

기획조사 06-075

# 주요국의 e-Business 현황, 중남미판

**kotra**

Korea Trade-Investment  
Promotion Agency



---

# 주요국의 e-Business 현황

## 중남미편

---

※ 본 보고서의 일부 내용은 '2006 e-비즈니스 백서'(한국전자거래진흥원, 2006.7)에도 포함되어 있음.

## 요 약

IDC가 2005년 10월에 발표한 보고서에 따르면 2005년 전 세계 전자상거래 시장규모는 2004년에 비해 53.5% 증가한 3조 7,936억 달러에 이르는 것으로 추정되며 2006년에는 2005년 대비 32.4% 증가한 5조 230억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다. 또한 2006년 이후에도 연평균 약 19%의 빠른 성장률을 보여 2009년에는 총 시장규모가 8조 5,416억 달러에 이를 것으로 예상된다.

멕시코의 전자상거래 규모는 2005년 기준 82억 6,000만 달러를 기록하였다. 아직 인프라 시설이나 환경이 제대로 정비되어 있지 않아 거래규모는 작지만 최근 선진국과의 FTA 체결과 정부의 적극적인 지원정책에 힘입어 전자상거래 및 e-Business 시장이 지속적으로 성장하고 있다. 주요 정부 프로젝트에 참가하기 위해서는 사전정보 입수노력과 로비력의 확보가 중요하며, 관세통합시스템 등 검증된 무역관리 솔루션이나 보안 솔루션 분야를 대상으로 현지 업체와의 제휴를 통한 진출이 권장된다. 멕시코는 UN의 전자정부지수에서 191개국 중 31위에 올랐으나, EIU의 e-Business 준비도에서 68개국 중 39위, IDC의 정보사회지수에서는 53개국 중 37위를 기록하는 등 전반적으로 중하위권 수준으로 평가되었다.

브라질의 전자상거래 규모는 2005년 기준 663억 달러에 이르며 거의 모든 상품 및 서비스 분야에서 전자상거래가 이루어지고 있다. 브라질은 넓은 국토면적에 비해 대형할인점이나 백화점이 특정 도시에 편중되어 있어 B2C 상거래 전망이 밝은 편이며 B2B 거래도 브라질 중소기업지원센터나 각 업종별 협회를 통해 확산되고 있다. 각종 소프트웨어 및 솔루션 분야나 통신장비, 인프라 분야, 컴퓨터 부품 부문이 진출이 유망한 분야이며 철저한 현지화를 통해 기존 대형 IT 기업이나 현지 중소기업체와의 제휴를 통한 진출이 바람직하다. WEF에서 2006년 3월에 발표한 네트워크준비지수에서 브라질은 52위를 차지하였으며, UN에서 2005년 12월에 발표한 전자정부준비지수에서 191개국 중 33위를 차지하여 국제적 IT 지수에서 보이는 브라질의 정보화수준은 높지 않은 편으로 나타났다.

# 목차

## I. 멕시코

1. 정보통신산업 현황 / 1
2. IT 인프라 현황 / 4
3. 전자상거래 현황 / 8
4. 기업의 e-Business 현황 / 10
5. 정부정책 / 13
6. 우리기업의 진출방안 / 16

## II. 브라질

1. 정보통신산업 현황 / 19
  2. IT 인프라 현황 / 19
  3. 전자상거래 현황 / 22
  4. 기업의 e-Business 현황 / 23
  5. 정부정책 / 24
  6. 우리기업의 진출방안 / 27
- [참고자료] / 31

## I. 멕시코

### 1. 정보통신산업 현황

#### 가. 개황

□ 멕시코의 정보통신산업 규모는 중남미 국가 가운데 브라질에 이어 2위

- 멕시코 IT 조사업체인 Select에 따르면, 멕시코의 정보통신시장규모는 2005년 기준 82억 6,000만 달러를 기록
  - 하드웨어 부문이 52억 달러로 전체 정보통신시장의 63%, IT 서비스 부문이 22억 6,000만 달러로 27%를, 그리고 소프트웨어 부문이 7억 9,000만 달러로 9.5%의 비율
- Select社에 따르면, 2005년 멕시코 정보통신산업은 주로 게임기, 이동전화, PDA 등과 같은 개인기기의 성장에 힘입어 10.8%의 성장률을 기록
  - 2006년에는 정권교체 등으로 인한 주요 IT 프로젝트 유보가 우려되어 7.8% 성장률을 보일 것이라고 전망

멕시코 IT시장규모 (2005년 기준)

| 부문     | 시장규모(백만달러) | 비중(%) | 성장률(%) |
|--------|------------|-------|--------|
| 하드웨어   | 5,221      | 63.2  | 14.9   |
| 소프트웨어  | 785        | 9.5   | 9.3    |
| IT서비스  | 2,257      | 27.3  | 7.7    |
| 총 시장규모 | 8,263      | 100   | 10.8   |

자료 : Select

□ 2005년 기준 멕시코의 IT분야 지출은 전체 GDP의 4.6%이며 IT분야

투자가 세계 46위에 그칠 정도로 아직까지 동 분야에 대한 투자가 미흡

- 소프트웨어 부문에 대한 지출은 전 세계 평균의 1/6 수준, 미국의 1/9 수준으로 평가
  - 2005년 4/4분기 기준, 소프트웨어에 대한 지출은 전체 GDP의 0.05%에 불과할 정도로 미진
  - 같은 기간 멕시코는 장비 및 그 주변기기에 GDP의 0.2%를 투자

## 나. 부문별 시장현황

### ① 하드웨어

□ 하드웨어 산업은 PC 부문이 전체시장의 60%를 차지할 정도로 아직까지 그 비중이 매우 높음.

- PC부문은 2005년 31억 7,000만 달러로 15.3%의 성장률을 기록
  - 그 다음으로 네트워크장비, 주변기기가 많은 비중을 차지

멕시코의 부문별 하드웨어 산업구조 (2005년 기준)

| 부문     | 시장규모(억달러) | 비중(%) | 성장률(%) |
|--------|-----------|-------|--------|
| PC     | 31.7      | 60.7  | 15.3   |
| 네트워크장비 | 7.6       | 14.6  | 9.6    |
| 주변기기   | 7.0       | 13.4  | 15.4   |
| 서버     | 4.2       | 8.0   | 11.4   |
| 저장장치   | 1.7       | 3.3   | 10.7   |
| 총 시장규모 | 52.21     | 100   | 14.9   |

자료 : IDC Preliminares

### ② 소프트웨어

□ 멕시코 소프트웨어 산업은 멕시코 정부의 Prosoft라는 정책 하에 전

략적으로 성장

- 그러나 소프트웨어 인프라 구축을 위한 시스템보다는 응용 소프트웨어 부문과 개발도구 부문이 대부분을 차지

멕시코의 부문별 소프트웨어 산업구조 (2005년 기준)

| 부문      | 시장규모(백만달러) | 비중(%) | 성장률(%) |
|---------|------------|-------|--------|
| 기본소프트웨어 | 161        | 20.5  | 9.4    |
| 응용소프트웨어 | 318        | 40.5  | 9.5    |
| 개발도구    | 306        | 39.0  | 8.2    |
| 총 시장규모  | 785        | 100   | 9.3    |

자료 : IDC Preliminares

### ③ IT 서비스

- IT 서비스 부문은 2005년 기준, 시스템 유지/보수 부문의 규모가 전체의 31%를 차지

- 그 뒤를 시스템 개발/구축이 잇고 있음.
  - 눈에 띄는 것은 컨설팅 부문이 예년에 비해 그 비중이 높아 4억 6,000만 달러를 기록

멕시코의 부문별 IT 서비스 산업구조 (2005년 기준)

| 부문        | 시장규모(백만달러) | 비중(%) | 성장률(%) |
|-----------|------------|-------|--------|
| 시스템유지/보수  | 702        | 31.1  | 11.8   |
| 시스템 개발/구축 | 618        | 27.4  | 7.1    |
| 시스템 운영/관리 | 367        | 16.3  | 6.1    |
| 컨설팅       | 457        | 20.2  | 4.9    |
| 교육/훈련     | 113        | 5.0   | 7.2    |
| 총 시장규모    | 2,257      | 100   | 7.7    |

자료 : IDC Preliminares

#### ④ IT 지출규모

□ 또 다른 IT컨설팅업체인 Gartner에 따르면, 멕시코 IT 지출규모는 꾸준히 성장, 2005년 기준 538억 3,000만 달러를 기록한 것으로 추정

- 통신부문에 대한 지출이 435억 2,000만 달러를 보이면서 절대적인 비중(70.5%)을 보이고 있음.

