620	15,648	15,527	15,822	16,224	16,357	16,859
실질성장률		%	2.9	1.3	0.3	-0.6	1.2	1.0	0.2	1.8
실 업 률		%	6.4	6.1	6.6	7.8	8.1	8.0	8.0	7.8
소비자 물가상승률	브라질	%	5.4	6.3	9.0	8.7	3.4	3.7	3.8	3.5
	멕시코		4.1	4.0	2.7	2.8	6.0	4.9	3.8	3.1
	콜롬비아		3.2	2.9	5.0	7.5	4.3	3.2	3.6	3.7
	칠레		3.0	4.7	4.3	3.8	2.2	2.3	2.2	2.7
	페루		3.7	3.2	3.5	3.6	2.8	1.3	2.2	1.9
재정수지 (GDP 대비)	브라질	%	-3.8	-6.6	-9.8	-7.5	-6.5	-6.1	-6.3	-6.0
	멕시코		-4.5	-4.7	-4.5	-4.1	-2.3	-2.3	-2.8	-2.5
	콜롬비아		-1.6	-3.1	-3.5	-1.3	-1.0	-1.7	-0.9	-0.1
	칠레		-0.4	-0.5	0.5	-1.0	-2.0	-1.5	-1.6	-1.4
	페루		1.3	-0.1	-1.6	-1.9	-2.1	-1.7	-1.0	-1.1
총수출		십억 달러	1,110	1,073	915	887	988	1,073	-	-

(對韓 수출)	백만 달러	19,723	18,294	15,971	15,217	17,081	19,332	-	-
총수입	십억 달러	1,108	1,123	999	914	991	1,122	-	-
(對韓 수입)	백만 달러	36,747	35,898	30,677	25,441	28,095	27,768	-	-
무 역 수 지	십억 달러	2	-50	-84	-27	-3	-49	-	-
경 상 수 지	십억 달러	-146	-182	-169	-98	-79	-99	-81	-82
해외 직접투자	억 달러	534	531	394	375	388	379	-	-
외국인 직접투자	억 달러	2,002	1,948	1,736	1,636	1,628	1,843	-	-

자료 : 실업률(국제노동기구, 2019.10), 對韓 수출/수입(한국무역협회, 2019.10), 해외 직접투자/외국인 직접투자(ECLAC, 2019.10), 총수출/수입(ITC Trade Map, 2019.10), 이외 지표 자료는 IMF(2019.10)

2 2020년 주요 이슈 및 전망

※ 한-메르코수르 무역협정(TA) 협상 및 한국의 태평양동맹 가입 협상 진행 중
☞ 한국의 FTA 네트워크 미주 대륙 전체로 확대
※ 중남미 역내 통합 움직임으로 거대 단일시장의 형태를 갖출 것으로 예상
※ USMCA에 따른 원산지 규정 강화 및 미·중 무역분쟁 등 환경 변화에 따라 멕시코 등 진출 기업들의 소싱 전략 재편 예정 ☞ 우리기업의 지속적인 모니터링 필요

가. 한국과의 FTA, 중남미 대륙 전체로 확대

중남미 최대시장, 메르코수르(MERCOSUR)와 무역협정 협상 타결 추진

○ 한국-메르코수르 4개국 간 무역협정 협상 개시(2018.5.25,서울)후 협상 중

– 메르코수르는 브라질, 아르헨티나, 파라과이, 우루과이, 베네수엘라(자격 정지 상태) 5개국으로 구성된 경제공동체로 남미지역 인구의 70%(2.9억 명), GDP의 72%(2.7조 달러)에 달하는 거대 신흥시장

○ (개방화) 메르코수르는 기존 폐쇄적인 정책 기조에서 벗어나, 최근 역내 관세·비관세 장벽을 낮추려는 움직임을 보이며, 역외 국가와의 FTA를 적극적으로 추진하는 등 개방적 변화의 움직임

– 2019년 하반기 순번 회장 임기(6개월 단위로 회원국 간 회장직 수행)를 맡는 브라질은 2020년에 한국·싱가포르와의 무역협상을 마무리하겠다고 언급

* 2019년 메르코수르-유럽연합(EU) 자유무역 협상 타결(2019.6.28.), 유럽의회와 EU 각국, 메르코수르 4개국의 의회 비준을 앞두고 있음

* 브라질 보우소나루(Bolsonaru) 대통령. "메르코수르가 주요 국가·블록과 자유무역 협상을 확대해야 한다"고 강조(메르코수르 제54차 정상회의, 2019.7.18., 아르헨티나)

○ (리스크) 메르코엑시트(Mercoexit), 브라질-아르헨티나 간 공조 변화 가능성

– 아르헨티나 대선에서 페론주의자인 알베르토 페르난데스(Alberto Fernandez) 후보가 당선되면서 기존의 브라질-아르헨티나 통상·무역정책 불투명성 확대

– 당선인이 취임 후 자국 산업 보호를 위해 지금과는 다른 폐쇄적인 통상·무역정책으로 복귀할 경우 2020년 한-메르코수르 무역협정 타결도 불투명해 짐

* 브라질 경제 장관인 파울로 게데스(Paulo Guedes)는 페르난데스가 취임하여 아르헨티나 경제를 폐쇄할 경우 브라질은 메르코수르를 탈퇴할 수도 있을 것이라고 언급

– 따라서, 브라질은 아르헨티나의 현 통상무역정책 입장 고수를 필요로 하는 상황이며, 정책 회귀 시 메르코수르 탈퇴 등을 언급하고 있으나, 브라질의 메르코수르 탈퇴는 현 메르코수르에서의 브라질 비중을 고려하면 실현되기 어려울 것으로 예상

* 메르코수르 탈퇴로 인한 관세 등의 혜택이 사라지면 브라질 교역량 감소 및 실업률 증가 등의 반대급부가 발생할 수 있음

– 페르난데스 아르헨티나 대통령 당선인도 후보자 시절에 브라질 보우소나루 대통령을 비난하면서도 아르헨티나–브라질 경제 관계를 폐쇄할 계획이 없다고 표명하는 등 현 브라질–아르헨티나 간 교역을 감안하면 급격한 통상정책 변화는 없을 수도 있음

* 2018년 기준, 아르헨티나의 대(對)브라질 수출은 113억 달러(전체 수출의 18.3%), 수입은 156억 달러(전체 수입의 23%)로 브라질이 최대 교역대상국

메르코수르 바이어가 선정한 한국의 히트 상품

품목	관세율(%)	히트 요인 및 향후 전망
자동차 (브라질)	35	– 가격경쟁력 및 모던한 디자인, 긴 보증기간, 강력한 홍보 마케팅 전략 구사 – 브라질 경제 회복세 전환으로 자동차 수요 증가가 예상되나 중국산 자동차와 경쟁이 심화할 것
자동차 (파라과이)	10~25	– 가성비 높은 제품이라는 현지 인식, 다양한 프로모션 및 소비자에 대한 서비스 강화 – 안정적인 경제 흐름에 따라 지속적 성장세 예상, 중고차 중심의 자동차 시장이 신차 중심으로 바뀌어 갈 것
자동차용 배터리	10	– 타 국가 제품과 비교해 품질이 좋다는 이미지, 한국자동차 판매 증가에 따라 동반 수요 성장 – 경제 성장으로 인한 자동차 판매 증가로 현지 수요가 꾸준히 증가할 것으로 전망
중장비	14	– 현지 진출이 늦어 장비가 노후하지 않고 안전, 2011년 브라질 리우데자네이루에 현지 공장 설립 – 인프라 프로젝트가 다수 진행되고 있어 수요는 증가세 지속 전망
석유·가스 전용 이음관	14~18	– 현지 생산업체가 미미하여 현지 수요 대부분을 수입에 의존하나 프로젝트별 요구사양에 따른 특수 사이즈를 케이스별 제조 – 아르헨티나 정부의 에너지산업 투자로 제품 수요는 크게 늘어날 전망이지만, 타 국가와의 경쟁 강도는 더욱 높아질 것

자료 : KOTRA(2018), 메르코수르 시장이 좋아하는 한국상품

중남미 핵심경제권, 태평양동맹(Pacific Alliance) 준회원국 가입 추진

○ 제14차 태평양동맹 정상회의를 계기로 한국의 태평양동맹 준회원국 가입 협상을 2019년 9월 중 개시하는데 합의(2019.7.6, 리마)

– 태평양동맹은 2017년 6월부터 호주, 뉴질랜드, 싱가포르, 캐나다와 준회원국 가입 협상을 추진해 왔으며, 동 협상을 마무리한 뒤 한국과 협상을 개시한다는 입장이었으나 이번 합의를 계기로 기존 4개국과의 협상과 무관하게 진행될 예정

○ 태평양동맹은 멕시코, 페루, 콜롬비아, 칠레 4개국이 2012년 결성한 지역 경제연합으로 2017년 준회원국 지위를 창설하였으며, 준회원국 가입은 태평양동맹과의 FTA 체결을 의미

– 우리의 10대 수출국 중 하나이나 FTA 미체결국인 멕시코 시장에서의 관세 및 비관세 장벽을 낮춰 우리 기업의 수출경쟁력을 높이는 효과 기대

– 특히, 멕시코는 WTO 정부조달청 미가입국으로 FTA 체결국 기업에만 제한적으로 조달시장을 개방하고 있어서 태평양동맹 준회원국 가입 시 우리 기업의 멕시코 조달시장 진출 기반 확보 가능

– 높은 자유화 수준의 FTA 협정을 체결한 칠레(2004.4), 페루(2011.8), 콜롬비아(2016.7)와는 FTA별 개선 수요를 반영할 기회

○ 2018년 기준, 태평양동맹의 국내총생산(GDP) 규모는 2.07조 달러(전 세계 GDP 3.0%), 인구는 2.3억 명으로 중남미에서 가장 개방적이며, 한국과는 상호 보완적 경제 구조를 가지고 있고, 향후 중산층 성장 잠재력이 큰 시장

* 태평양동맹 회원국의 경제성장률(2018, World Bank) : 멕시코 2.0%, 칠레 4.0%, 페루 4.0%, 콜롬비아 2.7%

한–중미 자유무역협정(FTA) 체결로 중미 시장 선점 기반 마련

○ 한–중미 5개국 자유무역협정(FTA) 발효(2019.10.1)

– 2015년 이후 총 9차례 협상을 거쳐 협정문 서명(2018년 2월), 우리 국회 비준을 완료(2019년 8월 2일)한 후 자국 내 비준 절차를 완료한 중미 2개국(니카라과, 온두라스)과는 10월 1일 FTA가 발효

* 코스타리카(2019.11.1), 엘살바도르(2020.1.1)에서는 이후에 국내 승인이 완료되었으며, 파나마의 경우 국내 비준 절차 진행 중

○ 한–중미 FTA를 통해 북미(미국, 캐나다)와 남미(페루, 칠레, 콜롬비아)를 연결하는 미주 FTA 네트워크를 구축하고, 북미시장으로 진출할 수 있는 제3의 루트*를 마련하여 대미 수출의 모멘텀 형성

* CAFTA–DR(Dominican Republic–Central America FTA, 중미 자유무역 협정), 미–파나마 FTA를 통한 북미시장 진출 가능

○ 아시아 국가 중 최초로 중미 5개국과 FTA를 체결함으로써 중국, 일본 등 경쟁국 대비 우리기업의 중미 시장 선점 효과 기대

* 중국·일본이 중미 국가들과 체결한 FTA는 중–코스타리카 FTA(2011.8월)외에 중국·일본이 중미 국가들과 체결한 FTA 전무(全無)

한-중미 FTA 체결을 통한 현지 진출 유망품목

유망품목	유망국가	선정 사유
자동차 부품	코스타리카 엘살바도르 온두라스 니카라과 파나마	– 관세 인하 효과 기대 – 중산층 증가 및 대중교통 미비로 인한 자동차 판매의 꾸준한 증가가 자동차 부품 시장 호조세 견인 – 중고차 중심의 자동차 시장 급성장에 따른 부품 수요 확대 – 한국산 부품에 대한 긍정적 인식 확산
화장품	엘살바도르 온두라스 니카라과	– 상류층을 중심으로 미용시장 급성장 중 – 소득 증가에 따른 중산층 여성 소비자의 미용에 대한 관심 증대로 관련 제품 수요 확대 – 한류 확산 및 K-뷰티에 대한 관심 증가로 한국산 화장품에 대한 수요 증가
음료	파나마	– 한-중미 FTA를 통한 관세 인하 효과 기대 – 중산층 확대로 식음료(특히 건강음료) 수요 증가 전망
의약품	코스타리카	– 공공 의료부문 의약품 공급 부족을 해소하기 위한 정부 주도의 의약품 및 의료장비 구매 증가 예상

우리 기업에의 시사점

○ 한-메르코수르 FTA 체결에 대비한 시장 선점 진출전략 수립 필요
- (수출 증가 예상품목) 가전제품, 휴대전화, IT 제품, 화학제품, 자동차 및 부품, 기계류, 타이어 등

○ 태평양동맹 준회원국 가입의 기대효과 활용 전략 수립 필요
- (對멕시코 수출 증가) 멕시코는 자동차, 타이어, 철강, 화학, 전기·전자 등 우리 주력 수출 품목의 기존 관세가 높아 준회원국 가입 실익이 큼
- (수출선 다변화) 태평양동맹 협상 개시와 함께 현재 진행 중인 한-메르코수르 무역협정 등도 타결 시 북-중-남미로 이어지는 미주대륙을 연결하는 FTA 연결망을 구축하여 수출선 다변화 적극 추진 가능

○ 한-중미 FTA 활용 확대
- 중미 각국의 내수시장 규모는 작지만, 시장 통합시 규모의 경제가 가능하므로 파나마 등 주요 요충지에 물류 거점을 구축하여 납기일을 단축하고 소량 오더에 대응할 수 있는 '중미 통합 시장 관점의 전략' 필요

나. USMCA(미국·멕시코·캐나다 협정)를 통한 우리기업 진출 여건 변화

미국 정부의 NAFTA 재협상 요구에 따른 USMCA 체제 출범

○ 미국 도널드 트럼프(Donald Trump) 대통령은 당선 후 NAFTA 탈퇴 가능성을 시사하며, 미국 대표부(USTR)가 NAFTA 재협상 절차에 착수

○ 3국 합의에 난항을 겪으며 미국과 멕시코는 양자 협상으로 전환하여 미-멕시코 NAFTA 개정에 원칙적으로 합의(2018.8.27)

○ 미국은 멕시코와 합의한 내용을 바탕으로 캐나다와 협상을 진행하여 최종 USMCA 출범에 합의(2018.9.30)했으며, 멕시코는 비준 완료(2019.10), 미국과 캐나다는 비준 필요

* 미 대통령 경제고문인 라리 쿠들로(Larry Kudlow)는 USMCA가 2019년 11월 29일 이전에 미 의회의 승인을 받을 수 있을 것이라고 언급했으며, 멕시코 북미차관 헤수스 세아데(Jesus Seade) 또한 11월 중으로 미 의회의 승인이 이뤄질 것이라고 긍정적으로 전망

주요 합의 내용 : 자동차 산업 역내 가치 비중 상향, 고임금 노동 가치 비중 신설

○ 자동차 및 자동차 부품 역내 가치 비중(Regional Value Contents) 상향 조정
- 승용차 및 light truck(SUV)은 역내 가치 비중을 62.5%에서 75%, heavy truck은 60%에서 70%까지 매년 점진적으로 인상(순 원가 기준)
- 자동차 부품도 핵심 부품(Core Parts), 주요 부품(Principal Parts), 보완 부품(Complementary Parts)으로 구분하여 역내 가치 비중을 명시
- 자동차 생산에 필요한 철강 및 알루미늄 비율도 70%까지 인상

승용차 기준 역내 가치 비중 변화

기준일	자동차 전체	핵심부품	주요부품	보완부품
2020.1월	66%	66%	62.5%	62%
2021.1월	69%	69%	65%	63%
2022.1월	72%	72%	67.5%	64%
2023.1월 이후	75%	75%	70%	65%

○ 고임금 노동 가치 비중(Labor Value Contents) 규정 신설

– 시간당 최소 16달러를 받는 고임금 노동자가 승용차의 40%, light truck·heavy truck의 45%를 생산하도록 규정

– 고임금 노동 가치 비중도 제조·기술·조립비용으로 구분·규정

승용차 기준 고임금 노동 가치 비중(%) 변화

기준일	전체 노동가치	제조비용	기술비용	조립비용
2020.1월	30%	15%p	10%p	5%p
2021.1월	33%	18%p	10%p	5%p
2022.1월	36%	21%p	10%p	5%p
2023.1월 이후	40%	25%p	10%p	5%p

○ 원산지 또는 고임금 규정 위반 시, 최혜국(MFN) 관세 적용

– 자동차의 경우 역내 가치 비중 및 고임금 노동 가치 비중을 준수하지 못하면 2.5%(현재 MFN) 또는 수입 시점의 최혜국 관세 적용

– 자동차 부품의 경우, 부품별로 관세율이 다르나 규정 위반 시 최혜국 관세 적용(최소 0%~최대 5.7% 수준)

○ 승용차 및 자동차 부품 수출 쿼터 초과 시 미국 무역확장법 232조 적용

– 멕시코 자동차의 대(對)미국 연간 수출 쿼터는 총 260만 대, 자동차 부품은 1,080억 달러로, 각 수출 쿼터 초과분에 대해서 25% 수입 관세 적용

* 2017년 기준, 멕시코 승용차 수출량 244만 대, 자동차 부품 수출은 233억 달러

– 단, light truck은 별도 수출 쿼터가 없어서 수출량과 상관없이 25% 수입 관세가 적용되지 않음

자동차 분야는 특히 고임금 조건이 변수

○ 멕시코 자동차협회에 따르면 현재 고임금 노동 가치 기준을 충족한 차종은 없는 상황

○ 멕시코 주재 완성차 업체의 경우 고가 부품을 미국·캐나다에서 수입하거나 최혜국 관세(현재 2.5%)를 납부하고, 완성차 가격에 반영할 것으로 전망

우리기업에의 시사점

○ USMCA에 따른 글로벌 완성차 업체의 부품 소싱 전략 변경 가능성에 주목
- 고가 부품은 미국·캐나다에서 구매, 중저가 부품은 멕시코에서 구매하는 형태의 완성차 업체의 Global Value Chain 형성 가능성

다. 중남미 역내 시장 통합 움직임 강화

태평양동맹-메르코수르 간 협력 활성화 움직임

○ 태평양동맹-메르코수르 정상회의(2018.7.23.~24, 멕시코)를 통해 양 경제블록 간 경제통합 및 자유무역을 확대하기로 협의
- 미 트럼프 정부의 미국 우선주의로부터 시작된 글로벌 보호무역주의 및 무역분쟁은 중남미에도 큰 영향을 미치고 있으며, 미국에 대한 교역 의존도를 낮추고 교역 파트너를 다각화할 필요성 제기
- 2017년 기준, 태평양동맹의 대(對)메르코수르 수출 비중은 2.8%, 수입은 4%에 불과하며, 메르코수르의 대(對)태평양동맹 수출 비중은 6.4%, 수입은 6.6%에 불과하여 교역 확대 가능성 대두
  * 메르코수르 정상회의(2019.7.17., 아르헨티나)를 통해서도 태평양동맹과의 전략적 협력을 강화하기로 협의

멕시코·브라질 자유무역협정 체결을 전제로 한 협상 착수

○ 글로벌 경제 성장을 위협하는 무역분쟁에 공동 대응하고 양국 관계를 강화하기 위해 자유무역협정 체결을 전제로 한 협상에 착수
  * 멕시코는 브라질의 6위 수출대상국(2019년 8월 기준 수출액 31억 8천만 달러), 동기간 브라질의 대(對) 멕시코 수출은 28억 7천만 달러로 브라질은 멕시코의 7위 수출대상국

멕시코·브라질·아르헨티나 간 자동차 관련 수출입 규제 철폐 움직임

○ (멕시코-브라질) 2019년 3월부로 자동차(경량차)·부품에 대한 수입 쿼터 및 관세 철폐, 역내 생산 비율 상향(기존 35%→40%), 원산지 규정만 충족하면 자유롭게 자동차·부품 수출입 가능

○ (멕시코-아르헨티나) 2019년 3월부로 3년간 양국 간 자동차 관련 수입 쿼터 확대 합의
  * 자동차 분야 자유무역은 3년 뒤 수입 쿼터 조치가 끝나는 시점에 맞춰 추진하기로 합의

멕시코-아르헨티나 자동차 분야 연간 수입 쿼터

적용 기간	아르헨티나 수입 쿼터(USD)*	증감률(%)
2019.3.19~2020.3.18	701,246,700	10.0
2020.3.19~2021.3.18	736,309,035	5.0
2021.3.19~2022.3.18	773,124,487	5.0

* 수입 쿼터는 FOB 기준

메르코수르 역내 통합 확대

○ 메르코수르 정상회의(2019년 7월 17일, 아르헨티나)를 통해 브라질 정부는 회원국 간 무역장벽을 완전히 철폐하는 방안을 추진하겠다고 표명

○ 회원국 간 모바일 통화 및 데이터 사용에 대한 국제로밍 요금을 폐지하고 회원국 해외 공관 내 영사관 공동 이용에 합의

(리스크) 아르헨티나 신정부의 통상정책

○ 아르헨티나의 대선 결과, 진보 성향의 알베르토 페르난데스(Alberto Fernandez) 후보가 당선됨에 따라 친기업·개방형 통상정책을 추진한 현 정권과는 다른 정책을 추진할 것으로 예상

* 당선인은 아직 무역정책에 대한 의견을 밝힌 적이 없어서 현시점에서 메르코수르의 통상정책 변화를 전망하기는 어려움

○ 메르코수르의 통상정책 변화 등은 친시장·개방형 통상정책 기조를 유지한 브라질, 아르헨티나 정책 공조에 기인한 것이었으나, 아르헨티나 정권 교체로 이러한 협력 유지 가능 여부가 불투명

우리기업에의 시사점

○ 중남미 시장 통합 움직임에 따라 중남미 단일시장 마케팅 가능

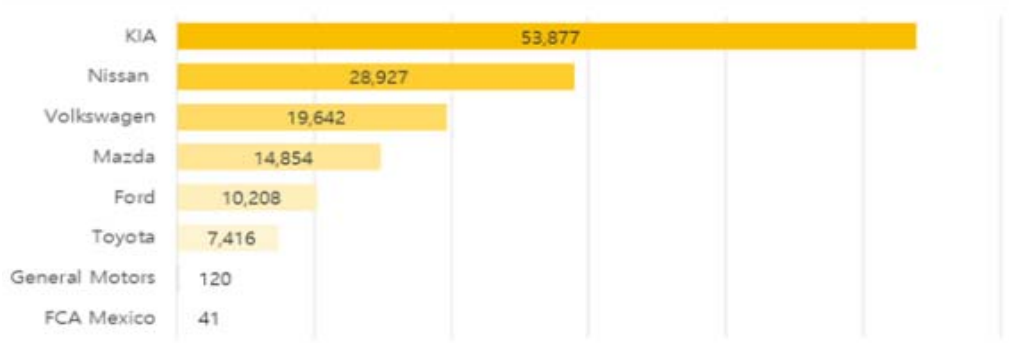
- 언어, 역사, 문화적 동질감 바탕으로 단일 시장권 형성, 특정 국가 진출 성공 시 인근국으로의 진출이 상대적으로 용이

○ (자동차) 국내 완성차 기업 및 부품 기업에게는 시장 확대의 기회

- 멕시코-브라질·아르헨티나 간 자동차 분야 FTA 체결로 브라질과는 원산지 규정이 강화되고, 쿼터와 관세가 철폐되면서 멕시코 진출 기업들의 대(對)브라질 수출 확대 가능

2018년 멕시코 진출 완성차 업체의 대(對)중남미 수출

(단위 : 대)



자료 : 멕시코 언론사 Expansion, 2019.3.26

라. 디지털 전환 참여와 신산업 도입 활발

전 세계적인 4차 산업혁명 흐름에 대비한 중남미의 다각적인 대비책 마련

○ (정부) 역내 디지털 경제가 확산하고 있지만, 이에 대한 규제가 미비하여 디지털 경제로의 전환을 위한 법·제도 마련 중

– (전자정부) UN이 발효하는 전자정부 발전지수(온라인 서비스, 정보통신 인프라, 인적 자본)에서 중남미는 세계 평균을 상회, 역내 선도국가는 우루과이, 아르헨티나, 칠레 등

– (망 중립성) 브라질, 아르헨티나, 칠레, 콜롬비아, 에콰도르, 멕시코, 페루 등 7개국이 망 중립성을 법제화

* (칠레) 2010.7월 세계 최초로 망 중립성에 관한 법안을 수립해 특정 콘텐츠나 서비스에 대한 불합리한 차별 및 방해를 금지하고 서비스 투명성을 강화

* (브라질) 2014년 망 중립성과 함께 표현의 자유 및 프라이버시 등 인터넷상에서의 권리를 보장하는 인터넷 법인을 제정해 이용자의 권리를 증진

– (전자서명) 다수 국가에서 전자서명을 실제 서명과 동등하게 규정

* (브라질, 아르헨티나) 메르코수르 규정에 따라 보안 인프라에 대해 동일한 기술을 이용하고, 전자서명 효력에 관한 동일한 법적 구조를 채택하는데 합의

* (볼리비아, 콜롬비아, 페루) 안데스공동체 규정에 따라 통관과 관련 전자 서명 효력 인정

– (빅데이터, 클라우드 서비스) 브라질은 연방 공공 부문에 클라우드 서비스를 제공하는 사업자는 서버와 백업서버를 국내에 설치해야 한다는 규정이 있음

○ (민간) 중남미 국가 중에서는 브라질과 멕시코의 디지털 기술 도입이 활발하고, 산업별로는 소매업, 금융서비스, 광산업 분야의 디지털 기술 도입 지수가 높지만, 전반적으로 민간기업들의 디지털 기술 도입은 부족한 것으로 판단됨

중남미 국가별 디지털 기술 도입 지수

(단위 : 최대 100)

구분	아르헨티나	브라질	칠레	콜롬비아	멕시코	중남미
광업	-	75.10	72.95	-	49.38	65.31
제조업	32.19	30.22	32.32	36.59	70.40	30.34
헬스케어	-	31.66	-	92.13	67.94	30.58
소매업	-	31.73	77.44	33.67	72.09	78.74
금융서비스	-	-	33.39	-	71.54	79.97
평균	32.19	79.69	30.27	37.46	66.27	79.18

자료 : gA(2015)

○ (시장여건) 대부분 중남미 국가들의 ICT 발전지수는 열악하지만, 일부 국가에서는 빠르게 호전되는 추세이며, 정부 차원의 ICT 개발 정책이 추진되면서 ICT 시장 전망이 매우 밝음

* 2017년 글로벌 ICT 발전지수에 따르면, 대부분의 중남미 국가들의 ICT 발전지수 순위는 세계 50위권 밖이지만 최근 수년간 높은 증가율을 보임

중남미 주요 국가별 ICT 발전지수(IDI)

국가	IDI(2017년)		접근성(Access)		이용성(use)		스킬(skill)	
	순위	지수	순위	지수	순위	지수	순위	지수
멕시코	87	5.16	94	5.28	76	4.65	95	5.93
코스타리카	60	6.44	74	6.40	47	6.18	63	7.05
콜롬비아	84	5.36	85	5.88	85	4.11	69	6.81
칠레	56	6.57	66	6.79	65	5.39	19	8.49
도미니카공화국	77	5.69	75	6.34	75	4.78	84	6.23
한국	2	8.85	7	8.85	4	8.71	2	9.15

자료 : ITU, ICT Development Index 2017

4차 산업혁명 관련 중남미 국별 진행 현황

- (브라질) 화웨이와 히우그란지두술 주(州) 가톨릭대학교(PUCRS) 공동으로 스마트시티 혁신센터 설립하여 공공행정, 보건, 교육 등 전자정부 및 스마트시티 운영 시스템 개발·활용
- (멕시코) 중남미 최대의 핀테크 시장으로 정부는 핀테크 생태계 조성을 위해 관련 법안 제정
  * 핀테크 스타트업 수는 158개로 브라질(130개), 콜롬비아(77개)를 웃돌고 결제 및 송금, 개인재무관리, 크라우드 펀딩, 대출, 기업재무관리, 자산관리, 보험, 보안, 인증 등에 집중
- (칠레) 국영광산기업인 CODELCO, 'CODELCO Digital' 추진
  * 센서와 카메라를 활용해 광업 활동에 관한 모든 정보를 실시간 및 원격으로 수집·분석하여 통합적인 생산 관리가 가능하고, 이를 통해 생산성 향상, 비용 절감, 재해 위험 감소 및 환경 보호 등의 효과 창출
- (아르헨티나) 농업 생산성 향상을 위해 빅데이터를 결합하여 농민에게 정밀농업* 관련 필요한 기술 또는 정보를 앱을 통해 제공
  * 정밀농업은 비료와 농약의 사용량을 줄여 환경을 보호하면서 농업의 효율성을 향상하는 기술로 대상물의 순간적인 위치를 결정하는 위치결정장치(GPS), 지리정보체계(GIS) 등의 기반 기술 필요

우리기업에의 시사점

- 4차 산업혁명과 관련된 ICT 기반 서비스에 대한 중남미 비즈니스 기회 검토 및 진출전략 수립
  - (한국 강점) 사물인터넷(IoT), 가상현실(VR), 웨어러블 기술 등 분야에서 경쟁력이 있으므로 중남미 국가들과의 협력으로 시너지 발휘
  - (이종 산업 결합) 전자정부, 스마트시티 등 공공분야에 있어 단순히 전자정부 시스템 구축을 넘어 교통, 치안, 상·하수도 인프라 개선 등 다양한 협력 모색
- 우리 관련 기업이 중남미에 진출할 수 있도록 정부, 유관기관, KOTRA는 중남미 국가 대상 한국과의 협력 필요성을 설득시키고 관련 네트워크 강화 필요

마. 미·중 무역분쟁으로 인한 반사이익

멕시코산, 중국산 대체하며 미국 시장 내 점유율 확대

○ 멕시코의 대(對)미국 수출 관련 지속적인 수혜 전망

– 미국이 중국산 818개 품목에 25% 관세 부과(2018.7.6) 후 본격화된 미·중 무역분쟁으로 중국산 제품의 가격이 상승하면서, 상대적으로 멕시코산 제품의 가격경쟁력은 상승하여 멕시코의 대미(對美) 수출은 사상 최대 실적 달성

* 미·중 무역분쟁 본격화한 이후 멕시코의 대미(對美) 수출액은 꾸준히 증가하고 있으며, 2019년 7월 기준 2,097억 달러 수출 달성한 반면, 중국의 대미(對美) 수출액은 동일 기간 2,605억 달러로 12.31% 감소

– 미국 시장에서 멕시코와 중국산 제품과 서로 경쟁하는 형태이며, 미·중 무역분쟁으로 북미 시장을 타깃으로 중국에 진출한 다국적 기업의 멕시코 역 투자진출도 기대

* 노무라 증권은 미·중 무역분쟁으로 중국에 진출한 다국적 기업이 단기간 내 철수하지는 않겠지만 중국 외 지역으로 생산거점을 일부 이전할 것이며, 멕시코가 새로운 투자처로 각광 받을 전망

중국의 중남미 농축산물·원자재 수입 확대

○ (브라질) 대(對)중국 원자재 수출 확대

– 중국은 브라질 최대의 교역대상국으로 석유, 대두, 철광석의 최대 수입국이며, 미·중 무역분쟁이 본격화된 2018년 브라질의 대(對)중국 수출은 35% 증가(대두 수출 전년 대비 30% 증가한 6,880만 톤)

* 중국은 브라질에서 생산되는 농수산물의 약 30%를 수입

– 중국은 미국이 추가관세를 빌미로 협박에 나설 경우, 미국산 농축산물 수입을 줄이려는 입장을 취하고 있어서 미·중 무역분쟁이 장기화하면, 농축산물·원자재의 중국 수출은 더욱 확대될 것으로 예상

○ (아르헨티나) 대(對)중국 대두박 최초 수출

– 중국은 최근 대두박 수입처를 주 수입원이었던 미국에서 아르헨티나로 변경

중국의 원자재 수요처로서의 역할이 더욱 중요

○ 미·중 무역분쟁에 따른 수입선 대체로 일부 반사이익에도 불구, 무역분쟁 해소로 중국 경기가 회복되면서 세계 원자재 수요처로서의 역할을 해주는 것이 장기적 차원에서 더욱 중요하다고 볼 수 있음

– 중국은 중남미의 제2의 교역대상국(원자재 수출 비중 44.8%)으로, 중남미 경제에서 중국의 영향은 매우 크다고 할 수 있음

Ⅱ. 비즈니스 환경 분석

1 정치·경제·산업·정책 환경

※ 중남미의 고질적인 부정부패 해소에 대한 국민들의 열망이 확대되면서 정치적으로는 이데올로기의 시대를 벗어나 변화의 시대를 맞이할 것으로 전망
※ 미·중 무역분쟁 장기화로 세계 교역 감소, 중국의 경기 둔화 우려에 따른 원자재 수요 감소로 원자재 수출 의존도가 높은 중남미 경제는 1.8% 성장세 전망

가. 정치 환경

이데올로기 시대에서 변화와 개혁의 시대로

○ 멕시코와 브라질의 정권 교체의 이면에는 국민들이 이데올로기를 선택한 것이 아닌 기존 기득권 세력에 대한 변화와 개혁을 선택한 것으로 볼 수 있음

– (멕시코) 약 100년간의 제도혁명당(PRI) 집권의 종말은 기득권의 부패, 경제 실정, 치안 유지 실패에 대한 국민들의 변화에 대한 욕구

– (브라질) 약 10년간의 노동자당 집권 기간 중 발생한 초대형 부패 스캔들*, 경제 실정, 치안 불안은 국민들이 극우 후보인 보우소나루를 선택하게 된 계기

* 라바 자투(Lava Jato) : 브라질 국영석유기업인 페트로브라스(Petrobras)가 장비 및 건설 관련 계약 수주의 대가로 오데브레시(Odebrecht) 등 브라질 건설사로부터 뇌물을 받은 스캔들

부정부패 척결에 대한 국민들의 열망

○ 중남미의 고질적인 부정부패에 대한 국민들의 개선 의지가 확대되고 있으며, 정치인들은 이러한 시대적 흐름을 활용

– (멕시코) 안드레스 마누엘 로페스 오브라도르(Andrés Manuel López Obrador) 대통령은 2018년 대선에서 반부패 기치를 내걸고 압승을 거두며 정권교체에 성공, 취임 9개월 만에 한 첫 국정보고에서 부패 척결과 범죄자 처벌에 대한 의지를 재차 강조

* AMLO 대통령은 취임 9개월 만에 한 첫 국정보고 자리('19.9.1)에서 "정부의 계획이 무엇인지 한 문장으로 요약한다면 부패와 불처벌을 끝내는 것이라고 답하겠다."라고 언급

– (페루) 기존 쿠친스킨 대통령이 부패 스캔들에 연루돼 탄핵당하면서 대통령직을 승계한 마르틴 비스카라(Martin Vizcarra) 대통령은 의회가 헌법재판관 임명*을 강행한 것에 대한 반발로 의회 해산을 결정하면서 야당과 대립, 反부패 전사로 부상하며 지지율 급등

* 페루 의회는 헌법재판관 7명 중 임기가 끝난 6명을 새로 임명하는 표결에 들어갔는데, 후보들 면면을 보면 부정부패 혐의를 받는 법조인과 국회의장 친인척이 포함됨

– (과테말라) 전임 지미 모랄레스(Jimmy Morales) 대통령은 본인과 친인척의 부정부패 스캔들 연루에 따라 과테말라 반면책특위(CICIG)와 갈등*을 빚었으나, 알레한드로 지아메테이(Alejandro Giammattei) 대통령 당선자는 CICIG 업무를 대신할 '부패방지위원회' 신설을 발표

* UN 산하기구인 과테말라 반면책특위(CICIG)는 모랄레스 대통령이 지난 대통령 선거에서 불법 자금을 조성했다는 혐의를 조사 중

중남미 주요국, 정치 환경 분석

○ (멕시코) 현 대통령에 대한 고공 지지율로 나타난 개혁에 대한 지지

– 2019년 9월 초 공개된 대통령 지지율 보고서에 따르면, 멕시코 32개 주에서 평균 69%의 높은 지지율을 보인 것으로 나타났으며, 이는 멕시코 최초의 여야 정권교체를 통한 변화와 개혁에 대한 열망이 여전히 반영된 것으로 판단됨

– 하지만, 지나친 변화와 개혁에 대한 의무감이 향후 멕시코 정치·경제에 큰 영향을 줄 수도 있음

○ (브라질) 현 대통령에 대한 지지율 하락으로 개혁 동력 상실 우려

– 집권 이후 기대에 못 미치는 경제 성장, 아마존 열대우림 산불 대응 미흡 등의 이유로 현 대통령과 정부에 대한 지지율 하락

– 2019년 8월 발표된 여론조사 보고서에 따르면 현 정부의 국정 수행에 대한 평가는 긍정 29.4%, 보통 31.1%, 부정 38.5%로 나타나 현재 추진 중인 연금개혁 등 주요 정책 실현에 악영향을 끼칠 수도 있음

○ (칠레) 서민 가계부담 완화 및 양극화 완화를 위한 정책 추진

– 지하철 요금인상(30페소)을 계기(10.7)로 시작된 시위가 번지면서 산티아고를 포함한 칠레 다수 지역에 비상사태(군 통제권 부여, 통행금지 발령 등) 선포

– 지하철 요금인상은 철폐됐으나 잦은 공공요금 인상 등 그동안 누적된 사회 불평등에 대한 불만으로 인해 과격 시위는 지속 중

– 세바스티안 피녜라(Sebastián Piñera) 대통령은 사회개혁 아젠다를 발표(연금개혁, 소득세 개편 등)하여 향후 서민 가계부담 완화 및 양극화 완화를 위한 정책 추진에 방점을 둘 것으로 전망

○ (콜롬비아) 평화협정 반대세력의 무장 결정 선언

– 이반 두케(Iván Duque) 대통령이 과거 반군 세력을 위한 특별 사법 시스템*에 반대하면서 전(前) FARC(콜롬비아 무장혁명군) 지도자 3인이 대(對)정부 무력 투쟁을 선언했으며, 정부는 이 3인을 테러 및 마약 범죄 조직으로 공개 수배

* 관련 인물들에게는 법적 처벌을 하지 않는다는 내용이 포함되었으나, 이반 두케 대통령은 당선 후 해당 조항을 수정하겠다고 발표

○ (아르헨티나) 고물가·고실업 등 경제난 지속에 따른 페론주의로의 회귀 가능성 확대

– 아르헨티나 대선 : 알베르토 페르난데스(Alberto Fernandez) 후보가 48.1%의 득표율로 40.4%를 얻은 현 마우리시오 마크리 대통령을 제치고 대통령에 당선(2019년 10월 27일)

– 2015년 대선에서 아르헨티나 국민들은 친시장주의자로 평가받는 마크리 현 대통령을 선택했음에도 불구하고 극심한 긴축정책 속에 전기와 가스 등 공공요금이 4년 만에 6~7배 인상되고, 인플레이션이 50% 이상 치솟는 등 경제위기가 계속되자 빈곤층 및 중산층까지 등을 돌린 결과라고 평가됨

– 당선자는 선거운동 기간에 경제정책에 대한 구체적인 입장을 표명하지는 않았지만, 사회적 합의를 통한 급여 및 소비자 가격 동결 추진(실질 임금 인상 및 인플레 완화), 임기 내 실질 금리 연 2%대 유지(신용창출), 셰일가스 혁명을 통한 경제발전을 도모할 것으로 전망됨

○ (에콰도르) IMF의 긴축정책과 국민과의 대립 가능성 잠재

– IMF와 약속한 긴축정책의 일환으로 유류 보조금을 폐지하여 일반 휘발유와 디젤 가격이 100% 인상됨에 따라 전국적인 시위 확산 및 혼란 가중으로 국가 비상사태 선포

* 에콰도르 정부는 IMF와 102억 달러 규모의 금융 조달 계약 체결

* IMF 4대 요구사항 : ① 공공부문 인력축소(최대 14만 명의 직원 급여 삭감 또는 해고), ② 보조금 삭감을 통한 에너지 가격 인상, ③ 간접세(부가가치세) 인상 및 VAT 면세 혜택 폐지, ④ 노동시장 규제 완화, 공공기관 민영화 및 무역자유화 보장

– 정부는 일반 유류 보조금은 철폐하고 농어민 및 취약계층을 위한 특별 유류 보조금을 신설하는 방향으로 합의하여 시위 진정

우리기업에의 시사점

○ 국가별 차이는 있으나 중남미 전반적으로 민주주의 수준은 높아지고 있으며, 과거와 같이 공권력을 활용한 정권 유지보다는 대화와 타협을 통해 정권을 유지

○ 아르헨티나 대선이 중남미 전체에 미치는 영향이 클 것으로 전망됨

나. 경제 환경

(전망) 2020년 중남미 경제는 2% 내외 성장 예상

○ (대외 요인) 세계 경제 성장 둔화, 미·중 무역분쟁 장기화 등으로 인한 원자재 수요 감소 및 가격 하락 등이 자원 의존도가 큰 중남미 경제에 부정적인 영향을 끼칠 것으로 예상

중남미 주요국 경제성장률 전망(%)

구분	중남미	브라질	멕시코	아르헨티나	콜롬비아	칠레	페루
2018	1.0	1.1	2.0	-2.5	2.6	4.0	4.0
2019*	0.2	0.9	0.4	-3.1	3.4	2.5	2.6
2020*	1.8	2.0	1.3	-1.3	3.7	3.0	3.6

* 자료 : IMF(2019.10)

– 미주개발은행(IDB)에 따르면, 중남미 국가의 수출액 중 자원이 차지하는 비중은 약 44.8%로 중남미 경제의 자원 의존도는 높은 수준

* 멕시코, 콜롬비아, 에콰도르 등은 대표적인 석유 수출국이며, 칠레, 페루 등의 주요 수출품은 구리를 비롯한 광물 자원

* 루이스 알베르토 모레노(Luiz Alberto Moreno) IDB 총재, "미·중 무역분쟁, 영국의 유럽연합 탈퇴 등의 요인들이 경제 기초가 부실한 중남미 경제에 장애요인으로 작용, 국제 원자재가와 수요에 영향을 크게 받는 현재의 중남미 경제구조는 한계에 도달, 신산업 육성으로 경제 성장 기반 조성이 중요"

2019년 원자재 가격 전망

원자재	원유	광물 및 광석	임업	농산물	원자재 (에너지 제외)
가격상승률 전망 ('18년 대비)	-10%	-1%	2%	-3%	-2%

자료 : ECLAC(2019), Estudio Económico de América Latina y el Caribe(2019.7)

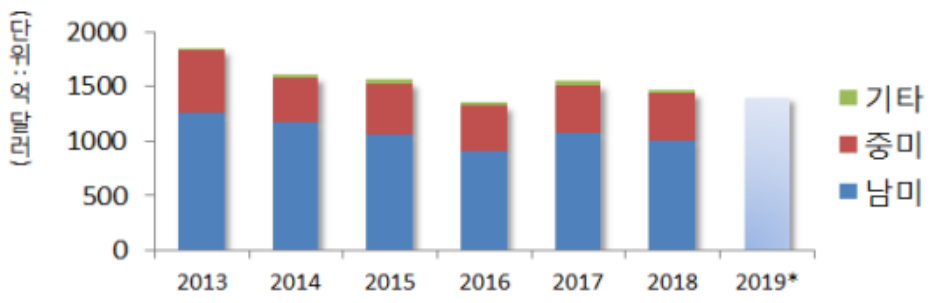
○ (대내 요인) 멕시코 정부의 정책 불확실성 확대 및 PEMEX(국영 석유기업)에 대한 정책자금 투입, 브라질의 연금개혁 성공 여부, 중남미 국가의 재정적자확대로 인한 정부 투자 능력 하락, 기후변화 등

(투자) 외국인 직접투자는 현상 유지 예상

○ 원자재 가격 하락 및 중남미 경기 회복 지연에 따라 2019년 대(對)중남미 외국인 직접투자는 전년(1,470억 달러) 대비 5% 감소한 1,400억 달러로 전망(UNCTAD 2019)

○ 중남미에서 외국인 투자가 집중되는 멕시코와 브라질의 경제 전망에 따라 2020년 외국인 직접투자는 현상 유지할 것으로 예상됨. 한편, 브라질의 연금개혁으로 인한 정부 재정여력 확보는 외국인 직접투자에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상

대(對)중남미 외국인 직접투자 추이



자료 : World Investment Report 2019, UNCTAD / 2019년은 전망치

(소비) 기준금리 인하 및 해외가족 송금액 증가로 내수 증진 기대

- 미국 기준금리 인하 기조에 맞추어 멕시코, 브라질, 칠레 등 중남미 신흥국 역시 잇달아 금리 인하를 단행했으며, 향후 추가적인 금리 인하도 예상
  * 2019.9월 기준 주요국 기준금리 : 멕시코 7.75%, 브라질 5.50%, 칠레 2% 등
- 미국 트럼프 정부의 반이민 정책으로 중남미 국가로 유입되는 해외가족 송금액은 꾸준히 증가하는 추세이며, 안정적 외화 유입에 따라 민간 소비 증가 예상

대(對)중남미 해외가족 송금액 추이 및 전망

(단위 : 십억 달러)

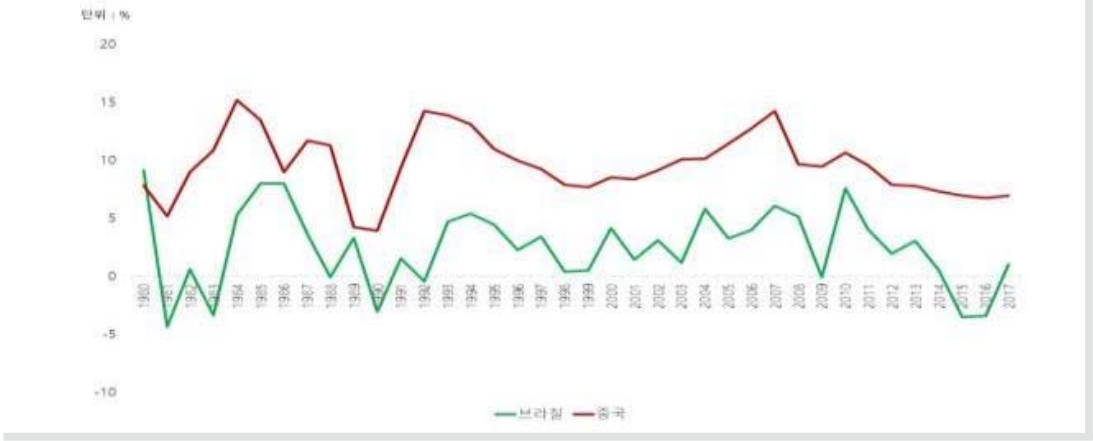
연도	2010년	2015년	2016년	2017년	2018년e	2019년f	2020년f
금액	55	67	73	80	88	91	95

자료 : MIGRATION AND DEVELOPMENT BRIEF 2019.4월, KNOMAD
* e : 추정치, f : 전망치

(수출) 국제 원자재 가격 하락, 글로벌 경기 침체, 미·중 무역분쟁 장기화로 인한 원자재 수요 감소로 수출도 현상유지 또는 감소 예상

- 2019년 중남미 수출은 전년 대비 2.5% 감소, 수입은 전년 수준을 유지할 것으로 예상되며, 2020년 중남미 수출도 미·중 무역분쟁이 지속될 경우 중국 경기 둔화로 전년과 유사한 수준이 될 것으로 전망(ECLAC, 2019)
- 자원 수출의존도가 높은 중남미는 기존에 중국의 경기 활성화를 통한 자원 구매처로서의 역할을 충실히 해왔으며, 브라질 등 자원수출 비중이 높은 일부 남미국가의 경우 중국의 경제성장률과 동조화하는 현상도 보임

중국과 브라질 경제 성장 추이 비교

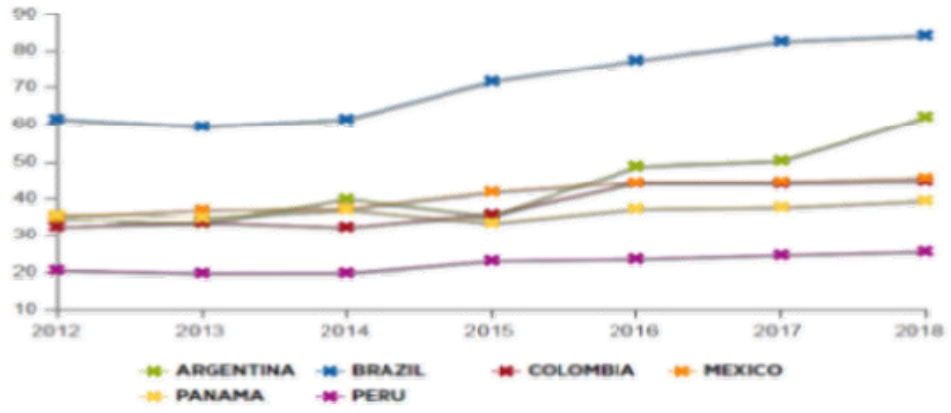


자료 : World Bank(2019.10)

(정부지출) 높은 공공부채비율로 정부 지출 여력 감소

○ 정부의 공공부채 부담으로 인해 교육, 보건위생, 치안 등 기본적인 대(對)국민 서비스 제공이 어려워지고, 이는 다시 인적자본의 역량을 저하하는 요인이 되어서 경제발전에 걸림돌로 작용

중남미 주요국 GDP 대비 정부부채 비중(%)



자료 : IDB(2019.10월)

중남미 주요국 경제 전망

○ (멕시코) 2019년 대비 상승한 1.3~1.5%가량의 성장 예상(Moody's, 2019)

– 미·중 무역분쟁 장기화로 인한 반사이익 등으로 인해 전년 대비 성장할 전망

○ (브라질) 2020년 경제성장률 전년 대비(0.8%p) 상승한 2.5% 예상(IMF, 2019)

– 연금개혁 성공으로 정부 재정 건전성 확보 및 지속적인 경제 성장 기반 마련 기대

* 브라질의 연금 지출은 GDP의 8.6%에 달하며, 빠른 속도의 고령화로 인해 연금 제도의 개혁이 필요

* 현 연금 개혁안은 연금지급 최소연령을 상향 조정하고, 직종별 연금 최소 납부 기간을 늘리는 것

○ (칠레) 2019년 3.2% 대비 약간 상승한 3.4% 경제 성장 예상(Moody's, 2019)

– 정부의 통화정책 확대 및 인프라 투자 등에 대한 기대감으로 경제가 성장할 것으로 예상되나, 국제 구리 가격 추이가 리스크로 작용할 수도 있음

○ (콜롬비아) 3.5%가량의 경제 성장 예상(Moody's, 2019)

– 법인세 인하 정책(2019년 33%를 시작으로 2022년까지 30%로 인하), 지방 선거로 인한 지출 증가 등이 경제 부양 효과를 발휘할 것으로 예상

○ (페루) 금년도 3.7%보다는 다소 낮은 3.2% 경제 성장(페루경제학회, 2019)

– 주요 수출품인 구리, 석유 등의 원자재 가격이 여전히 낮은 수준이고, 2020년 대선 등 불안정한 정치 환경이 지속되어 경제에 영향을 미칠 것으로 예상

○ (아르헨티나) 정치적 안정으로 불확실성이 해소되어 경기하락 추세 감소 예상

– 2020년 아르헨티나 경제는 여전히 마이너스 성장률을 기록할 것으로 전망되나, 2019년 대선 이후 정치적 불안정성이 다소 완화되고, 기저효과로 인해 소폭의 경제 성장 가능성도 있을 것으로 전망됨

– 단, 정권변화에 따라 2019년 하반기에 계획된 프로젝트 등이 잠정 중단된 상태로, 이에 따라 기업 및 외국인 투자자들의 아르헨티나 투자가 급격히 하락

○ (파나마) 완만한 경제 성장 전망

– 2019년 7월 출범한 신정부는 '경제 활성화'를 주요 국정 과제로 선정하고 대대적 경기부양 착수 계획, 2019년 6월 꼬브레 광산 첫 수출 개시로 구리 수출이 파나마의 신성장 동력으로 부상하며 2020년 긍정적 전망

다. 산업 환경

(주력) 자동차 산업

○ 중남미는 연간 700만 대 이상의 자동차 생산 거점으로, 멕시코, 브라질, 아르헨티나 등이 주요 생산국

– (생산량) 2018년 멕시코의 자동차 생산량은 410만대로 전 세계 6위, 브라질은 288만 대로 9위, 아르헨티나는 47만 대로 26위(자료 : OICA 세계자동차공업협회)

* 한국은 403만대를 생산하여 7위 기록

– (글로벌 기업 진출) 2018년 멕시코에 진출한 다국적 기업은 27개, 브라질은 31개로 GM, Volkswagen, BMW 등 다수의 글로벌 자동차 기업이 중남미에 생산 공장을 두고 대미(對美) 수출용 또는 내수용 자동차를 생산

* 한국기업은 기아자동차(멕시코, 2016년)와 현대자동차(브라질, 2012년)에 진출해 있음

○ 현재는 소형차 위주로 판매가 많이 진행되지만 향후 SUV에 대한 수요 증가 예상

– (트렌드) 중남미 소득 증가로 인한 중산층 확대로 상대적으로 가격이 높지만, 안전성과 편리함을 갖춘 SUV와 픽업트럭 등의 판매 증가

* 2015년 약 27.2만 대에서 2022년 약 44-44.3만 대로 고가 자동차 판매량이 약 60% 이상 증가할 것으로 전망(Latin American Passenger Vehile Market Outlook 2017, Frost & Sullivan)

– 중남미 각국 정부가 친환경 자동차 산업 육성정책을 적극 추진함에 따라 전기차 등 친환경 자동차 수요가 지속 증가할 것으로 전망

중남미 최다 판매 차량(2019.8월 기준)

순위		모델명	2019년 판매수량(8월 기준)	증감률(%)
2019년	2018년			
1	1	Chevrolet Onix	182,239	14
2	2	Ford KA	113,245	-5.8
3	4	Toyota Hilux	84,712	-3.1
4	5	Volkswagen Gol	79,418	-5.5
5	3	Nissan Versa	78,774	-11.5
6	11	Renault Kwid	75,264	26.2
7	6	Hyundai HB20	71,652	0
8	8	Chevrolet Prisma	67,736	-2.4
9	13	Nissan Kicks	59,491	3.6
10	9	Volkswagen Polo	57,723	-15.6

자료 : focus2move.com(2019)

○ 2019년 8월 기준, 대(對)중남미 자동차 수출은 17.5억 달러, 자동차 부품 수출은 19.4억 달러
– 자동차 수출은 전년 동기 대비 16.3% 감소한 반면, 자동차 부품 수출은 2.3% 증가했는데, 이는 완성차 수입 대신 현지 생산 비중을 늘린 까닭으로 분석

(주력) 가전(Home Appliance) 산업

○ (시장규모) 2018년 중남미 가전제품 시장규모는 매출액 기준 약 327억 달러로 전 세계의 약 7% 비중(자료 : Euromonitor)
– 중남미 국가 중 브라질의 시장규모는 전 세계 6위 규모(129억 달러), 뒤이어 멕시코(67억 달러, 13위), 아르헨티나(33억 달러, 21위) 순
– 중남미 가전제품 시장은 미국계 Whirlpool, 유럽계 Electrolux, 멕시코계 Controladora Mabe, 한국계 LG와 Samsung 등 상위 5개 기업이 점유율 50% 이상 차지
– 중남미는 도시화 비율이 높고, 최근 들어 1인 가정이 늘어나는 등 주거방식에 변화가 발생하면서 가전제품 시장이 급속히 확대되는 추세

○ (생산규모) 2017년 기준, 전 세계 가전제품 생산량은 약 27억 대로, 이 중 중남미에서 8%인 2억 대가 생산된 것으로 추정(자료 : Euromonitor)
– 중남미 국가 중 브라질이 전 세계 생산량의 3.9%(총 9,600만 대), 멕시코가 1.4%(3,700만 대) 차지

○ (트렌드) 웰빙, 자동화, 소형화, 스마트홈, 에너지 효율
– (웰빙) 에어프라이어, 홈메이드 제빵기, 건강 주스를 위한 믹서 등
– (소형화) 1인 가구가 증가하면서 주거 면적이 좁아지면서 소형 가전 선호
– (스마트홈) 사물인터넷을 통한 가전제품 간 연결, 스마트 TV 인기

멕시코 세탁기 제조기업의 마케팅 팀장 인터뷰

○ 최근 에너지 소비를 최소화하는 '에너지 효율성'에 대한 소비자의 관심이 증가하여 가전제품을 구매할 때 가격이 조금 더 높더라도 에너지 효율성이 우수한 제품을 구매하려는 경향이 있음

○ (유통채널) 기존 오프라인 위주에서 온라인 판매도 확대

○ (우리 기업 포지셔닝) 중남미 상류층을 대상으로 프리미엄 가전에 집중

– (삼성전자) QLED, 더 프레임, 패밀리허브 냉장고, 퀵드라이브 세탁기 등 사물인터넷 기반 프리미엄 제품들이 서로 유기적으로 연결되는 라이프 스타일 제안

– (LG전자) 중남미 프리미엄 시장을 공략하기 위해 고객들의 라이프 스타일을 반영한 공간 솔루션 및 고객 맞춤형 인공지능을 통해 차별화된 체험을 제공

(유망) 화장품 산업

○ (시장규모) 중남미 화장품 시장은 전 세계에서 가장 빠른 성장세를 보이는 지역으로, 브라질, 멕시코, 콜롬비아, 칠레가 전체 시장을 주도

– 2017년 중남미 화장품 시장규모는 319.8억 달러로, 2017~2025년간 연평균 4.49% 성장세 전망(Goldsteinresearch.com, 2019년 8월)

– (제품별) 전체 시장규모는 스킨케어(토너, 클렌저, 주름개선 크림, 미용 크림 등) 제품군이 가장 크고, 헤어케어 제품군이 그다음 순

○ (트렌드) 기존의 중남미 화장품 시장의 특징과 함께 새로운 소비 패턴도 유행

– (올인원 화장품) 중남미 소비자들은 여러 단계의 화장품을 사용하는 것에 익숙하지 않고, 여성의 사회생활 증가로 화장시간 단축을 위해서 스킨, 로션 등 여러 기능을 하나로 합친 올인원 제품이 인기

– (화려한 색조 제품) 어두운 피부색을 가진 사람의 비율이 높은 지역 특성상 선명하고 화려한 색감의 메이크업 제품에 대한 선호도가 높음

* 중남미 소비자들은 선명한 레드, 핫핑크, 퍼플 계열의 립스틱, 메탈 아이섀도 등 다채로운 색감을 더 선호

– (유기농·천연화장품) 소비자의 화장품 성분에 대한 인식과 관심이 확대됨에 따라 유기능·천연 화장품 소비가 증가 추세

– (향수·데오도란트 제품) 대부분의 지역이 덥고 습하기 때문에 땀과 체취로 인한 불쾌감을 줄이기 위한 향수 및 데오도란트 인기가 높음

○ (한국의 對중남미 수출) 2019.8월 기준, 18백만 달러를 수출하여 전년 동기 대비 27.7% 수출이 증가하는 등 최근 연 30%씩 수출 증가세

– 인기 한국 제품은 스킨케어 및 메이크업, 헤어케어, 면도·데오도란트·샤워용품, 향수 및 화장수 순

– 중남미 한류의 영향으로 한국의 메이크업 스타일을 따라하는 소비층이 증가하면서 한국 화장품에 대한 수요 증가

대(對)중남미 화장품 수출액

(단위 : 백만달러, %)

구분	2016년		2017년		2018년		2019년 8월	
	수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률
화장품	10.30	29.9	12.62	22.4	24.22	92.0	18.02	27.7

자료 : KITA(2019.10월)

(유망) 의료기기 산업

○ (시장규모) 2018년 중남미 의료기기 시장규모는 209억 달러로, 이 중 약 60%에 해당하는 124억 달러 수입

– 2015~2016년은 전체 시장규모는 줄어들었지만 수입규모는 시장규모만큼 줄어들지 않거나 오히려 증가하여 수입에 의존하는 특징을 보임

중남미 의료기기 시장규모 및 수입액

(단위 : 백만달러, %)

구분	2015년		2016년		2017년		2018년	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
시장규모	20,345	-10.1	19,602	-3.7	21,055	7.4	20,889	-0.8
수입규모	11,548	-1.2	11,765	1.9	12,160	3.4	12,425	2.2

자료 : Euromonitor, 2019.10월

○ (시장 트렌드) 향후 중남미 의료기기 시장의 주요 키워드는 ① 인구 고령화, ② 비만율 증가, ③ 효율성 제고가 될 것으로 전망

– (인구 고령화) 중남미 65세 이상 노령인구 비율이 2015년 7.6%에서 2060년 22.7%로 증가할 것으로 예상됨에 따라 의료기기 수요도 급증할 것으로 전망

– (비만율 증가) 경제 성장, 도시화, 평균소득 증가, 국제화, 가공식품 섭취 증가로 중남미 전역에서 비만 급증

– (효율성 제고) 보건소 및 병원 등 의료시설의 환자 진료 관련 효율성 제고

○ 진출 유망 의료기기

구분	2016~2021년간 연평균 시장성장률(%)	2021년 기준 시장규모	유망국가
혈액투석 장비 (Dialysis Device)	7.8	32억 달러	아르헨티나, 브라질, 칠레, 코스타리카 등
호흡 장비(Respiratory Device)	8.74	24억 달러	콜롬비아, 아르헨티나, 칠레 등
주입펌프 및 액세서리 (Infusion Pump&Accessary)	6.6	6.7억 달러	아르헨티나, 브라질, 콜롬비아, 코스타리카 등

내시경 검사 장치 (Endoscopy Device)	5.84	24억 달러	도미니카공화국, 멕시코, 파나마, 페루 등
인공 심장판막 (Prosthetic Heart Valves)	13.6	9.7억 달러	-

○ (진출 유의 사항) 인증 관련 절차가 까다롭고 장시간 소요되며, 현지 에이전트를 통한 인증 절차 추진 시 실질적인 독점권을 부여할 수도 있으므로 주의 필요

라. 정책·규제 환경

제조업 투자유치 정책

○ (파라과이) 마킬라 제도(Regimen Maquila)

– 파라과이는 1997년 산업 다변화, 생산 기술력 향상, 생산량 증대 등을 목표로 외국기업과 해외 투자유치를 위해 마킬라 제도 제정

– 마킬라 제도 활용 시 자본재, 원자재, 장비, 부품 등 무관세 수입 및 파라과이 영토 내 총 매출액의 1% 납부(유일세) 등 각종 혜택 제공

인프라 프로젝트 활성화를 위한 정책

○ (브라질) 2019년 1월 1일부로 인프라부(Ministerio de Infraestrutura) 설립

– 1992년에 폐지됐으나 국가 인프라 구축을 위해 교통부와 통신부를 합병하여 재설립

○ (파나마) 민간투자 확대를 위한 민관합작투자 법안 상정 추진

– 예전보다 많은 민간투자가 유입되어 그동안 수도권에만 편중되던 경향에서 지방의 인프라 프로젝트에도 신규 투자가 유입될 것으로 기대

○ (도미니카공화국) 민간투자 확대를 위한 민관합작투자 법안 법인 발의

– 재원 부족으로 정부 주도의 대형 인프라 프로젝트 추진이 활성화되지 못하여 환경·교통 등 인프라 개선을 위한 민간자본 투자유치 필요성이 제기됨에 따라 PPP(Public-Private Partnership) 법안 발의, 국회 검토 중

주요 국가 산업 육성 정책

○ (브라질) 자동차 산업 경쟁력 강화를 위한 Rota 2030 프로그램 추진

– 이 프로그램의 요구사항을 준수하는 완성차 업체들은 투자금의 10.2% 상당의 금액을 법인소득세(IRPJ)와 기업이윤세(CSLL)에서 공제받을 수 있음

– 완성차 업체들은 2022년까지 에너지 효율성을 현재 기준보다 11% 향상시켜야 함

– 또한, 생산되는 모든 차량의 장치는 운전자의 안전을 보장하고 사고를 최대한 줄이기 위해 안전 기능이 있는 부품으로 점진 교체해야 함

○ (브라질) 사물인터넷(IoT) 산업 발전 전략 발표

– 사물인터넷 관련 국가 전략을 실행하기 위해 새로 법을 제정하고 76개의 계획 발표

– 브라질의 사물인터넷 정책은 인프라, 산업, 농업에 초점을 맞추고 있으며, 이 중 농업에서 가장 큰 경제적 효과를 볼 것으로 기대

○ (파나마) 글로벌 물류 허브로의 도약을 위해 정부와 IDB가 협력, 해상·육상·철도·항공 전반에 걸친 물류 산업 종합육성책인 ELNP 2030 발표

– 기존 일방향(서→동) 물류 흐름에서 벗어나 전방향(동→서, 남→북, 북→남)에 걸친 연계적 수요 창출을 위한 인프라 투자 및 신사업 개발 계획

중미 경제통합을 위한 각종 정책 시행

○ 중미 6개국(과테말라, 온두라스, 엘살바도르, 니카라과, 코스타리카, 파나마)는 SICA(중미통합체제) 창설 이래 SIECA(중미경제통합사무국)를 중심으로 경제통합을 추진하고 있으며, 현재 역내 생산 재화의 자유로운 이동을 허용하는 자유무역지대 수준이며 향후 관세동맹을 거쳐 통합 경제를 추진

– 2019년 5월부터 자유무역지대에서 재화의 자유로운 이동을 위해 기존 수기로 국가별로 작성하던 3종의 세관수출신고서를 DUCA라는 이름으로 통합하고, 각 국가의 세관 분야 시스템을 SIECA에서 개발한 DUCA 플랫폼에 연결

환경 관련 규제 강화

○ (브라질) 태양광 발전계획(Programa de Incentivo a Fonte Solar Fotovoltaica)을 추진 중이며, 국회에서 여러 관련 법안을 제정 중

– 10년 내 브라질에서 생산되는 전기의 7%를 태양광으로 발전, 최근 극심한 가뭄으로 인한 수력 발전소의 생산 하락 대체 목표

* 현재 태양광 발전은 약 2.3GW로 전체 생산량의 약 1.4%

– 개인도 태양광 발전기를 설치하고 자신이 사용하지 않은 전기는 Credit을 통해 다음 달 전기세에서 차감할 수 있음(Credit 사용 기간은 60개월)

○ (페루) 플라스틱 규제법 발효를 통해 비닐봉지, 빨대 등 환경 유해 제품에 대한 특별 소비세 부과

– 대형마트 등에서 비닐봉지 유료화를 시작으로 점차 환경 유해 제품의 무료 사용을 억제하고, 2020년부터는 대형마트 내 비닐봉지 미사용 목표

○ (에콰도르) 2025년부터 도입되는 모든 대중교통 수단의 전기구동을 의무화

– 관련 중국 기업은 전기차 관련 대중교통 시장에 집중하는 모습을 보임

공공입찰 관련 규제

○ (멕시코) 자국 기업 및 FTA 체결국 기업에 입찰 우선권 부여

– 멕시코는 공공입찰 시 자국 기업 또는 멕시코 자본이 50% 이상인 기업에 최우선권을 주고 있으며, 그다음으로는 FTA 체결국에 기회 제공

– 멕시코와 FTA 미체결 국가의 기업들은 일부 입찰에 참여할 수는 있으나 멕시코 기업과 경쟁을 하게 될 경우, 가격 차이가 15% 이상 나야 함

수입규제 및 비관세 장벽

○ (멕시코) FTA 미체결국산 철강에 15% 수입 관세 부과 확정

– 2019년 3월 26일부로 연방관보를 통해 FTA 미체결국 철강 제품 186개 항목에 대해 180일 동안 15% 잠정 관세를 부과한다고 발표

○ (아르헨티나) 현지 생산하는 민감한 제품을 중심으로 수입허가제 시행

– 약 1,500개의 HS코드가 수입허가 대상이며, 까다로운 허가절차를 거치고 수입 수량 및 금액에 제한을 두어 규제

○ (아르헨티나) 2019년 9월 기준, 대한(對韓) 수입규제는 총 3건으로 모두 반덤핑 조치임

– (디옥틸프탈레이트) HS코드 2917.35.00, 반덤핑, 최종판정 2019.10.4.

– (삼상 유입 변압기, 단락용량 10,000KVA~600,000KVA) HS코드 8504.23.00, 반덤핑, 최종판정 2014.7.2.

– (폴리에틸렌 테레프탈레이트) HS코드 3907.60.00, 반덤핑, 최종판정 2013.10.24., 재조사 2017.9.28.