#### 멕시코 IT 지출규모 추이

(단위 : 백만달러)

| 구분    | 1999년  | 2000년  | 2001년  | 2002년  | 2003년  | 2004년  | 2005년* |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 하드웨어  | 3,609  | 4,519  | 5,121  | 5,656  | 5,878  | 6,098  | 6,314  |
| 소프트웨어 | 423    | 573    | 721    | 890    | 1,065  | 1,325  | 1,615  |
| 서비스   | 3,393  | 4,044  | 4,868  | 5,870  | 7,065  | 8,535  | 10,260 |
| 통신    | 19,927 | 22,558 | 24,584 | 28,338 | 32,760 | 37,870 | 43,515 |
| 합계    | 27,35  | 31,693 | 35,293 | 40,753 | 46,767 | 53,828 | 61,746 |

주) 2005년은 추정치임.  
자료 : Gartner

## 2. IT 인프라 현황

### 가. 개황

□ 멕시코는 현 Fox 정부의 적극적인 정보화정책에 힘입어 2000년대 들어 이동전화 및 인터넷 이용률이 급속히 높아지고 있지만 아직까지 경제규모에 비교했을 때 많이 부족한 상황

## 멕시코의 IT 인프라 현황

| 이동전화<br>(2003년 기준) |                     | 인터넷<br>(2004년 기준) |                        |              |                        | PC<br>(2003년 기준) |                    |
|--------------------|---------------------|-------------------|------------------------|--------------|------------------------|------------------|--------------------|
| 총가입자수<br>(천명)      | 인구<br>100명당<br>가입자수 | 총<br>호스트수         | 인구<br>10,000명당<br>호스트수 | 이용자수<br>(천명) | 인구<br>10,000명당<br>이용자수 | 총보유수<br>(천대)     | 인구<br>100명당<br>보유수 |
| 38,451.1           | 36.3                | 1,523,277         | 145.2                  | 14,036       | 1,338                  | 11,210           | 10.7               |

자료 : ITU (2005)

□ 멕시코 정부는 IT 인프라 확충을 위해 테크노파크 건설 촉진계획을 수립

- 그러나 아직까지 구체화된 곳은 없으며, 북쪽 바하 캘리포니아 (Baja California)주에서 첨단과학기술 단지 건설을 추진하고 있는 것으로 알려짐.

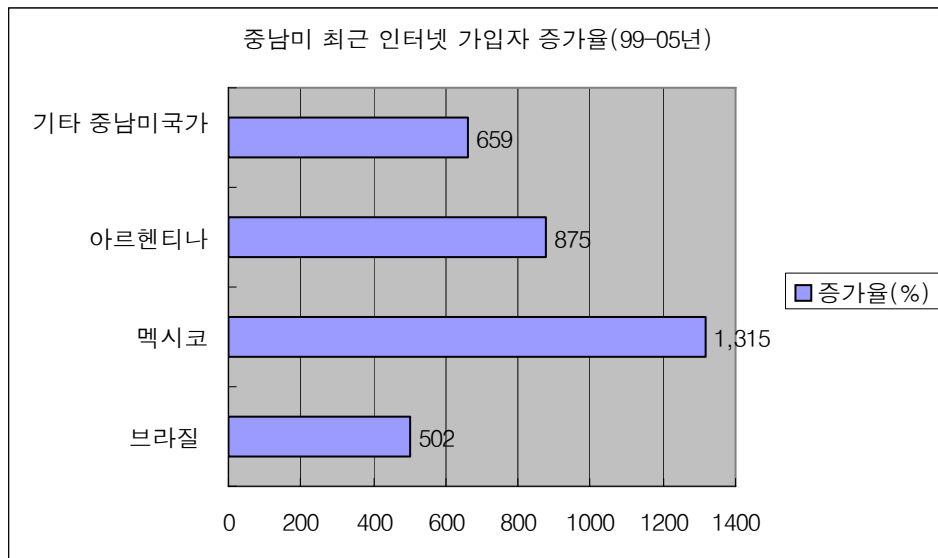
### 나. 인터넷 이용 동향

□ 멕시코 인터넷협회(AMIPCI)에 따르면, 2005년 멕시코 인터넷 사용자 수는 1,710만 명으로 2004년 1,490만 명에 비해 14.8% 성장

- 인터넷은 주로 13세에서 35세가 주로 이용하고 있었으며, 사용자의 59%가 남성인 것으로 발표
  - 아울러 2005년에는 도심지역 인터넷 보급률이 32%에 달한 것으로 알려짐.
- 최근 인터넷 이용자가 급증하는 추세이나 아직까지 인터넷 접근용 이성(e-Readiness)에서는 2004년 기준 세계 65개국 가운데 36위를, 2003년에는 60개국 가운데 31위를 기록

□ 이와 같이 인터넷 보급률이 경제수준에 비해 낮은 것은 인구의 절대빈곤층이 많고, 인터넷 이용료가 높기 때문

- 가정에 PC를 구비하여 인터넷에 접속하기보다는 시내 PC방에서 인터넷을 이용하는 인구가 많은 것으로 알려져 있음.
- 반면 멕시코는 지난 1999년부터 2005년까지의 인터넷 가입자 증가율이 1,315%로 여타 중남미 국가들에 비해 탁월한 수치를 보임.



(자료 : Jupiter Communications, AMIPCI)

- 인터넷 접속방법으로는 아직까지 전화선이 주를 이루고 있으나 최근 전용선 및 브로드밴드 이용이 급증
- 그러나 소득수준이 낮는데 그 사용료가 높아 아직까지 브로드밴드 이용률이 크게 낮은 수준

#### 멕시코 인터넷 시장규모

(단위 : 백만달러)

| 분야    | 2003년 | 2004년 | 2005년 |
|-------|-------|-------|-------|
| 전화선   | 433   | 476   | 528   |
| 전용선   | 212   | 255   | 320   |
| 브로드밴드 | 201   | 269   | 364   |

자료 : Select

## 다. 이동전화 보급현황

□ 멕시코는 최근 몇 년째 계속되는 국내경기 침체에 기인한 소득 감소에도 불구하고 이동전화 가입자는 이례적으로 증가

- 2005년 신규 이동전화 가입자 수는 810만 명으로 전년 대비 22% 증가

◦ 이에 따라 멕시코 총 이동전화 가입자 수는 4,550만 명으로 인구(1억)의 거의 절반이 이동전화에 가입

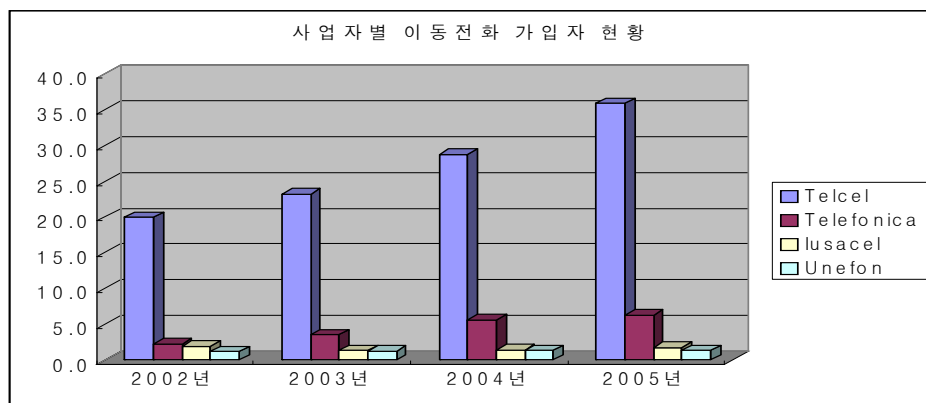
### 멕시코 이동전화 가입자 현황

(단위 : 백만명, %)

| 사업자명       | 2002년 |       | 2003년 |       | 2004년 |       | 2005년 |       |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|            | 가입자   | 비중    | 가입자   | 비중    | 가입자   | 비중    | 가입자   | 비중    |
| 총 가입자      | 25.4  | 100.0 | 29.5  | 100.0 | 37.3  | 100.0 | 45.4  | 100.0 |
| Telcel     | 20.0  | 78.6  | 23.3  | 79.0  | 28.8  | 77.2  | 35.9  | 79.1  |
| Telefonica | 2.3   | 9.1   | 3.5   | 11.9  | 5.6   | 15.1  | 6.3   | 13.9  |
| Iusacell   | 1.9   | 7.6   | 1.4   | 4.7   | 1.5   | 3.9   | 1.8   | 4.0   |
| Unefon     | 1.2   | 4.7   | 1.3   | 4.4   | 1.4   | 3.7   | 1.4   | 3.1   |

자료 : 각 이동통신사 자료

- 위 표에서와 같이 사업자별로는 GSM 시스템인 Telcel이 전체 시장의 80%를 차지하고 있을 정도로 시장을 독식



□ Yankee Group社는 향후 3년 안에 멕시코 14세 이상 인구 가운데 70% 이상이 이동통신에 가입할 것이라고 예견

- 한편, 멕시코는 전체적으로 소득수준이 낮아 계약에 의한 이동전화 가입자는 전체의 5%에 불과하고, 나머지 95%는 pre-paid card를 구입하여 사용하는 저소득층 이용자
  - 단말기의 경우 여러 가지 기능이 있는 고가의 제품보다는 저가에 대한 수요가 많음.

### 3. 전자상거래 현황

□ 멕시코의 전자상거래 시장은 아직 인프라 시설이나 환경이 제대로 정비되어 있지 않아 거래규모가 작음.