○ (도미니카공화국) 중고차 및 중고타이어 등에 대한 수출신고 가격 불인정

– (중고차) 한국산 중고차량의 수입이 대폭 증가하면서 현지 업계의 견제와 당국의 감독이 강화되어 현지 세관은 수입 관세 부과 시 수출신고필증을 통해 신고된 가격을 인정하지 않고 제품에 대한 거래가격을 별도로 책정

– (중고타이어) 세관은 중고타이어의 수입신고가격을 인정하지 않고, 중고타이어 수출단가를 약 20달러 수준으로 책정하여 관세 부과

* 2019년 상반기부터 제조 4년 경과 타이어 사용을 규제하는 법령 발효, 단속 적발 시 벌금부과 및 차량 견인조치

2 시장 분석

중남미는 인구 6억 4천만 명, GDP 5.7조 달러의 거대 시장이며, 최근 들어 중산층이 계속 늘어나면서 중남미 내수시장이 확대 중. 우리기업의 중남미 투자진출은 계속 확대되는 추세이며, 우리기업은 중남미 국가 간의 상호 문화적 유사성 등을 감안, 통합적 마케팅 접근 등 가능

가. 시장 특성 및 전략적 가치

인구 6억 4천만 명, GDP 5.7조 달러의 거대 시장

○ (경제규모) 중남미 GDP 규모는 5조 7천억 달러로 세계 GDP의 약 7% 차지
- 중동·북아프리카(3.6조 달러), 남아시아(3.4조 달러), 사하라이남 아프리카(1.7조 달러)보다 큰 경제규모(자료 : World Bank)
- 2018년 기준, 개별국가 경제규모로는 세계 9위 브라질(1조 8,600억 달러), 15위 멕시코(1조 2,200억 달러), 25위 아르헨티나(5,184억 달러) 등이 있으며, 칠레, 콜롬비아, 페루 등도 GDP 규모 2,000억~3,500억 달러의 중견 경제국
- 2018년 기준, 중남미의 1인당 국내총생산(PPP)은 전년(16,160달러) 대비 2.7% 증가한 16,602달러를 달성

○ (인구) 208년 기준, 중남미 인구는 약 6.4억 명으로 전 세계 인구의 약 8.4% 차지
- 2018년 기준, 중남미는 아시아, 아프리카, 유럽에 이어 세계 4위 인구 밀집 지역이며, 2050년에는 세계 3위의 인구 밀집 지역이 될 것으로 전망(UN)
- 중남미 국가의 연평균 인구 증가율은 2018년 기준 약 1%이며, 총인구는 2050년 7.7억 명에 도달할 것으로 전망(ECLAC)

중남미 내수 시장 확대

○ (젊은 소비층) 평균연령 29.1세의 젊은 소비시장이며, 노동 가능 인구인 15~64세 인구가 총인구의 66.6%를 차지하는 경제활력도가 높은 시장(UN, 2015)

○ (중산층 확대) 교육수준 향상, 경제 성장 등으로 인해 일자리가 늘어나고 실질 임금이 인상됨에 따라 중남미 인구의 소득 수준이 증가하고 있으며, 중산층 인구 비중은 지속 확대 중
- 중남미 중산층*은 2008년 3,300만 가구에서 2018년 4,600만 가구로 늘어났으며, 중산층 인구 비중은 22.9%에서 25.8%로 증가(자료 : Euromonitor, 2019.1월)

* 중산층 정의 : 중위 소득의 75%~125% 사이의 가구

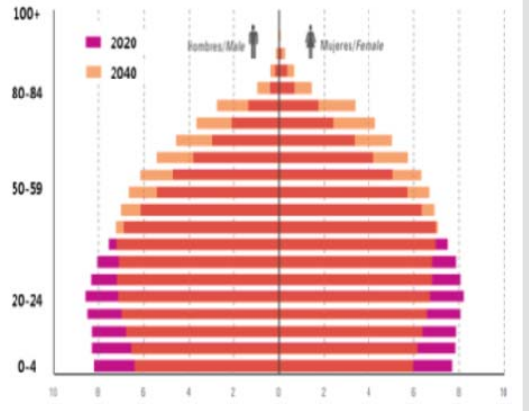
– 2008년에는 중남미 경제 호황으로 중산층이 증가했다면, 최근의 중산층 증가는 경제 상황이 좋지는 않지만, 교육수준 향상으로 더 좋은 일자리를 얻게 되면서 중산층이 확대됨

○ (높은 소비성향) 2018년 기준, 중남미 중산층 가처분 소득의 6.4%만을 저축하는 것으로 분석되어 전 세계적으로 가장 낮은 수준(아시아·태평양 지역은 24%)

* 신용카드 소비 경향이 높은 편으로, 금융위기 등으로 실업률이 증가하면 다시 하층으로 전락할 위험도 높음

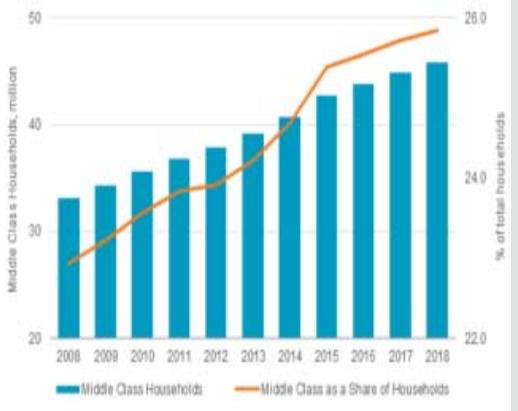
– 중산층 증가 및 높은 소비성향은 새로운 소비시장을 형성하면서 기존의 가격보다는 품질, 디자인 등이 구매 시 중요한 요소로 작용하며, 글로벌 소비 트렌드를 추구

중남미 인구 피라미드



자료 : Statistical Yearbook for Latin America and the Caribbean, 2018

중산층 비중 변화



자료 : Euromonitor, 2019.1월

단일시장 통합 마케팅 가능

○ 중남미 국가 간 지리적, 언어적, 문화적, 심리적 유사성으로 인해 특정 국가 진출 시 인근 국가 시장 진출이 용이

* 중남미 카리브 지역 33개 국가 중 18개국(전체 면적 56%, 인구의 63%)이 스페인어 사용

– 국가별 경제 수준이 비슷하고 다른 권역보다 국가별 소비자들의 소비 형태가 유사한 편으로 특정 국가 진출 시 이를 레퍼런스로 활용하여 타 국가 진출 추진에 용이하게 활용할 수 있음

한류를 활용한 우리기업 진출 가능

○ 한류를 통한 한국 문화에 대한 관심이 한국 제품에 대한 호감 및 인지도 상승으로 연계되면서 우리기업의 중남미 진출 시 활용 가능

– 한국과는 지리적·문화적으로 이질적이지만, 중남미에는 약 627개의 한류 동호회가 활동 중으로 대륙별 한류 동호회 중 가장 많은 수를 차지

* 지역별 한류 동호회 : 중남미 627개, 유럽 534개, 아시아·대양주 457개, 중동·아프리카 140개

○ K-POP으로 시작된 한류에 대한 관심이 한국 화장품, 식품, 콘텐츠 등 다양한 분야로 확대되고 있고, 한류를 주요 테마로 한 다수의 유튜버가 활동하고 있으므로 소비재 기업 또는 B2C 제품의 경우 인플루언서 마케팅 추진 검토 가능

멕시코와 브라질, 세계가 주목하는 글로벌 생산기지

○ (멕시코) 세계 최대 시장인 북미시장과 접해 있고, 북미와 중남미의 가운데에 위치하여 전략적 생산기지로 활용 가능

– USMCA 발효로 원산지 규정이 강화될 경우 글로벌 기업 투자진출 확대 가능성

– 경제규모 대비 임금수준이 낮아서 중국과 비교해서도 높은 제조업 임금 경쟁력 보유

○ (브라질) 2억 인구의 내수시장으로 제조업이 발달해 부품 조달이 용이하며, 메르코수르 국가를 포함한 인근국으로 수출이 용이

– 남미 경제의 50%를 차지할 정도의 압도적인 경제규모로 인근 남미 국가 대한 경제적 파급효과가 큼

나. 교역

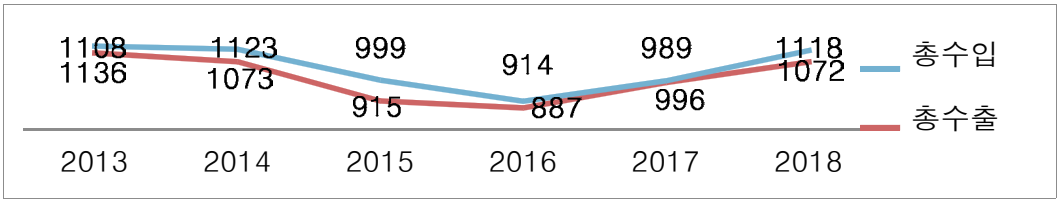
중남미의 주요 수출입 동향 및 전망

○ 2018년 중남미의 총 수입액은 1조 1,180억 달러로 전년 대비 13.0% 증가, 총 수출액은 1조 720억 달러로 전년 대비 7.6% 증가

– 그러나 2019년 중남미 수출은 세계 경기 둔화 및 원자재 가격 하락 등의 부진 요인으로 2.5% 감소하고, 수입은 전년과 비슷한 수준을 보일 전망(ECLAC, 2019)

중남미 교역액 변화 추이

(단위 : 십억 달러)



자료 : ITC Trade Map(최종검색일 : 2019 8) 자료 바탕으로 재가공

– (수입) 전자기기, 기계류, 자동차, 플라스틱 등 주로 부품 또는 완제품이 큰 비중을 차지하고 있으며, 중남미가 산유국임에도 불구하고 정유 능력 부족으로 광물성 연료(HS 27)를 대량 수입하고 있는 것이 특징

– 중남미의 수입규모는 2018년 기준 전 세계 시장의 5.7%에 해당하며, 수입규모가 큰 국가는 멕시코(4,642억 달러, 전체 시장의 42%), 브라질, 칠레, 아르헨티나, 콜롬비아 순이며, 멕시코를 포함한 태평양동맹국의 비중이 57% 차지

중남미의 수입규모 상위 10개국

(단위 : 십억 달러, %)

연도		2015년	2016년	2017년	2018ㄴ년	비중
1	멕시코	395	387	420	464	48
2	브라질	171	138	151	181	19
3	칠레	62	59	65	74	8
4	아르헨티나	60	56	67	65	7
5	콜롬비아	54	45	46	51	5
6	페루	38	36	40	43	4
7	파나마	10	9	38	42	4
8	에콰도르	21	16	20	23	2
9	도미니카공화국	17	18	20	17	2
10	과테말라	18	17	18	16	2
중남미		988	902	1,012	1,118	100
전 세계		16,632	16,165	17,836	19,689	-

주 : 수입규모 비중은 2018년 교역 금액 기준
자료 : ITC Trade Map(최종검색일 : 2019. 8)

– (수출) 중남미 수출상품은 원자재 또는 완제품으로 구분되는데, 자동차, 전자기기 등 완제품은 역내 제조업 중심국가인 멕시코와 브라질에서 미국 또는 역내 국가를 대상으로 수출

중남미 주요 수출입 품목

(단위 : 십억 달러)

순위	주요 수입품목						주요 수출품목					
	HS	품목	'16	'17	'18	비중(%)	HS	품목	'16	'17	'18	비중(%)
	전체		902	1,012	1,118	100	전체		888	983	1,072	100
1	85	전자기기	140	148	158	21	27	광물성 연료	89	118	144	21
2	84	기계류	133	137	146	20	87	자동차	106	124	137	20
3	27	광물성 연료	81	119	145	20	84	기계류	77	83	95	14
4	87	자동차	85	97	101	14	85	전자기기	85	90	89	13
5	39	플라스틱	45	48	51	7	26	광산가공품	51	67	71	10
6	29	유기화학	25	27	30	4	12	채유용종자	27	34	39	6
7	90	광학의료	27	29	29	4	71	귀금속	31	29	31	5
8	89	선박	6	7	29	4	08	과실견과류	24	26	28	4
9	99	기타교역	15	22	27	4	90	광학의료	21	23	25	4
10	72	철강제품	18	22	25	3	74	구리	20	23	24	4

주 : 품목별 교역 비중은 2018년 교역 금액 기준
자료 : ITC Trade Map(2019. 8)

중남미의 주요 교역대상국

○ 미국과 중국이 중남미 교역의 50% 이상 차지, 이 외 유럽 국가, 인도, 일본, 캐나다 등이 주요 교역 파트너 역할 수행

– (NAFTA 체제 공고) 미국뿐 아니라 캐나다도 주요 교역대상국인 점을 감안한다면, 현재의 미국–캐나다–멕시코 간 체제가 중남미 교역에 상당한 비중을 차지

* 2018년 기준 미국은 중남미 총 교역의 37.2%, 캐나다는 2.0% 차지(ITC Trade Map, 2019.8월)

– (유럽과의 교역 활발) 과거 유럽 식민통지로 인한 이민자 유입, 유럽 기업의 중남미 투자진출 확대 등에 따라 독일, 스페인, 이탈리아, 네덜란드와 교역도 활발히 진행 중

– (아시아 국가와의 교역 활성화) 중국, 일본, 한국, 인도 등 중남미 국별 교역 다변화 정책에 따라 아시아 국가와의 교역 활성화

중남미의 주요 교역 대상국가

(단위 : 억 달러, %)

순위	수입대상국				수출대상국			
	국가	2017	2018	비중	국가	2017	2018	비중
1	미국	3,210	3,593	42	미국	4,350	4,654	58
2	중국	1,801	2,021	24	중국	1,025	1,305	16
3	브라질	452	545	6	브라질	258	290	4
4	독일	393	428	5	네덜란드	203	252	3
5	일본	373	390	5	캐나다	212	246	3
6	한국	324	330	4	아르헨티나	238	219	3
7	멕시코	243	256	3	인도	220	208	3
8	아르헨티나	200	226	3	일본	206	201	3
9	이탈리아	174	188	2	독일	180	182	2
10	스페인	172	186	2	칠레	149	172	2
11	캐나다	167	182	2	스페인	168	159	2
12	콜롬비아	119	164	2	한국	151	149	2

주 : 교역 비중은 2018년 교역 금액 기준
자료 : ITC Trade Map(2019. 8)

○ 한·중·일의 대(對)중남미 교역 동향

– 2018년 기준, 중국은 미국에 이어 중남미 제2의 교역 파트너였으며, 일본도 중남미 국가의 수입대상국 5위, 수출대상국 9위에 달할 정도로 중남미와 교역 활발

* 2015~2018년 한·중·일 대(對)중남미 교역 연평균 증가율(CAGR) : 중국(8.4%), 일본(6.2%), 한국(3.0%)

– 한국은 중남미 국가의 수입대상국 6위, 수출대상국 12위에 해당

– (對중남미 수출품목) 중국은 전자기기가 전체 1위를 차지하고 있으며, 일본은 자동차가 전체 수출품목 1위를 차지하고 있어서 한국은 전자기기는 중국제품과 경쟁하고, 자동차는 일본제품과 경쟁해야 하는 샌드위치 구조에 처해 있는 것으로 분석

한·중·일 대(對)중남미 수출 10대 품목

수출국	1위	2위	3위	4위	5위	6위	7위	8위	9위	10위
한국	전자기기 (85)	자동차 (87)	기계 (84)	선박 (89)	플라스틱 (39)	철강 (72)	광학의료 (90)	기타 (99)	광물성 연료 (27)	고무 (40)
중국	전자기기 (85)	기계 (84)	자동차 (87)	유기화합 (29)	플라스틱 (39)	광학의료 (90)	철강 (72)	철강 제품 (73)	선박 (89)	완구 (95)
일본	자동차 (87)	선박 (89)	기계 (84)	전자기기 (85)	철강 (72)	광학의료 (90)	기타 (99)	고무 (40)	플라스틱 (39)	철강 제품 (73)

자료 : ITC Trade Map(2019.8월)

중남미 주요국 교역 동향

○ (멕시코) 미-중 무역분쟁 장기화로 멕시코의 대미(對美) 수출 급증

– 미-중 무역분쟁으로 인해 미국이 중국산 제품 수입을 줄이고, 대신 멕시코로부터 수입을 늘리면서 멕시코의 대미(對美) 수출은 2019년 7월 기준 전년 동기 대비 6.44% 증가

* 2019년 7월 누계 기준 멕시코의 무역수지는 20억 2,800만 달러 흑자 기록

– 2018년 기준 미국으로의 수출이 전체의 약 80%로 대부분을 차지했으며, 수입도 미국 비중이 47%로 가장 높았고, 뒤이어 중국(18%), 일본(3.9%), 독일(3.8%), 한국(3.6%) 순

○ (브라질) 2017년 이후 브라질의 수입은 감소세를 벗어나 증가로 전환

– 2018년 수출은 전년 대비 10.2%, 수입은 20.2% 증가했으며, 약 580억 달러 규모의 무역 흑자 기록

– 제조업 기반이 약하기 때문에 원자재와 중간재에 대한 수입 수요가 높음

* 2018년 브라질의 주요 수입품목(비중) : 철광석 및 석유제품(17.4%), 컴퓨터·부품 및 전자 제품(14.4%), 기계·장비·도구 및 기구(12.6%)

– 2018년 기준 브라질의 최대 수입국은 중국으로 19.2%의 비중을 보였으며, 미국(16.0%), 아르헨티나(6.1%), 독일(10.6%), 한국(3.0%)이 그 뒤를 이음

○ (칠레) 2017년 이후 수출입이 모두 증가하고 있으며, 2018년 무역수지는 2014년 이후 최고 수준 달성(76.9억 달러)

– 2018년 기준 주요 수입 대상 국가는 중국, 미국, 브라질, 아르헨티나 등이었으며, 특히 중국과는 2006년 10월 칠레-중국 FTA 발효를 계기로 교역이 꾸준히 증가해 2015년부터는 미국을 제치고 수입대상국 1위를 차지

○ (콜롬비아) 2019년 상반기 기준, 수출은 221억 달러(전년 대비 2.2% 감소), 수입은 251억 달러(전년 대비 3.1% 증가)로 미국에 대한 교역 의존도가 높아서 미국 경기에 민감

○ (페루) 최대 교역대상국은 중국, 미국 순, 특히 2018년 대(對)중국 수입액은 47.5억 달러로 전체 수입시장의 23%에 달함

○ (아르헨티나) 대외적으로는 원자재 수요 감소 및 최대 교역국인 브라질과 중국의 경제 성장 둔화, 대내적으로는 설비투자 미비로 인한 수출 경쟁력 하락, 외환위기로 인한 환율 상승 등의 이유로 2018년 교역량은 전년 대비 감소

– 2018년 아르헨티나의 수출과 수입은 전년 대비 각각 9.5%, 41% 감소

– 남미 공동시장 회원국인 브라질과의 교역 비중이 크며, 상대적으로 한국과의 교역 규모는 낮은 수준

○ (파나마) 미미한 제조업 기반으로 수출 대비 수입 규모가 약 20배에 달함

– 주요 수입국은 미국, 멕시코, 코스타리카, 콜롬비아 등 중남미 인근국이나 한·중·일 3국으로부터의 수입도 많은 편임

– 특히, 2018년 파-중 수교 이후 중국으로부터의 수입은 전체 수입액의 10%를 초과했으며, 향후 지속 증가할 전망

○ (에콰도르) 2019년 6월 기준, 수출은 110억 달러(전년 대비 3.7% 증가), 수입은 114억 달러(전년 대비 4.4% 증가)이며, 2017년을 기점으로 수출입 증가세

○ (도미니카공화국) 2018년 수출입은 각각 94.7억 달러, 205.9억 달러로 108.5억 달러의 무역적자가 발생했으며, 최대 수출국은 미국, 아이티 순

○ (과테말라) 수출입 모두 2014년을 정점으로 감소세로 돌아섰으나, 2017년 들어 다시 8%대의 증가세를 보이며 회복했고, 2018년에는 주요 수출품목(원당, 커피 등)의 단가 하락으로 수출액이 소폭 감소하였으나 수입의 경우 꾸준히 증가

○ (파라과이) 2019년 8월 기준, 수출은 84억 달러(전년 대비 8.4% 감소), 수입은 78억 달러(전년 대비 6.1% 감소)로 브라질, 아르헨티나 등 메르코수르 회원국 간 교역이 큰 비중 차지

수입규제 및 비관세 장벽 현황

○ 2019 상반기 기준 중남미 국가의 대한(對韓) 수입규제는 총 25건으로, 그 가운데 4건은 조사 진행 중

중남미 국가의 대한(對韓) 수입규제 동향

국가	철강/금속	화학	플라스틱/고무	섬유	전기전자	기타	계
멕시코	3(1) 반덤핑	0	1 반덤핑	1 반덤핑	0	0	5(1)
브라질	3 반덤핑	0	6 반덤핑	1 반덤핑	1 반덤핑	0	11
아르헨티나	0	1 반덤핑	1 반덤핑	0	1 반덤핑	0	3

코스타리카	0	0	0	0	0	2(1) 세이프가드	2(1)
콜롬비아	0	1 반덤핑	1 반덤핑	0	0	1(1) 세이프가드	3(1)
파나마	0	0	0	0	0	1(1) 세이프가드	1(1)

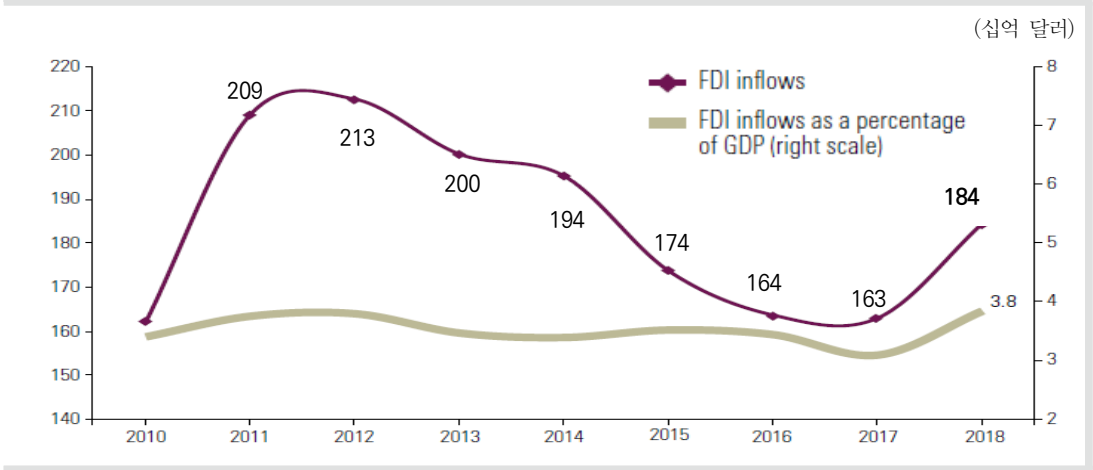
주 : 괄호 안은 조사 진행 중인 건수
자료 : 2019년 상반기 대한(對韓) 수입규제 동향과 하반기 전망(KOTRA),

다. 투자진출

(현황) 2018년 중남미 외국인 직접투자(FDI)는 전년 대비 약 13.2% 증가했으나, 2019년 대(對)중남미 FDI 규모는 전년 규모에 미치지 못할 것으로 예상

- 2018년 중남미 FDI는 1,843억 달러로 전년 대비 13.2% 증가하며, 2012년 이후 6년 만에 성장세로 전환
- 수익 재투자(Reinverted earning) 증가(16%)와 기업 내 융자(intercompany loans) 부문이 증가(138%)한 것이 주요 원인으로 분석
  - 반면 자본투자(Equity) 부문은 20% 감소
- 미·중 무역분쟁 장기화, 글로벌 경기 침체 등은 원자재 위주의 중남미 수출에 큰 영향을 미칠 것으로 판단되며, 아르헨티나의 정치적 불안정성으로 인해 대(對)아르헨티나 FDI가 대폭 줄어들면서 전체적인 중남미 FDI가 감소할 것으로 전망

대(對)중남미 외국인 직접투자



자료 : ECLAC(2019), Foreign Direct Investment in Latin America and the Caribbean 2019

(전망) 2020년 대(對)중남미 FDI는 전년과 비슷한 수준을 유지할 것으로 전망

○ 역내 최대 경제 대국인 브라질과 멕시코의 경제성장률 전망이 높지는 않지만, 불확실성 제거 및 브라질 연금개혁으로 인한 정부 재정 건전성 확보에 대한 기대감은 FDI 유입에 긍정적 요인으로 작용할 것으로 전망

(주요 투자국) 유럽, 미국, 중국 기업이 활발히 투자

○ (유럽) 2018년 브라질 FDI 중 74%가 유럽에서 유입될 정도로 브라질에 투자를 집중하고 있으며, 신재생에너지, 자동차, ICT 분야 투자를 통해 중남미의 지속가능한 발전에 기여

– EU-메르코수르 간 FTA가 타결됨에 따라 유럽계 기업들의 대(對)중남미(특히, 메르코수르) 투자진출은 더욱 확대될 것으로 전망

– 특히, 스페인 기업은 언어 및 문화적 유대관계로 대(對)중남미 투자진출이 가장 활발하며, 중남미에 적극적으로 투자진출하여 유럽의 경기 침체를 극복할 수 있는 기반을 마련

* 2012년 스페인 경기 침체기 동안, 스페인 200개 상장기업 수익의 18%는 중남미 시장에서 발생

○ (미국) 북미 시장의 생산 기지 구축을 위한 멕시코 투자진출 집중

– 2019.7월 기준, 멕시코 수출은 약 2,665억 달러이며, 북미 수출이 전체의 약 83%의 비중을 차지할 정도로 미국에 대한 수출 의존도가 큼

– 미국은 USMCA로 연결된 멕시코에 대한 투자를 집중하여 멕시코를 중국의 뒤를 이은 글로벌 생산 기지로 변모시키고 있음

○ (중국) M&A를 통해서 적극적으로 중남미에 진출, 최근 들어 투자 분야 다변화

– 중국의 건설 분야 과잉투자 문제를 해소하기 위해 '일대일로' 정책의 중남미 확대*를 추진 중이며, 향후 중국의 대(對)중남미 투자는 확대, 중국의 영향력도 더욱 강화 전망

* 2017년 파나마가 중남미에서는 최초로 '일대일로'에 참여하기로 했으며, 2019년 중반까지 카리브의 10개국을 포함해서 총 18개국이 참여하기로 합의

– 중국의 중남미 투자 분야는 자원에서 교통, 전력, ICT, 신재생에너지 등 다양한 분야로 확대되고 있으며, 최근 중국 내수시장을 겨냥한 중남미 기업 M&A도 활발히 추진

* 2018년 중국의 대(對)중남미 주요 M&A 사례(ECLAC, 2019) : ① TianqLithium이 칠레의 Sociedad Quimica y Minera de Chile 지분의 24% 인수(40억달러), ② China Southern Power Grid가 칠레 Transelec 지분 27.7% 인수(13억 달러), ③ China Merchants Port Holdings Company가 브라질 TCP Participacoes 지분 90% 인수(924억 달러) 등

○ (일본) 중남미 FDI에서의 비중은 크지 않지만, 첨단 기술 분야에서 가장 중요한 투자국 중 하나이며, 공적자금과 연계한 투자전략을 수행

* Toyota North America Branch, Koji Okawa, "중남미에 대한 투자는 비용이 많이 발생하지만 그만큼의 보상을 받을 수 있다. 미국과 제조하면 제조원가가 약 30% 더 높지만, 이런 고비용에도 불구하고 도요타에게 있어서 중남미는 매우 중요한 시장이다."

중남미 주요국 FDI 현황

○ (주요 투자유치국) 브라질과 멕시코로의 투자가 중남미 총 FDI의 70%가량 차지, 제조업과 서비스업 위주로 투자 집중

* 2018년 FDI 중 자원 분야 투자는 17%에 불과

○ (멕시코) 2018년 355억 달러의 FDI가 유입됐으며, 2019년 2분기 기준 181억 달러

– 제조업에 대한 투자가 48.32%로 가장 큰 비중을 차지하여 북미 수출 전진기지로서의 입지가 강화되고 있으며, 2020년에 USMCA가 발효되면 외국인 투자진출이 더욱 확대될 것으로 예상

○ (브라질) 2018년 590억 달러를 유치하여 전년보다 12%가량 줄어들었으나, 연금개혁 등의 조치를 통해 2019년에는 FDI가 증가할 것으로 예상

○ (칠레) 2018년 71억 달러를 유치하여 전년보다 4.5%가량 증가

○ (콜롬비아) 2018년 113억 달러, 2019년 1분기 33억 달러를 유치했으며, 주요 투자 분야는 석유, 광업 등 자원 분야

○ (페루) 2012년 122억 달러 이래 원자재 가격 하락, 정치적 불확실성 증대 등으로 FDI가 지속적으로 감소하여 2018년 61억 달러 유치

○ (아르헨티나) 2018년 기준, 아르헨티나는 중남미에서 멕시코, 브라질에 이어 3번째의 FDI 유치국으로 121억 달러 유치했으나, 2019년 현 정권의 재집권 가능성이 낮아지면서 외국인 투자자들의 불안감이 상승하여 FDI 유입이 큰 폭으로 감소할 것으로 예상

○ (파나마) 중미 최대의 FDI 유치국으로 최근 6년간 약 56%씩 FDI 증가하여 2018년 55억 달러를 유치했으며, 주요 투자 분야는 물류, 항만, 공공교통, 전력산업임

○ (에콰도르) 현 정부는 2021년까지 광업은 GDP의 4%까지(현재는 1%) 육성시키겠다고 발표하면서 광산 개발에 대한 민간투자가 유입되면서 2018년 14억 달러의 FDI 유입

○ (도미니카공화국) 2018년 25억 달러로 전년 대비 약 29% 감소했으나, 전년도 현지 최대 맥주회사의 지배구조 변경에 따른 기저효과로 분석되며, 주로 관광업, 부동산 분야에 대한 투자가 활발

○ (과테말라) 외국인 투자유치는 해마다 감소하여 2018년 10억 달러를 유치했으며, 기존에는 섬유산업에 많은 투자가 집중되었으나, 최근에는 콜센터를 중심으로 한 BPO(Business Process Outsourcing) 산업에 투자가 활발히 진행됨

○ (파라과이) 2018년 4.54억 달러가 유입되어 전년 대비 0.4% 감소

중남미 투자진출 진입장벽

○ (공통) 방송통신업, 광업, 보안에 관련된 투자 등 중남미 국별 투자 제한 분야가 있으므로 사전 검토 필요

○ (브라질) 복합한 조세제도, 관료주의, 비자취득 등 '브라질 코스트'에 대한 사전 검토 필요
  – (영주비자) 현지 경영이 가능한 영주 비자를 발급받기 위해서는 60만 헤알(약 17만 달러)를 투자해야 함
  – (현지채용의무) 브라질 노동법상 외국기업이 현지직원 고용 시, 전체 임금 또는 직원 수의 3분의 2 이상을 브라질인으로 고용해야 함
  – 이 외에 약 80개 이상의 조세 규정과 복잡한 과세방식, 지나친 관료주의, 철도 물류 네트워크 부족 등의 애로사항이 있으므로 철저한 사전 투자 준비 필요

○ (칠레) 외국인 투자에 매우 개방적이나 현지 제조업 기반이 약해서 제조업 투자진출의 경우 부품 조달에 어려움이 발생할 수 있고, 전력의 60%를 수입에 의존하고 있어서 전기세가 비쌈

○ (아르헨티나) 진입장벽은 아니지만 현 정권의 재집권 가능성이 낮아지면서 당분간 정치적 불안정성이 높을 것으로 생각되므로 아르헨티나 투자진출 관련 충분한 검토 필요

○ (파나마) 노동법상 외국인 고용비율을 제한하고 있어서 외국인을 고용할 경우 전체 10%, 기술·전문직의 경우 15% 한도에서 허용되며, 외국인 근로자는 현지 노동청으로부터 근로허가증을 발급받아야 함

○ (에콰도르) 노동자가 30인 이상인 경우 노조설립이 가능하고, 순이익 중 15%를 노동자에게 배당해야 하는 등 노동자 위주의 노동법 체계 운영

○ (도미니카공화국) 2019년 9월, 일반 사무직종에 종사하는 노동자의 최저임금을 14% 인상하였으며, 하반기 수출자유지역 노동자에 대한 최저임금 인상 협의 예정

○ (과테말라) Iberdola 사례*와 같이 투자가 보장되지 않고 법적 안정성이 보장되지 않는 점이 투자자들의 가장 큰 불만으로 분석됨

* 과테말라 전력위원회(CNEE)의 송전요금 인하 결정으로 손실을 입은 Iberdola(과테말라 송전사 EEGSA의 당시 최대주주)가 국제투자분쟁해결센터(ICSID)에 과테말라 정부를 대상으로 소송을 제기했으나 패소

라. 프로젝트

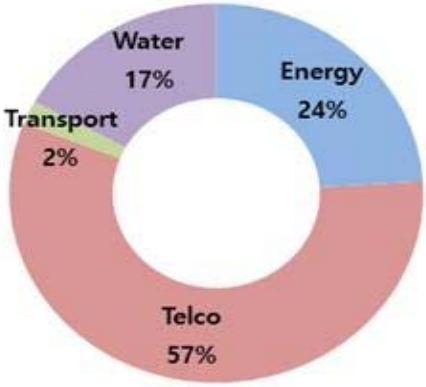
민간투자 비중 확대

○ 인프라 프로젝트에 대한 중남미 지역의 민간투자 비중은 50% 이상으로 타지역 대비 높은 수준을 보임(아시아 지역의 경우 10%에 불과)

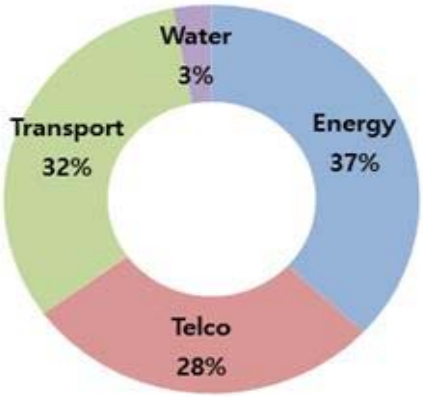
○ 중남미의 인프라에 대한 투자 비중은 GDP의 2.8%에 불과하여 UN 권고안인 5.2%보다 매우 낮은 수준이며, 중남미 경기 회복 지연에 따른 국가 재정 부담으로 인프라에 대한 민간투자 비중을 늘리는 것으로 예상

○ (결과) 인프라 분야 민간투자 유인을 위한 민관협력사업(PPP) 법 제정 등 법적·제도적 프레임 워크 정비가 활발

2008~2015년간 공공 투자된 인프라 분야(44%)



2008~2015년간 민간 투자된 인프라 분야(56%)



자료 : IDB(2018), Overview of Infrastructure Investment in Latin America

다자개발은행(Multilateral Development Bank, 이하 MDB) 역할 강화

○ 2005~2014년까지의 중남미 인프라 프로젝트에 투입된 민간투자 분석 결과 다자개발은행의 비중은 7.34%

○ 하지만 다자개발은행의 자금이 민간은행의 투자를 유인하여 협조 융자(Co-Financing) 되는 경우가 많은 점을 감안하면, 중남미 인프라 구축에 MDB 역할이 중요

2005~2014년간 인프라에 투자한 민간투자자 유형 및 2013~2017년간 투자한 민간투자기업

(단위 : %, 백만 달러)

순위	유형	비중	순위	대출 기관	금액	건수
1	Commercial Bank	50.55	1	Santander	12,086	168
2	National/State Bank	13.65	2	Sumitomo Mitsui	3,608	45
3	Developer/EPC	9.12	3	Itau CorpBanca	2,319	29
4	Private Company	8.83	4	BBVA	1,969	31
5	Multilateral Development Bank	7.34	5	Banco Bradesco	1,924	34
6	Investment Bank	3.28	6	Industrial and Commercial Bank of China	1,681	6
7	Export Credit Agency	2.05	7	Banco Itau	1,665	31
8	Government Agency/ public authority	1.90	8	Mitsubishi UFJ Financial Group	1,513	21
9	Pension fund	1.88	9	Mizuho Bank	1,477	18
10	Sovereign fund	0.24	10	Scotia Bank	1,404	16

자료 : IDB, Overview of Infrastructure Investment in Latin America, 2018년

중남미 주요 6개국에 위주의 인프라 투자 집중, 최근 일본·중국의 투자 확대

- (주요국) 브라질, 멕시코, 콜롬비아, 아르헨티나, 페루, 칠레에 중남미 전체 90% 이상의 인프라 투자 집중
- (일본) 2013~2017년간 Sumitomo Mitsui은행은 총 45건(36억 달러 상당)의 중남미 인프라 투자를 실시했으며, IDB 자금지원 강화 및 중남미 PPP 투자 확대를 통해 중남미 시장에서 역할을 확대

일본기업의 브라질 인프라 건설·투자 사례 : 합작 투자진출을 통한 현지 리스크 감소

- 일본 Mitsui의 브라질 지사인 GUMI는 브라질 Odebrecht 사(社)와 합작 투자로 Odebrecht Mobilidade를 설립하고 리우 주(州) 철도 운영 및 상파울루 지하철 6호선 운영(2021년 운행 시작) 등 교통·철도 인프라 프로젝트 수주
- 2016년 Mitsui 사(社)는 자신의 지분(40%) 일부를 다른 일본 기업인 JOIN과 West Japan Railway에 매각, 일본 기업들의 브라질 인프라 투자 진출 계기 마련

- (중국) 과잉 투자된 자국 내 건설·중장비 기업들의 활로 모색을 위해 막강한 자금력을 동원해 '일대일로' 정책의 중남미 확대를 추진

중국 CCCC의 브라질 인프라 건설·투자 사례 : M&A를 통해 주요 플레이어로 부상

- 중국 국영기업인 CCCC는 막강한 자금력을 무기로 브라질 Concremat의 지분 80%를 인수하여 브라질 인프라 시장에 적극 참여
- 2017년 마라냥(Maranhao)주의 상루이스(Sao Luis) 선착장 건설을 시작으로 브라질 인프라 건설·투자의 큰 손으로 부상하여 현재 26건의 인프라 건설·투자를 검토 중인 것으로 알려짐

브라질 건설사, 오데브레시(Odebrecht) 부정부패 스캔들 영향 확산

- (발단) 2014년 3월, '라바 자투(Lava Jato) 작전'이라는 브라질 경찰의 부정부패 수사가 시작된 후 브라질 국영 석유기업인 페트로브라스(Petrobras)가 정유소 수주나 장비 납품 대가로 오데브레시로부터 거액의 뇌물을 수수한 것이 드러남
- (내용) 수사 과정에서 오데브레시가 중남미 9개국 고위 관료와 정치인에게 공공사업 수주 대가로 막대한 뇌물을 제공한 사실[1]이 드러나면서 중남미 전역으로 부패 스캔들이 확산
- (결과) 페루 대통령 사임 등 중남미 정·관계 인사들의 대거 구속사태가 발생하면서, 정부 주도 인프라 프로젝트 추진 시 절차의 투명성에 대한 중요도가 높아짐

1) 국가별로 오데브레시가 제공한 뇌물은 파나마(2006~2016년) 1억 달러, 베네수엘라(2006~2015년) 9,800만 달러, 도미니카공화국(2001~2014년) 9,200만 달러, 아르헨티나(2007~2014년) 3,500만 달러, 에콰도르(2007~2016년) 3,350만달러, 페루(2005~2014년) 2,900만 달러, 과테말라(2013~2015년) 1,800만 달러, 콜롬비아(2014년) 1,120만 달러, 멕시코(2010~2014년) 1,050만 달러 등

우리기업에의 시사점

- 민관협력사업(PPP) 참여 검토
  - 사전에 해당 국가의 PPP 법·제도 등에 대한 충분한 이해 필요
- 현지 진출 리스크 감소를 위해 다양한 진출 형태(합작투자 또는 M&A 등)검토
  - 우리 기업의 강점·차별점을 분명히 하고, 부족한 부분은 현지 파트너를 통해서 보완하는 전략 필요
- 프로젝트 추진 절차상의 투명성 확보를 위한 G2G(정부 간 거래) 계약 방식 등 검토
  - G2G 계약 당사자인 KOTRA와 프로젝트 준비 단계부터 협력 필요

3 한국과의 경제교류 및 주요 경제협력 의제

가. 교역

교역 규모는 증가, 시장 다변화 필요

○ (교역) 2016년을 기점으로 교역 규모 반등세로 전환

– 2011년 남유럽 국가들의 재정위기가 중남미에도 큰 영향을 미치면서 교역량이 줄어들기 시작하다가 2016년을 기점으로 다시 증가세로 전환

– 하지만 지난 수년간 교역 규모 증가세가 둔화하고 있어서 교역 관련 새로운 모멘텀(한–메르코수르 TA 체결 및 한국의 태평양동맹 준회원국 가입 등)이 필요

연도별 교역 추이

(단위 : 억 달러, 전년 동기 대비 %)

구분		2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년 9월 기준
수출	금액	401	367	363	259	307	254	281	278	200
	증감률	10.9	-8.4	-1.1	-1.2	-14.5	-17.1	10.4	-1.2	-3.5
수입	금액	202	197	184	183	160	152	171	193	136
	증감률	37.7	-2.2	-6.9	-0.4	-12.7	-4.7	12.2	13.2	0.4
교역		603	564	547	542	467	406	452	471	318
증감률		18.7	-6.5	-3.0	-0.9	-13.8	-13.1	11.3	4.2	-2.5
무역수지		200	170	180	176	147	102	110	84	46

자료 : KITA(2019.10월)

○ (수출) 2011년에 401억 달러로 최고점을 찍은 뒤 계속 수출이 하락하다가 2017년 수출액이 반짝 증가했으나 2018년부터 다시 감소

– 미·중 무역분쟁 등으로 인한 세계 교역량 감소로 2019년 9월 기준 우리나라의 대중남미 수출액은 수출액은 전년 동기대비 3.5% 줄어든 200억 달러

– 2018년의 경우 중남미 최대 교역국인 멕시코에 대한 수출이 4.8% 늘어나면서 전체적인 수출 감소세를 둔화시켰으나, 올해에는 멕시코와 브라질에 대한 수출이 모두 감소하는 상황

– 2018년 중남미 수출은 전체 수출에서 4.6%를 차지했으나, 올해에는 중남미 수출이 감소하고 있음에도 불구하고, 전체 수출에서 차지하는 비중은 5%로 증가하여 다른 지역 대비 중남미 수출 감소는 상대적으로 낮은 것으로 분석

– 대(對)중남미 수출에서 멕시코와 브라질이 차지하는 비중은 거의 60% 수준으로 향후 수출시장 다변화 필요

대(對)중남미 10대 교역대상국(2019년 6월 수출액 기준)

(단위 : 백만 달러, %)

구 분			2017년		2018년		2019년 2분기	
			수출	수입	수출	수입	수출	수입
중 남 미		금액	28,095	17,081	27,767	19,332	14,116	10,085
		증감률	10.4	12.2	-1.2	13.2	2.0	-3.2
1	멕시코	금액	10,933	4,407	11,458	5,090	5,695	3,018
		증감률	12.5	19.3	4.8	15.5	7.7	10.0
2	브라질	금액	5,505	3,702	4,884	3,908	2,550	1,878
		증감률	23.5	7.5	-11.3	5.6	-3.7	-0.8
3	바하마	금액	1,737	0.031	1,755	0.001	2,419	0.014
		증감률	82.3	35.8	1.0	260.4	209.0	-49.9
4	칠레	금액	1,530	3,804	1,807	4,475	687	2,294
		증감률	-5.0	2.7	18.1	17.6	-28.5	-9.8
5	파나마	금액	1,642	141	2,008	0.153	557	38
		증감률	14.0	-58.4	22.3	8.3	-48.8	-63.3
6	콜롬비아	금액	814	651	1,012	834	495	340
		증감률	-4.6	50.5	24.3	28.1	13.1	-13.3
7	페루	금액	914	2,133	803	2,474	390	1,153
		증감률	-20.9	64.8	-12.1	16.0	-14.8	-22.5
8	에콰도르	금액	609	128	782	117	261	197
		증감률	40.2	35.6	28.4	-8.5	-28.1	198.0
9	버뮤다	금액	852	0.004	425	0	215	0
		증감률	-42.8	96.3	-50.1	-64.4	-48.8	88.7
10	아르헨티나	금액	836	612	536	406	194	258
		증감률	5.1	-26.4	-35.9	-33.7	-48.9	19.4

자료 : KITA, 2019년 2분기 증감률은 전년 동기 대비 산출(2019.10월)

– 대(對)중남미 수출품목은 편의치적*으로 통계에 반영된 선박류를 제외하면 자동차 부품 및 TV 부분품 등이 상위를 차지하고 있는데, 이는 멕시코 및 브라질에 진출한 우리기업들이 한국에서 반제품을 수입하는 것으로 분석

* 편의치적(Flags of Convenience) : 선주가 속해 있는 국가의 엄격한 요구조건과 의무를 피하기 위해서 선주가 속해 있는 국가가 아닌 제3국에 치적하는 것을 의미

대(對)중남미 10대 수출품목

(단위 : 백만 달러, %)

2019년 2분기							
순위	품목	수출액	증감률	순위	품목	수출액	증감률
1	선박	1,735	-17.5	6	전자집적회로	571	-31.4
2	자동차 부품	1,193	-1.6	7	석유, 역청유	494	85.0
3	자동차	1,082	-20.1	8	평판압연 제품 (도금)	482	-8.5
4	특수선박	1,065	255,324	9	전화기	210	0.3
5	TV 부분품	875	218.8	10	평판압연 제품 (비도금)	201	84.1

자료 : KITA, 2019년 2분기 증감률은 전년 동기 대비(2019.10월)

○ (수입) 2011년 이후 수입액도 하락하다가 2017년부터 증가세로 전환되었으며, 올해도 대(對)중남미 수출은 감소하고 있으나 수입은 소폭 증가하는 추세로, 특히, 멕시코로부터 수입액이 크게 증가

– 2018년 중남미 수입액은 전체 3.6%였으나, 2019년은 4.0%로 중남미 수입 비중 증가세

– 대(對)중남미 수입품목은 대부분 1차 상품으로 한–중남미 간 교역 관계가 상호 보완적인 구조라는 것을 반증

대(對)중남미 10대 수입품목

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2017년			2018년			2019년 2분기		
	품목	수입액	증감률	품목	수입액	증감률	품목	수입액	증감률
1	동광	1,762	64.2	석유, 역청유	2,103	47.7	석유, 역청유	1,468	22.7
2	원유	1,424	42.8	동광	2,078	18.0	동광	909	-24.9
3	아연광	1,264	48.5	아연광	1,151	-8.9	아연광	523	-26.7
4	연광	1,134	7.3	철광	1,068	2.5	연광	461	-29.3
5	철광	1,042	39.4	연광	963	-15.1	구리	429	-15.3
6	구리	1,013	1.1	구리	887	-12.4	옥수수	422	71.8
7	대두유	609	-15.8	화학목재펄프	719	28.5	철광	397	-22.5
8	화학목재펄프	560	23.1	대두유	700	14.9	대두유	330	2.4
9	옥수수	541	-32.9	석유가스	638	155.4	화학목재펄프	305	-17.3
10	석탄	381	87.7	석탄	567	49.1	석유가스	289	-33.0
총계		15,971	-12.7	-	10,876	13.2	-	5,551	-10.1

자료 : 한국무역협회, 2019년 2분기 증감률은 전년 동기 대비(2019.10월)

백색가전기업 W사, '철저한 현지화로 높은 시장 점유율 달성'

○ (철저한 시장조사) 멕시코는 독특한 식문화를 갖고 있으므로 멕시코 음식문화 및 식습관에 맞는 현지화된 제품을 출시하는 것이 중요하다고 판단

○ (제품 현지화) 멕시코 수출용 전자레인지의 경우 멕시코인의 주식인 또르띠야 등을 조리할 수 있도록 설계했으며, 멕시코 소비자의 특성을 반영해 일반 전자레인지에는 없는 살균기능을 추가하여 유아용 젖병이나 행주, 접시 등을 소독할 수 있는 기능을 탑재하여 소비자의 큰 호응을 얻음

나. 투자

대(對)중남미 직접투자 증가세

○ (투자 규모) 우리 기업의 대(對)중남미 직접투자는 투자금액 기준 지속 상승 중

– 2019년 2분기까지 투자금액은 43억 달러

연도별 투자 추이

(단위 : 백만 달러, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년 2분기
투자금액	5,548	6,167	6,783	8,135	4,383
신규법인수	159	126	133	137	114

자료 : 수출입은행(2019.10월)

○ (주요 투자국) 멕시코와 브라질에 대(對)중남미 투자 집중(60% 이상)

– (멕시코) 북미 가치사슬과의 통합을 위한 투자

– (브라질) 2억 인구에 기반을 둔 중남미 최대 내수시장 보유

– USMCA가 발효되어 자동차부품 관련 원산지 규정이 강화되고, 브라질 경제가 회복세에 접어들면 대(對)중남미 투자는 더욱 확대될 것으로 예상

○ (대(對)중남미 투자 특징) 자동차, 가전제품, 휴대폰 등 하이테크 산업 위주 투자

– 현지 고용창출 및 고급인력 육성에 기여하며, 현지 생산을 통한 제3국 수출을 통해 현지국 수출에도 크게 기여

– 중국의 1차 산업 위주의 투자형태와는 차이를 보임

기아자동차의 멕시코 직접투자, '자동차 부문에서의 가치사슬 창출'

○ 기아자동차는 2015년 멕시코시장에 진출했고, 진출 1년 뒤 30억 달러 규모의 직접투자를 통해 멕시코 북부 누에보 레온(Nuevo Leon)에 연 30만 대 규모의 생산설비 구축

- 기아차는 다수의 투자 후보지를 검토한 후 미국을 비롯한 세계 40개국과 FTA를 체결한 멕시코를 해외 생산기지로 선택

○ 2019년 7월, 기아차의 멕시코 시장 점유율은 7.4%로 5위이며 완성차 대부분을 북미, 중남미, 중동, 아프리카 등 70여 개국에 수출 중

○ 기아차의 성공은 멕시코 자동차 시장에서의 비즈니스 기회에 자극받은 다른 기업들의 추가적인 투자진출을 유인하는 요인으로 작용하고 있음

자료 : IDB

다. 주요 경제협력 의제

FTA 네트워크 확대를 통한 산업 및 정책 한류 구현

○ (정책 수요) 수출시장 다변화 필요

– (중남미) 미 트럼프의 미국우선주의 실시로 인한 보호무역주의 및 미·중 무역분쟁 장기화로 인해 미국 및 중국에 대한 지나친 무역의존도를 해소할 필요

* 2019년 7월 기준, 멕시코 수출은 약 2,665억 달러로 북미 수출이 전체 수출의 약 83% 비중을 차지

– (한국) 미·중에 대한 수출 비중도가 지속적으로 35% 이상 유지되어서 미·중 변수에 영향을 많이 받고 있어서 주요 무역상대국의 수입증가율 둔화에 따른 위험을 분산시킬 필요

○ (기업 수요) 주요국 기업 대상 설문조사 결과 교역 확대를 최우선적으로 희망

– 가장 큰 애로사항에 대한 질문에 대해서도 양국 기업 모두 직간접 수입규제를 1순위로 선택 (한국 33.3%, 멕시코 50%)

7구분	1순위	2순위	3순위
한국(35개사)	교역 확대 77.1%	스타트업 11.4%	개발협력 8.6%
멕시코(53개사)	교역확대 42.3%	스타트업 34.6%	4차 산업 9.6%

자료 : KOTRA 설문조사(2018.8월)

한–멕시코 FTA 미체결에 따른 협력 기회 축소 사례

○ 한국기업의 멕시코 공공 입찰 참가 제한
- 멕시코는 자국 기업 및 FTA 체결국 기업에 입찰 우선권 부여(멕시코 자본이 50% 이상인 기업에 최우선권), 미체결국의 경우 입찰에 참가는 가능하더라도 멕시코 기업 또는 FTA 체결국 기업과 경쟁 시 가격 차이가 15% 이상 발생해야 입찰 수주

○ 멕시코 시장에서 한국 5대 수출품목의 점유율 5% 미만
- 미국, 일본, 유럽 등 FTA 체결국 제품 대비 가격 경쟁력에서 절대적으로 불리

○ 협력방안

– 기 협상 중인 태평양동맹 준회원국 가입 및 한–메르코수르 TA 타결

– 한–칠레 FTA는 FTA 체감효과 제고를 위해 개선 협상 조기 타결

* 한국은 2003.2월 칠레와 최초로 FTA를 체결했으나, FTA 협상 당시 한국은 일부 농산물을 개방하지 않았고, 칠레도 자국 산업 보호 차원에서 냉장고, 세탁기 등을 비롯한 96개 품목을 FTA 무관세 제외 품목으로 지정

* FTA 체결 후 양국의 교역량은 크게 증가했으나, 칠레의 적극적인 통상확대 정책에 따른 다양한 국가와의 FTA 체결 및 아시아 국가와의 교역 확대로 한–칠레 FTA 체감효과가 많이 감소했으므로, FTA 개선 협상을 통해 무관세품목 확대와 세부 규정 현대화 필요

한–중남미 상호 인증 협력 기반 구축

○ (정책 수요) 중남미 국별 보건의료 분야 등에서 추진하는 정부 프로그램과 관련하여 공공조달 형태의 타국과의 협력 수요

○ (기업 수요) 중남미 인증은 제품에 따라 장시간 소요되는 경우가 많고, 절차가 복잡하여 우리기업의 현지 진출 주요 애로사항 중의 하나

– 우리기업들은 현지 인증 전문기업을 통해서 절차를 진행하거나 현지 바이어를 통해서 제품 인증을 진행하는 경우가 많은데, 현지 바이어를 활용할 경우 실질적인 독점권을 부여하게 될 수도 있으므로 주의 필요

구분	1순위	2순위	3순위
한국(73개사)	까다로운 인증제도 27.4%	직간접 수입규제 20.5%	운송 및 유통 인프라 부족 11.9%
에콰도르(7개사)	직간접 수입규제 42.9%	까다로운 인증제도 19.1%	운송 및 유통 인프라 부족 19.1%

자료 : KOTRA 설문조사(2019.5월)

○ 인증 협력 기반 구축 사례

① 한국화학융합시험연구원(KTR)-INMETRO(브라질 인증기관) 간 브라질 제품 등록 규정인 오케스트라에 패스트 트랙을 도입하는 업무협약 체결, 우리 전기·전자 제품 제조기업은 브라질 강제인증인 INMETRO 인증 획득 후 브라질 통관에 필수인 제품 등록절차를 KTR을 통해 빠르게 수행 가능(기존 3주에서 1주로 기간 단축)

* 브라질로 수출되는 전기전자 제품은 강제인증인 INMETRO 인증을 획득하고 인증마크를 공식적으로 사용하기 위해 반드시 브라질 오케스트라 시스템 등록 후 판매승인 절차를 거쳐야 함

② 에콰도르 식약처(ARCSA)는 2019년 4분기부터 대한약전을 수입 의약품 인증제도에 적용

③ 2017년 6월부터 페루 보건부는 대한약전을 공식 인정함에 따라, 페루 국가필수 의약품을 수출하는 경우 대한약전에 따른 품질관리 기준과 시험자료로 허가 가능

* 한국 제약업체가 페루로 의약품을 수출하기 위해서는 페루 참조약전의 품질관리 기준과 시험방법에 따라 재시험한 자료 등을 제출해야 했으며, 최소 5개 항목에 대한 평가 자료 제출로 약 1천만~3천만 원의 비용 소모 및 3~6개월의 시간이 소요

○ 협력방안

- 정기적인 포럼 및 세미나 개최를 통해 각종 인증제도에 대한 상호 이해 증진
- ODA, KSP 사업 등을 적극 활용하여 정책 협력 기반 구축
- 정부 수준의 협력 MOU 체결

KSP를 활용한 산업·정책 한류 확산

○ 정책 수요

- (중남미) 한국의 경제발전 경험을 배우려는 수요 증가
- (한국) 한국의 경제발전 경험을 토대로 정책 컨설팅을 제공하여 협력 대상국의 정책 수립과 제도 구축을 지원하는 경제발전 경험공유 사업(Knowledge Sharing Program) 추진 중

○ (성공 사례) 중남미 지역에서는 현재까지 총 74건의 KSP 사업을 완료 또는 추진 중

① 2009년 도미니카공화국에 대한 전력체계 개선 자문 사업 이후, 한국전력이 도미니카공화국 정부가 발주한 배전망 개선 사업을 수주하여 도미니카공화국의 전력 인프라 개선에 기여

② 브라질과 IT 산업 발전을 위한 정책 컨설팅을 추진하고 정책 자문 결과를 브라질 정부·기업·유관협회에 전파하여 향후 4차 산업 관련 양국 간 협력 및 우리 IT 기업의 브라질 진출 기반 구축

○ 협력방안

– 전자정부, 스마트시티 등 우리가 강점을 가지고 있는 분야에 KSP를 전략적으로 활용하여 우리기업의 중남미 진출 시 활용할 수 있도록 지원

– 중남미 국가들의 안정적인 경제 성장에 필요한 수출 역량 강화 및 외국인 투자 환경 개선에 대한 KSP 사업 추진을 통해 상생협력 실현

수출역량 강화 및 외국인 투자 환경 개선 관련 KOTRA 노하우

○ (수출역량 강화) KOTRA는 KSP 사업을 통해 미얀마 정부의 수출진흥역량 강화를 위해 KOTRA를 벤치마킹한 '미얀트라' 설립에 대한 마스터플랜 작성 지원

○ (외국인 투자 환경 개선) UNCTAD와 APEC 등 국제사회에서도 지대한 관심을 보이는 '옴부즈만' 제도 운영을 통해 외국인 투자기업 대상 밀착형 사후 지원과 각종 애로사항 해결을 지원하여 외국인 투자 환경 개선에 기여

– KSP 및 IDB 공동컨설팅을 통해 한국의 경제개발 경험과 IDB의 개발 컨설팅 노하우를 접목하여 더욱 효과적인 한국 발전 경험 전수

* IDB는 기술협력사업(Technical Corporation) 신탁기금을 활용하여 중남미 각국의 혁신역량 개발을 위한 사업을 추진 중이며, 한국은 2005년 IDB 가입 이후 ICT, 에너지, 교통, 도시, 행정 분야에 총 179건의 기술협력 사업을 추진

* 최근 KSP–IDB 공동 컨설팅을 통해 '아르헨티나 부에노스아이레스 시 정부 데이터센터 구축 마스터플랜 수립'을 지원 중

Ⅲ. 진출전략

중산층 증가로 내수시장이 계속 확대되고 있는 중남미 진출을 위해서는 한국과의 FTA 네트워크와 현지의 한류를 적극 활용하고, KOTRA 등 유관기관 협력을 통해 글로벌 가치사슬 편입 및 현지 진출 시 리스크를 감소할 수 있는 진출전략 필요

1 SWOT 분석 및 전략도출

<중남미 시장 SWOT 분석>

S 강점 (Strength)
- 인구 6.4억 명, GDP 5.9조 달러의 거대 시장
- 한국과 상호보완적 교역 구조
- (멕시코) 북미시장 수출 전진기지 역할 강화, (브라질) 인구 2억의 내수시장 보유
- 동일한 언어와 유사한 비즈니스 문화

W 약점 (Weakness)
- 원자재 수출에 대한 의존도가 높아서 외부 환경 변화에 취약
- 언어, 거리, 비즈니스 문화의 이질감 존재
- 높은 비관세 장벽으로 인해 초기 진출 시 시간 소요
- 중남미 전문가 부족 및 시장에 대한 낮은 이해도

O 기회 (Opportunity)
- 중산층 확대로 인한 소비패턴 변화
- 한-중남미 FTA 네트워크 확대
- 중남미 전역으로 한류열풍 확대
- 한류로 촉발된 한국에 대한 관심이 한국 화장품, 식품, 콘텐츠 등 전방위로 확대
- 중남미 국별 산업육성정책 수립

T 위협 (Threat)
- 급격한 환율변동 가능성
- 일부 국가의 정치적 불안정성 및 정책 추진의 일관성 부족
- 미·중 무역분쟁 장기화, 중국 경기 둔화 가능성 등으로 인한 원자재 수요 감소
- 중국, 유럽, 일본 등 경쟁국의 진출 확대

전략방향	세부전략	진출전략
SO 전략 (역량 확대)	• FTA 효과분석에 기반을 둔 진출전략 수립 • 한류를 활용한 현지 시장 공략	FTA·한류를 활용한 현지 진출
ST 전략 (강점 활용)	• 집중 진출 국가 선정을 통한 성공사례 창출 • 현지 생산체제 구축을 통한 내수 및 수출 확대	중남미 단일시장 관점의 마케팅 추진
WO 전략 (기회 포착)	• 통상환경 변화로 인한 국별 산업협력 기회 활용 • 중장기 전략 수립으로 인증 등 비관세 장벽 극복	산업별 가치사슬 변화 활용
WT 전략 (위협 대응)	• 진출 시 KOTRA 활용을 통해 리스크 분석 • KSP·CSR 전략적 활용을 통해 리스크 감소	외부 협업을 통한 리스크 분석·헤징

2 주요 이슈·산업별 진출전략

2020년 진출전략

분야	주요 이슈·산업별 진출전략
중남미 자동차 가치사슬 변화	□ KOTRA 등 유관기관 협업을 통해 현지 완성차·부품기업 대상 상시 마케팅 추진 □ 중남미 자동차·부품 전문전시회 참가를 통한 바이어 발굴 □ 장기적으로는 중남미 투자진출 검토
한류로 인한 한국 화장품에 대한 관심	□ 기존 오프라인 외에 전자상거래 활용방안 검토 □ 완제품 수출뿐만 아니라 OEM 납품, 합작브랜드 사업도 검토 □ 현지 한류를 활용한 인플루언서 마케팅 등 젊은 한류 팬에게 어필할 수 있는 마케팅 추진 □ (리스크) 중남미 화장품 인증 시 주의
한-중남미 FTA 확대 등 통상환경 변화	□ 철저한 시장 분석을 통해 FTA 활용 가능한 시장 선정 □ 진출 초기 KOTRA를 활용하고, 이후 전문전시회 등 참가를 통해 바이어 네트워크 구축 □ (리스크) 인증 등의 진입장벽으로 성과 창출 시까지 다소 시간이 소요될 수 있으므로 중장기 진출전략을 수립·이행하는 것이 필요
MDB 파이낸싱을 활용한 인프라 투자 활발	□ 우리기업이 경쟁력을 가진 분야에 집중 수주 추진 □ 국가별 MDB 중점 사업 분석 □ 현지 기업과의 컨소시엄 구성을 통해 약점 보완 □ 장기적으로는 중남미 전문 인력 육성
민간·공공 분야의 보건의료 수요 확대	□ 현지 A/S 네트워크 필요, 일반 유통 외에 민간 보험회사 등 차별화된 유통망 진출 고려 □ 정부의 공공의료정책 지원 프로그램 활용을 통한 진출 검토 □ (리스크) 의료기기 관련 인증 획득까지 장시간 소요되고 절차가 복잡하므로 전문 에이전트를 활용하는 것이 효율적
시장·통상·산업 환경의 급격한 변화	중남미 시장·통상·산업 환경 변화에 선제 대응, 총력 지원하여 우리 기업의 중남미 수출 확대에 기여

2-1. 중남미 자동차 가치사슬 변화를 활용한 자동차·부품 진출

시장여건 및 전략적 가치

○ (통상환경변화) 자동차 관련 새로운 통상정책 또는 인센티브 제도 수립
  * USMCA 타결, 멕시코-브라질 자동차 FTA 체결, 브라질 Rota 2030 정책 등

○ (글로벌 생산 기지) 멕시코·브라질의 자동차 생산량 급증
  * 자동차 생산 대수 기준, 2017년 멕시코는 7위, 브라질은 9위/2018년 멕시코는 6위, 브라질은 8위

○ (한국산 자동차·부품에 대한 인지도 향상) 현대·기아차의 중남미 시장 점유율 확대
  * 2018년 기아차는 멕시코 시장에 94,234대를 판매해 시장 점유율 6.6% 차지(전체 5위)/브라질에 진출한 현대차도 공장 생산능력을 연 18만 대에서 21만 대로 확대할 계획

주요 이슈 및 트렌드

○ (USMCA 발효) 기존 NAFTA를 대체하는 USMCA(미국-멕시코-캐나다 협정)이 타결되었으며, 2020년 발효될 것으로 예상됨에 따라, 역내 가치 비중 규정 준수를 위해 북미 진출 완성차 기업의 대대적인 GVC 재편이 진행될 것으로 예상

– (역내 가치 비중 상향) 승용차 및 light truck(SUV)은 역내 가치 비중을 62.5%에서 75%, heavy truck은 60%에서 70%까지 매년 점진적으로 인상

– 자동차 부품도 핵심 부품(Core Parts), 주요 부품(Principal Parts), 보완 부품(Complementary Parts)으로 구분하여 역내 가치 비중 명시

– 자동차 생산에 필요한 철강 및 알루미늄 비율도 70%까지 인상

– (고임금 노동 가치 비중 규정 신설) 시간당 최소 16달러를 받는 고임금 노동자가 승용차의 40%, light·heavy truck의 45%를 생산하도록 규정했으며, 고임금 노동 가치 비중도 제조, 기술, 조립비용으로 구분·규정

– (규정 위반 시 최혜국 관세 적용) 역내 가치 비중 및 고임금 노동 가치 비중을 준수하지 못하면 현재 최혜국 관세인 2.5% 또는 수입 시점의 최혜국 관세 적용

– (승용차 및 자동차 부품 수출 쿼터 초과 시, 美 무역확장법 232조 적용) 멕시코 자동차의 대(對)미국 연간 수출 쿼터는 총 260만 대, 자동차부품은 1,080억 달러이며, 각 수출 쿼터를 초과한 경우 초과분에 대해서 25% 수입 관세 적용

○ (브라질 자동차 인센티브 제도 발표) 브라질 정부는 Rota 2030 프로그램을 통해 에너지효율 및 자동차 안정성 강화, R&D 및 기술 혁신 관련 투자 유도

– 향후 브라질에서 생산되는 차세대 자동차 모델은 각종 첨단 장치를 탑재해야 하지만, 차량 안전 보안 장치를 구성하는 부품 중 센서, 카메라 등 첨단 제품은 브라질 현지 생산이 거의 없는 상황

○ (멕시코-브라질 자동차 FTA 체결) 양국 간 완성 승용차와 자동차 부품 수출입 관련 FTA를 체결함에 따라, 양국에 생산기지를 둔 관련 기업들은 쿼터 규제나 관세 없이 자유롭게 수출입 가능
* 버스나 트럭은 FTA 대상에서 제외

○ (자동차 생산 허브로 부상) 멕시코(북미 자동차 수출 기지) 및 브라질(거대 내수시장 보유)의 글로벌 자동차 생산 기지로서의 위상 강화

2018년 세계 10대 자동차 생산국 생산 대수 현황 및 순위

순위	2017년				순위	2018년			
	국가	생산	비중	증감률		국가	생산	비중	증감률
6	한국	4,114,913	4.2	-2.7	6	멕시코	4,110,499	4.2	1.0
7	멕시코	4,069,389	4.1	13.0	7	한국	4,028,834	4.1	-2.1
9	브라질	2,736,802	2.8	25.7	8	브라질	2,880,724	2.9	5.3

자료 : 자동차산업협회(2019.10월)

○ (향후 전망) 완성차 업체는 리스크 관리가 가능하지만, 부품 업체는 상황에 따라 위기에 노출될 수 있음
- (완성차 업체) 필요 부품을 역내 부품으로 교체하거나 무관세 조건을 만족시키지 못할 경우, 내야 하는 관세(현재 2.5%)를 판매가에 반영 가능
- (부품 업체) 완성차 업체에서 부품 교체 단행 시, 큰 타격을 입을 가능성 존재

진출전략

○ KOTRA 등 유관기관을 활용한 현지 완성차 및 Tier 1 대상 상시 마케팅 추진
- 멕시코시티와 상파울루무역관을 중심으로 현지 진출한 완성차 및 Tier 1 등 협력사를 대상으로 한국기업과의 협력 수요를 상시 발굴하고, 우리기업과의 매칭을 지원할 예정이므로 KOTRA 네트워크 활용 필요

○ 현지 자동차·부품 전문전시회 참가
- 멕시코 Automechanika 전시회(2020.7.22~24, 멕시코시티), 브라질 Automec 전시회(2021.4.6~10, 상파울루, 격년 개최) 전시회 등 주요 전문전시회 참가를 통해 바이어 발굴 및 기업 소개 활동 전개

○ 현지 투자진출 검토
- (단기) 2020년부터 멕시코시티무역관은 GP센터를 운영할 예정으로 GP센터 입주를 통해 현지 시장조사 및 바이어 발굴 가능
- (장기) 멕시코와 브라질은 향후 신흥시장의 자동차 생산 중심기지로 자리매김할 것으로 예상되므로 장기적 차원에서 현지 직접 투자진출 전략 검토

2-2. 한류와 SNS를 활용한 K-뷰티 진출

시장여건 및 전략적 가치

- (시장규모) 화장품 시장규모가 급성장하여 전 세계 화장품 시장의 14.1% 비중
  * 경기회복, 중산층 비율 확대, 여성 취업자 수 증가 등의 요인 반영
- (한류유행) K-POP으로 시작된 한국 문화에 대한 관심이 한국 제품, 특히 화장품에 대한 관심으로 확대
  * 중남미 전역에 약 560개의 한류 동호회가 활동 중
- (對중남미 화장품 수출 증가) 2013년 470만 달러에서 2017년 1,550만 달러로 연평균 34.5%씩 수출 증가
  * 젊은 세대가 한류를 주도하고 있는데 이들이 화장품 주요 구매자로 부상 중

주요 이슈 및 트렌드

○ (시장규모) 2017년 기준, 중남미 화장품 시장은 총 654억 달러로 전년 대비 11.5% 급성장했으며, 전 세계 화장품 시장의 14.1% 차지