- 최근 선진국들과의 자유무역협정(FTA) 체결과 정부의 적극적인 지원정책에 힘입어 브라질에 이어 중남미에서 두 번째 규모의 전자상거래시장을 형성

□ 멕시코 인터넷협회(AMIPCI)의 조사에 따르면, 2005년 1/4분기 e-Business 가운데 B2C와 C2C 거래규모는 8억 달러를 기록

- 2004년 1/4분기 4억 5,000만 달러에 비해 81%의 놀랄만한 성장률
  - 물론 이는 브라질 수준에는 훨씬 못 미치지만 짧은 기간 내 달성한 성장률임을 감안해야함.

- 멕시코 e-Business에 대한 인프라가 완벽하지 않아 전체 시장규모를 파악하기가 힘들.

□ G2C의 경우 정부 구매사이트 Compranet이 있긴 하지만, 정부입찰

에 대한 공고 수준에 불과하고 그 외 절차는 모두 Off-line으로 이루어짐.

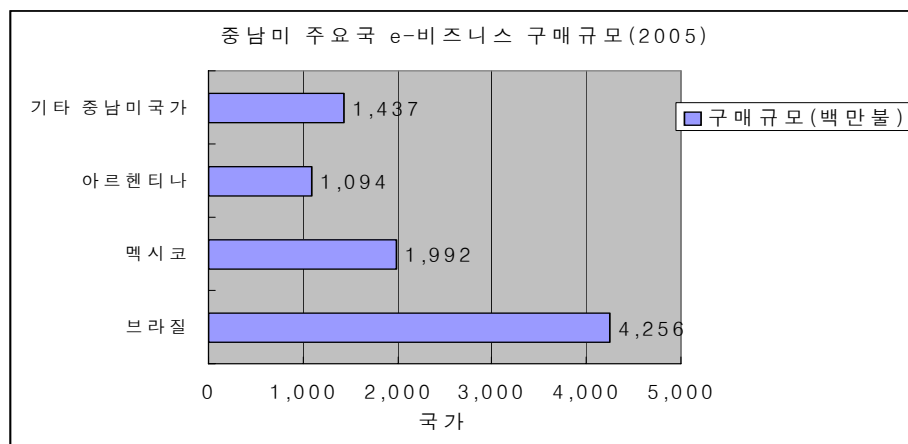
□ e-Business를 위한 관련법령은 이미 마련되어 있지만, B2B에서만 인증서 발급이 가능하고, B2C나 C2C 등에서는 아직까지 그 단계에 이르지 못함.

- B2B의 경우 전자세금계산서 발급을 위한 관련법은 있지만 아직까지 발급은 관련 인프라 미비로 시행되지 않고 있음.
  - 2007년 초 새로운 정부가 들어서면 시행될 것으로 기대

□ 멕시코 전체 인터넷 이용자 1,710만 명 가운데 51%만이 인터넷을 통해 상품을 구매 또는 대금을 지불

- 나머지 49%의 인터넷 이용자가 e-Business를 이용하지 않는 이유는 인터넷 상 개인정보 유출 우려(49%)와 신용카드 미보유(39%)등인 것으로 나타남.

□ Jupiter Communications社에 따르면, 멕시코는 브라질에 이어 중남미에서 두 번째로 e-Business 구매 규모가 커 2005년의 경우 총 19억 9,000만 달러를 구매한 것으로 추정



주) 멕시코의 19억 9,000만 달러 가운데 4억 5,000만 달러는 B2C  
자료 : Jupiter Communications, AMIPCI

#### 4. 기업의 e-Business 현황

##### 가. 개황

- 2005년 멕시코 B2B거래 가운데 인터넷을 이용한 e-Business는 전년 대비 18% 증가 (2004년은 전년 대비 14% 증가)
  - 하지만, 아직까지 인증제도 등 관련 인프라가 완벽하지 않아 e-Business가 활성화되기에는 어느 정도의 시간이 필요
    - B2B의 경우 멕시코 국세청에서 인증서를 발급하고, 운영 및 감독도 맡을 경우 정보의 신뢰도에 문제가 제기될 수 있음.
- 2004년 멕시코 기업인들은 인터넷을 통한 기업홍보에 3,000만 달러를 지출
  - 최근 이와 같은 기업인들의 e-Business 중요성에 대한 인식 확산은 짧은 기간 내에 멕시코 e-Business 시장규모를 확대시켰음.

##### 나. B2C 현황

- 대기업 위주의 전자상거래가 활성화되기 시작한 멕시코는 중소기업의 e-Business 이용은 아직까지 거의 전무
  - B2C기업 가운데 전체 e-Business 발전에 크게 기여한 업체로는 Mexicana, Mercado Libre, eTronics 등
    - Mexicana社는 항공사로서 전체 항공권 판매 가운데 23%가 인터넷을 통해 이루어졌음.
    - Mercado Libre社는 미국 e-Bay와 협력하여 짧은 시간 내 멕시코 인터넷 경매시장의 선두주자로 급부상

- eTronics社は 카메라, 디지털카메라, 캠코더, MP3, MP4 등 9,800여 개의 전자제품을 판매, 2005년 창립된 이후 빠르게 성장

- 그 외 전통적으로 Sanborns.com과 Todito.com을 들 수 있음.
  - Sanborns.com은 전자제품, 도서, 음반, 선물용품, 의약품 등을 주로 판매하는데 Sanborns.com의 e-Business가 활발한 이유는 계열사 덕을 톡톡히 보고 있기 때문으로 계열사는 바로 통신회사 Telmex로서 멕시코 최대 ISP업체
  - 다음 Sanborns 뒤를 Todito.com이 잇고 있는데 역시 이 업체도 멕시코 제2의 공영방송인 TV Azteca와 가전제품 최대 판매업체인 Grupo Elektra의 계열사로서 그 덕을 보고 있음.

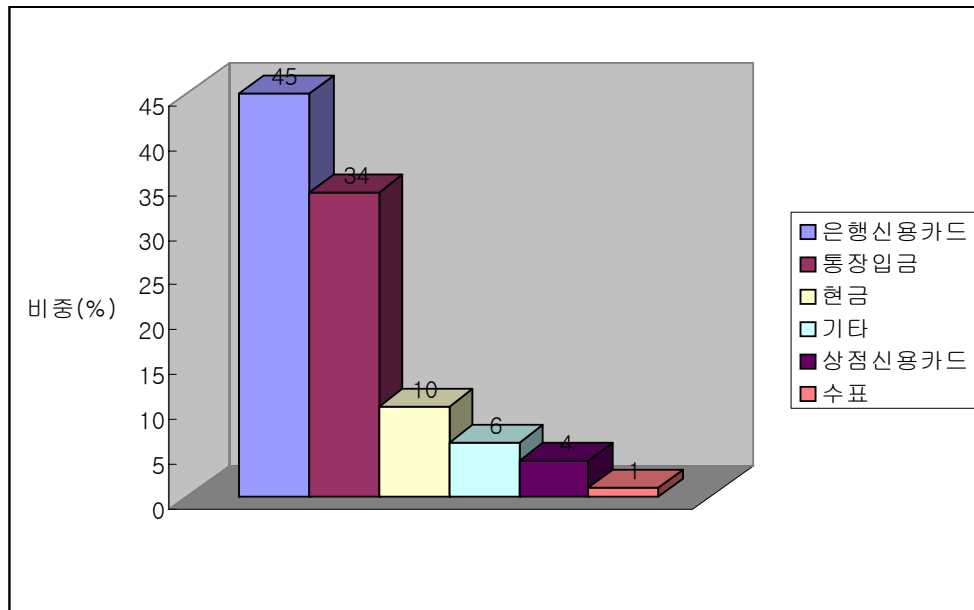
□ 한편, 최근 들어 미국의 Amazon.com과 McAfee.com과의 거래가 눈에 띄게 활발해지고 있음.

- 참고로 지난 2005년 7월 NAFTA(미국, 캐나다, 멕시코)의 e-Business 산업의 대표적 기업인들이 만나 NAFTA 회원국 간 e-Business 세금, 보안 등을 위한 가이드라인을 확정된 바 있음.

## 다. 거래형태

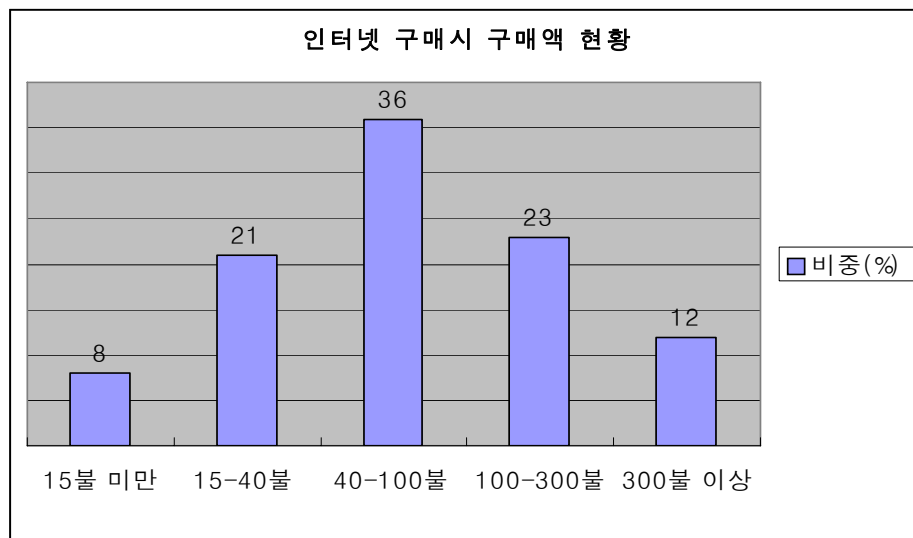
- 전자상거래를 통해 가장 많이 판매되고 있는 품목은 전자제품, 소프트웨어, 도서, CD, 항공권 예약 및 구입, DVD, 공연티켓, 비디오 게임, 가정용품, 의류 및 신발, 장난감, 화장품 순
- 주요 결제수단으로는 은행 신용카드가 전체의 절반 가까운 45%였으며 통장 입금이 34% 등인 것으로 조사

## 전자상거래 결제수단 현황



주) 2005년 8월 기준 3,321명 대상 설문조사 결과  
자료 : AMIPCI

- 전자상거래 구매 시 총 이용자 가운데 36%는 40불에서 100불 사이의 물건을 구매하고 있는 것으로 나타남.