– 중남미 경기회복, 중산층 비율 확대, 여성 취업자 수 증가로 중남미 화장품 시장은 2022년까지 연평균 6.2% 성장할 것으로 전망

* 권역별 화장품 시장 전년 대비 성장률(2017년) : 동유럽 12.7%, 중남미 11.5%, 아시아-태평양 5.3%, 중동-아프리카 3.3%, 북미 3.3%, 서유럽 1.7% 등

○ (대(對)중남미 수출) 한국 화장품 수출은 2017년 약 1,549만 달러로 2013년 이후 꾸준히 증가

– 한류 확산에 따른 K뷰티 인지도 확대, 한국 화장품 판매 직구 사이트 증가, SNS 플랫폼을 통한 제품 접근 채널 확대 등의 호조 요인으로 한국 화장품 수출은 지속 증가할 것으로 예상

○ (K-뷰티 인기상품) 주로 스킨케어 제품이 인기가 높으며, 가격 대비 기능이 우수한 제품이거나 색다른 용기에 담아 판매하는 차별화된 화장품이 큰 인기

○ K-뷰티 인기비결

– (가성비) 글로벌 브랜드 제품보다 가격 대비 성능이 우수

– (멀티기능) 한 가지 제품에 여러 가지 기능이 포함된 화장품들이 많아서 중남미 소비자에게 인기

– (한류열풍) 한류 팬들이 한국 연예인 화장법을 따라 하기 위해 한국 화장품을 구매하고 그 내용을 SNS에 공유하면서 구매층 확대

유망품목 및 진출전략

○ (유망품목) 2017년 기준, 한국 화장품 중 대(對)중남미 수출액이 가장 많은 품목은 스킨케어 및 메이크업 제품류로 전체 화장품 수출의 약 82.3% 차지

- 중남미 내 한류의 영향으로 한국인의 피부 관리 방법 및 메이크업 스타일을 따라 하는 소비층이 증가하면서 해당 품목 수요 증가
- 이어서 헤어케어 제품류, 면도·데오도란트·샤워제품, 향수 및 화장수 순

○ 진출전략

- (중남미 뷰티 전시회 참가) 멕시코 국제미용 전시회(2020.5.31~6.1, 과달라하라), 브라질 Beauty Fair(2020.9.5~8, 상파울루) 등 중남미 주요국 뷰티 전시회에 지속적으로 참가하면서 시장 동향 파악 및 바이어 발굴
- (KOTRA 협업) 중남미 대부분의 KOTRA 무역관이 화장품 관련 사업을 중점 추진할 예정이므로 진출 희망국의 KOTRA 무역관을 활용한 현지 진출
- (다양한 판매 채널 확보) 중남미 화장품 시장은 전문매장이나 마켓 등 직접 판매 비율이 압도적으로 높지만, 인터넷, 스마트폰 보급률이 증가하면서 전자상거래가 급성장 중이므로 전자상거래를 활용한 진출방안 검토 필요
  * USMCA 합의 내용에 국경 간 거래 시 부과되는 최소 과세를 이전 50달러에서 100달러로 인상하기로 했으므로 북미 전자상거래 시장 진입 시 멕시코 시장도 진출 가능
- (다양한 진출 전략 모색) 수출 외에 현지 유통망 업체와 협력하여 OEM 형태 납품 또는 합작 브랜드 형태의 진출도 고려 필요
- (한류팬을 통한 저변 확대) K-POP을 필두로 중남미 내 한국 콘텐츠에 대한 관심이 증가하고 있고, 한류 팬이 대부분 SNS를 활발히 사용하는 젊은 층이므로 젊은 한류층 대상 인플루언서를 활용한 프로모션 실시 등을 통한 홍보
- (화장품 인증 시 유의) 일부 국가의 경우 인증 절차가 까다롭고 제품 인증을 통해서 실질적으로 현지 에이전트에게 독점권을 부여하는 경우도 발생하므로 인증 진행 시 유의할 것

멕시코 화장품 바이어(G-lules-Projela Pharma社, Edgar Sabami) 인터뷰

① 향후 멕시코 화장품 시장에 대한 전망?
- 피부 미용과 피부 관리에 더 많은 비용을 기꺼이 지불하려는 사람들이 증가할 것이므로 멕시코 시장은 지금도 성장하고 있고, 앞으로도 성장할 것

② 한국 화장품에 대한 견해는?
- 기본적으로 한국에 대해 긍정적인 생각을 가지고 있고, 한국 화장품도 마찬가지로 긍정적으로 바라보고 있음. 기회가 된다면 한국 화장품을 취급하고 싶고, 개인적으로 한국 화장품은 가격이 저렴하고 품질이 좋다고 생각함

③ 한국 기업들의 멕시코 진출을 위해 조언한다면?
- 멕시코 문화를 이해할 것을 추천. 멕시코 사람과 한국 사람의 피부톤이 다른 것으로 알고 있는데, 멕시코 사람은 화장을 해도 자신의 피부톤을 유지하는 것을 선호하고, 크림이나 젤 종류를 로션 종류 보다 선호하는데, 이런 문화를 이해하고 진출한다면 성공 가능성을 높일 수 있음

자료 : 무역관 자체 인터뷰

2-3. 통상환경 변화를 활용한 신규 수출·신시장 개척

시장여건 및 전략적 가치

- ◦ (한국과의 FTA 네트워크 확대) 기 체결한 칠레, 콜롬비아. 페루, 중미 5개국과의 FTA 발효 및 현재 협상 중인 메르코수르와의 무역협정, 태평양동맹 준회원국 가입 시 중남미 대륙 전체와 FTA로 연결
- ◦ (역내 시장 통합 움직임) 중남미 거대 경제블록인 메르코수르와 태평양동맹 간의 협력 강화 및 블록 내 경제 통합 시도 추진
- ◦ (중남미 내수시장 확대) 중남미 중산층 비중 증가(2008년 22.9% → 2018년 25.8%)로 인한 소비 확대 및 젊은 층이 주요 소비계층으로 등장하면서 기존 가격 위주에서 디자인, 품질 위주로 소비패턴 변화

주요 이슈 및 트렌드

◦ 한-중남미 FTA 네트워크 확대

- (한-메르코수르 TA 협상) 인구 2억 9천만 명, GDP 2.7조 달러의 거대 경제블록인 메르코수르와의 무역협정 협상 진행 중
- 메르코수르는 주요국과의 무역협정 체결 사례가 없고 높은 관세·비관세 장벽을 유지하고 있어서 TA 체결 시 남미 시장에서 우리기업의 경쟁력이 크게 향상될 전망
  * TA 체결 시 한국의 대(對)메르코수르 수출은 자동차와 부품, 가전제품 등을 중심으로 약 24억 달러 증가할 것으로 전망
- (한국의 태평양동맹 준회원국 가입) GDP 2.37조 달러, 인구 2.3억 명의 중남미에서 가장 개방적인 태평양동맹 준회원국 가입을 추진 중이며, 준회원국 가입 시 중남미 최대 교역국인 멕시코와의 FTA 체결 효과 발생
  * 태평양동맹 준회원국 가입 시 발효 후 10년 기준 실질 GDP는 최대 0.158% 증가하는 것으로 분석(자료 : 대외경제정책연구원)
- (한-중미 FTA 발효) 아시아 국가 중 최초로 중미 5개국과 FTA를 체결하여 중국, 일본 등 경쟁국 대비 우리기업의 중미 시장 선점 효과 기대
  * 특히 제조업 분야에서 FTA 발효 이후 15년 누적 5억 8천만 달러의 무역수지 개선 효과 예상(자료 : 대외경제정책연구원)

◦ 중남미 역내 시장 통합 움직임 강화

- (멕시코-브라질 자유무역 협상 개시) 중남미 경제 대국인 멕시코와 브라질 간 자유무역협정 체결을 위한 협상에 착수
- (태평양동맹-메르코수르 협력 활성화) 메르코수르 정상회의(2019.7.17, 아르헨티나)를 통해 태평양동맹과의 전략적 협력을 강화하기로 협의
- (메르코수르 역내 통합 확대) 메르코수르 정상회의(2019.7.17, 아르헨티나)를 통해 브라질 정부는 회원국 간 무역장벽을 완전히 철폐하는 방안을 마련하겠다고 표명했으며, 우선적으로 회원국 간 국제로밍 요금을 폐지하고 외국 주재 회원국 영사관을 공동 이용하는데 합의

○ 중남미 내수시장 확대

– 중남미 중산층은 2004년 전체 가구 수의 22.9%에서 2018년 25.8% 증가했으며, 앞으로도 중산층은 계속 확대될 것으로 전망되고, 타지역 대비 상대적으로 소비 성향이 높음(자료 : Euromonitor International)

– 젊은 층이 소비 주요 계층으로 부상하면서 기존 가격 위주에서 품질, 디자인 위주로 소비패턴이 변하고, SNS 등을 통해 새로운 제품에 대한 관심 증가

유망품목 및 진출전략

○ (유망품목) 내수기업 또는 신시장 개척 희망 기업의 품목

– 기존의 중국, 미국 등 전통적인 주력 시장 위주의 수출이 중국의 사드 반대, 미국 트럼프 행정부의 신보호무역주의, 미·중 무역분쟁 장기화 등 글로벌 정치·경제 환경에 영향을 받으면서 수출시장 다변화 필요성 제기

○ 진출전략

– (국가 선정) 중남미 국가별 시장 상황을 분석하여 진출에 가장 유리한 국가를 선정하고 마케팅 역량 집중해야 하며, 진출 유망 국가 선정 시 한국과의 FTA 및 FTA 활용방안 등에 대한 충분한 검토 필요

– (전시회 등 참가) 진출 유망 국가의 전시회 등 참가를 통해 시장조사 및 현지 바이어 정보 발굴

– (KOTRA 활용) KOTRA 지방지원단 및 KOTRA 중남미무역관을 활용하여 현지 시장정보 및 바이어 정보 조사 등의 초기 서비스를 활용하고, 이후 사절단 참가 등 실질적인 비즈니스 상담을 통해 현지 시장 공략

* KOTRA 신규수출기업화 사업 : 내수·수출 초보기업 중 글로벌 역량진단 및 소정의 선정절차를 거쳐 선정된 기업에 대해 KOTRA 국내외 네트워크를 활용하여 밀착 지원하는 맞춤형 무료 사업

* 2020년 KOTRA 중남미무역관은 신규수출·신시장 기업을 적극 지원할 계획이므로 중남미 진출을 희망할 경우 KOTRA 무역관과 상담할 것을 제안

– (중장기 진출전략 필요) 높은 초기 진입장벽(인증, 언어, 비즈니스 문화 등)으로 인해 진출에 시간이 많이 소요될 수도 있으므로 중장기 중남미 진출전략을 수립하고 마케팅에 투자

2-4. MDB 파이낸싱을 활용한 중남미 인프라 프로젝트 참여

시장여건 및 전략적 가치

- ○ (시장규모) 2018년 기준 중남미 건설시장 규모는 전 세계 6% 수준인 6,500억 달러를 차지했으며, 2020년 기준 8,800억 달러까지 확대될 것으로 예상
  - * 브라질, 멕시코, 칠레, 페루, 콜롬비아. 아르헨티나에 인프라 투자 집중(90% 이상)
- ○ (주요 플레이어) 언어, 역사, 비즈니스 문화 등으로 스페인, 이탈리아 등 유럽계 건설·엔지니어링 기업이 강세를 보이며, 최근 중국 및 일본계 기업도 활발히 진출 중
- ○ (발주 유형) 중남미의 MDB 주도 프로젝트 추진 확대
  - * 인프라 프로젝트에 투자된 민간자본 중 MDB의 비중은 7.34%에 불과하지만 MDB 프로젝트에 대한 민간은행과의 협조융자 추진 등 감안 시 중남미지역의 MDB 역할은 더욱더 중요해질 것으로 전망

주요 이슈 및 트렌드

- ○ 한국의 중남미 다자개발은행(MDB) 사업 참여 확대
  - – (미주개발은행, IDB) 한국은 2005년에 가입했으며, 출자 비중 0.0029%, 투표권 비중은 0.004%
    - * 1959년 12월에 설립된 미주지역의 최대 지역개발 금융기구로 차관 및 기술협력 지원 제공, 현재 자본금은 총 1,770억 달러
  - – (중미 경제통합은행, CABEI*) 한국은 2018년에 CABEI 가입 의정서에 서명하여 15번째 회원국이 됐으며, 대만에 이은 역외 2위, 총 7위인 7.6% 지분을 확보하며 이사직 수임 예상
    - * 1960년 5월 중미 5개국(엘살바도르, 니카라과, 온두라스, 코스타리카, 과테말라)이 지역 균형개발 및 경제통합에 기여하는 공공·민간투자 지원을 위해 설립했으며, 현재 수권자본금 50억 달러
- ○ 민관협력사업(PPP) 형태의 프로젝트 발주 활발
  - – 정부 재정부담 완화를 위해 PPP 형태의 사업 추진이 활발히 진행되고 있으며, 이를 위해 국별 PPP 법 제정, 전담기관 설립 등 추진
- ○ 중남미 국가의 MDB 활용 확대
  - – 이자율 등 유리한 차관 조건, 정치적 변화와 관계없이 중장기적인 체계적 사업 추진 및 관리 등의 장점으로 중남미 국가들의 MDB 파이낸싱에 의존한 인프라 프로젝트 추진 확대

중남미 인프라 프로젝트 참여를 위한 진출전략

- ○ 진출 유망분야 선정 및 집중
  - – 우리 기업이 강점이 있는 분야(수처리, 교량 건설, 전력, 발전 등)를 선정하고, 해당 분야의 해외 수주 경험 등을 적극적으로 현지에 홍보하여 현지 발주처, IDB 분야별 전문가 등과 네트워크 구축 및 확대

○ 국가별 MDB 중점 사업 분석
- IDB, CABEI, CAF(중남미개발은행) 등 중남미 역내 MDB가 국가별 중점적으로 추진하려는 사업 분석 및 MDB별 전략적 접근

○ 현지 기업과의 컨소시엄 구성
- 우리가 강점을 가진 분야 외에 다른 분야는 적극적으로 현지 기업과 파트너십을 통해 보완하는 것이 필요

○ 유관기관과의 협력 확대
- 프로젝트 관련 정보 입수 및 발주처 접촉이 용이한 KOTRA 무역관을 비롯해 대사관, 현지 유관기관 등 적극 활용

○ 장기적인 차원의 진출전략 수립
- 중남미 지역은 특유의 비즈니스 문화로 최초 시장 진입까지 시간이 많이 소요되므로 우리기업은 중남미 지역 진출에 지속적인 관심을 가지고 내부 전문 인력 양성 등 장기적 차원의 진출전략 수립 필요

[인터뷰] MDB 프로젝트 수주 성공사례(I사)

○ (국가/프로젝트 분야/발주처) 파라과이/도로건설/파라과이 건설교통부(MOPC)
○ (수주금액) 7천만 달러(1차), 6천만 달러(2차)
○ (MDB 프로젝트 입찰 참여 계기) 국제입찰로 진행되는 모든 토목입찰에 참여 중인데, MDB 프로젝트가 대부분이어서 자연스럽게 MDB 입찰에도 참여
○ (첫 수주 경험의 성공 요인) 당시 기업인 출신이었던 Cartes 대통령이 집권하면서, 공공 인프라 투자확대를 주요 공약으로 내세웠고, 도로 공사가 가장 큰 비중 차지했는데, 도로 사업의 경우 현지 기업이 주로 수주하던 분야로 외국기업이 수주할 것이라고 아무도 예상하지 못했으나 경쟁력 있는 제안서를 제출하여 첫 사업 수주
○ (프로젝트별 수주전략) 파라과이 정부에서 발주하는 모든 사업에 관심을 기울이고 효과적인 참가 방안 수립과 다년간 구축한 발주처와의 네트워크 관리에 노력 중
○ (진행 과정 애로사항) 일하는 방식의 차이, 특히 공기 준수 등 스케줄 관리에서 많은 차이를 느낌
○ (지원 요청사항) 현지 인프라 프로젝트에 수출입은행 자금 등 한국 정부 정책자금이 지원된다면 큰 도움이 될 것으로 예상

자료 : 아순시온무역관

2-5. 민간·공공 의료수요 확대를 활용한 의료기기 진출

시장여건 및 전략적 가치

○ (시장규모) 2018년 기준 중남미 의료기기 시장규모는 약 209억 달러이며, 이 중 약 60%에 해당하는 124억 달러를 수입하는 등 수입의존도가 높음
○ (진출기회 확대) 중남미 중산층 증가, 인구 고령화, 서구화된 식습관에 따른 비만, 당뇨환자 급증, 정부의 공공보건 서비스 화대 정책 추진 등 우리 기업의 진출기회 확대
○ (고가의 의료기기 시장 진출 가능) 시장이 고가와 저가시장으로 양분되어 있으며, 고가 의료기기는 미국, 유럽, 일본에서 수입하고 있어서 가격 대비 품질 경쟁력이 있는 우리기업의 진출 가능성 증대

주요 이슈 및 트렌드

○ 급격한 노령인구 증가로 의료기기 수요 증가

– 중남미 65세 이상 노령인구 비율이 2015년 7.6%에서 2060년 22.7%(전 세계 평균 17.6%)로 증가할 것으로 예상됨에 따라 의료기기 수요도 급증할 전망

○ 급격히 서구화된 식습관으로 당뇨, 비만 환자 급증

– 경제 성장, 도시화, 평균소득 증가, 국제화, 가공식품 섭취 증가로 중남미 인구의 약 60%가 비만 또는 과체중인 것으로 분석(자료 : UN News)

* 멕시코의 비만율은 OECD 국가 중 최고 수준인 15.8%로 OECD 평균인 7%를 2배 이상 뛰어넘는 수준이며, 멕시코 정부는 2014년부터 '설탕세'를 도입해 탄산음료 등 설탕이 들어간 음료의 용량에 따라 부과 중

○ 의료 불평등

– 공공–민간 의료서비스 격차로 경제력에 따른 의료서비스 공급 불평등 심화되고 있어서 보건의료 분야 공공서비스 개선을 위한 다양한 정부 프로젝트·제도 운영

* 브라질 PDP 제도 : 브라질 국영 제약사와 국내외 민간기업 간 협력을 통해 SUS(공중의료 통합보건 시스템) 운영에 필요한 의약품 및 장비를 현지 생산할 경우 최대 10년까지 독점 입찰과 정부 입찰 참여 기회를 제공하는 파트너십 제도

○ 높은 수입의존도

– 의료기기 제조기반 부재로 수입 비중이 높고, 고부가가치 의료기기는 미국, 독일, 일본에서 수입하고, 저부가가치 의료기기는 중국, 멕시코, 브라질에서 수입

* 아르헨티나는 전체 의료기기 시장의 약 80%를 수입에 의존하고 있으며 콜롬비아는 약 85%를 수입에 의존하는 것으로 분석

의료기기 관련 인증·규제

○ (인증·규제) 중남미 의료기기 인증은 절차가 복잡하고 관료주의적 행정으로 장기간이 소요되어 비관세 장벽으로 작용하고 있고, 현지 에이전트를 통한 인증 진행 시 실질적인 독점권을 부여하게 될 수도 있으므로 주의 필요

A사, 포괄적 독점계약으로 인한 피해

○ 제약업체 A사는 에콰도르 바이어를 통해 제품을 등록하고 영업을 시작

○ 그러나 현지 바이어의 재정 상황 악화로 바이어 측이 A사의 다른 제품에 대한 수입유통을 포기하면서 우리기업은 제품 등록 권한을 이양받을 수도 없게 되어서 에콰도르 진출 기회 상실

○ (FTA) 한국과 FTA가 체결된 국가(칠레, 페루, 콜롬비아, 중미 5개국)은 대부분 의료기기 무관세 또는 관세 철폐 예정이므로 진출 시 활용 검토

유망품목 및 진출전략

○ (유망품목) 중남미 식습관 특성상, 심혈관 관련 질환 진단용 MRI, X-Ray 및 고혈압, 당뇨병과 같은 성인병을 자가 진단할 수 있는 혈압, 혈당측정기 등 진단기기(HS코드 9018)

○ 진출전략

– (인증) 복잡한 인증 절차 및 까다로운 서류제출 등에 따라 전문 벤더 또는 에이전트 활용 필요, 사전에 CE 등 인증 취득 권장

– (유통) 현지 A/S 네트워크 부족 극복 필요, 일반 유통채널 이외에 민간 보험회사, 공공부문 등 차별화된 유통망 진출 고려

– (마케팅) 중남미 주요 의료 관련 전시회 참가를 통한 시장정보 조사 및 바이어 발굴이 필요하며, 중남미 바이어가 많이 참가하는 북미, 유럽 지역 전시회도 참가하여 바이어들과 인적 네트워크 구축

– (정부 정책 활용) 공공 의료 강화를 위한 중남미 정부의 정책을 활용할 수 있는 방안 모색

씨젠, 브라질 법인 설립, '중남미 진단시장 공략'

○ 분자진단 전문기업 씨젠은 브라질 벨루호리존치에 현지 법인을 설립한다고 밝혔다. 브라질 체외진단 시장은 중남미에서 가장 큰 약 2조 원 규모로 빠르게 성장하는 매력적인 시장이다. 씨젠은 수년간 현지 대리점을 통해 브라질 시장을 공략해 왔지만, 까다로운 인허가와 복잡한 통관, 세금 제도 등 시장 진입장벽으로 인해 현지 진출을 결정했다.

자료 : 조선비즈(2019.6.18.)

3 한-중남미 경제협력을 통한 진출전략

2020년 진출전략

분야	경제협력을 통한 진출전략
한-중남미 FTA 네트워크	□ **한-중남미 거리를 극복할 수 있도록 FTA 네트워크 확대하여 우리 기업의 중남미 진출 지원** ○ (FTA 체결 전) FTA 체결 붐 조성을 위해 FTA 체결 효과 및 한국과의 비즈니스 기회 적극 홍보 ○ (FTA 체결 후) FTA 활용지원 데스크 설치를 통해 양 지역 기업인들이 FTA를 이해·활용할 수 있도록 지원 ○ (대규모 복합사업 추진) 양 지역 기업인들이 교류할 수 있는 실질적인 기회 제공
산업별 글로벌 가치사슬 편입	□ **중남미 국별 육성 산업 중 우리가 경쟁력을 가지고 있는 산업을 매칭하여 기존 수출 위주에서 기술제휴, 생산역량 공유, 공동 R&D 중심의 경제협력 추진** ○ 양 지역 간 정부·유관기관이 경제협력 기반을 조성하고 민간 기업의 협력을 유도하는 마중물 역할 ○ 기술 보유 우리 기업은 현지 생산거점이 있는 파트너와 협력하여 각자의 전문영역에 집중하는 분업체계 구축
팀코리아를 통한 중남미 스마트시티 프로젝트 진출	□ **국가별 수요와 상황에 맞춘 탄력적인 접근방법 필요** ○ 지자체별 수요 발굴 및 예산계획 확인 ○ 전체 솔루션 일괄 구축보다는 단계별·솔루션별 구축 제안 ○ KSP 사업을 활용한 스마트시티 개념 정립 지원 ○ 관련 기관·기업들이 입체적으로 참여하는 '팀코리아' 방식 운영
스타트업 교류협력 지원	□ **정부 수준에서 스타트업 생태계 기반을 조성하고 양 지역 스타트업의 협력 실현** ○ 양 지역 진출 희망 스타트업 발굴 및 매칭 ○ 인큐베이터 입주 지원 및 마케팅 지원 ○ 성공 사례 창출 및 확산

통상·시장·산업 관련 한-중남미 협력 수요 증대

양 지역 간 협력 수요를 적극 발굴·활용하여 우리 기업의 중남미 진출 기반 마련

3-1. 한-중남미 FTA 활용 극대화를 통한 교역 확대

경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

○ (이슈) 글로벌 보호무역주의 확산, 미·중 무역분쟁 장기화, 미국의 反이민 정책 등으로 한국과 중남미 모두 미·중과의 교역 비중을 낮추고, 다양한 교역파트너를 발굴할 필요가 있으며, 최근 몇 년간 증가세가 둔화하는 양 지역 간 교역 증가를 위한 새로운 모멘텀도 필요

○ (전략적 가치) 한-중남미 간 발효된 FTA 활용을 극대화하고 협상 중인 FTA는 조기 협상 타결될 수 있도록 붐을 조성하여 우리기업들의 중남미 진출 시 활용할 수 있도록 지원

* 현재 한-메르코수르와의 TA 협상 및 한국의 태평양동맹 준회원국 가입 등 협상 추진 중

주요 이슈 및 트렌드

○ 美 트럼프 행정부의 미국 우선주의에 따른 글로벌 보호무역주의 확산

– 미·중 무역분쟁 장기화에 따른 세계 교역량 감소 및 중국의 경기 둔화에 따른 자원 수입국으로서의 중국의 위상 약화는 원자재를 수출하는 중남미 경제에 직접적인 영향을 끼침

– 미국의 反이민 정책은 미국 내 중남미 거주자들의 외환 송금에 영향을 미칠 수 있어서 중남미 경제에 큰 영향을 줄 수 있음

○ G2에 편중된 교역 구조 개선 필요

– 한국뿐만 아니라 중남미도 미국과 중국에 편중된 무역 구조로 미·중 관련 외부변수 발생 시 교역에 큰 영향 발생 가능성

○ 한-중남미 교역에 새로운 모멘텀 필요

– 지난 20여 년간 양 지역의 교역규모는 크게 증가하였으나, 최근 들어 교역량 증가세가 둔화되어서 교역량 증가를 위한 새로운 이니셔티브가 필요

현재 진행 중인 한-중남미 FTA

① 한-메르코수르 TA
- (기대효과) 인구 2.9억 명, GDP 2.7조 달러 규모의 메르코수르와의 무역협정이 체결된다면 상호보완적인 양측의 교역 구조와 자동차를 비롯한 주력 수출품목에 대한 높은 관세율 인하 등으로 우리 기업들이 상대적으로 유리한 수출경쟁력을 확보

② 한국의 태평양동맹 준회원국 가입
- (기대효과) 태평양동맹은 인구 2.3억 명, GDP 2조 달러 규모이며, 준회원국 가입이 확정된다면 한국의 10대 수출국이자 중남미 1위 교역국인 멕시코와의 FTA 협정 체결과 동일한 효과 발생

한-메르코수르 TA 및 태평양동맹 준회원국 가입이 확정되면 기 체결된 한-중미, 콜롬비아, 페루, 칠레 FTA와 함께 중남미 대륙 전체와 FTA 네트워크 구축

유망품목 및 진출전략

○ 유망품목 : FTA 활용 가능 품목

– (한국) 자동차 부품, 소비재, 의료기기 등 FTA 수혜 품목

– (중남미) 원자재, 식품 등 FTA 수혜 품목

○ 진출전략 : 상호 호혜적 관점에서 한–중남미 교역량 확대를 위한 사업 추진

– (현황) 한–중남미 FTA 등 우리 기업의 중남미 진출 시 활용할 수 있는 정책 수단이 있음에도 불구하고 여전히 한–중남미 교역은 기대만큼 증가하지 않는데, 이는 교역에 있어서 여전히 '거리'가 중요한 변수로 작용하고 있기 때문

* 중력모델 : 두 국가 간의 거리와 국민소득으로 무역규모를 설명하는 이론으로 두 국가 간 거리가 가까울수록 무역규모 ↑, 경제규모가 클수록 무역규모 ↑

– (협력방안) 한–중남미 간 '거리'를 극복할 수 있도록 양 지역의 기업을 대상으로 비즈니스 기회와 FTA에 대해서 더 적극적으로 홍보하고, 비즈니스 기회를 제공하여 성공 사례 발굴

– (FTA 체결 前 : 붐 조성) FTA 체결 효과, 비즈니스 기회 등 적극 홍보

한–메르코수르 산업협력 포럼 개최(5.21, 부에노스아이레스/5.23, 상파울루)

○ 한국, 브라질, 아르헨티나의 산업별 전문가(2019.5.21)들이 4차 산업혁명 시대 상생 기회를 조망하고 자동차 등 주력 산업부터 의약품, 문화콘텐츠 등 신산업까지 협력방안 모색

○ 현재 협상이 진행 중인 한-메르코수르 무역협정이 한국, 브라질, 아르헨티나 산업계가 협력하는 데 도움이 될 수 있도록 다양한 의견 제시

– (FTA 체결 後 : 홍보 및 활용촉진) KOTRA 무역관에 'FTA 활용지원 데스크'를 설치하고 양 지역 기업인들이 FTA 수혜 품목 및 관세율, FTA 활용방안 등에 대해서 이해할 수 있도록 적극 홍보

– (실질적인 비즈니스 기회 제공) 한–중남미 양 지역 기업인 대상 실질적인 비즈니스 기회 제공을 위해 중남미 전 국가를 대상으로 대규모 복합 사업(포럼, 수출입 상담회, 프로젝트 설명회, 투자진출 설명회 등) 연례 추진

한–중남미 비즈니스 서밋·상담회 개최(2019.10.8., 서울)

○ 한국과 IDB 26개 회원국 고위급 정부 인사와 기업이 참가하는 국내 최대 규모의 중남미 경제협력 사업으로, 1:1 비즈니스 상담회는 2011년, 2015년, 2017년에 이어 올해 4회째 개최

○ KOTRA가 주최한 1:1 비즈니스 상담회는 중남미 바이어 및 발주처 97개사, 국내기업 299개사가 참가하여 총 621건의 비즈니스 상담을 통해 기업 간 MOU 5건 체결 및 중남미 인프라 프로젝트에 우리 기업 참가 모색

3-2. 산업별 글로벌 가치사슬 편입 협력

경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

○ (이슈) 중남미 경제는 원자재에 크게 의존하고 있어서 외부 여건 변화에 취약하여 국별 산업구조 개편을 위해 성장 산업 육성 중

* 멕시코·브라질 : 자동차·부품산업, 콜롬비아 : ICT, 콘텐츠 산업, 페루 : 조선 산업 등

○ (전략적 가치) 중남미 국별 육성 산업과 우리가 강점을 가진 산업을 매칭하여 정부·유관기관이 기술제휴, 생산역량 공유, 공동 R&D 등 협력 기반을 조성하고 우리기업은 현지 파트너사와 협력하여 분업체계 구축을 통한 시너지 발휘

주요 이슈 및 트렌드

○ 중남미 산업구조 개편 및 신성장 산업 육성 필요성 대두

– 중남미에서 제조업 기반을 갖춘 멕시코와 브라질을 제외한 대부분의 국가는 원자재에 의존하는 산업구조로 4차 산업혁명 및 에너지 절감 등의 세계 경제 트렌드에 따라서 장기적으로는 새로운 산업 육성이 필요

– 멕시코와 브라질은 제조업 기반이 있지만, 핵심역량 기술이 부족하고 단순 조립·생산 위주의 산업 구조로 글로벌 가치사슬에서 차지하는 비중이 미약

○ 중남미 국별 집중 육성 산업

– (멕시코) 2019년 8월 기준, 자동차 생산량은 261만 대이며, NAFTA 발효 후 북미 수출 전진 기지로 자리매김하면서 글로벌 완성차 기업 대다수가 멕시코에 진출

– 전기·전자산업도 자동차 산업과 함께 멕시코 제조업에서 중요한 비중을 차지하고 있으며, 삼성전자, LG전자를 비롯해 다양한 글로벌 기업들이 기 진출

– (브라질) 연간 자동차 생산량이 약 310만 대로 세계 10위의 생산국이며, 브라질 산업 활동의 22%를 차지하는 가장 중요한 산업

* 2019년 기준, 브라질에는 총 31개의 완성차 기업이 67개의 공장을 운영 중이며, 590개의 부품 제조업체가 있음(자료 : 브라질 경제부)

– 전기·전자산업의 경우 2017년 세계 시장 점유율이 5위였으며, 삼성전자, LG전자 및 월풀, 일렉트로룩스 등 글로벌 기업이 기 진출

– (칠레) 1인당 의료 소비액은 중남미에서 1위를 차지하고 있으며, 공공보건 투자 증가, 만성질환 증가, 인구 고령화, 공공·민간 의료보험 서비스 증가 등으로 의료기기 시장이 계속 성장할 것으로 예상

– (콜롬비아) 2018년 8월 취임한 이반 두케(Iván Duque) 대통령은 문화를 기반으로 하는 콘텐츠 산업 육성을 주요 국정 과제로 추진 중

– (페루) 파나맥스(Panamax)급 선박 건조 및 유지보수를 위해 페루 조선소 현대화 사업을 계획 중이며, 선박 유지보수 능력 배양을 통해 중남미 조선 산업의 메카로 부상 희망

유망품목 및 진출전략

○ (유망품목) 중남미 국별 육성 산업이 핵심역량을 가질 수 있도록 지원하여 글로벌 가치사슬에 편입할 수 있는 품목

– (자동차·부품) 멕시코와 브라질이 주요 자동차 생산국이고, 자동차 산업이 핵심 산업임에도 불구하고, 여전히 전기차 관련 글로벌 가치사슬에서는 벗어나 있으므로 전기차 관련 핵심 부품 개발, 전기차 인프라 구축 등 필요

– (전기·전자) 멕시코와 브라질은 주요 전기·전자제품 생산국이면서 대규모 내수시장을 보유하고 있지만, 향후 산업을 주도할 사물인터넷, AI, 스마트센서 등 핵심역량 부족으로 단순 조립 위주로 산업이 성장

– (의료기기) 중남미 각국의 의료기기 수요는 급증하고 있으나, 제조업 기반 부재로 대부분의 의료기기를 수입에 의존하고 있는 상황으로 사물인터넷과 연계하면 헬스케어 IT 산업으로 주도권 확보 가능

– (조선) 페루 등 중남미 일부 국가에서 중남미 조선 산업의 허브로 자리매김하려는 시도는 있으나 기술력 부족으로 한계에 봉착한 상황이므로 선박 유지보수 노하우 전수 등을 통해 현지 조선 산업 육성에 기여

○ 진출전략

– 산업유형에 관련 없이 수출 위주의 진출전략에서 한–중남미 상생협력, 동반 성장을 이룰 수 있도록 기술제휴, 생산역량 공유, 공동 R&D 중심의 경제협력 추진

– 한–중남미 정부·유관기관이 경제협력을 주도하여 기반을 조성하고 민간기업의 협력을 유도하는 마중물 역할 수행

– 기술을 보유한 우리기업은 현지 생산거점이 있는 파트너를 선정·협업하여 우리기업은 기술 향상에 집중하고, 현지 마케팅 및 생산은 파트너사가 집중하는 분업 체계 구축 및 시너지 발휘

협력 예시

① 스마트센서 : 한국기업은 설계 역량을 보유하고 있으나 현지 생산 인프라가 취약/현지 업체 설계 및 생산역량 내재화 기회 모색 → 기술협력, 인적 교류, JV 설립 등

② 이차전지 : 한국기업은 가격·기술력에서 일본, 중국과 경쟁/멕시코 공급 부족 → 한국 기업과 멕시코 연구소 간 공동 R&D → 저비용 고효율 기술개발, 상품화