주) 2005년 8월 기준 3,321명 대상 설문조사 결과  
자료 : AMIPCI

## 5. 정부정책

### 가. 정보화 정책

□ 멕시코 정부의 정보화정책은 2000년 12월 Fox 정권이 들어서면서 마련되었으며 2003년 6월 발족된 'e-Mexico' 프로그램을 통해 진행

- 이전에도 Zedillo 정부 당시 '정보산업발전계획(Plan of the Development of Informations)'이 마련되어 국립과학기술원(CONACyT)에 의해 IT기술 이용확대, IT인력 확충, 연구개발 투자증대, 지역별 IT산업 육성, 통신인프라 개선, IT 산업발전을 위한 제도정비 등을 추진해 왔으나 재정부족과 국민들의 인식부족 등으로 인해 제대로 시행되지 못한 것으로 평가
- 이후 e-Mexico를 통해 국가 디지털 격차 해소, 정부와 민간부문의 디지털화, 정보화를 통한 국민 삶의 질 향상 등을 목표로 교통통신부 산하의 e-Mexico 조정단이 관련 프로젝트들을 시행
- 동 프로그램은 크게 콘텐츠, 시스템, 인터넷 접속 등 3개 부문으로 나누어 각각 추진되어 오고 있다.
  - 콘텐츠 : 는 교육(e-Learning), 보건(e-Health), 경제(e-Economy), 전자정부(e-Government) 등 4개 부문으로 나누어 추진
  - 시스템 : 정부의 포털사이트인 [www.gob.mx](http://www.gob.mx)와 국가차원의 데이터베이스센터를 구축하여 국내 정보격차를 해소하고 정부 공공행정 서비스의 효율성을 향상시키기 위해 노력
  - 인터넷 접속 : 디지털센터(CCDs: Centros Comunitarios Digitales)를 설립하여 국민들의 인터넷 접속을 지원

□ 멕시코 정부는 e-Mexico 추진을 위해 14억 달러의 예산을 지출하였으며 학계, 기업, 연구소 등의 패널 구성을 통해 17개의 중점 추진 과제를 선정하여 추진

- e-Mexico 17개 중점 추진과제

- 전통적인 장치제조산업과 IT산업의 접목투자 확대
- 국내 IT산업 육성
- IT산업 육성에 필요한 기술인력 양성
- IT(소프트웨어) 개발에 투자를 확대하기 위한 기업환경조성
- 국내 소프트웨어 산업 지원
- 소프트웨어 및 IT관련 제품과 서비스에 대한 국내수요 확대
- 중소기업의 경영전략에 IT기법을 적용하는데 소요되는 금융비용 지원
- 중소기업의 행정시스템에 IT기법 사용 촉진
- IT 이점을 부각시킬 수 있는 기업대상 교육프로그램 개발
- 국영기업을 디지털공급체인(Digital Supply Chains)으로 통합
- 디지털공급체인 개발에 초점을 둔 프로젝트에 대한 금융지원 확대
- 디지털공급체인의 관리기법 개발
- 전자, 광학 등 IT관련 미디어의 사용과 전자서명, 인증, 기밀보호, 지적재산권 보호 등을 위한 법적, 제도적 장치 마련
- IT 활용모델로 GOM 사용 확대
- IT 활용기법 등 중요정보에 대한 국내업계의 접근용이성 확보
- 정부 문서작업 및 서비스의 디지털화를 포함한 관련규정 개정
- 전자정부 프로그램의 일환으로 추진 중인 각급 정부기관 민원 서비스의 디지털화 지원

- 멕시코 정부는 e-Mexico 프로젝트에 의거, 저소득층의 인터넷 접근편이를 위해 2005년 말 총 3,200개의 CCDs(디지털센터)를 설립

- 그러나 최근 들어 동 디지털센터의 관리가 허술하여 무용지물이 될 수 있다는 지적이 나오고 있어 저소득층의 정보화에 얼마만큼의 실효를 거둘지는 미지수

□ 한편, 2003년 8월 13일 멕시코 경제부, IT관련 협회, 그리고 IT 주요

기업인들이 모여 Digital Mexico Foundation을 설립

- 주요 IT업체들이 회원으로 가입되어 있으며 멕시코 기업의 IT 선진화를 위해 노력하고 있지만 지금까지 실질적 성과는 없었던 것으로 평가

## 나. e-Business 촉진 정책

### 정보통신산업 육성

□ 멕시코는 1980년대에 들어와 '컴퓨터산업 육성 프로그램'을 통해 실질적으로 정보통신산업을 육성

- 1970년대부터 정보통신산업 육성을 위해 국립과학기술원(CONACyT)을 설립하여 정책을 시행해 왔으나 실효를 거두지 못함.

- '컴퓨터산업 육성 프로그램'에서는 멕시코의 정보통신산업을 보호하기 위해 외국인 투자유치와 함께 투자지분율을 제한하거나 수입을 제한하는 등 자국산업을 보호하는 측면이 강하였음.

- 이후 수차례 정부가 바뀌면서 보호무역적인 산업육성정책에서 벗어나 수입관세 인하나 자유경쟁 촉진을 통해 산업의 경쟁력을 제고
- 지난 2002년 9월에는 총 294개의 IT 제품에 대한 수입관세를 폐지하였으며 2004년 1월부터도 추가로 63개 품목에 대한 수입관세를 폐지

□ 멕시코 정부는 정보통신산업 중 특히 소프트웨어산업을 전략 육성 산업으로 선정하여 지원

- '국가 소프트웨어 개발프로그램(Prosoft)'을 통해 소프트웨어 기업들을 지원해 오고 있으며, 지원전담기구인 정보통신산업협회

(AMITI)를 설립하여 산학협동 연구, 시장조사 대행, 마케팅 활동과 같은 기술적인 지원을 제공

## 전자정부 구현

□ 멕시코 정부는 e-Mexico의 일환으로 전자정부를 추진

- 2001년부터 2002년까지 IT 법령을 정비하고, 정부 포털사이트를 구축하며, 정부 인트라넷 구축과 전자결제제도를 도입하여 전자정부 구현을 위한 기초를 마련
- 현재 전자 정부구매(Compranet), 전자 조세납부(e-Sat), 전자행정(Tramitanet) 등 서비스 이용이 가능하고, 단일 창구를 통한 민원서비스 제공이 가능하도록 노력

## 6. 우리기업의 진출방안

### 가. 유망분야

#### ① 관세통합시스템 등 무역관리 솔루션

- G2B 분야 가운데 모든 무역 프로세스를 포괄하는 '관세통합시스템'은 오래 전부터 논란이 있어왔지만 아직까지 도입이 지연
- 이 분야에서 경험과 경쟁력을 갖고 있는 우리기업의 진출이 유망

#### ② 보안관련 솔루션

- 많은 멕시코 소비자들이 전자상거래 이용을 꺼리는 이유 가운데 하나는 개인정보 유출을 우려하기 때문

- 멕시코에서는 보안과 관련한 결제 솔루션, 전자서명 인증서 관리 솔루션 등에 대한 수요가 높을 것으로 예상

## 나. 진출방법

### ① 사전정보 입수 및 로비력 확보

- 멕시코 주요 정부 프로젝트는 잘 구축되어 있는 정보망을 통한 사전 정보 입수가 필수
  - 일례로, 멕시코 고속도로요금 자동징수시스템 입찰의 경우 입찰 지침서는 스페인어로 350페이지에 달하며, 제안서 제출기한은 45일이 부여되는데 우리 기업이 입찰 지침서를 번역하는 데에만 거의 한 달이 소요되고 있어 사실상 입찰참가가 불가능
- 멕시코 중앙정부, 주정부, 주요기업 등에 사전 정보망을 구축해서 주요 정보를 미리 입수하고 입찰 진행시 로비력을 활용해야함.
  - 입찰 시 주요 인사와의 인맥을 통한 로비가 매우 중요한 요소로 작용

### ② 현지 기업과의 제휴

- 멕시코 현지 중소 IT기업들은 유통망과 아이디어는 있으나, 기술수준이 낮고, 주요 핵심제품을 수입해야하며, 자금력이 부족한 경우가 대부분
- 초기 시장진출 단계에서 현지 IT기업(교포업체 포함)과 제휴를 통해 시장진출을 모색하는 것도 초기 시장진입에 따른 리스크를 최소화하는 방법
  - 특히, e-Business 관련 현지 문화 및 관습을 모를 경우 사업을 실패할 가능성이 높기 때문에 관련분야 기업과의 제휴는 적극

고려해볼만 함.