③ 전기차 인프라 구축 : 한-중남미 정부 간 협력하에 법·제도 마련, 국내 전기차 인프라 관련 업체들의 투자진출 등

④ 전기차 핵심 부품 공동 개발 : 양 지역의 자동차 부품 업체 간 협력을 통해 전기차 핵심 부품 개발 및 성능 향상, 한국 전기차 부품 회사의 부품 현지 조달 및 공급망 확충 등

3-3. 팀코리아를 통한 중남미 스마트시티 프로젝트 진출

경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

- (이슈) 중남미 국가별·지자체별 급격한 도시화에 따른 치안, 교통, 환경 등 분야별 스마트시티 수요가 증가하고 있으며, 우리는 오랜 기간의 신도시 개발 경험과 ICT 인프라도 우수하여 선진국 대비 도시개발 역량 우위
  * 최근 국토부-IDB가 스마트시티·인프라 공동 투자 협력을 위한 MOU 체결
- (전략적 가치) 팀코리아 구성을 통한 국가별·지자체별 수요와 상황에 맞춘 단계별·솔루션별 접근을 통해 K-스마트시티 모델의 중남미 구축을 지원하고 관련 우리기업이 동반 진출할 수 있도록 추진

주요 이슈 및 트렌드

- (글로벌 스마트시티 수요) 스마트시티가 기후변화, 도시문제 등에 대한 효과적 대응수단으로 자리잡으면서 관련 글로벌 시장도 큰 폭으로 확대될 전망
  * Markets&Markets(2019) : 2018년 3,080억 달러 → 2023년 6,172억 달러, 연평균 18.4%↑
- 중남미 지역은 향후 30년간 매년 1,500억 달러 규모의 인프라 개발이 필요하고, 투자개발(PPP) 세계시장도 향후 10년간 1조 달러 규모로 확대가 예상되는 주요 건설 시장(국토부, 2019)
- (중남미 스마트시티 수요) 중남미는 급격한 도시화에 따른 치안, 교통, 환경, 에너지 등 다양한 도시문제를 겪고 있어서 스마트시티를 통한 도시문제 해결에 큰 관심 표명
  - 특히, 많은 중남미 국가에서 단기간 압축적인 도시화에 성공하고 ICT 기반의 높은 기술력을 보유하고 있는 한국식 스마트시티 모델 도입 희망
- (우리 수요) 20년 이상의 신도시 개발 경험 및 10년 이상의 U-City 구축 노하우 축적*으로 선진국 대비 도시개발 역량 우위
  * 2003년 화성 동탄을 시작으로 33개 지구 구축 완료, 현재 46개 지구 사업 중
- 또한, 초고속 정보통신망, 도시통합 운영센터 등의 ICT 인프라도 세계적 수준이며, 교통, 에너지·환경, 물 관리 등 기술력도 우수

국토부-IDB, 스마트시티·인프라 공동투자 협력을 위한 MOU 체결(2019.10.7)

- 중남미 주요 도시 1~2곳을 선정하고 우리 전문가를 활용해 해당 도시의 스마트시티 기본구상을 수립할 예정이며, 이를 토대로 향후 사업화하여 실행을 추진한다는 계획

유망품목 및 진출전략

- (유망품목) 지능형 교통시스템(ITS), 안전(방범, 방제), 에너지(스마트그리드) 등 한국이 이미 운영하는 스마트시티 솔루션
- (진출전략) 국가별 수요와 상황에 맞춘 탄력적인 접근방법 필요

– (현황) 중남미 지자체별 IT를 기반으로 한 효율적인 대민 서비스 제공에 대한 수요는 매우 높지만, 스마트시티에 대한 개념이 부족하고, 예산 계획 없는 단순한 구호로만 프로젝트가 존재하는 경우가 많음

– (지자체별 수요 발굴) 국가 차원의 스마트시티 프로젝트 발굴 및 접근보다는 지자체별로 스마트시티 프로젝트를 발굴·참여를 지원하는 것이 더욱 효율적

* 국가 차원의 대규모 스마트시티 프로젝트는 진행에 상당한 시간이 걸리고 경쟁이 치열하여 상대적으로 작은 규모의 지자체별 프로젝트에 집중하는 것이 유리

– 특히, 중남미 지자체는 치안, 교통문제 해결에 우선 역점을 두고 있으므로 이에 대한 한국형 스마트시티 솔루션 제안 시 관심을 표명하는 경우가 많음

– (지자체별 예산 계획 확인) 재원조달에 어려움을 겪는 지자체가 많으므로 스마트시티 전체 솔루션을 일괄 구축하는 것보다는 단계별·솔루션별 시스템 구축 제안 필요

– 현지 중앙정부의 예산 확보가 어려울 경우, 한국의 ODA 또는 IDB, CABEI 등 중남미 다자개발은행 자금과 연계할 방안 검토 필요

– (KSP 사업을 통한 개념 정립 지원) 스마트시티 개념 정립이 안 된 지자체를 대상으로는 KSP 사업을 통해 K-스마트시티 구축 로드맵 지원 필요

– (팀코리아 구성) 관련 기관과 기업들이 입체적으로 참여하는 '팀코리아' 방식 운영

* 과거 한국기업들은 해외 건설 시장에 개별적으로 도전해 출혈 경쟁으로 피해를 보는 사례가 많았는데, 팀코리아는 이런 피해를 줄이고 수주율을 높이는 방법

– 초기 프로젝트 구체화 단계에서는 기존 스마트시티를 운영하는 지자체 및 플랫폼 사업자(통신사) 위주로 구성하고, 이후 프로젝트 진행 단계에 따라 관련 장비를 공급하는 중소기업도 참여시키는 것이 효과적

– (팀코리아 활동 지원) 현지 출장 등을 통해 지자체가 프로젝트를 구체화할 수 있도록 각종 기술 지원과 지자체 관계자들이 K-스마트시티를 체험하도록 발주처 방한 지원 등을 통해 수주 활동 전개

KOTRA 중남미 지역본부 주도의 스마트시티 진출 지원 사업(페루, 에콰도르)

○ (페루) 카야오시(Callao) 시, 피우라(Piura) 구 등 지자체의 스마트시티 프로젝트를 발굴하여 세금 대체사업*을 통해 추진할 수 있도록 지원 중

* 기업이 정부에 납부할 법인세 중 일부를 지자체 요청 또는 자발적으로 기획하여 관계 부처 및 재경부 승인을 받아 직접 사업에 투입하는 제도로 프로젝트를 비교적 신속하게 추진 가능

○ (에콰도르) 과야낄(Guayaquil) 시 정부의 스마트시티 프로젝트를 발굴하여, 시 정부 측의 KSP 신청서 입수, 현지 로드쇼 개최를 통해 K-스마트시티 개념 전파 예정

3-4. 한-중남미 스타트업 교류 협력 지원

경제발전전략 이슈 및 전략적 가치

○ (이슈) 중남미의 IT 인프라 확대로 인해 IT 관련 혁신 기술이 확산되고, 다양한 스타트업이 등장하면서 초기 IT 생태계가 구성되고 있음

* 중남미 유니콘 기업 증가(2018년 기준 총 16개)

○ (전략적 가치) 우리 스타트업은 기술은 있으나 내수시장의 한계로 글로벌 기업으로의 성장에 제약이 있어서 중남미 스타트업과의 협력을 통해 중남미 시장규모를 활용하여 비즈니스 모델 검증 가능

* 과학기술정보통신부 산하 본투글로벌센터와 IDB 간 협업을 통한 한-중남미 스타트업 펀드 결성 합의

주요 이슈 및 트렌드

○ (스타트업 창업 활발) 중남미는 인구 6.4억 명의 시장을 보유하고 있고, 최근 초고속 인터넷 서비스가 확대되고, 스마트폰 보유 인구도 크게 증가하면서 혁신 기술이 빠르게 보급되고 있음

○ (스타트업에 대한 투자액 증가) 2018년 기준 20억 달러를 기록하며, 전년도 11억 달러보다 두 배 이상 늘어난 수치 달성(자료 : IDB 랩)

– 투자 집행 건수도 2017년 249개에서 2018년 463개로 86% 이상 큰 폭으로 증가

○ (중남미 유니콘* 기업 증가) 2018년에는 스톤(stone), 라피(Rappi), 아르코(Arco) 등 7개의 중남미 유니콘 기업이 탄생하여 총 16개의 유니콘 기업 보유

– 특히, 핀테크와 생활물류서비스 분야에서 유니콘이 확대되는 추세

* 유니콘 : 비상장 스타트업 중 기업가치가 10억 달러가 넘는 기업을 일컫는 용어

중남미 주요 유니콘 기업

순위	기업명	기업가치 (달러)	국가	선정일자/설립연도	분야
21	Nubank	100억	브라질	2018.3.1/2013.5.6	핀테크
238	LifeMiles	11.5억	콜롬비아	2015.7.13/2011.3.1	항공마일리지
323	Rappi	10억	콜롬비아	2018.8.31/2015.6.1	생활물류서비스
342	ifood	10억	브라질	2018.11.13/2011.5.15	생활물류서비스
374	Loggi	10억	브라질	2019.6.5/2013.6.20	생활물류서비스

자료 : CB Insight 2019.10월

○ (글로벌 VC의 투자 확대) 소프트뱅크도 2019년 3월 50억 달러 규모의 중남미 펀드를 조성하는 등 중남미 스타트업 투자 확대하는 움직임

○ (한-중남미 스타트업 펀드 결성) 과학기술정보통신부 산하 본투글로벌센터는 IDB 이노베이션랩인 IDB 랩(IDB Lab)*과 모태펀드에서 공동 출자해 1,000억 원 규모의 펀드 결성 추진 중

* IDB 랩 : IDB 산하에 초기 단계의 스타트업에 투자하는 기관

유망품목 및 진출전략

○ (유망품목) 중남미 진출을 희망하는 스타트업

– 특히, 중남미 시장환경을 감안하면 핀테크, 물류, 교통, AI, 빅데이터 관련 스타트업 진출이 유망할 것으로 판단

○ 진출전략

– (현황) 한국의 경우 모바일 게임, IT 기반 서비스, 보안, 핀테크 등 다양한 분야의 기술력 있는 스타트업이 있으나, 내수시장의 제약으로 글로벌 기업으로 성장 기반을 마련하는 데 한계가 있어서 해외 진출 필요

– (스타트업 생태계 기반 조성) 정부 수준에서 스타트업 생태계 기반을 조성하고 B2G, B2C 레벨에서 협력 실현

한-멕시코 스타트업 협력 예시



INADEM : 멕시코 정부의 스타트업 인큐베이터

한-중남미 스타트업 간 파트너십의 전략적 이점(자료 : 본투글로벌센터)

○ 블룸버그 혁신 지표에 따르면, 한국의 R&D 역량은 세계 최고 수준이나 상대적으로 상용화(Productivity) 부분은 낮은 순위

- 국내 스타트업은 R&D 중심의 높은 기술력을 가지고 있는 반면, 국내 시장이 작은 이유로 해외 시장의 진출 필요성을 가지고 있음

○ 국내기업의 우수 기술 완성도를 높이기 위해서는 대형 시장 대상 검증 및 주요 데이터 수집이 필요하다는 측면에서 중남미는 테스트베드 환경으로 적격이며, 한국의 기술력과 중남미의 거대 시장을 합하여 시너지 창출 가능

4 진출 시 유의사항

대금결제 의무 불이행

① 멕시코 : 바이어가 구매를 확정하기 전 언제든지 거래조건을 변경할 수 있다고 생각함. 신용장 개설이 까다로워서 D/A나 D/P 거래를 선호하며 선수금 결제 지연사례가 많음. 선적 후 예정된 결제 일자를 특별한 사유 없이 지연시킴

☞ 초기 거래 시에는 성약에 조바심을 내어 외상으로 시작하면 절대 안 되고, 바이어의 지불 능력이 확인될 때까지 인내심을 갖고 기다리는 것이 좋음. 신용장 개설을 위해서는 해당 금액만큼 은행에 담보를 잡아야 하는 어려움이 있어 D/A나 D/P를 선호하므로, 바이어 요구에 대해 유연하게 대처하되 초기 거래 시에는 선수금 받고 진행 후 차츰 결제조건을 완화하는 것이 필요함. 선적 전 반드시 수출보험을 들고 업무 진행하여 만일에 대비

② 파나마 : 보세구역인 콜론자유무역지대에서 사업을 영위하던 P사는 국내 중소기업 R사에 총 2차례, 약 20만 불 오더 후 잠적

☞ 신규 바이어 거래 시, 무역관을 통한 바이어 영업 여부 확인, 무역보험 가입 등 안전장치 마련

③ 파라과이 : 인프라 프로젝트 발주처의 공사대금 (기성금) 지불 지연사례 종종 발생. 건설 엔지니어링 업계의 경우, 발주처 지불 지연에도 불구, 현지 하청업체에 대금결제를 해야 공사 진행 가능

☞ 파라과이 정부의 기성금 지불 지연은 행정 착오 또는 관행적으로 빈번하게 발생하는 상황하고 있으며, 기성금 지불 지연에도 공기를 맞추기 위해 하청업체에 대금결제가 필요한 상황이므로 대금결제 불이행을 대비한 자금 운영 계획 수립 필요

④ 콜롬비아 : 현지 섬유 수입업체가 우리나라 수출업체로부터 섬유를 수입한 후 약속된 날짜에 대금결제가 이루어지지 않았으며 이후 대금 결제 계획서를 추가적으로 작성하여 기한 연장에 대한 협의를 하였으나, 기한 내 대금결제 미이행. 최근 콜롬비아 페소 약세와 미국 달러 강세로 환율이 급상승하면서 거래 물품이 항구에 도착했음에도 통관을 하지 않고 대금결제가 지연되는 문제가 자주 발생하고 있음

☞ 최근 콜롬비아 환율변동 추세를 확인하고 변동이 심할 경우 수입업체 측에 현지 은행 환율 리스크 헤지 상품에 가입 권유 (상품명 : Tunel)

⑤ 아르헨티나 : 바이어 A사에서 이미 완공한 광케이블 설치 공사 건이 정권교체(2015/여당→야당)와 맞물려 약 3년간 계약된 공사 대금을 정부에서 받지 못해 국내기업 M사에 약 200.000달러 대금결제를 진행하지 못함

☞ 정부와 관련된 프로젝트 진행 시 정권교체 시기 및 발주처, 구매처의 재정 상태를 정확히 파악 후 진행. 정부 프로젝트 수주의 경우 정권교체 시기에 따라 대금 입금이 어려울 수도 있으므로 사전에 무역보험공사나 금융기관을 통해 대비하는 방향이 필요

일방적인 구매계약 취소

① 멕시코 : PROFORMA INVOICE에 바이어의 오더 컨펌 사인을 받았더라도 바이어가 결제를 미루고 지연하는 사례가 있음 (회사 사정 등 불가피한 사유를 들며 일방적으로 구매계약 취소하는 경우 등)

☞ 오랫동안 거래를 한 업체가 아닌 신규거래처의 경우, 만일의 경우를 대비해 반드시 일정 금액(최소 10%~30% 이상)의 선수금 수취 후 제품 생산 진행할 것. 일방적으로 구매 계약을 취소할 경우 해당 선수금에 대한 반환 의무 없으나 거래중단 자체가 피해이므로, 정말 불가피한 사유가 있는지 경쟁사가 더 나은 조건으로 오퍼를 한 것인지 등 상황을 잘 파악하여 필요하다면 가격 인하 등 유연하게 대처하여 바이어와 대화를 통해 해결

② 파나마 : K사는 국내 A사의 제품의 기술력에 반해 총판 계약을 진행하면서 제품은 빠른 시일 내 납품받길 희망했으나 계약서 검토 등 회신은 상당히 느린 업무 대응을 보이며 협상 기간이 장기화되었음. 협상 시 양측 모두 언어장벽이 애로사항으로 작용하며 불필요한 오해를 야기한 것으로 추정됨

☞ 현지어 등 언어장벽이 존재하는 경우 무역관의 도움을 받아 컨퍼런스 콜 등을 진행할 것을 권장하고, 바이어들의 변덕이 다소 심한 편으로 계약서 서명 등 필수적인 행정 절차는 필히 진행한 후 납품을 진행할 것

③ 파라과이 : 정치 상황 및 재원 부족 등 영향으로 정부 입찰 지연 또는 취소 사례 빈번

☞ 공공입찰 일정 지연 가능성을 감안한 여유 있는 사업계획을 수립하고, 발주처 또는 유력 파트너와의 네트워크 구축을 통한 사전정보 파악 및 대비

④ 아르헨티나 : 아르헨티나의 악화하는 경제 상황을 탓하며 구매를 취소하는 경우가 종종 발생. 2019년 대통령 예비선거 이전 PI 결재까지 이뤄졌던 바이어가 선거결과 발표 이후 발생한 달러 폭등으로 인해 일방적으로 구매계약 무기한 보류 (실질적 취소)

☞ 바이어들은 거래처를 쉽게 바꾸지 않는 성향을 가지고 있어 당장의 상황이 실망스럽더라도 지속적으로 접촉하면서 추후 거래 가능한 시점까지 관계를 유지하는 것이 오래 거래하는 데 도움이 될 수 있음

경제·정치 리스크

① 멕시코 : 미국과의 무역마찰로 특정품목(예를 들면 철강)에 대한 추가 관세가 부과되어 수출이 어려워지자 멕시코 국내 판매로 이어져 철강 가격이 급속도로 인하되면서 한국산 철강 판매가 어려워지는 경우가 있음

☞ 일시적인 관세 부과의 영향이므로 정치 리스크에 대한 장·단기적 정부 대응정책 동향을 지속적으로 모니터링 및 파악하여 대응해야 함

② 파나마 : 미국의 경제제재로 인해 베네수엘라 수출 건의 경우, 수입자 및 엔드 유저까지 OFAC SDN* 명단과의 관련성이 없음을 증빙하기 위한 서류 제출 등 확인 절차가 많아 사실상의 비관세 장벽으로 작용하며, 현지 정부와 거래 이력 등 관련이 있는 바이어의 경우 외화 송금 시 갑작스레 계좌가 동결되는 등 상기 제재로 인한 예측 불가능한 어려움이 많음

* OFAC SDN : 미국 재무부의 해외자산통제국 제재 대상자 명단

☞ FAC SDN 명단 확인 및 수입자의 최종 유통경로 확인 필요하며, 거래 시 선 결제 요구

③ 과테말라 : 대통령 임기는 4년 단임제로 대통령 선거를 앞두고는 각종 정부 프로그램 진행이 늦어지는 경우가 있고, 정권 교체기 담당자 변경이 빈번하며, MDB 파이낸싱 및 PPP를 활용한 각종 인프라 프로젝트가 국회에서 승인을 받지 못해 취소되는 경우도 발생

☞ 장기 추진 프로젝트는 과테말라 정치 이벤트 사이클에 맞춰 준비 필요

* 2020년 1월 신정부 취임 예정

④ 브라질 : 1090년 시장개방 선언 후에도 완제품에 높은 수입 관세를 부과하고 있으며, 평균 수입 관세는 1090년 32%에서 2015년 10.9% 수준으로 낮아졌지만, 영국(1.9%), 미국(2.9%) 등 비해서는 높은 수준

☞ 주별 유통세의 경우 항구가 위치한 주마다 인센티브를 부여하는 경우가 있기 때문에 바이어와 협상하여 각종 인센티브가 있는 항구 선정 필요

⑤ 아르헨티나 : 현지 외환규제의 일환으로 외국으로 송금 시 중앙은행에서 서류심사 후 송금을 허가하는 방식을 택하고 있는데, 송금허가를 위해 요청하는 서류가 증가, 서류 심사 기간의 지체 등으로 수입 업체 측 계좌에서는 대금이 지불되나 최종적으로 수출업체에 지불되는 기간이 최소 10일에서 최대 30일까지 차이가 발생하고 있고, 또한, 수입 시 선금 송금일자 기준 90일 안으로 아르헨티나 항구에 제품이 도착 및 통관작업이 완료되어야 하는 기준이 생겨남

☞ 수입 신고 또는 인증을 위해 필요로 하는 서류를 제공하고 수입 승인 받기 전까지 임의적으로 업무 진행을 하지 않는 것이 중요하고, 기존 거래처의 경우 물품선적 또는 출항한 뒤 선금을 받는 경우가 증가, 현지 업체와의 첫 거래의 경우 바이어 신뢰도 및 재정 상황을 사전에 파악하는 것이 중요

수입자 재무제표 이슈

① 멕시코 : 초기 거래 시작 전 바이어 재무 상황 확인을 위해 재무제표 요청하였으나 ,바이어 응대 없어 업무 진행이 어렵고, 멕시코 기업들의 경우 세금 문제를 우려해 재무제표 제출에 매우 민감하고 꺼리는 경향 강함

☞ 선적 전 수출보험 가입을 위해 재무제표가 필요한 경우, 보험을 드는 것이라고 얘기하기보다는 해당 자료가 있으면 수출자가 정부 혜택을 요청할 수 있고, 바이어에게 더 나은 가격이 제공될 수 있다는 정도로만 둘러서 설명하는 것이 좋음

② 아르헨티나 : 재무제표를 요청하는 것이 일반적이지는 않고 재무제표를 공개하더라도 페소화로 작성되기 때문에 환율, 인플레이션 등의 영향이 커 신뢰도가 높지 않음

☞ 한국무역보험공사의 현지 에이전트를 통해 정보를 입수하는 것이 도움이 될 수 있음

현지 관행

① 멕시코 : 구매 결정 관련, NO라는 대답을 하기 싫어하고, 빨리 결론을 내리지 않으며, 미팅 시 구매를 할 것처럼 호의적인 반응이었다 해도 이후 연락이 원활하지 않다면 구매 가능성 희박하고, 바이어에게 구매를 재촉하게 되면 부담을 느껴 오히려 연락이 끊어지는 경우 발생. 약속 없이 업체를 방문하면 미팅 불가(대기업 바이어의 경우 미리 미팅 일자를 받고 해당 시간만 미팅 진행). 바이어 측 비서는 오랫동안 근무한 경우가 많고, 바이어 일정을 잘 알고 있으므로 실무적으로 도움을 받을 경우가 많으니 좋은 관계 유지 필요

☞ 구매결정 관련 빨리 결정을 내리지 않으므로 인내심을 갖고 대응 필요하며, 싫으면 대답을 회피하는 경향이 있으므로 성사 가능성이 희박하다고 판단될 경우 빨리 다른 거래처로 방향 전환 필요하고, 구매를 재촉하지 말고 정기적으로 연락하여 의사만 파악하며 기다릴 것. 무작정 바이어를 찾아가서 만나 달라고 하는 것은 무례한 행동에 속하며, 반드시 미리 연락하여 사전에 약속 후 방문해야 함. 회사 대표의 비서들은 대표 관련 고급 정보(스케줄, 성향)를 가지고 있는 경우도 많으므로, 인간적인 친분을 맺을 수 있도록 노력

② 에콰도르 : 거래 협상은 다소 느리게 진행되며, 의사결정은 보통 사주 또는 최고위급 간부가 하므로, 계약이 최종적으로 체결되기까지는 시간이 다소 지연될 가능성 크고, 프로젝트 협상의 결정권을 가진 고위 공무원의 교체가 빈번하며, 이 경우 후임자와 다시 협상해야 하는 어려움 발생

☞ 거래 협상에 있어, 실무자들과의 연속 접촉보다는 사주 등 최종 의사결정자들과의 직접 접촉을 통한 업무 추진 전략이 필요하며, 협상 및 회의 과정에서 결정된 사항을 문서화하고 상호 확인하는 것이 필요한데, 특히, 주요 사항이 결정된 회의 내용 관련한 회의자료 작성 후, 회의 참석자들의 서명을 득하는 것이 매우 중요

③ 과테말라 : 상대의 이메일 혹은 전화에 대한 회신이 필수라고 생각하지 않는 경우가 많아 제안에 대한 답변을 받기 어려움. 바이어는 NO라는 표현을 삼가기 때문에 구매 의도를 잘 확인해야 하고, 바이어들은 좋은 품질과 디자인, 저렴한 가격을 선호하기 때문에 품질이 좋다고 해도 가격이 맞지 않으면 거래를 하지 않음

☞ 일반적으로 이메일, 전화보다는 WhatsApp을 사용한 커뮤니케이션에 더 빠른 반응을 보이므로 어느 정도 관계가 구축된 후에는 개인 핸드폰 번호를 교환해 메신저로 교신하는 것을 추천, 과테말라 시장인구가 1,600만 명에 불과한 관계로 한국이 요구하는 MOQ를 소화하기 어려운 경우가 많으므로 이를 활용해 수량과 가격 조율점을 찾아야 할 것임

④ 브라질 : 중국에 버금가는 관계주의 사회로 비즈니스 관계를 맺기에 앞서, 서로 친구가 되는 것을 중요하게 생각하며, 단도직입적으로 본론에 들어가는 경우는 매우 드물고 업무 이야기에 앞서 사교적인 내용의 대화들로 많은 시간을 채움

☞ 브라질인과 거래 시 조직적이고 효율적인 업무 중심적 활동으로 시간을 채우기보다, 개인적인 시간을 함께 보내면서 관계 중심적 신뢰를 구축할 필요가 있음

⑤ 아르헨티나 : 대다수의 현지 통신 대기업 구매부서에서 신규 공급업체 등록 및 입찰 낙찰을 위해 개인적인 커미션을 받고 있어서, 기존 사용하던 제품보다 고 사양 제품을 저가로 제시해도 결국 이러한 관행 때문에 커미션을 납부한 해외 업체가 주로 입찰을 따냄

☞ 증빙이 되지 않는 커미션 납부보다는 현지 에이전트를 통해(대기업 내부) 인맥을 활용하여 진출을 시도하고, 한국에 대한 이미지를 긍정적으로 심어주기 위해 담당자를 한국으로 초대하여 공장 확인 및 친분을 쌓게 함

⑥ 칠레 : 칠레는 인구 1,800만 명의 비교적 작은 내수시장을 가지고 있으며, 안정적인 거래를 선호하는 경향이 있어서 바이어들은 처음부터 대량주문보다는 다품종 소량주문을 선호하는 편임

☞ 바이어들에 의하면 한국 수출업체가 칠레 시장 상황에 맞지 않는 높은 기준의 최소주문 수량을 제시해 상담이 더는 진전되지 않는 경우가 간혹 발생한다고 하니, 첫 거래를 시작하고 반응이 좋으면 주문량은 자연스럽게 늘어나기 때문에 소량주문에 유연하게 응할 필요가 있음

독점장기 계약 주의

① 파라과이 : 대부분의 현지 바이어가 독점권을 선호하며 거래선 유지 시 바이어 간 과다 경쟁 발생 및 시장 확대 장애 요소로 작용

☞ 작은 시장규모 감안, 유력 비즈니스 파트너 발굴 및 독점 거래를 통한 신뢰 형성 후 시장 확대가 바람직

② 도미니카공화국 : 좁은 국토(전국 상권), 중소규모 기업 간 경쟁 심화로 독점권 요구 일상화되었고, 대리점/에이전트 계약 중도해지가 어렵고 손해배상 책임 발생

☞ 우량 바이어에게 사실상 독점권을 부여하더라도 독점권 서면계약 지양, non-exclusive agent로 추진

③ 에콰도르 : 사무용 가구업체 A사는 현지 수입상이 건실하다고 판단하여 10년간 독점 대리점 계약을 체결함. 이후 현지 대리점은 우리 제품에 별 관심을 두지 않고 중국 쪽으로 주거래선 변경. 한국회사는 10년간 다른 바이어와 거래할 수 없는 상황에 처함

☞ 독점계약 요구 시, 연간 최소 계약 달성 조건 등을 반드시 명시하고, 계약 기간은 가능한 단기간 및 갱신 가능 조건으로의 추진 전략이 필요

④ 칠레 : 칠레는 60여 개국과 자유무역협정을 맺고 있는 완전 개방 자유무역국가로 시장경쟁이 치열함. 따라서 바이어들은 다른 업체와 같은 제품을 가지고 가격경쟁을 하기보다는 새로운 제품을 시장에 선보이고 싶어 하며, 처음부터 독점권을 요구하는 경우가 많음

☞ 독점권 부여의 경우 일정 기간 바이어의 제품 유통능력, 고객 서비스 능력 등 사전 검증을 반드시 거친 후에 결정하는 것이 바람직함. 반면 제품군별로 별도 독점권을 계약할 수 있기 때문에 현지 유력 바이어와 파트너십을 체결한 후, 칠레에서 시장성을 인정받은 후에 타 바이어와 추가로 협력 관계를 구축하는 경우도 있음

사기 관련 주의

① 도미니카공화국 : 잔금 송금 전 B/L 사본을 입수한 악덕 바이어가 사본으로 통관 완료 후 잔금 미지급, 연락 두절한 사례 발생했는데, 바이어의 악의, 원본과 유사한 컬러 스캔본, 현지 세관의 허술한 업무처리 관행 등이 종합된 사건

☞ 잔금 송금을 위한 바이어 B/L 사본 요구가 있을 경우, 번호 일부를 가리거나, 흑백 스캔, 'copy' 표시 등 진본으로 위장이 어려운 사본 송부

② 에콰도르 : 자동차 부품수입 A사는 최근 이메일 해킹으로 현지 바이어가 해커의 계좌로 수입대금을 입금하는 사례 빈번한데, 이 경우 한국기업이이 이메일 관리를 소홀히 했다며 책임을 전가하는 경우가 흔함

☞ 입금계좌 변경은 반드시 유선 통화와 Fax로 동시에 통보한다는 원칙을 바이어에게 꾸준히 안내

③ 브라질 : 주요 가금육 업체들을 사칭하는 사기 사건들 증가 추세. 브라질을 대표하는 가금육 업체 BRF, SADIA, JBS 등을 사칭하여 가짜 명함, 계약서, BL 등을 제시하고 거래를 시도하고, 이후 당관에서 확인 차 구체적인 통화를 시도하면 포르투갈어를 못한다고 하며 전화를 끊어버리던가 다시 전화 달라는 식으로 통화를 끝내는 경우가 대부분임

☞ BRF, SADIA, JBS, AURORA 등 브라질 가금육 업체들은 한국의 소규모 수입상들에 먼저 연락하여 거래 의사를 밝히지 않으므로 브라질 가금육 건으로 메일을 받으면 우선 의심할 필요가 있고, 브라질 가금육 관련 거래 시 전문기관 등을 통해 업체의 실존 여부 등을 꼼꼼하게 확인하여 거래를 진행해야 함

언어 문제

① 멕시코 : 영어로 미팅 진행해도 되는지 물었을 때, 자존심이 강해 괜찮다고 대답해 놓고, 정작 미팅 진행 시 이해를 잘하지 못하는 경우도 있음

☞ 영어를 아주 잘하는 바이어들도 있으나 가능하면 현지어(스페인어)로 진행하여 내용 파악이 잘되도록 할 것

② 칠레 : 영어가 가능한 바이어는 극소수이기 때문에 대부분 통역원을 활용하여 거래를 진행하며, 일방적인 영어 이메일 교신은 바이어의 묵묵부답의 가장 큰 원인 중 하나

☞ 가능하다면 스페인어가 가능한 인력을 통해 바이어와 교신하거나, 카탈로그를 스페인어로 번역해 이용하면 현지 바이어들에게 훨씬 더 긍정적인 반응을 얻을 수 있음

인증

① 도미니카공화국 : 식품 및 화장품은 정식 수입을 위해서는 보건부 인증 획득 필수(단 1회, 극소량 샘플 오더 가능)이며, 화장품은 유통면허를 가진 기업만 정식 인증, 유통 가능하고, 미인증 제품 수입·유통 단속 강화 중(세관 압류 등)이며, 대형 유통망 진출 불가

☞ GMP, CFS, Health Certificate 등 인증 및 수출 제반 서류 사전 확보와 현지 바이어의 화장품 정식 유통허가 보유 여부 사전 확인 등

② 페루 : 외국인이 페루에서 건설 사업 등 자격증을 필요로 하는 사업을 수행하기 위해서는 페루기술인협회(CIP)에 엔지니어 정식 인증 절차를 거쳐야 사업이 가능하나, 해당 절차가 매우 복잡함

☞ 한국에서 자격증 취득 시 관련 다양한 용어를 영문으로 기재해야 손쉬운 자격증 인증 가능성이 커짐

③ 브라질 : ANVISA(위생감시국), INMETRO(국가품질 규격관리원), ANATEL(방송통신위원회) 인증 등 수출 업체에 까다로운 인증 요구

☞ 국제인증을 보유하고 있어도 브라질의 인증을 받아야 하므로 인증 경험이 있는 사업 파트너 발굴 필요

기타

① 멕시코 : 초기 오더 시 소량 주문으로 오더 진행 테스트를 하는 경우가 많고, 바이어 성향에 따른 가격 전략이 필요하며, 샘플을 무료로 제공해 주면 성사 가능성이 높아지지만, 샘플 수취만을 노리는 바이어들도 있으므로 주의 요망

☞ 일부 한국기업들의 경우 대량주문만을 선호하여 미팅 시 소량주문에 대해 난색을 표하는 경우가 있는데, 초기에는 오더 진행 테스트 목적으로 소량 구매 하고, 이후 메인 오더를 진행하는 경우도 있으므로 바이어가 좋은 인상을 가질 수 있도록 성심껏 임하는 것이 좋으며, 초기 가격을 높게 부른 후 할인해 주는 방식보다는 초기 가격 제시할 때 베스트 가격으로 성사 가능성을 높이는 것을 권장함. 샘플은 무료로 제공하더라도 운임은 바이어가 지급하도록 하여 해당 제품에 대한 관심도를 계속 유지하도록 할 것

② 파라과이 : 품목에 따라 송금 규제 조치 적용하고 있고, 스포츠용 탄약, 무기류 등 특정품목 수입 시 은행 방침에 따른 송금 불허로 거래 성사 애로

☞ 수입대금 송금 가능 여부 파악, 현지 수입자와 거래대금의 원활한 회수를 위한 방안 마련 필요

③ 도미니카공화국 : 장기거래 고객의 경우에도 외상 거래 시 계약 일정보다 대금 송금을 지연하는 관행이 있는데, 이때 시중은행의 달러 부족으로 수출대금 확보에 시일이 소요된다는 변명(일정 부분 사실이기도 함)을 하는 편

☞ 장기거래 고객이더라도 외상거래 시 반드시 무역보험 가입

④ 페루 : 건설 및 엔지니어링 분야 프로젝트 수행 시 입찰 서류 과다요구. A 건설 엔지니어링 기업 프로젝트 입찰 시 실적 서류상 컨소시엄 사와 지분율 등의 세부 사항이 명시되어 있음에도 불구하고 별도로 컨소시엄 간의 계약서를 제출하라는 등의

요구가 빈번함

☞ 건설 프로젝트 분야 입찰 등으로 진출을 희망할 시 서류 사전 점검 작업이 필수적이며, 페루 현지 파트너가 존재할 시 입찰 공고 측과 사전 협의를 하는 것이 좋음

⑤ 에콰도르 : 현지 지사나 법인 설립 시 현지인을 형식적으로 대표자나 법적 대리인으로 등록하면, 현지 대리인과 사이가 좋을 때는 상관이 없으나, 막상 법인을 폐쇄해야 하는 상황에서 현지 대리인이 업무 협조를 잘 하지 않는 경우 발생

☞ 대표자 선임 시 계약만료 조건 등 법적 공증 절차 등을 통해 확실한 노무 관계 및 권한 범위 확정 등 조건 설정 필요

⑥ 과테말라 : 선진국과 비교할 때 각종 통계, 정보가 부족한 편이며, 영어 구사 인구가 적고, 시차가 있어 전화 인터뷰를 통한 정보 획득에도 한계가 있고, 또한, 현지 바이어들은 치안 불안으로 인해 각종 재무 현황에 대한 정보를 공개하는 것을 꺼림
* 국가 주도 인구조사도 16년 만에 2018년 다시 진행한 바 있음

☞ 무역관을 통해 현지 시장조사 실시

⑦ 아르헨티나 : 시장주의 및 자유무역을 선호했던 마크리 전 대통령과 반대로 2019년 새롭게 선출된 페르난데스 대통령은 자국 생산 기업들을 장려할 정책을 펼칠 것이라고 선언했으므로, 자국 산업을 보호할 명분으로 자국에서 생산되는 제품들의 수입 허가 제도를 강화할 가능성이 높음

☞ 완제품 수입이 어려워질 것으로 사료되어, 현지 생산기업과 협력하여 부품수입→현지조립 방식으로 아르헨티나 진출 도모

⑧ 칠레 : 한국에서 보낸 이메일이 칠레 이메일 계정에 전달되지 않는 경우가 생각보다 굉장히 많은데, 이는 대부분 메일 발송자 이름이 한글로 설정되어 칠레 이메일에 발신자명이 '물음표(???)'로 표시되어 스팸 메일로 분류되기 때문

☞ 메일 계정의 개인정보 설정 또는 기본 정보 수정에서 발신자명을 영문 이름으로 바꾸어 두는 것이 바람직하며, 첨부 파일의 경우 한글로 작성된 문서는 바이어가 볼 수 없으므로 PDF 파일로 변환하거나 바이어가 볼 수 있는 엑셀, MS워드, PDF 변환 파일 등 국제적으로 통용되는 포맷 사용을 권장

첨부 1 수출유망품목(상품)

품목명 1	HS Code	8708		
자동차부품	수입액('18/US$백만)	39,750	대한수입액('18/US$백만)	2,424
	선정사유	○ (멕시코) 멕시코 자동차 생산량 지속적 증가 ○ (브라질) 한국의 자동차 부품은 대(對)브라질 수출품목 중 큰 비중을 차지하고 있으며, 특히 기어박스는 수출 1위 부품이고, 자동차 부품 수입량의 경우 전체 5위 ○ (칠레) LPG 택시 보급 확산에 따른 중고 부품 수요 확대 예상 ○ (페루) 중고차 수입규제로 인한 자동차 부품시장 확대 및 한국의 긍정적인 브랜드 이미지로 점유율 상승했으며, 관세율이 0%로 진출여건이 좋음 ○ (에콰도르) 자동차 수입쿼터제도 철폐 및 경기회복으로 자동차 및 부품 수입 증가 ○ (과테말라) 애프터마켓 제품 및 자동차 유지관리 부품 수요 동반 성장 중		
	시장동향	○ (멕시코) 철강, 플라스틱 등 다양한 자동차 부품 멕시코 시장 내 유통 및 한국차 보급 확대에 따른 A/S 수요 꾸준 ○ (브라질) 2019년 브라질의 자동차 부품 시장은 하락세를 보였으며, 한국의 경우 약 26% 상당 하락하였으나 브라질의 자동차 시장은 정부의 Rota 2030 발표로 다시 성장세로 돌아설 전망이고, 또한, 브라질의 2017년도 자동차 부품 시장은 약 220억 달러 수준으로 여러 자동차 부품 생산 기업들이 브라질로 진출하면서 자동차에 사용되는 부품 수요도 증가할 전망 ○ (칠레) 2018년 총 수입액 US$ 113,027,242(△16.39%) ○ (페루) 애프터마켓 시장에서의 소모품 및 보수용품이 활기를 띨 것으로 전망 ○ (파나마) 최근 10년간 연평균 7.8%의 높은 성장 및 중산층의 내구성 소비재 구매력이 높은 시장으로 최근 연간 약 5~6만 대 신차 판매, 파나마의 한국산 자동차 시장점유율이 31%에 달해 한국산 자동차 부품 수요 높음 ○ (에콰도르) 2018년 수입액 2억 달러(△5%)		
	경쟁동향	○ (멕시코) 캐나다, 일본, 한국 등 다양한 국가의 자동차 부품사들 활발히 활동. 저가 중국산 제품이 수입 1위인 가운데 자동차 주요 수입국인 미국, 일본, 한국산 부품 수입 활발 ○ (브라질) 자동차 부품 수입은 독일과 중국이 각각 15%와 13.31%로 1, 2위를 다투고 있으며, 한국의 경우 약 9.10%로 시장점유율 5위를 차지했고, 자동차 부품은 기어박스, 플라스틱 부품, 철강가공 제품, 시트 등 범위가 다양하며 우리나라 기업에게도 기회가 될 수 있음. 현재 브라질에 진출한 글로벌 브랜드는 Bosch, Continental, Dana, Delphi 와 같은 회사가 있으며, 한국기업인 Mando, Hyundai Mobis 등도 진출 ○ (칠레) 2018년 수입국 1위 미국(33.8%), 2위 중국(11.3%), 3위 브라질(7.5%) ○ (페루) 주요경쟁사는 Caterpillar, Komatsu, Lexus, Mitsui 이며, 주요 경쟁국은 미국, 중국, 일본, 브라질 등 ○ (파나마) 파나마의 자동차 부품(타이어, 배터리 포함) 최대 수입대상국은 중국(21.6%), 중계무역 지대인 콜론자유무역지대(11.0%)를 제외하면 미국(16.2%), 한국(11.0%), 일본(8.1%), 멕시코(6.3%) 등이 뒤를 이음('17년 3분기) ○ (에콰도르) 주요 수입국 중국(20%), 미국(10%), 한국(10%) ○ (과테말라) 멕시코, 중미국 모두 생산하며 역내 교역 활발		
	진출방안	○ (멕시코) 전기자동차 등 미래 자동차 산업 관련 부품 중심으로 진출 유망 ○ (브라질) 브라질의 Rota 2030 법안으로 브라질에서 R&D 부분에 투자하는		

		자동차 부품 수입 업체에게 브라질 정부의 세금 혜택이 주어짐. 브라질에서 생산되지 않는 부품의 경우, 수입액의 2%를 R&D에 투자 시 정부에서 세제 혜택을 주며, 브라질에 공장을 설립한 뒤 직접 진출하면 브라질 주 정부의 인센티브를 받을 수 있음 ○ (칠레) 시장점유율 확대를 위한 브랜드 마케팅 ○ (페루)가솔린 차량 → LPG 차량 변환 키트 수요충족 필요 ○ (파나마) 북미-중남미, 태평양-대서양을 연결하는 지리적 요충지에 위치한 파나마의 이점을 살려 물류거점으로 활용. 제품의 납품기한 단축, 인근국 소량 오더 흡수 등 주변국 연계 진출을 위한 다양한 파생전략도 모색 ○ (도미니카공화국) 소량주문에 대해서도 적극적으로 대응. 소나타, K5 등 현지 점유율이 높은 택시 차종 수요 높음 ○ (에콰도르) 에콰도르 상업회의소 부품 바이어 정보 활용
	유망국가	멕시코, 브라질, 칠레, 페루, 파나마, 에콰도르, 과테말라
품목명 2	HS Code	3304
화장품	수입액('18/US$백만)	1,947 / 대한수입액('18/US$백만) 20
	선정사유	○ (브라질) 중남미 최대 화장품 시장을 보유하고 있으며, 미국과 중국에 이어 세 번째로 규모가 큼 ○ (칠레, 파나마) 중산층 확대 및 생활 수준 개선으로 미용·뷰티 제품 관련 시장이 급속도로 성장 ○ (페루) 해외 전시회 경험을 한 대형수입상들의 한국 화장품에 대한 관심이 늘어나는 추세이고, 관세율이 거의 0%로 비교적 진출여건이 좋은 편 ○ (아르헨티나) 한국산 마스크팩이 최근 각광 받고 있으며, cosmetic shop, 쇼핑, 약국, 여성 액세서리 숍 등 전국에 유통되고 있음. ○ (도미니카공화국) 미용 분야에 대한 현지인의 높은 관심도와 한국산 스킨케어에 대한 관심 증가
	시장동향	○ (멕시코) 최근 많은 한국 브랜드 화장품이 진출 확대 ○ (브라질) 브라질의 화장품 시장은 2017년~2022년 사이 약 56% 이상 성장할 것으로 예측되고, 최근 브라질의 스킨케어 상품이 크게 늘면서 메이크업 상품 시장을 앞지를 것으로 보임 ○ (칠레) 2018년 총 수입액 US$ 191,740,000(△7.8%) ○ (페루) 의약품과 마찬가지로 등록 시, 인근국 등록이 용이 ○ (아르헨티나) 피부가 햇빛에 노출되는 시간에 비해 피부 관리에 신경을 쓰지 않아 주름, 주근깨, 피부암 등에 문제가 있었으나 여러 캠페인과 인터넷 정보를 통해 점차 관리하면서 관련 제품 수요 증가 추세이고, 2016년도부터 여러 SNS 및 한류를 통해 K-beauty 또한 알려지면서 한국산 제품이 유통되기 시작 ○ (파나마) 전통적으로 미국·유럽에 의존하고 있는 시장이나 최근 한류 확산에 힘입어 한국산 화장품에 대한 인지도 상승으로 시장 진출 용이 ○ (도미니카공화국) 구매력 향상에 따른 수입 증가, K-beauty 인지도 상승 ○ (과테말라) 기초화장품을 중심으로 한국산을 찾는 소비자, 유통망 확산됐고, Fetiche, Siman 등에서 고급 화장품을 판매하며 기타 Walmart, Torre 등 슈퍼체인에서 중저가 화장품 취급하고 있으나 색조 위주
	경쟁동향	○ (멕시코) 미국, 유럽 등 다양한 국가의 브랜드가 경쟁 중 ○ (브라질) 스킨케어 시장의 경우, 브라질은 세계 8위 시장이며(2017년 기준), 약 2,700개의 회사가 있음. 스킨케어 부문에서는 한국기업이 K-Beauty로 강세를 보이나 최근 중국의 C-Beauty의 급부상으로 경쟁 구도를 형성 중이고, 브라질은 자국 기업인 Natura, Avon 과 같은 기업들과 다국적 기업인 The Face Shop, Sephora 등이 진출해 있음. 2017년 기준 한국 화장품 수입은 약 93만 달러에 달함

		○ (칠레) 2018년 수입국 1위 미국(16.5%), 2위 프랑스(15.3%), 3위 콜롬비아(12%) ○ (페루) 주요경쟁사로 Procter & Gamble, Avon, Unilever, Belstar가 있으며, 콜롬비아, 멕시코, 미국, 칠레, 브라질 등이 주요 경쟁국 ○ (아르헨티나) Mercosur 회원국인 브라질(무관세) 제품이 가장 많이 유통되고 있으며, 뒤를 이어 미국, 프랑스, 스페인, 중국 제품이 수입되고 있고, 한국을 포함한 아시아 제품은 저렴하다는 인식이 있어 OEM으로 진행되는 경우가 흔함 ○ (파나마) 소득 격차로 인해 중저가 및 고가 양분화 현상이 뚜렷하며, 공통적으로 미국 및 유럽산 수입의존도가 높음 ○ (도미니카공화국) 자국 내 제조업 발달. 이외 미국, 콜롬비아, 멕시코, 프랑스, 스페인산 수입 활발 ○ (과테말라) 현지 생산업체(FLUSHING)가 있으며, 페루계 화장품 기업인 BELCORP 산하 브랜드(ESICA, L'BEL, CYZONE 등) 강세이고, MUMUSO, MINISO 등 한류 편승 브랜드 진출 중
	진출방안	○ (멕시코) 기초 화장품 및 색조 화장품의 인기가 높을 것으로 전망 ○ (브라질) 브라질에서 개최되는 Beauty 시장을 통한 바이어 발굴이 필요하고, 스킨케어 제품의 경우, 브라질의 전형적인 높은 관세와 정부 기관의 인정을 받아야 하는 까다로움 때문에 수입 시 가격이 최대 3배 까지 비싸질 수 있는데, 몇몇 다국적 기업들은 브라질의 풍부한 자연 재료 확보와 시장 확장을 위하여 브라질에서 직접 생산공장을 설립하기도 함. 스킨케어 제품의 경우, 소비층들의 온라인 구매가 활발하게 일어나고 있으며, 빠르게 성장 중 ○ (칠레) 상품과 타깃 고객에 따른 전략 구상 및 유기농 및 기능성 화장품 시장 공략 ○ (페루) 프리미엄 제품군과 일반 색조 제품군에 대한 시장 구분이 있어야 하며, 관련 시장에서 주로 거래하고 있는 등록 가능한 에이전트 섭외 필요 ○ (아르헨티나) 식약청(ANMAT) 인증 절차가 까다로워 신규 수입 업체를 찾기보다는 이미 화장품을 수입하고 있는 업체를 활용한다면 준비 시간을 줄일 수 있음 ○ (파나마) 한국산 화장품에 대한 관심은 초기 단계로 타깃 층이 소비력이 다소 약한 젊은 층으로 중저가의 가격대와 아기자기한 디자인을 겸비한 제품 모색 ○ (도미니카공화국) 대형 유통망은 보건인증 문제로 직수입을 꺼리므로, 보건인증 역량을 갖춘 현지 수입상과 협력 필요 ○ (과테말라) 전문 유통망 및 벤더를 활용하되, 진출 초기 인플루언서 마케팅 투자 필요. 현지 보건등록이 필요하며, 수입상이 해당 절차를 담당하고 있으므로 각종 서류 작성에 협조 필요. 과테말라무역관 팝업스토어, KSF 사업 참여 등
	유망국가	멕시코, 브라질, 칠레, 페루. 아르헨티나, 파나마, 도미니카공화국, 과테말라
품목명 3	HS Code	3004
의약품	수입액('16/US$백만)	1,947 / 대한수입액('18/US$백만) 78
	선정사유	○ (브라질) 혈액이나 소변 반응 등을 통해 질병을 진단할 수 있는 시약은 지카 바이러스 등 전염병 증가에 따라 수요가 증가함 ○ (페루) 연간 약 2억 9천만 달러에 달하는 GDP 창출, 지난 10년간 페루 내 약국 체인점 성장이 활발해 유망한 시장 중 하나로 손꼽히며, 등록절차 단축으로 인한 기간 및 비용 절감이 가능하고, 관세율이 거의 0%로 비교적 진출여건이 좋은 편 ○ (도미니카공화국) 의료·보건 수요 꾸준 ○ (과테말라) 높은 빈곤층 비율로 인해 공공보건 분야의 의약품 재고가 항시 부족하여 정부 조달 대기수요 다대(수입규모 4위 품목)하고, 중미 차원의 공동구매 조달 방안 마련으로 공급자 입장에서 수량 가능

	시장동향	○ (브라질) 아마존 등 적도 인근 지역을 중심으로 열대성 기후를 보유한 브라질은 모기 등으로 인한 전염병이 자주 발생하나 주요 발생 지역인 북부 및 북동부에는 검사 장비 및 진단 시약 등이 대거 부족한 상황인데, 최근에는 남부 및 남동부 도시 지역에서도 전염병이 발생하여 진단 시약 수요가 증가하고 있으며, 한국제품의 수입시장 점유율은 2016년 2.8%에서 2017년 16%로 13.2%p 증가 ○ (페루) 페루 등록 시, 안데스공동체 가입국으로의 진출이 용이 ○ (도미니카공화국) 저가 정부조달 시장과 중고가 민간 병원 양분 ○ (과테말라) 공공부문 조달 시장 기준 10대 조달업체의 낙찰규모는 2억 불 내외
	경쟁동향	○ (브라질) 2017년 기준 동 제품의 수입대상국 중 한국은 3위로 점유율 16.3% 차지했고, 1위는 미국(40.1%), 2위는 독일(19%) ○ (페루) 주요경쟁사로 Roche, Pfizer, Merck, Sanofi, Novatis이 있으며, 미국, 독일, 인도, 콜롬비아, 멕시코 등이 주요경쟁국 ○ (도미니카공화국) 입찰 시장은 중국, 인도산 저가 의약품 장악, 민간병원은 미국·유럽산 오리지널 의약품 강세 ○ (과테말라) Bayer, Abbot 등 다국적 제약사 포함 71개 내외의 의약품 업체가 영업 중, 일부는 현지 생산공장 운영
	진출방안	○ (페루) 제네릭 의약품 등으로 가격경쟁력 제고 ○ (도미니카공화국) 공공조달 시장의 경우 저가 의약품 선호현상이 뚜렷하고 정부의 조달업체 대상 대금 지급 지연사례가 많으므로, 민간병원 납품 바이어 위주 공략 ○ (과테말라) 천연 약재, 소아용 의약품, 항암제, 항생제 등 고 경쟁력 제품 위주 시장진출. 공공조달 시장의 경우 일반계약(Open Contract)이 일반적으로 현지 낙찰 경험이 많은 유력 조달 업체와의 파트너십 중요
	유망국가	페루, 도미니카공화국, 과테말라

품목명 4	HS Code	9018		
의료기기	수입액('18/US$백만)	7,183	대한수입액('18/US$백만)	101
	선정사유	○ (멕시코) 건강과 질병 예방에 대한 관심 증가 ○ (칠레) 고령화 및 만성질환 증가로 인한 수요 상승 ○ (아르헨티나) 기술력 부족으로 수입에 의존. 최근 몇 년간 한국 의료장비 수요가 늘어났고, 기술 및 품질경쟁 가능 ○ (파나마) 한-중미 FTA 발효 시 3년 이내 단계적 관세 철폐 품목. 한국산 기기의 우수성에 대한 인지도는 높은 편이나 실제 진출사례는 많지 않은 실정 ○ (도미니카공화국) 한국산 의료기기 가성비 우수 ○ (쿠바) 의료서비스는 전 국민을 대상으로 정부가 제공하는 기초사회보장으로 지속적 장비공급 및 현대화 수요 발생		
	시장동향	○ (칠레) 2018년 총 수입액 US$ 453,777,430(△16.55%) ○ (아르헨티나) 현재 수입 80%, 현지생산 20% 점유율로 대부분 수입에 의존하고 있음 ○ (파나마) 정부가 사회보장청(CSS)를 통해 지속 수입해오고 있으며, 도심 및 외곽지역 간 공공의료 시설 격차가 커 중장기적으로도 수요가 확대될 예정 ○ (도미니카공화국) 병원 신설, 시설 현대화 등 의료기기 수요 꾸준 ○ (쿠바) 노후 의료장비가 다수여서 점진적 장비교체 시행 중		
	경쟁동향	○ (칠레) 2018년 수입국 1위 미국(31.4%), 2위 독일(16.7%), 3위 중국(10%) ○ (아르헨티나) 미국, 유럽(독일, 이탈리아), 일본 등에서 제조된 장비 선호도가 높은 편이나 최근 중저가 시장에서 중국, 브라질 등의 시장 확대가 이뤄지고 있음 ○ (파나마) 전통적으로 미국, 독일 등의 글로벌 브랜드가 주도해온 시장이나, 중국, 멕시코 등에서도 수입규모가 상당한 편 ○ (도미니카공화국) 미국·유럽산과 중국산 저가 시장 양분 ○ (쿠바) 일본, 독일에서 주로 수입		

	진출방안	○ (칠레) 현지 바이어 발굴, 현지 시장 조사 및 제품 홍보, 유럽·미국 제품에 대한 선호도가 높기 때문에 전시회 참여 등을 위한 인지도 확보 필요 ○ (아르헨티나) 한국 의료장비의 인지도가 상승 중이지만, 아르헨티나 식약청(ANMAT)등록을 위해서는 CE(혹은 FDA) 인증과 미국 및 EU(프랑스, 독일) 식약청에서 발급하는 '자율판매증서'가 필요함 즉, 유럽 혹은 미국에서 딜러나 지사를 통한 사전 판매 이력이 필요 ○ (파나마) 글로벌 브랜드에 대한 신뢰도가 높아 가격이 높아도 구매하는 경향이 있음. 충분한 시간을 갖고 지속적으로 브랜드를 키워나가는 것이 중요하며, 품질을 갖춘 적정가격대 제품으로 포지셔닝 필요 ○ (도미니카공화국) FIME 등 중남미 바이어가 많이 참관하는 북미 전시회를 통한 마케팅, 현지 유통업체와 협력하여 관련 의료계 대상 콘퍼런스 개최 후원 등 마케팅 ○ (쿠바) 파이낸싱 제공, 원활한 기술 지원 필요		
	유망국가	칠레, 아르헨티나, 파나마, 도미니카공화국, 쿠바		
품목명 5	HS Code	8425-8431		
건설중장비	수입액('18/US$백만)	12,690	대한수입액('18/US$백만)	417
	선정사유	○ (페루) 광산 프로젝트 활성화 중으로, 2018년 총 6개의 광산 프로젝트 예정(총액 USD 3,442백만). 관세율이 0%이며, 별도의 등록 등 규제가 없어 진출이 용이 ○ (콜롬비아) 건설, 인프라 및 광업 분야 산업 회복세 ○ (파나마) 파나마 정부의 인프라 투자확대 정책으로 건설 시장 호황 지속 및 건설중장비 수요 확대		
	시장동향	○ (페루) 저가의 중국 제품에 대한 불신 팽배하고, 가격보다는 품질에 대한 보장이 필요 ○ (콜롬비아) 법인세 감면으로 국내 투자자본 및 외국 투자자본이 회복세를 증가하고 있음 ○ (파나마) 유망 건설중장비로는 굴삭기, 화물자동차, 유압 브레이커, 산업용 호스, 건설중장비 부품, 운반하역기기 부품, 크레인 등이 있음		
	경쟁동향	○ (페루) 주요 경쟁사로 Caterpillar, Komatsu이 있으며, 미국, 중국, 브라질, 일본, 독일 등이 주요 경쟁국 ○ (콜롬비아) 콜롬비아 내에 법인으로 등록된 다국적 기업들이 있으며 대표 수출국가는 일본, 브라질, 미국 ○ (파나마) 주요 수입국은 미국, 인도네시아, 스페인, 브라질, 콜롬비아, 멕시코 등		
	진출방안	○ (페루) 현지에서 유지·보수 가능한 에이전트 물색 필요 ○ (콜롬비아) 유럽과 미국 제품과 가격으로 직접 경쟁이 가능할 수 있도록 탄력적인 진출 자세가 필요 ○ (파나마) 주요 건설업체들과 네트워크가 강한 유통업체 발굴		
	유망국가	페루, 콜롬비아, 파나마		
품목명 6	HS Code	8507		
자동차 배터리	수입액('18/US$백만)	2,830	대한수입액('18/US$백만)	296
	선정사유	○ (파나마) 배터리의 경우 4년 연속 수입규모 1위 차지 ○ (과테말라) 미국·멕시코산은 무관세품목임에도 한국산이 더 저렴하고 품질도 우수하다는 시장 인식 지배적		
	시장동향	○ (과테말라) 멕시코산에 이어 한국산이 시장점유율 2위 차지하고 있는데, 한국산은 리드 타임이 중남미 제품에 비해 길지만 관세가 낮아질 경우, 한국산을 적극 고려하겠다는 바이어들이 있음		

	경쟁동향	○ (과테말라) MAGNUM(현지), LTH, BOSCH, Interstate, AC Delco, Solite 등 유명 브랜드 각축장			
	진출방안	○ (과테말라) 한-중미 FTA 발효 국 우선 진출, 엘살바도르 관세 즉시 철폐, 온두라스 10년 균등 철폐. 중미 전역에 판매망을 갖춘 유통업체(Excel Automotriz, Grupo Q 등)를 집중 공략			
	유망국가	파나마, 과테말라			
품목명 7	HS Code	21			
가공식품	수입액('18/US$백만)	6,168	대한수입액('18/US$백만)	8	
	선정사유	○ (도미니카공화국) 한국 유학생, 한류 팬 등 중심 한국산 식품 수요 확대 ○ (과테말라) 최근 3년간 한국산 가공식품 수입 꾸준한 성장세 기록			
	시장동향	○ (도미니카공화국) 구매력 향상으로 외국 식료품, 건강식 관심 증대 ○ (과테말라) 한국산 가공식품 수요층 확산 추세(월마트 등 대형 유통망에 라면, 만두 등 한국산 가공식품 판매). 빠르고 저렴하게 먹을 수 있는 간편식이라는 인식이 생기면서 수요 증가. 닭고기, 소고기, 새우맛을 기본으로 간주			
	경쟁동향	○ (도미니카공화국) 미국 및 식문화가 유사한 중남미 지역으로부터의 수입 활발 ○ (과테말라) 중미, 멕시코 등 인근 생산국으로부터의 수입량 절대적 비중 차지 (마루찬, 니신 등). 현지 업체가 SAMYANG 브랜드(도용 추정)로 컵라면 생산·유통 중이며, 자생 브랜드 다수 존재			
	진출방안	○ (도미니카공화국) 대부분의 리테일러들은 소수 대량 소비 아이템을 제외하고는 위생보건 인증 절차를 완료한 현지 도매상을 통한 구매를 선호하므로 위생보건 인증 역량을 갖춘 교포 유통기업을 활용하는 것이 유리 ○ (과테말라) 유통체인을 확보한 벤더 혹은 현지 유통망을 활용하여 시장 진입하되, 차별화 제품으로 틈새·프리미엄 시장 진출에 집중			
	유망국가	도미니카공화국, 과테말라			
품목명 8	HS Code	2202			
음료	수입액('18/US$백만)	1,312	대한수입액('18/US$백만)	33	
	선정사유	○ (도미니카공화국) 무더위와 수질 불량으로 음료수요 높음 ○ (과테말라) 한국산 제품 수요 급등 품목 ○ (파라과이) 알로에 주스, 한방 음료, 주류(소주), 아이스크림 등 파라과이 시장에서 한국산 식품이 자리를 잡고 있으며, 다양한 관련 품목 수요 발생 전망			
	시장동향	○ (도미니카공화국) 현지생산 및 수입 제품 경쟁 치열. 새로운 원료 및 기능성 음료에 대한 관심 증가 ○ (과테말라) 탄산음료가 건강에 유해하다는 인식이 생기며 스포츠 드링크, 건강 음료 위주로 수요 증가 ○ (파라과이) 오랜 진출 역사를 가진 인근국(브라질, 아르헨티나, 칠레) 제품이 현지 시장을 장악하고 있으며, 가격은 저렴하나 건강에 좋지 않은 식품이라는 이미지 형성			
	경쟁동향	○ (도미니카공화국) 미국 및 중미지역 생산 제품 점유율 높음 ○ (과테말라) 멕시코, 중미국 모두 생산하며 역내교역 활발. PEPSI, AMBEV 라이선스 보유 CBC 社가 역내에서는 가장 큰 기업 ○ (파라과이) 관세 및 물류 이점 보유 및 현지 진출 역사가 긴 브라질, 아르헨티나, 칠레 제품의 브랜드 인지도가 높고, 관련 품목 수입의 88% 점유율 차지			
	진출방안	○ (도미니카공화국) 위생보건 인증 역량을 갖춘 교포유통업체 활용, 독특한 원료를 활용한 현지 미생산 신규 품목 중심 소개 ○ (과테말라) 알로에베라, 코코넛 등 현지 미생산 제품 중심으로 품목 다변화. 에너지 드링크, 캔커피 등 기 진출 아이템 외 건강음료(차, 다이어트 음료,			

		비타민 음료) 등 신제품 중심 마케팅 필요 ○ (파라과이) 중산층 고객을 타깃으로 기존 제품 대비 차별화된 맛, 품질 및 이미지를 제공하는 것이 관건		
	유망국가	도미니카공화국, 과테말라, 파라과이		
품목명 9	HS Code	8502		
발전기	수입액('18/US$백만)	3,353	대한수입액('18/US$백만)	37
	선정사유	○ (에콰도르) 석유 및 광물 개발 증가, 발전기는 현장에 필수 ○ (쿠바) 쿠바의 전력난 지속, 한국산 브랜드(현대중공업) 인지도 제고		
	시장동향	○ (에콰도르) 아마존 석유개발 사이트, 광산 등에 수요 ○ (쿠바) 베네수엘라 원유 공급 불안정으로 전력난이 가중되고 있는 가운데 전력 장비 현대화 수요 발생		
	경쟁동향	○ (에콰도르) 캐터필러 ○ (쿠바) 독일, 중국에서 주로 수입		
	진출방안	○ (에콰도르) 에콰도르 조달청 입찰을 통한 진출 ○ (쿠바) 금융지원, 기술지원 강화		
	유망국가	에콰도르, 쿠바		
품목명 10	HS Code	8504.40		
전기차 충전기	수입액('18/US$백만)	6,372	대한수입액('18/US$백만)	97
	선정사유	○ (에콰도르) 2025년 전기차 의무법 시행으로 수요 예상 ○ (도미니카공화국) 민간 주도의 전기차 인프라 구축사업 추진 가시화, 전기차 보급 확산에 대한 정부 의지 반영		
	시장동향	○ (에콰도르) 자사 전기차 판매 활성화 목적으로 충전소 설치 ○ (도미니카공화국) CEPM 社, 2020년 말까지 전기자동차 고속충전기 500대 설치 계획 발표. 남부배전 2019년 9월 말 전기차 충전기 공공조달 입찰(10대) 최초 추진, 향후 확대 예상		
	경쟁동향	○ (에콰도르) 중국 BYD, 독일 ○ (도미니카공화국) 미국 Blink 社, 민간 발전사업자(CEPM)과 MOU 체결		
	진출방안	○ (에콰도르) 현지 자동차 수입 업체 및 지자체 영업 ○ (도미니카공화국) 주로 국내입찰로 진행되므로 설치·기술 지원 가능한 로컬 파트너와 협력		
	유망국가	에콰도르, 도미니카공화국		

첨부 2 수출유망품목(서비스)

분야명 1		
의료	선정사유	○ (멕시코) 멕시코에 의료전문가, 의료시설 부족으로 지방도시에 거주하는 의료 소외계층을 위해 원격의료 지원시스템 개발 강화, AMLO 대통령도 대선부터 강조한 바 있음 ○ (칠레) 칠레 인구 고령화, 건강에 대한 관심 증가로 매년 의료분야 소비지출이 꾸준한 성장세를 보이며, 웰빙과 건강에 대한 관심 확대로 가정용 의료기기에 대한 수요 전망이 매우 긍정적 ○ (파나마) 병원 도시, 어린이병원, 암병원 등 다수의 국가 단위 의료 인프라 개선 프로젝트로 의료장비 수요 확대 추세이고, 경제성장, 구매력 증가에 따른 의료기기 수요 확대 ○ (파라과이) 파라과이 뷰티 클리닉에서 흔히 이뤄지는 레이저 및 모근제거 서비스·주름제거 리프팅 슬리밍용 초음파에 대한 관심과 수요는 증가하는 편이나, 기술적으로 안전한 미용시술 기기, 소모품 및 최신 전문성을 갖춘 인력은 부족한 실정
	시장동향	○ (멕시코) 멕시코 전역에 보건부에서 운영하는 818개의 원격의료서비스 인프라가 있으며 대부분 심리상담 전문 ○ (칠레) 칠레는 남북으로 길게 뻗은 지형과 비교적 적은 인구수로 인해 지역 간 의료 불균형 현상이 심한 편이며, 이로 인해 원격 의료에 관심이 높음 ○ (파나마) 유망품목 : 방사선 기기, 초음파기기, 치과용 엑스레이 기기, 진단 시약, 주사기 등. MRI, CT 등 고가장비 : GE Healthcare, SIEMENS, Philips, Shimadzu 등 시장 주도 ○ (파라과이) 시장 동향을 객관적으로 파악할 수 있는 통계자료 부재
	경쟁동향	○ (멕시코) 산후우울증 담당 심리상담, 초기진단, 건강을 위한 예방조치 등 솔루션을 담당하는 로컬기업 다수 ○ (칠레) 현재까지 칠레에서 사용되는 원격 의료장비에 대한 구체적인 통계자료는 없으나, 미국 또는 유럽(특히 프랑스, 독일 등)에서 수학한 대다수 칠레 의사들이 Intouch Health(미국), Intuitive Surgical(미국) 기업과 같은 선진국 기업의 고급 원격의료장비를 적시 수요(On-demand) 형태로 수입하여 이용하는 경향이 강하고, 공공의료에서 주로 사용되는 원격의료장비는 화상회의 및 데이터 송신이 가능한 기초적인 장비인 경우가 많음 ○ (파나마) 주요 수입국은 미국, 독일, 중국, 콜롬비아, 네덜란드, 한국 등 ○ (파라과이) 성형 전문의가 운영하는 클리닉 외 비전문 인력이 불법적으로 비 성형적 시술을 시행하는 클리닉이 다수 운영되고 있음
	진출방안	○ (멕시코) 멕시코에 도입 된 지 오래되지 않았지만, 스마트폰과 인터넷의 보급, 인터넷망 확장 등으로 원격의료기기, 솔루션이 유망할 것으로 전망 ○ (칠레) 칠레 원격 의료는 1993년부터 시작되어 상당히 긴 역사를 자랑하며 대다수 칠레 의료인들이 유럽과 미국에서 수학하였기에 한국산 의료기기에 대해 잘 모르므로, 칠레 대형병원 의료인을 중심으로 장기적인 마케팅을 통해 인지도를 확립하여 시장에 진출하는 것이 바람직함 ○ (파나마) 중국산과 가격경쟁이 상대적으로 적으며, 가격 대비 높은 품질로 시장 진입 가능성이 많고, 공공입찰 비중이 높은 만큼 낙찰 경험이 풍부하고 네트워크가 강한 전문기업과 파트너십 체결이 용이 ○ (파라과이) 전문성을 보유한 시술 인력 및 최신 기기 구비 등을 통해 차별화된 서비스 제공
	유망국가	멕시코, 칠레, 파나마, 파라과이
분야명 2		
건설·플랜트	선정사유	○ (페루) 최근 정부(교통통신부, MTC)가 발주하는 프로젝트(판아메리칸 게임, 신공항 건설, 메트로 3, 4호선)의 PMO 사업이 G2G로 발주되고 있어서 한국기업의 참여가 가능해졌는데, 이전에 PMO는 주로 선진국 대형건설사들이 독식을 해왔기 때문에 한국기업의 참여가 쉽지 않았음