#### 다. 유의사항

□ 멕시코 시장진출을 위해서는 콘텐츠의 스페인어화가 매우 중요

- 한국의 IT분야 전문가 가운데 스페인어 구사 인력이 거의 없는 관계로 시장진출 시 언어, 문화적인 장벽이 높은 편
- 우리 사고방식에서 본 단순번역 수준이 아니라 멕시코 현지 문화, 관습을 반영한 솔루션의 멕시코화가 필요
- 한국 및 동남아에서 성공한 솔루션이 반드시 멕시코에서 성공할 수 있는 것은 아니므로 멕시코 시장 및 중남미의 문화, 관습에 대한 이해를 바탕으로 제품을 개발해야함.

## II. 브라질

### 1. 정보통신산업 현황

□ 1995년 통신업체 Embratel에 의해 브라질 최초로 상업용 인터넷 서비스가 시작

- 인터넷 사용이 본격화된 것은 1998년 말
- 인터넷 사용자 수는 1999년 480만 명에서 2005년 말 현재 2,200만 명으로 증가
- 무료 인터넷 서비스가 1999년부터 등장하고 인터넷 사용료 인하에 힘입어 인터넷 보급이 확산

□ 브라질 통신시장은 1998년 통신공사 민영화를 계기로 급성장

- 무선전화의 경우 1997년 460만 대에 불과했으나 2002년에는 3,100만 대로 폭증했고 2006년 2월 기준 8,747만 대가 사용

### 2. IT 인프라 현황

#### 가. 인터넷

##### ① 전체 인터넷 사용자 수

| 2000년 | 2001년   | 2002년   | 2003년   | 2004년              | 2005년   |
|-------|---------|---------|---------|--------------------|---------|
| 900만명 | 1,100만명 | 1,400만명 | 1,700만명 | 1,860만명<br>1,970만명 | 2,200만명 |

주) 2004년 통계 수치는 조사기관에 따라 상이  
자료 : E-Consulting

② 열성 인터넷 사용자 수

| 2000년 | 2001년 | 2002년 | 2003년   | 2004년   | 2005년   |
|-------|-------|-------|---------|---------|---------|
| 470만명 | 590만명 | 770만명 | 1,000만명 | 1,210만명 | 1,480만명 |

자료 : E-Consulting

③ 기타 인터넷 관련 통계 (2004년 기준)

- 여성 사용자 수 : 770만 명
- 청년층 사용자 수 : 945만 명
- 노년층 사용자 수 : 39만 명
- 고소득층 사용자 수 : 749만 명
- 중간소득층 사용자 수 : 965만 명
- 저소득층 사용자 수 : 256만 명

④ 브라질 초고속 통신망 사용자 수 (단위 : 백만명)

| 종류     | 2002 | 2003  | 2004  | 2005<br>1/4 분기 | 2005<br>2/4 분기 | 2005<br>3/4 분기 |
|--------|------|-------|-------|----------------|----------------|----------------|
| ADSL   | 530  | 983   | 1,883 | 2,088          | 2,406          | 2,762          |
| 케이블 TV | 135  | 203   | 367   | 393            | 452            | 528            |
| 기타     |      | 13    | 30    | 30             | 44*            | 60             |
| Total  | 694  | 1,199 | 2,280 | 2,510          | 2,902*         | 3,350          |

자료 : Anatel 2005, ABTA, Teleco\*

⑤ 열성 인터넷 접속자 수 (단위 : 명)

|    | 2004년         |                 | 2005년         |                 |
|----|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
|    | 열성 인터넷<br>접속자 | 총 접속자<br>분기별 평균 | 열성 인터넷<br>접속자 | 총 접속자<br>분기별 평균 |
| 1월 | 12,093,394    | 20,551,168      | 10,656,901    | 17,945,437      |
| 2월 | 12,484,475    |                 | 11,032,316    |                 |
| 3월 | 12,269,533    |                 | 11,030,724    |                 |
| 4월 | 11,913,640    | 19,760,497      | 11,378,029    | 18,336,044      |
| 5월 | 11,681,163    |                 | 11,517,361    |                 |
| 6월 | 11,765,602    |                 | 11,548,170    |                 |

|     |            |            |            |            |
|-----|------------|------------|------------|------------|
| 7월  | 11,616,420 | 19,311,854 | 11,434,547 | 18,336,044 |
| 8월  | 12,019,552 |            | 11,630,195 |            |
| 9월  | 11,992,791 |            | 11,960,385 |            |
| 10월 | 11,621,377 | 18,660,650 | N/A        |            |
| 11월 | 11,444,102 |            | N/A        |            |
| 12월 | 10,865,234 |            | N/A        |            |

자료 : Anatel 2005

## 나. 이동전화 보급 현황

- ☐ 이동전화 사용자 중 약 80.78%인 7,066만 명이 요금선불제 (Pre-paid System)를 사용하고 있으며 나머지 19.22%, 1,681만 명만이 요금 후불제를 사용
- ☐ 정보통신국인 ANATEL의 조사에 따르면, 남동부 지방에서 사용 중인 이동전화 대수는 4,186만 대, 북동부가 1,601만 대, 남부가 1,557만 대, 중서부가 887만대, 북부가 516만대로 나타남.
- 또한 브라질 내 5,564개 도시 중 3,111개 도시에서 이동전화 사용이 가능한 것으로 조사
  - 도시별 통계로는 55.91%의 도시만이 이동전화 통화가능지역이지만 인구수로 환산할 경우에는 88.35%의 인구가 이동전화 통화를 할 수 있는 지역에 밀집
- 일반전화의 경우도 2004년 5,320만 대에 달했으나, 브라질은 국토가 광대해 유선보다는 무선 분야가 보다 빠르게 성장
  - 그러나 통신 수요에 비해 공급이 크게 부족한 실정

### 브라질 e-Business 주요 통계

|                    | 1999 | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| 인터넷 사용자 수<br>(백만명) | 4.8  | 9.0  | 11.0 | 14.3 | 17.5 | 20.9 | 22.1 |

|                     |     |     |      |     |     |      |      |
|---------------------|-----|-----|------|-----|-----|------|------|
| PC (백만대)            |     | 9.9 | 12.6 | 16  | 20  | 24.8 | N/A  |
| 휴대전화 (백만대)          | 15  | 22  | 27   | 31  | 46  | 53   | 81   |
| 초고속인터넷 사용자<br>(백만명) | -   | 0.2 | 0.3  | 0.7 | 0.9 | 1.3  | 1.7  |
| e-Commerce (십억US\$) | 0.3 | 0.6 | 2.1  | 5.1 | 8.0 | 10.5 | 13.5 |
| B2B (십억US\$)        | 0.2 | 0.3 | 1.6  | 3.7 | 6.3 | 8.5  | 11.1 |
| B2C (십억US\$)        | 0.1 | 0.3 | 0.5  | 1.4 | 1.7 | 2.0  | 2.4  |

자료 : E-consulting

### 3. 전자 상거래 현황

☐ 현재 브라질 대부분의 업체가 홈페이지를 보유

- 그 중 온라인 판매가 가능한 사이트는 62%로 5% 안팎에 불과했던 4~5년 전에 비해 전자상거래 규모는 크게 증가
- 브라질 전자상거래 규모는 해를 거듭할수록 괄목할 만한 성장을 보이고 있는데, 초기 단계인 90년대 말에는 2억 달러 정도의 규모였지만 2004년에는 1,395억 헤알(약 500억 달러), 2005년에는 이보다 9.3% 증가한 1,525억 헤알(약 663억 달러)이 거래

☐ 브라질의 전자상거래는 일용잡화, 주방용품, 컴퓨터 및 주변기기, 침구류, 스포츠용품, 통신장비, 자동차에 이르기까지 거의 모든 분야에서 이루어짐.

- 지불수단은 신용카드, 계좌입금 등이 일반적
- 인터넷 판매를 전문으로 하는 Submarino, Shoptime 등의 업체 외에도 일반 오프라인 매장과 함께 인터넷 상거래 비중도 높은 Lojas Americas, Magazine Luiza, Ponto Frio 등의 업체도 성황
  - 브라질의 Terra, Uol, Yahoo 등의 포털 사이트의 경우 온라인

## 광고와 B2C 온라인 판매가 주된 수입원

- 브라질은 넓은 국토 면적에 비해 대형 할인점이나 백화점이 대도시  
에 편중되어 있기 때문에 인터넷 쇼핑을 선호하는 경향이 늘고 있  
어 B2C 상거래 규모가 나날이 증가
- B2B의 경우, 가장 일반적인 형태는 인터넷 बैं킹으로, 대부분의 은  
행은 인터넷 बैं킹을 통해 모든 종류의 금융서비스 제공
- B2B는 브라질 중소기업지원센터(Sebrae)나 각 업종별 협회를 통해  
확산되고 있으며, 많은 브라질 기업들이 전자상거래를 통해 생산성  
과 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 판단

## 4. 기업의 e-Business 현황

- 최근 브라질 e-Business 협회가 발표한 자료에 따르면, 전체 기업의  
약 62%가 전자상거래를 실시하고 있으며, 그 중 24%는 전자상거래  
관련 투자 비중을 늘릴 계획인 것으로 밝혀짐.
- 국내 소매유통분야 2위 기업으로 전국적인 체인망을 갖추고 있는  
Ponto Frio의 사례를 보면, 가전제품업체인 Multibras와 공조체제  
를 유지하여 인터넷 주문 시 재고량 부족으로 인해 판매하지 못하  
는 경우를 최소화
  - 인터넷으로 각 지점의 재고량을 관리하여 재고가 대량 발생하  
는 것을 방지하고 지점 간의 정보 교류를 통해 원활한 제품공  
급이 이루어질 수 있도록 하는 시스템을 도입하여 좋은 성과를  
얻고 있음.
- 브라질 기업들의 경우 온라인을 통한 전자주문은 아직 크게 활성화  
되어있지 않음.

- 현재 브라질 국내 기업들은 물품 주문건수의 약 10% 정도만 온라인 시스템을 통해 처리하고 있으며, 나머지는 여전히 이메일이나 팩스를 사용하여 주문서를 송부
- 2006년의 경우, 브라질 기업 총 주문건수의 평균 26.8%가 온라인상에서 이루어 질 것으로 예상되고 있으며, 2009년이 되면 주문건수의 50%이상이 온라인 전자주문시스템을 사용하게 될 것으로 전망

## 5. 정부정책

### 가. 정보화 정책

#### 전자정부(e-governo)

□ 브라질에서 '전자정부'의 개념은 지난 2000년에 처음 도입

- 정부기관 서비스 통합, 민원처리기능 향상 및 국민의견 청취 등 여러 분야에서 매우 큰 성과를 거두고 있는 것으로 조사
- 2001년 1,100만 달러를 투자해 연방정부의 기획부에 전자조달제도를 도입한 것을 시작으로, 현재는 다수의 정부기관에서 전자입찰을 통해 물품 조달이 이루어지고 있음.
- 은행간 이체 및 결제 통합시스템인 SPB(Sistema de Pagamento Brasileiro)의 구축은 각종 공과금, 세금, 벌금 징수에 있어 효율성을 높여줄 것으로 전망되고 있으며, 공무원의 부정부패를 줄여 세수증대에도 도움이 될 것으로 기대
- 브라질의 전자투표 시스템은 세계적으로 유명

- 문맹자나 컴퓨터 조작성 미숙한 일부 계층 때문에 어려움이 있으나 1990년부터 시작된 이 제도는 현재 완전한 정착단계
- 2003년 룰라 정부는 전자정부 기술고문위원회를 설치하고 효과적인 전자정부 운영을 위해 다음과 같은 추진 목표를 발표
  - 프리셰어 소프트웨어(Free Share Software) 도입
  - 디지털 인클루전(Inclusao Digital)
  - SI (System Integration)
  - 온라인 서비스 창구를 통한 민원 접수 및 처리
  - 네트워크 인프라 구축
  - 정부 대 정부 거래(G2G)
  - 전략적 정보 수집
- 전자정부 홈페이지 : <http://www.governoeletronico.gov.br>

#### 나. e-Business 촉진 정책

- ☐ 브라질 정부는 국가경쟁력 제고와 사회통합을 위한 통신망 구축 및 IT산업 육성, e-Business 촉진을 목표로 아래와 같은 프로젝트를 추진

#### 국민PC정책

- ☐ 브라질 정부는 2001년부터 약 1억 5,000만 달러를 투자하여 국민PC 보급정책을 실시
- 현재 500~600달러 수준의 국민PC가 장기저리 할부로 판매되고 있으며, 2007년 중 미국 MIT의 니콜라스 네그로폰테 교수가 제안한 100달러짜리 초저가 랩톱 100만대 보급계획을 통해 전 국민적으로 인터넷 사용을 확대하려는 정책을 추진하고 있다. 국민PC 정책은

학교, 병원, 도서관, 저개발지역 등에 대한 정보통신 확대를 목적으로 하고 있다.

### **Infovia Brasilia**

- Infovia Brasilia는 국내 모든 연방 공공기관을 하나로 연결하는 전국 차원의 네트워크를 구축하여 음성, 문자 및 이미지 데이터의 고속 전송이 가능하게 하는 프로젝트
- 1차 단계로 브라질리아에 위치한 정부 주요 행정부처 건물을 중심으로 실시 중
- 이 프로젝트를 통해 통신으로 지출되는 경비를 감소시킬 수 있으며 시스템 통합, 정보신뢰도 및 안전도 향상 등의 효과를 기대할 수 있음.
- 주관기관은 SLTI (Secretaria de Logistica e Tecnologia da Informacao : 물류IT담당국)로 예산기획부 소속기관

### **e-Ping(Padrees de Interiperabilidades de Governo Eletronico)**

- e-Ping은 전자정부 내 각 기관 간 협력 증대를 위해 하나로 통일된 시스템을 구축하는 프로젝트
- 각 정부기관에서 사용 중인 서로 다른 정보 시스템이 상호간 원활히 교류할 수 있게 하며 궁극적으로는 정부의 모든 기관이 한 목소리를 내게 하는 것이 목표
- 공공기관 간 등록기록 공유, 안전시스템 통합, 교통안전기관 정보 통합 등의 효과를 기대

- 동 프로젝트는 예산기획부 소속기관인 SLTI (Secretaria de Logistica e Tecnologia da Informacao : 물류 IT 담당국)와 SERPRO(Servico Federal de Processamento de Dados : 연방 정보처리 서비스 기관), ITI/PR(Instituto de Tecnologia : 파라나주 기술연구소) 등이 주관

## 6. 우리기업의 진출방안

### 가. 진출 유망분야

#### ① 각종 소프트웨어 및 솔루션 분야

- 현지 IT 관련업체와 제휴하여, 번역된 소프트웨어 또는 솔루션을 판매하는 것이 유망

#### ② 통신장비분야 및 인프라

- 아직까지 브라질의 통신시장은 시작단계이며, 광케이블망 설치 등 각종 인프라에 대한 투자가 확대되고 있어, 이 부문에 대한 진출이 유망

#### ③ 컴퓨터 부품

- 브라질에서 자체 생산되는 부품이 거의 없고, 수입에 의존
  - 세계적인 기업들이 이미 브라질에 진출해 있으므로, 가격경쟁력을 가진 제품일 경우에는 ADSL 모뎀이나 그래픽카드와 같은 부품의 수출도 유망

### 나. 우리기업들의 프로젝트 참가 및 진출경로

- ☐ 브라질 정부 또는 민간기업이 주도하는 IT 관련 프로젝트에 참가하

기 위해서는 현지 사정에 밝은 에이전트나 컨설팅 업체, IT협회 등  
관련기관과 접촉할 것을 권고

- 정부가 발주하는 대부분의 프로젝트가 입찰의 형식을 통해 이루어  
지기 때문에 정보수집부터 입찰참여까지 모든 과정이 현지 업체의  
협력 없이는 불가능하기 때문이며, 브라질 법상 현지 파트너가 없  
는 외국기업은 단독으로 입찰이 불가
  - 국제입찰의 경우도 현지에서 입찰서를 구입하여 분석하고 입찰  
서류 준비 등을 대행해 주는 에이전트가 꼭 필요

□ 민간 기업이 주도하는 프로젝트에 참가하기 위해서는 실력 있는 IT  
산업 전문 컨설팅 업체와 친분관계를 쌓는 일이 중요

- 이를 통해 프로젝트와 관련한 구체적인 정보를 미리 알아낼 수 있  
고 프로젝트 진행과정 중 문제가 발생했을 때, 정부기관이나 기업  
과 대화를 통해 해결책 모색 가능

□ 브라질의 e-Business는 기술력과 자본, 경험이 풍부한 다국적 기업  
들이 주도하고 있다는 점을 고려하여 시장공략이 유리한 분야에 대  
한 조사가 선행되어야 함.

- 브라질 시장 진출을 위해서는 장기적인 측면에서 접근해야 하는데  
이는 브라질 시장의 경우 브랜드가 중요하고, 기존업체들의 시장장  
벽도 상대적으로 높기 때문

#### 다. IT시장 진출전략(유의사항)

□ 중남미의 IT시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 우선 목표시장에  
대한 제품과 서비스를 현지화 해야 함.