		- 주로 레퍼런스에 의한 수주가 이루어지는 방식이라서 PMO 경험이 없는 한국기업은 참여가 불가 - PMO 프로젝트는 EPC와 다르게 자재비용 등과 같은 공사 비용이 따로 들지 않아 순수익이 높은 사업으로 분류 ○ (파나마) 정부의 인프라 건설 프로젝트 투자 확대를 통한 물류 경쟁력 제고 정책으로 건설 경기 호조세 지속 ○ (도미니카공화국) 국내기업 경쟁력 보유 업종, 현지 수요 증가 예상 ○ (과테말라) 과테말라 신정부를 중심으로 각종 인프라 프로젝트 사업 적극 추진 예정이고, CABEI 가입 이후, 우리 기업의 CABEI 프로젝트 진출 기회 확대 ○ (쿠바) 호텔 신축, 주택 신축 등 건설 시장 지속 성장
	시장동향	○ (페루) 판아메리칸 게임을 통해 PMO G2G에 대한 좋은 인식을 가지게 된 페루 정부에서 추후 지속적으로 발주를 할 가능성이 높음 ○ (파나마) 제4 교량, 지하철 3호선, 제4 송전선, 전력 등 인프라 프로젝트 지속 추진 ○ (도미니카공화국) 전력, 환경, 상하수도 등 시설 현대화 수요 증가, 민간투자 장려를 위한 PPP(민관협력) 법안 상정 ○ (과테말라) 인프라 개발 수요는 많지만, 정부 재정 문제로 도로 건설 프로젝트가 가장 손쉽게 추진되고 있음. CABEI, IDB 등 국제기구 차관, PPP 사업 등을 활용하여 전력 통신망 구축, 항만 개선 프로젝트 등 추진 예정 ○ (쿠바) 건설 수요는 높으나 장비부족, 원부자재 부족, 노하우 부족으로 성장폭 낮음
	경쟁동향	○ (페루) 캐나다 CCC(G2G 전담기관), 스페인 Ineco 등 ○ (파나마) 현재까지 파나마의 주요 인프라 프로젝트는 주로 스페인, 브라질 기업이 주도하고 있으며, 최근 기존 브라질계 메이저 건설사 부패혐의 등에 따라 한국, 중국, 이탈리아 등 건설 기업 파나마 시장 진출 확대 추진 중 ○ (도미니카공화국) 미국, 유럽기업과 해당 기업의 현지법인, 로컬 유력 건설 기업들 다수 포진해 있고, 중국과 수교 이후 중국 기업의 현지 진출 확대 예상 ○ (과테말라) 과테말라 기업의 프로젝트 참여 비중이 가장 높은 편이고, 언어적인 문제로 스페인, 멕시코, 콜롬비아 등 역내 기업들의 참여가 두드러짐 ○ (쿠바) 쿠바 진출 외국 건설사는 프랑스, 중국, 베트남 등 일부 국가에 제한
	진출방안	○ (페루) PMO 발주 관련 예의 주시 필요 ○ (파나마) 스페인, 이탈리아, 파나마 등 현지 진출 기업과의 협력을 통한 공동 진출 방안 효과적이고, 파나마 발주처 및 유관기관과의 긴밀한 인맥구축을 통한 입찰 정보 입수 및 입찰 대응 필요 ○ (도미니카공화국) 우수한 파이낸싱 조건 제시 필요하며, 관련 프로젝트 시공 경험이 있는 현지 유력 파트너 협력 필요. ○ (과테말라) 토목공사 등이 수반되는 건설 프로젝트는 현지 기업과의 컨소시엄을 통해 각종 리스크 헷징 필요하고, 사전 타당성 조사, 감리 혹은 기자재 조달 등 건설이 아닌 부가 사업에 참여하는 방안도 가능 ○ (쿠바) 쿠바 건설업 진출을 위해서는 프로젝트 수주와 병행하는 것이 안정적
	유망국가	페루, 파나마, 도미니카공화국, 과테말라, 쿠바
분야명 3		
콘텐츠	선정사유	○ (멕시코) 다수의 한류팬 존재, 한국에 대한 관심 증가로 한류 콘텐츠에 대한 수요 증대 14세 미만 아동이 1,100만 명(2019년 인구조사 자료)으로 매년 증가하는 추세이고, 무엇보다 TV 시청 시간이 일 평균 5시간으로 미국, 유럽보다 훨씬 높은 수준이며, 국산 애니메이션 '뿌까'가 좋은 반응을 얻었으고, '뽀로로' 등 다른 작품 또한 충분히 가능성이 있을 것으로 예상 ○ (파나마) 한-중미 FTA 추진에 따라 높은 수준으로 개방되는 서비스 부문의 주요 산업 분야(엔터테인먼트·연예 분야)이며, 중미 지역 확산 중인 한류 콘텐츠 관련 시청각 콘텐츠의 공동 제작 및 지재권 보호에 대한 규범 마련 예정 ○ (파라과이) 파라과이는 온라인 마케팅이 활성화 되는 반면, 체계적인 관리 및 효과적인 솔루션 제공 등을 통해 판매를 촉진할 수 있는 온라인 마케팅 전문 서비스 제공 업체 부족

	시장동향	○ (멕시코) 라디오에 한류를 다루는 프로그램이 생길 정도로 관심도가 높아졌음 ○ (아르헨티나) 갈수록 TV를 시청하는 시간이 늘고 있으며 아동이 처음 접하는 시기도 빨라지고 있고, 특히, 인터넷 및 기술 발달로 인해 한 가정에서 TV, 태블릿 PC, 스마트폰 등 다수 기기를 통해 시청 ○ (파나마) 문화적으로 미국 및 히스패닉 계열 콘텐츠가 주를 이루고 있으며, 대기업에 의해 주도되는 시장 ○ (파라과이) 파라과이 소비자의 91%가 스마트폰을 사용하고 있으며, SNS 광고에 노출
	경쟁동향	○ (멕시코) 주로 미국, 일본 콘텐츠들에 대한 인지도가 높은 편 ○ (아르헨티나) 현지 제작이 없어 주로 미국이나 일본 애니메이션이 방영되며, 아직도 90년대 작품을 다수 방영 ○ (파나마) 전통적으로 미국 문화의 영향이 깊은 시장으로 미국·스페인·타 중남미 국가 계열 콘텐츠가 다수 구성 ○ (파라과이) 소규모 홍보 마케팅 기업이 다수 존재하여 온라인 마케팅 시장을 개발하고 있는 상황
	진출방안	○ (멕시코) SNS를 이용한 홍보 및 콘서트 등을 통한 시장 확대가 유리할 것으로 전망 ○ (아르헨티나) 적합한 방송국, 더빙 제작사 등을 섭외하기 위해 중간 역할을 할 수 있는 현지 파트너사 발굴이 필요 ○ (파나마) 한류 활용 콘텐츠 협력 제작 및 온라인 디지털 콘텐츠 분야 ○ (파라과이) 현지 시장 상황 및 주변국 성공 사례 등을 참고한 DB 구축을 통해 차별화된 서비스 제공하고, 이외에도 참신하고 독특한 콘텐츠를 제작하여 홍보 마케팅 하는 방법도 고려 가능
	유망국가	멕시코, 아르헨티나, 파나마, 파라과이
분야명 4		
금융	선정사유	○ (파라과이) 전자상거래의 점진적 증가(온라인 상점 창업 수 약 55% 증가)추세로 높은 성장 잠재력을 지닌 분야로 평가되고, 2018년 파라과이 국내 온라인 구매액은 3천만 달러로 전년 대비 100% 성장 ○ (쿠바) 사회주의 경제 시스템으로 인한 금융 시스템 낙후
	시장동향	○ (파라과이) 2018년 파라과이 소비자의 온라인 구매 총액은 약 2억 달러 정도로 이 중 85%는 해외 직구사이트를 통해 이루어졌고, 파라과이 국내 온라인 시장에서 거래 시 가장 보편적인 결제 방법은 현장 현금 결제(50%), 신용카드 결제(42.9%), 소액 송금(16.1%), 체크카드(8.9%), 전자지갑 (7.1) 순 ○ (쿠바) 국제적 수준의 금융 시스템 미비로 비효율성 높은데, 이는 미국의 금융제재에 따름
	경쟁동향	○ (파라과이) 소액 결제의 경우 통신사의 전자지갑을 활용하는 인구가 있으나, 상품/서비스 구매 시 over-the-counter 방식의 사용률이 낮음 ○ (쿠바) 스페인, 캐나다, 베네수엘라 등 일부 국가 금융업 진출
	진출방안	○ (파라과이) 우수한 관련 기술 및 서비스 모델을 보유한 한국기업의 경우, 현지 유력 파트너사를 발굴하여 SW 및 관련 기술 이전 등 추진 가능 ○ (쿠바) 쿠바 주요 상업은행과의 코레스(corres) 관계 구축을 통해 금융 협업 및 진출기반 점진 강화
	유망국가	파라과이, 쿠바
분야명 5		
물류	선정사유	○ (멕시코) 멕시코 물류 산업은 지리적 강점 및 정책 지원 등 향후 추가 성장에 좋은 여건을 가지고 있음 ○ (브라질) 브라질의 경우 물류비용은 높으나, 제3자 물류 비중은 낮은 편으로, 전문적인 물류 서비스 분야에서 높은 잠재력을 보유했고, 최근 Bolsonaro 대통령의 Correio (우체국)의 민영화 계획을 발표, Correio가 독점하던 물류 운송 서비스 시장이 열릴 것으로 전망 ○ (파나마) 확장 운하 개통, 물류 산업 종합육성책 ELNP2030 발표 등 국제수준 물류거점 포지셔닝을 위한 정부 투자 기대

	시장동향	○ (멕시코) 전자상거래의 지속적인 발달과 더불어 육로 운송의 중요성은 점점 높아지고 있음 ○ (브라질) 컨설팅 업체 KPMG에 따르면, 2014년 브라질 물류 시장 규모는 전체 GDP의 0.9%에 해당하는 499억 헤알이고, 도로·철도 등 낙후된 교통인프라로 인해 물류 비용 상승에 따라 통합 물류 서비스를 제공할 수 있는 물류 기업 수요 증가하고 있으며, Rappi, Log와 같은 물류유통 스타트업이 크게 성장 중으로, 온라인 상권이 발전하면서 물류운송에 대한 수요 또한 늘어날 것으로 전망 ○ (파나마) 중국기업들은 중국-파나마 수교(2017.6)를 계기로 콜론자유무역지대를 통한 중남미 수출 확대 추진 중
	경쟁동향	○ (멕시코) 육로운송, 해상운송, 철로운송 순으로 이용빈도와 중요성이 높으며 각 분야 운송 기업 다수 ○ (브라질) DHL과 같은 외국계 물류 업체 진출했고, 다수의 물류 오퍼레이터, 운송업체, 보관업체 등이 존재하며, Rappi, Log와 같은 스마트 물류 운반서비스를 제공하는 스타트업, Correio (우체국) ○ (파나마) 콜론자유무역지대 주요 수입대상 국가 : 중국, 싱가포르, 미국, 홍콩, 멕시코, 베트남, 프랑스 등
	진출방안	○ (멕시코) 냉동 창고와 같은 멕시코에 존재하지 않았지만, 필요성이 증대되고 있는 분야 진출 유망 ○ (브라질) 현지 물류 업체와 제휴를 통한 브라질 시장 진출방안 모색 혹은 브라질 신생 스타트업 인수나 한국의 배달 문화와 노하우를 바탕으로 한 배달앱 개발 권장
	유망국가	멕시코, 브라질, 파나마
분야명 6		
교육	선정사유	○ (브라질) 2억 인구를 보유한 브라질 교육서비스는 시장규모 대비 교육수준이 낮아 향후 높은 잠재력을 지닌 시장으로 평가됨. 경제·사회 개발 정도가 낮은 북부 및 북동부 지역의 교육 시장 성장 잠재력이 크며, 교육서비스 대국인 한국식 교육을 동경하는 풍조가 있음. ○ (쿠바) 쿠바인들의 해외여행 자유화 조치에 따라 외국어 등 학습 수요 증가
	시장동향	○ (브라질) 브라질지리통계원(IBGE)에 따르면 2017년 기준 브라질에서 가장 크게 성장한 분야는 교육 부분으로, 브라질 정부는 2020년까지 대학 진학률을 33%까지 끌어올린다는 목표를 가지고 있고, 학교 간 교육의 질 차이가 매우 큰데, 브라질은 고등교육까지 사교육과 비영리 기관에서 운영하는 곳의 교육수준이 높지만 대학 교육의 경우 공립 대학이 최상위권을 유지 ○ (쿠바) 쿠바의 교육은 공교육 중심이나, 소규모 학원을 자영업으로 허용 중
	경쟁동향	○ (브라질) 브라질의 학교는 크게 3가지로 나뉘는데, 첫 번째는 공립학교, 2번째는 사립학교, 3번째는 비영리기관에서 운영하는 학교이고, Kroton, Estacio, Objetivo와 같은 브라질 대형 교육 기업이 존재 ○ (쿠바) 주로 자체 제작 콘텐츠 사용
	진출방안	○ (브라질) 각 지역에 소규모 고등 교육기관이 다수 존재, 외국기업의 인수합병 용이. 외국계 그룹의 브라질 대학 인수를 통한 고품질 교육 공급 가능 ○ (쿠바) 수요가 높은 영어 등 외국어 교육 콘텐츠를 중심으로 사교육(자영업) 시장 진입 우선 추진 필요
	유망국가	브라질, 쿠바
분야명 7		
인프라	선정사유	○ (콜롬비아) 현재 경험과 기술을 요구하는 인프라 관련 프로젝트 투자 중 ○ (도미니카공화국) 시설 현대화, 관광 활성화 및 수출증대 목표로 항만 인프라에 대한 민자 유치 확대 ○ (파라과이) 정치환경 변화와 상관없이 파라과이 공공인프라 시장은 성장세를 유지할 전망
	시장동향	○ (콜롬비아) 2020년 공개 입찰로 인프라 프로젝트를 진행할 것으로 전망 ○ (자료) 컨테이너 물동량 취급 증가, 크루즈 여객 증가. 북부지역 항만시설 현대화 요구 관철, 2020년 정부 예산안에 만사니요 항구 현대화 반영 ○ (파라과이) 정권 교체 이후인 2019년 파라과이 인프라 시장 역대 최대 발주 규모 경신. 대부분의 프로젝트가 MDB 재원을 활용해 중장기적으로 추진되는 중

	경쟁동향	○ (콜롬비아) 다국적 컨소시엄들이 콜롬비아 내 지점 등록을 통해 입찰 참여 ○ (도미니카공화국)중동(DP World), 멕시코계 컨소시엄(Puerto Plata Port Investment) 등 현지 항만 기 투자. 중국기업 투자 관심 증가 ○ (파라과이) 도로 프로젝트가 큰 비중을 차지하는 공공 인프라 분야에 진출한 외국기업은 적은 편이며, 파라과이 현지 토목업체들의 영향력이 강한데, 현지 기업들의 견제로 도로 입찰 수주 환경이 더 어려워졌으나, 현지 시공사 단독 수행이 어려운 대형 프로젝트, 특히, 교량 건설 등 고도의 엔지니어링 공법이 필요한 입찰은 현지 기업들의 기술력 부족으로 외국기업 참여가 필수적이어서 현지 기업과 외국기업이 컨소시엄을 구성하는 경우도 많고, 도로 외의 수처리 시설, 에너지 인프라 등에서도 현지 기업들의 기술력이 취약한 것으로 평가
	진출방안	○ (콜롬비아) 콜롬비아 국내기업과 컨소시엄을 통해 현지 사정에 능통하면서 기술을 펼칠 수 있도록 틈새를 공략 ○ (도미니카공화국) 관광 및 산업 인프라 연계 등 개발 등 대상 지역 특성을 고려한 경제 활성화 방안 제시, 정관계 네트워킹 역량을 갖춘 유력 파트너 협력 ○ (파라과이) 도로 입찰은 중장기적인 관점에서 접근할 필요가 있으며, 우리기업이 상대적으로 경쟁력을 보유하고 있는 수처리 시설, 교량 건설 등에 집중하는 것이 효과적
	유망국가	콜롬비아, 도미니카공화국
분야명 8		
게임	선정사유	○ (브라질) 브라질에서는 약 7천 5백만 명이 게임을 즐기며, 유저의 대다수가 10~30대의 젊은 층이고, 브라질에서 소비되는 게임은 FPS부터 MMORPG 등 여러 장르의 게임이 소비되고 있음 ○ (파라과이) 최근 파라과이에서는 각종 게임 관련 행사, 리그, TV 프로그램 등이 활성화되는 추세로 시장 성장 전망
	시장동향	○ (브라질) 브라질의 게임 시장규모는 중남미에서 가장 큰 세계 13위에 해당하며, 브라질디지털게임공사(IBJD)에서 실시한 조사에 따르면 게임 관련 종사자 수가 최근 5년간 164% 성장했는데, 게임 산업 중 콘솔 게임이 가장 규모가 크며, 온라인 게임, 모바일 게임순으로 인기가 있고, 시장조사 기관 Newzoo에 따르면 브라질의 게임 시장 규모는 2018년에 약 15억 달러이고, E-Sports 대회 또한 300만 달러의 상금이 걸릴 정도로 규모가 커짐. 콘솔 게임으로는 Call Of Duty, Witchers, GTA와 같은 게임 인기를 끌고 있으며, 온라인 게임으로는 DOTA 2, L.O.L, 모바일 게임으로는 Free Fire, Candy Crush등의 게임이 인기 ○ (파라과이) 파라과이 게임 리그 체제가 형성되고, 다양한 E-Sport 행사가 개최되고 있고, 게임 산업 중에서 콘솔 게임 및 온라인 게임에 관심이 높으며, 액션 실시간 전략 게임인 MOBA (Multiplayer Online Battle Arena)가 가장 인기이고, Fortnite, Apex Legends, League of Legends, Dota 2 등의 인기가 높은 편
	경쟁동향	○ (브라질) 콘솔 게임의 경우, 일본의 Nintendo의 Nintendo Switch와 Sony의 PS4, 그리고 미국 Microsoft사의 XBox가 시장을 양분 중으로, 브라질에 진출한 한국 회사들은 게임 콘텐츠를 배포하며 진출했으며, 배틀그라운드, 서머너즈 워, MMORPG 장르의 게임이 많이 진출 ○ (파라과이) 각종 행사 및 프로 게이머 구단 서포트를 담당하는 현지 주요 통신사(Tigo/Personal)가 게이밍 시장을 개척했다고 볼 수 있으나, 특정 연령층(주로 10대)을 제외한 고객층은 확보하지 못하고 있음
	진출방안	○ (브라질) 콘솔 게임의 경우, 세계적으로 인기를 끌고 있는 Nintendo, PS4, Xbox와 경쟁을 할 수 없으므로 브라질 현지 게임 회사를 통한 브라질 시장 진출방안 모색이 필요하고, 브라질 시장 진출을 위해 Steam과 같은 멀티플레이어 플랫폼을 활용하고, 온라인 게임 시장과 모바일 게임 시장을 적극적으로 노려야 함 ○ (파라과이) 파라과이 프로 게이머 또는 프로 게이머 리그와의 제휴를 통한 현지 시장 진출방안 모색하고, 게이밍 이벤트 개최 등을 통한 홍보 및 유저 확보가 필요
	유망국가	브라질, 파라과이

분야명 9		
IOT 서비스	선정사유	○ (페루) 최근 치안/교통시스템 개선방법에 대해 각종 지자체들에서 스마트시티형 솔루션을 도입하여 해결하고자 하는 의지가 엿보임 ○ (아르헨티나) 아르헨티나의 IOT 인프라 구축을 위한 투자 증가
	시장동향	○ (페루) 페루 내 지자체들에 CCTV 등과 같은 보안 장비가 상당수 설치되어있으나, 해당 장비에 대한 통합 시스템이 부재하거나 초급수준에 머물러 있어 이에 대한 수요가 다수 발견됨 ○ (아르헨티나) Qualcomm 및 IDC 컨설팅 보고 자료에 의하면 중남미는 전 세계 IoT 시장의 약 1.57%를 차지했는데, 아시아, 유럽 및 미국은 4차 산업에 큰 투자를 하지만, 중남미는 시작 단계라고 볼 수 있으며, 앞으로 투자 기회가 많을 거라고 예상되고, Machina Research 보고서에 의하면 아르헨티나는 2014~2024년까지 IOT 산업에 투자는 매년 27% 증가 예상되는데, IOT 연결 수는 현 14.6백만에서 160백만으로 증가할 추세이며, 불안한 경기로 인해 치안이 나빠지고 있어 홈 시큐리티 관련 IOT 제품의 수요 증가
	경쟁동향	○ (페루) Huawei 등 중국계 SI 기업 ○ (아르헨티나) 현지 업체들의 IOT 제품의 투자 증가 추세로 아르헨티나 업체인 DATCO사의 경우 2018년에 IOT 인프라 구축을 위해 30백만 달러 투자했고, YEAP사도 2018년 약 30백만 달러를 투자하는 등 유럽계열 업체들과 협력하는 기업이 증가
	진출방안	○ (페루) 관련 인콰이어리 발굴을 현지 주페루 대사관 및 KOTRA 리마무역관에서 진행 중이며, 주로 팀코리아 등을 구성하여 진출하는 것이 경쟁력 있는 방법 ○ (아르헨티나) 현지 업체와의 협력을 통한 진출이 가장 중요할 것으로 보이며, 스페인어 작동 기능으로 현지인들의 사용에 불편함 없도록 개발할 필요 있음
	유망국가	페루, 아르헨티나
분야명 10		
SW 사이버보안	선정사유	○ (멕시코) 민간·공공분야에서 최신 SW로 교체 움직임 강화 ○ (칠레) 최근 칠레 내 전자상거래 시장이 확대되고 사이버 범죄로 인한 피해가 급증하여 기업, 특히, 금융기관의 사이버보안에 관심이 급증 ○ (콜롬비아) 현재 콜롬비아 세관 서비스 소프트웨어 시스템 업데이트 및 개선 중
	시장동향	○ (멕시코) 불법복제 소프트웨어가 많음 ○ (칠레) 2017년 칠레 최초의 국가 사이버보안 전략'이 수립됐는데, 칠레상업·서비스·관광회의소, Microsoft, 부정거래연구소가 공동으로 발간한 2016년 사이버보안 보고서에 따르면, 인터넷 이용자 43%만 예방 조치(바이러스 퇴치 프로그램 사용 98.2%, 높은 보안 수준의 암호 사용 96.1%, 무료 음악 및 비디오 내려받기 금지 68.3%)를 취했다고 밝혀 관련 서비스에 대한 공급이 시급 ○ (콜롬비아) 국가 기관의 IT화 및 온라인 시스템 개선을 위한 새로운 법 개정
	경쟁동향	○ (멕시코) 대부분 미국 소프트웨어를 사용 ○ (칠레) 아직 걸음마 단계에 있는 칠레 사이버보안 시장에 ITSec, Widefense 등 현지 중소형 기업 정도만 활동하고 있으며, Cisco, Deloitte, IBM 등 다국적 기업은 최근에야 본격적인 진출 의사를 밝힘. 시스코 IDC Skills Gap 2016년 보고서에 따르면, 현재 칠레에는 수요 대비 ICT 전문가 1만 9,500명(약 30%)이 부족하며, 특히, 사이버보안, 클라우드, 빅데이터, 비디오 테크놀로지 분야에서 전문가 부족 현상이 심각한 것으로 나타남 ○ (콜롬비아) 스페인, 독일, 중국, 인도
	진출방안	○ (멕시코) SW 업데이트, 복제품 방지 등 A/S를 등 차별화 전략을 활용한 진출 ○ (칠레) 국가 사이버보안 전략'에 맞춰 디지털 정부화에 필요한 사이버보안 기술에 대해 정부 간 협의를 통해 국내 유수 사이버 보안업체의 칠레 시장 진출을 위한 교두보를 마련해야 하며, 뛰어난 기술력을 보유한 한국기업의 직접 시장 진출(금융, 전자상거래 보안 등)도 매우 유망함 ○ (콜롬비아) 한국의 IT 기술과 경험으로 콜롬비아 맞춤형 시스템을 구축해 입찰에 도전
	유망국가	멕시코, 칠레, 콜롬비아

첨부 3 2020년도 KOTRA 주요 사업(잠정)

구분	주요 사업명	일시/장소
한류를 활용한 중남미 소비재 시장 진출 지원	중미 화장품 및 식품 분야 유통망 및 벤더 연계 팝업 스토어 개최	상반기/과테말라
	2020년 파나마 종합박람회(중미 최대) 한국관 운영	2월/파나마
	에콰도르 유망 한국 소비재 전시 상담회	2분기/키토
	유망 소비재 유통망 입점 지원사업	2~3분기/아순시온
	멕시코 뷰티박람회(Expo Beauty Show) 2020	3분기/멕시코시티
	브라질 화장품 시장 진출 확대 사업(방한구매단, 뷰티전시회 등 지원)	연중/상파울루
	파나마 대형 유통체인 협업 화장품 및 소비재 쇼케이스 개최	3분기/파나마
	2020 아바나 국제박람회 연계 한국주간(Korea Week in Cuba)	11월
팀코리아를 통한 중남미 인프라 프로젝트 수주 참여	페루 스마트시티 구축 팀코리아 설명회	3월/리마
	페루 및 볼리비아 정부 발주 예정 사업에 대한 G2G 인콰이어리 발굴	6월/리마, 라파스
	방산·보안 네트워킹 및 진출 지원 사업	11월
	과야낄市 스마트시티(IT/ITS/ICT) 로드쇼	연중/에콰도르 과야킬
	파라과이 ICT 인프라(스마트시티, 전자정부, ITS 솔루션 등) 도입 지원	연중/아순시온
	공공조달 시장진출 맞춤형 지원	연중/아순시온
FTA를 활용한 우리 기업 중남미 진출 지원	한-중미 FTA 활용 미개척 유망시장 수출상담회 개최	2분기/코스타리카
	한-콜 FTA 활용 극대화 사업	연중/보고타
	FTA 붐업 활용 사업(사절단, 상담회 등)	연중/과테말라
자동차 가치사슬 편입 지원	Korea Autoparts Plaza Mexico	5월/과나후아토
	파라과이 자동차부품 수출상담회	하반기/아순시온
중남미 미개척 시장 공략을 통한 우리 기업 진출 지원	볼리비아 제1 경제도시 지방상권 개척 상담회	4월/볼리비아 산타크루즈
	브라질 지방바이어 발굴 마케팅 사업	연중/브라질
	카리브해 도서 국가, 미개척 유망시장 수출상담회 개최	연중/트리니다드토바고 등
	관할지(엘살바도르, 온두라스 등) 진출 지원	연중/과테말라
	파라과이 지방상권 개척 사업	연중/시우다드델에스테
신규 유망품목 진출 지원	한-중남미 LED 협력 현지 공동 세미나	2분기/키토
	MERCOSUR 전력기자재 로드쇼	2-3분기/아순시온
	2020 보건분야 한-페루 이니셔티브	9월/리마
	2020 신재생 에너지 중남미 로드쇼	10월/리마

첨부 4 2020년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더

주요 정치 일정

국가	주요 내용	일시(잠정)	비고
멕시코	대통령(혹은 외무부 장관) G20 참석	2020.11.21~22	사우디아라비아, 리야드
	태평양동맹(PA) 협상	연내	
브라질	브라질 지방 선거	2020.10.4	
칠레	지방자치 선거(Elecciones Municipales)	2020.11.22	
파나마	제14회 중미카리브(LAC)-중국 비즈니스 서밋	2020.11월	
도미니카 공화국	대통령/국회의원(상/하원)/지방자치단체 선거	2020.5.17	상원 32석 하원 190석
	도미니카공화국 인구주택 총 조사(CENSO 2020)	2020.6월	
	대통령 선거 결선 투표 (상위 2인)	2020.6.28	1차 선거 과반 득표자 없을시 진행
	신임 대통령 취임 및 신정부 출범	2020.8.16	
과테말라	알레한드로 지아마테이 당선자 취임	2020.1.14	
파라과이	파라과이- 칠레 정상회담	2020.3월	아순시온 개최
	이베로아메리카 정상회의	2020.11월	안도라 개최
	전국 지자체장 선거	2020.11.8	시장 및 시의원 선출
쿠바	헌법개정에 따른 총리 및 주요 각료 선출	2020.3월	

주요 경제·통상 일정

국가	주요 내용	일시(잠정)	비고
멕시코	2021년 정부 예산 신청	2020.9월	
	USMCA(미국·멕시코·캐나다 협정) 발효	연내	
브라질	세금 개혁	연내	
	EU-메르코수르 무역 협정	연내	
	한-메르코수르 무역 협정	연내	
칠레	한-칠레 FTA 개선	연내	
콜롬비아	콜롬비아-파나마 FTA	연중	
	콜롬비아-이스라엘 FTA	연중	
아르헨티나	예산안 국회 송부	2020.9.15	
파나마	파나마 인구·주택 총조사(Censo 2020)	2020.5.24	
에콰도르	에콰도르-멕시코 통상협정 협상 재개	연내	예정
	에콰도르-칠레 통상협정 협상 개시	연내	예정
도미니카공화국	정부예산안 발표	2020.9월	
과테말라	한-중미 FTA 재협상	연중(미정)	한-중미 FTA 공식 비준 후 진행 예정

	2021 정부 예산안 발표	2020.8월	
	2021 최저임금 발표	2020.12월	
	SICA 60주년 기념행사	연중(미정)	
파라과이	2020년 공무원 인건비 예산 발표	연내	
	한-MERCOSUR TA 완료	연내	잠정
	2020년 국회 예산 심의	2020.12월	

유망 전시회 캘린더

무역관	분야	전시회명	일시
멕시코	의류, 패션, 액세서리	멕시코 과달라하라 국제 미용 전시회 (Expo Belleza Internacionalde Occidente)	2020.5.31~6.1
	포장기계, 포장산업	멕시코시티 포장산업 전시회(Expo Pack)	2020.6.2~5
	의료기기, 약품, 위생	멕시코시티 의료전시회(Expo Med)	2020.6.9~11
브라질	건설, 건축	Feicon Batimat	2020.3.31~4.3
	보안장비	Exposec	2020.4.14~16
	기계, 장비	Feimec	2020.5.5~9
	식품, 유통 산업	Apas	2020.5.18~21
칠레	항공	칠레 항공 전시회(FIDAE)	2020.3.31~4.5
	광산	칠레 광산 전시회(EXPOMIN)	2020.4.20~24
	IOT	칠레 IOT 전시회(IOT Innovatech Latam)	2020.5.6~7
콜롬비아	보건	MEDITEC	2020.6.23~26
	보안	Feria Internacional de Seguridad	2020.8월
	종합	Feria Internacional de Bogota	2020.9.21~25
	미용	Belleza y Salud	2020.10월
아르헨티나	섬유	섬유 박람회(Emitex, Simatex and Confemaq)	2020.4.21~23
	기계	기계 및 기술 박람회 (Feria Internacional de la Máquina Herramienta y Tecnologías para la Producción)	2020.5.12~16
	의약품	의약품 박람회(Expofarmacia)	2020.5.31~6.2
	석유, 가스 산업	석유 및 가스 산업 콘퍼런스 (Congreso de Integridad y corrosion en la industria del petroleo y del gas)	2020.6.2~4
	건축	건축박람회(BATEV+FEMATEC)	2020.6.24~27
	목재, 기술	목재 및 기술 박람회(FITECMA)	2020.7.2~6
	냉난방	냉난방 전시회(Expo Frio Calor Argentina)	2020.8.26~28
	에너지효율	에너지 효율 전시회 (Expo Eficiencia Energetica Buenos Aires)	2020.8.26~28
	안전	안전 박람회(Intersec)	2020.8.26~28
	자동차부품	자동차 부품 전시회(Automechanika Buenos Aires)	2020.11.4~7
파나마	기계	파나마 기계박람회(Expomaquina)	2020.2.5~7
	유아용품	파나마 유아용품 전시회(EXPO del Bebe)	2020.2.14~16
	종합	파나마 종합박람회(Expocomer)	2020.3.25~28

	자동차부품, 타이어	중남미 자동차부품/타이어 전시회 (Latin Autoparts Plaza)	2020.7월
	건축	파나마 건축박람회(CAPAC)	2020.9월
	물류	파나마 물류박람회(Expologistica)	2020.10월
	의료	파나마 의료박람회(Expomedica)	2020.10월
에콰도르	광업	Expominas	2020.4월
	섬유	Ecuatextil	2020.4월
	관광	Expovacaciones	2020.6월
	자동차부품	Expomec	2020.9월
	석유개발	Ecuador Oil and Power	2020.9월
	화훼	Feria Agriflor	2020.9월
	의료기기	Medecu Show	2020.10월
	건설	Feria Quito Construcción	2020.10월
	미용	Feria de belleza(Expobelleza)	2020.11월
도미니카 공화국	종합	Camara HUB	2020.3월
	종합	Expo CIBAO	2020.9월
	종합	Expo Comercial Asonahores	2020.9월
과테말라	섬유	Apparel Sourcing Show	2020.5.12~14
	식품	FERIA ALIMENTARIA	2020.9월
	철물, 건축자재	FERRET EXPO	2020.11월
파라과이	건축·건설·농업기계 ·장비	EXPO MAQUINA	2020.2.5~7
	무역업	FIFPY (10° edición)	2020.4.21~22
	각종 건축 기자재 장비	파라과이 국제 건축 박람회(EXPO CONTRUCTECNIA)	2020.5.20~24
	물류관리 및 첨단기술	EXPO LOGISTICA	2020.7.3~4
	종합(산업·무역·서비스· 축산업)	파라과이 산업박람회	2020.7월
	의료, 의약	EXPO FARMACIENTIFICA	2020.9월
쿠바	도서	국제도서전	2020.2.6~16
	건출	국제 건축 전시회	2020.4.21~24
	식품 포장 기계, 기술	국제 식품 포장 기계/기술 전시회	2020.5.19~21
	신재생 에너지	국제 신재생에너지 전시회	2020.6.10~12
	운송	국제 운송 전시회	2020.9.22~24
	종합	아바나 국제박람회(FIHAV)	2020.11월

작성자

연번	작성자	직책	소속	Tel	Email
1	**정석수**	부장	중남미지역본부	52-55-5514-3173(ext 704)	ssjung@kotra.or.kr

KOTRA자료 20-032

2020 권역별 진출전략 중남미

발 행 인 권평오
발 행 처 KOTRA
발 행 일 2020년 1월
주 소 서울시 서초구 헌릉로 13 (06792)
전 화 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 www.kotra.or.kr
문 의 처 경제협력총괄팀 (02-3460-7689)
I S B N 979-11-6490-178-4(95320)

Copyright © 2020 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지 공공누리 공공저작물 자유이용허락