- 인터넷과 전자상거래 웹사이트에 있어 언어는 매우 중요한 요소이

며 중남미 최대시장인 브라질이 인근지역에서 유일하게 포르투갈어를 사용한다는 점에 대해 대책 마련이 필요

- 사이트를 관리하고 고객의 질문에 답하며 전자상거래 주문을 처리하기 위해서는 현지어 구사인력 확보가 필수

#### □ 현지대리점이 열쇠

- 중남미에서의 사업은 상당부분 관계지향적이며 직접 대화가 매우 중요한 요소 중의 하나
  - 현지 대리점은 중소 한국업체에게 신뢰감 확보 및 브랜드 이미  
지 열세 극복 등 고객확보 및 관리차원에서 유리

#### □ 기존 대형 IT업체 또는 컨설턴트 회사와 제휴

- 브랜드이미지가 충분히 구축되지 않았고 유통망이 부족할 경우, 중남미에서 영업기반을 갖춘 기존 외국 정보통신업체와 제휴하는 것은 초기 시장진입에 도움을 줄 수 있음.
  - 브라질 등 중남미 IT업체들은 한국과 같은 정보통신 선진국가의 기업으로부터 새로운 첨단기술을 지속적으로 찾고 있음.

#### □ 현지 중소업체와 동반자관계 구축

- 브라질 IT 업체들은 한국 등 기술보유국과의 협력을 희망하고 있고 한국 기업 또한 보완적인 제품 또는 서비스를 갖춘 현지 중소기업과의 협력이 필요
- 중남미 시장을 공략하기 위해서는 현지 업체와의 전략적 제휴 또는 협력이 효과적인 방법
- 중남미 IT 업체들은 아이디어를 실현시키는데 필요한 기술, 훈련되고 지식을 갖춘 인력, 훈련, 금융재원 확보 등과 같은 이유로 한국

#### 기업과의 제휴를 희망

- 대부분의 중남미 IT 신생기업들은 아이디어는 있으나 하드웨어, 소프트웨어, 기술노하우가 부족한 상태

- 현지 기업들은 웹사이트 디자인 및 관리, 시스템 통합과 같은 필수 기술에 있어 양질의 훈련에 대한 지출을 아끼려 하지 않고 있으며 동업자들로부터의 장비 및 서비스 구매에 적극적

#### □ 대리점 또는 유통업체 발굴

- 한국 IT 기업들에게 있어 에이전트 및 유통업체 발굴은 신시장에 진입하는데 있어 비용절감 차원에서 유리한 방법이며 규정 및 세제등과 같은 목표시장의 복잡한 정보를 제공할 수 있음.

#### □ 한국 기업과의 공동 진출

- 중소 한국 IT 기업들의 현지진출 시 공동진출은 비용절감 차원에서 고려해볼만한 방법
- 보완관계의 기술을 가진 기업들은 자원을 공동출자하여 목표시장에서 공동조직을 만들 수 있고, 참여기업들은 공동으로 사무실을 설립하고 판매원, 엔지니어, 기타 자원을 공유할 수 있음.

#### □ 현지 무역협회 및 정부사무소 활용

- 브라질에는 IT관련 협회가 다수 있으며 지방정부들도 IT 산업에 초점을 맞춘 사무소를 보유
  - 이들 기관들은 IT 기업을 대상으로 금융지원 모색, 사업계획 안내 및 컨설팅 등 다양한 서비스를 제공하고 있으며 적정 파트너 또는 대리점 물색 시에도 도움을 줄 수 있음.

## □ 무역전시회 활용

- 중남미에서 개최되는 무역박람회는 한국기업들이 중남미 시장에 대해 배우고 보유기술을 현지에 소개하는데 있어 좋은 기회
  - 매년 브라질과 아르헨티나에서 개최되는 IT관련 무역전시회는 COMDEX Brazil(상파울루, 8월 개최)와 COMDEX Argentina(부에노스아이레스, 5월 개최) 등이 있음.

## □ 브라질 IT시장 선점을 위해서는 현지진출을 서둘러야 함.

- 브라질 IT 시장은 시장잠재력 및 성장성으로 볼 때 중국, 동남아시아 시장과 함께 우리의 신흥전략시장
  - 브라질 정부 역시 IT산업 육성정책을 적극적으로 추진하고 있으며 이에 따라 미국, 유럽 등 선진 IT업체들이 브라질 진출에 박차를 가하고 있음.
- 이에 따라 우리 기업들도 조기 시장기반구축과 시장선점을 위하여 브라질 등 중남미 IT시장 진출을 서둘러야 할 시점에 와 있음.

## [참고자료]

### 1. 현지 IT 유관기관 리스트

#### 가. IT분야 관장 국가기관

##### □ 과학기술부 : MCT (Ministério da Ciência e Tecnologia)

- 기관성격 : 정부 부처 중 하나로 IT 개발에 관련된 모든 프로젝트를 직·간접적으로 관리
- 연락처

- 주소 : Esplanada dos Ministerios, Bloco E, 70067-900, Brasilia, DF, Brazil
- 전화 : (55-61) 3321-8886
- Fax : (55-11) 225-7496
- E-mail : webgab@mct.gov.br
- Homepage : www.mct.gov.br

□ 브라질 IT연구소 (Instituto Nacional de Tecnologia da Informação)

- 기관성격 : 정부부(Casa Civil) 산하 IT연구소
- 연락처
  - 주소 : SCN, Quadra 4, Bloco B, 11F, Sl. 1102, Petala D, 70710-500, Brasilia, DF, Brazil
  - 전화 : (55-61) 2101-3850
  - Fax : (55-61) 2101-3850
  - E-mail : denise.direito@planalto.gov.br
  - Homepage : www.itl.br / www.itl.gov.br

□ 페르남부코 연방대학 IT연구소

- 기관성격 : 페르남부코 연방대학 내 설치된 IT연구소
- 연락처
  - 주소 : Av. Prof. Moraes Rego, 1235, 50670-901, Recife, PE, Brazil
  - 전화 : (55-81) 271-8430
  - Fax : (55-81) 271-8430
  - Homepage : www.nti.ufpe.br

□ 브라질리아 대학 IT연구소

- 기관성격 : 브라질리아 대학 내 설치된 IT연구소
- 연락처

- 주소 : UNB, Faculdade De Tecnologia, 00, Sl. B1/01, 70910-900, Brasilia, DF, Brazil
- 전화 : (55-61) 3307-2308
- 담당자 : Mr. Rafael Sousa Jr. / Robson Ricardo Cutini
- Homepage : [www.nti.br](http://www.nti.br)

☐ 브라질 과학기술정보연구소 (IBICT ; Instituto Brasileiro de Informação em Ciencia e Tecnologia)

- 기관성격 : 과학기술부 산하 연구기관
- 연락처
  - 주소 : SAS, Quadra 05, Lt. 6, Bloco H, 70070-912, Brasilia, DF, Brazil
  - 전화 : (55-61) 3217-6215
  - 담당자 : Mr. Arthur Fernando
  - Homepage : [www.ibict.br](http://www.ibict.br)

☐ 상파울루 주립대학 IT시스템연구소 (TECSI/USP ; Laboratório de Tecnologia e Sistemas de Informação)

- 기관성격 : 상파울루 주립대학 내에 설치된 IT관련 분야 연구소
- 연락처
  - 주소 : Av. Prof.Luciano Gualberto, 71, Trv.3, 05508-900, São Paulo, SP, Brazil
  - 전화 : (55-11) 3091-5820
  - 담당자 : Mr. Edson Riccio
  - Homepage : [www.tecsi.fea.usp.br](http://www.tecsi.fea.usp.br)

## 나. IT분야 관련 협회, 단체

☐ 브라질 IT 소프트웨어 산업협회 (ASSESPRO)

- 협회성격 : IT관련 업체가 모인 단체로 회원에게 IT관련 중요 정보를 제공하고 정부/업체 간 중계 역할을 함. 전국 13개 주에 지부를 두고, 약 1,200개 업체를 회원으로 확보

- 연락처

- 주소 : R. Teodoro Sampaio, 417, 3F, Cep 05405-000, São Paulo, SP, Brazil
- 전화 : (55-11) 3064-0003
- Fax : (55-11) 3064-0003
- E-mail : sidney@rsalpha.com.br / assespro@assespro-sp.org.br
- Homepage : www.assespro.org.br

□ 브라질 소프트웨어업체 협회 (ABES ; Associacao Brasileira das Empresas de Software)

- 협회성격 : IT 소프트웨어 관련 업체가 모인 단체로 회원에게 주요 시장 정보를 제공하고 정부/업체 간 중계 역할을 함. 전국 14개주에 지부를 두고, 약 670개 업체를 회원으로 가지고 있음.

- 연락처

- 주소 : Av. Ibirapuera, 2908,8F, Cj. 811, 04029-200, Moema, São Paulo, SP, Brazil
- 전화 : (55-11) 5044-7900
- Fax : (55-11) 5044-8338
- E-mail : abes@abes.org.br
- Homepage : www.abes.org.br

□ 브라질 소프트웨어 발전협회

- 협회성격 : 소프트웨어 관련 업체의 권익 보호 및 법률 및 시장 정보 제공. 전국에 1,000여개 IT 업체를 회원으로 가지고 있음.

- 연락처

- 주소 : Estrada Telebrás/Unicamp, km 0.97 - Cidade Universitária Cep 13081-970 - Campinas, SP, Caixa Postal 6123 Cep : 13083-970 Campinas SP Brazil
- 전화: (55-19) 3287 7060
- Fax : (55-19) 3287-7150
- E-mail : geral@nac.softex.br
- Homepage : www.softex.br

## 2. IT분야 관련 전시회, 잡지

### 가. 전시회

□ TELEXPO (매년 개최)

- 기간 : 2006년 3월 6일~10일
- 장소 : Expo Center Norte
- 주최업체 : Questex Media Group
- 주소 : Rua Gomes de Carvalho, 1306 - 13 andar - Vila Olímpia  
- 04547-005 - São Paulo - SP - Brazil
- 전화 : (55- 11) 3170-7000 / 3040-7899
- E-mail : falecom@questex.com.br
- Site : www.questex.com.br / www.telexpo.com.br

### 나. IT관련 잡지

- Info Exame : info.abril.com.br
- Informatica Hoje : www.informaticahoje.co.br
- Telecom Negocios : www.telecomnegocios.com.br
- Computerworld : www.computerworld.com.br

## 2006년 KOTRA 발간자료목록

### □ 기획조사

| 번 호    | 제 목                                              | 발간일자   |
|--------|--------------------------------------------------|--------|
| 06-001 | 2005년 해외지역이슈 돌아보기                                | 2006.1 |
| 06-002 | 최근 원화 강세에 따른 우리 수출에의 영향 및 대응책                    | 2006.1 |
| 06-003 | 베트남의 WTO 가입시 우리 수출 및 투자에의 영향                     | 2006.1 |
| 06-004 | 한-인도 CEPA 체결과 대인도 수출유망품목                         | 2006.1 |
| 06-005 | 북일 경제관계 현황과 전망                                   | 2006.2 |
| 06-006 | BRICs 이후 유망시장, 남아공 시장여건 분석                       | 2006.2 |
| 06-007 | 북한의 개방 전망과 개성공단 -김정일 위원장의 방중으로 살펴본 개성공단의 현재와 미래- | 2006.2 |
| 06-008 | 對인도 투자, 이것만은 알아두자                                | 2006.2 |
| 06-009 | 중국의 비즈니스 환경 변화와 시사점                              | 2006.2 |
| 06-010 | 북한의 외자유치 현황과 전망                                  | 2006.3 |
| 06-011 | 한국, 3년 후 중국 수입시장 1위 부상 전망                        | 2006.3 |
| 06-012 | 수출할 때 따라야하는 일본의 인증마크                             | 2006.3 |
| 06-013 | 한-칠레 FTA 발효 2년 후 칠레시장에서의 우리제품 점유율 변화             | 2006.3 |
| 06-014 | 중남미 좌파정권 경제정책 동향 및 시사점                           | 2006.4 |
| 06-015 | 미국의 대중 통상정책 변화와 전망                               | 2006.4 |
| 06-016 | 2006. 2/4분기 수출전망 및 대한수입규제 현황                     | 2006.4 |
| 06-017 | 주요 분야별 대미 FTA체결국의 대응현황                           | 2006.4 |
| 06-018 | 중, 금년 외국인 개인소득세 관리 크게 강화                         | 2006.4 |
| 06-019 | 섬유교역자유화 1년을 평가한다: 서남아시아 섬유산업 동향 및 영향             | 2006.4 |
| 06-020 | 일본 소비트랜드의 변화와 시사점                                | 2006.4 |
| 06-021 | 일본 농산물 포지티브제 도입과 시사점                             | 2006.4 |
| 06-022 | 북미 자동차부품 시장의 변화와 기회                              | 2006.4 |
| 06-023 | 한-아세안 FTA 체결 후 對아세안 수출유망품목                       | 2006.5 |
| 06-024 | 장강삼각주 IT산업 성장과 우리기업에 대한 시사점                      | 2006.5 |
| 06-025 | 한중일 산업협력, 그 첩경                                   | 2006.5 |

|        |                                                      |        |
|--------|------------------------------------------------------|--------|
| 06-026 | 중국 진출기업 세무 리스크 동향 및 시사점                              | 2006.5 |
| 06-027 | 탄소시장과 우리의 참여 가능성                                     | 2006.5 |
| 06-028 | 해외진출 한국기업 원고 대응동향 및 경쟁국 대응사례                         | 2006.5 |
| 06-029 | 2006년 주요국 환경규제 현황 및 대응사례                             | 2006.5 |
| 06-030 | 한-아제르바이잔 및 한-UAE 교역투자동향 및 경제협력확대방안                   | 2006.6 |
| 06-031 | 한-EU FTA 체결 영향 및 현지 업계 반응조사 - 현지 경쟁동향 및 바이어 반응을 중심으로 | 2006.6 |
| 06-032 | 해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(1) : 북미편                        | 2006.6 |
| 06-033 | 아프리카 新성장 엔진, 앙골라를 주목하라                               | 2006.6 |
| 06-034 | 알기 쉽게 정리한 베트남 투자절차                                   | 2006.6 |
| 06-035 | 해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(2) : 구주편                        | 2006.6 |
| 06-036 | 환율파동에 따른 한일수출경쟁력 비교                                  | 2006.6 |
| 06-037 | 2006년 상반기 대한 수입규제 동향 및 하반기 전망                        | 2006.6 |
| 06-038 | 2006년 하반기 수출전망                                       | 2006.6 |
| 06-039 | 중국 내수시장 공략, 변화의 트렌드를 읽어라                             | 2006.7 |
| 06-040 | 한-EU FTA 추진관련, EU 비관세장벽 현황 및 피해사례 조사                 | 2006.7 |
| 06-041 | 미국과 FTA 추진 3개국 동향 및 한미 FTA에의 시사점                     | 2006.7 |
| 06-042 | 아랍 경제통합, 추진현황과 대응책                                   | 2006.7 |
| 06-043 | WTO/DDA 협상 잠정중단이 FTA협상에 미치는 영향                       | 2006.8 |
| 06-044 | 중국의 신노동계약법 주요쟁점과 우리기업에게 미치는 영향                       | 2006.8 |
| 06-045 | 06 중국투자기업 그랜드 서베이                                    | 2006.8 |
| 06-046 | 해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(3) : 아시아편                       | 2006.8 |
| 06-047 | 아프리카 7개국 진출 유망분야                                     | 2006.9 |
| 06-048 | 금년 대중수출 둔화 원인 분석 및 전망                                | 2006.9 |
| 06-049 | 그리스, 루마니아, 핀란드의 경제동향 및 우리나라와의 교역관계                   | 2006.9 |
| 06-050 | 일본 e-비즈니스 시장, TechNiCs로 승부하라                         | 2006.9 |
| 06-051 | 무역에 있어 세계 기술장벽 (TBT) 동향과 피해사례                        | 2006.9 |
| 06-052 | FAQ로 알아보는 China RoHS                                 | 2006.9 |
| 06-053 | 중국 산업정책의 변화, 4가지 대응 포인트                              | 2006.9 |
| 06-054 | 해외 지적재산권 보호제도 및 대응사례(4) - 남아공, 멕시코, 브라질, UAE -       | 2006.9 |

|        |                                                     |         |
|--------|-----------------------------------------------------|---------|
| 06-055 | 주요국의 e-Business 현황, 북미편                             | 2006.9  |
| 06-056 | 리비아, 우즈베키스탄, 카자흐스탄의 경제동향 및 우리나라와의 교역관계              | 2006.10 |
| 06-057 | 한-리비아 교역투자동향 및 경제협력 확대방안                            | 2006.10 |
| 06-058 | FTA 통한 분야별 해외기업 성과 제고사례 분석 - 미국과 FTA 체결국 기업을 중심으로 - | 2006.10 |
| 06-059 | 부품소재 대일 수출 경쟁력 제고 방안 - 251개 일본 수입상 모니터링 조사 -        | 2006.10 |
| 06-060 | 해외 인증제도와 시사점 : 구주편                                  | 2006.10 |
| 06-061 | 베트남의 WTO 가입에 따른 수출환경 변화 및 시장진출 확대 방안                | 2006.10 |
| 06-062 | 주요국의 e-Business 현황, 유럽편                             | 2006.11 |
| 06-063 | 2006 세계의 틈새시장 틈새품목                                  | 2006.11 |
| 06-064 | EU 환경규제와 우리의 대응방안                                   | 2006.11 |
| 06-065 | 중 가공무역 금지품목 확대 조치의 의미와 영향                           | 2006.11 |
| 06-066 | Q&A로 살펴보는 EU 화학물질관리제도 (REACH)                       | 2006.11 |
| 06-067 | 해외 인증제도와 시사점 : 러시아 및 동부유럽편                          | 2006.11 |
| 06-068 | 해외 인증제도와 시사점 : 아시아편                                 | 2006.11 |
| 06-069 | 해외 인증제도와 시사점 : 중남미편                                 | 2006.11 |
| 06-070 | 브라질투자기업 경영실태분석 보고서                                  | 2006.11 |
| 06-071 | 원, 엔 환율 탈동조화와 우리 수출                                 | 2006.12 |
| 06-072 | 韓-GCC(걸프협력회의) FTA 체결 영향과 시사점                        | 2006.12 |
| 06-073 | 중동아프리카 지역 한,중,일 수출경쟁력 조사 및 시사점                      | 2006.12 |
| 06-074 | 주요국의 e-Business 현황, 아시아편                            | 2006.12 |
| 06-075 | 주요국의 e-Business 현황, 중남미편                            | 2006.12 |
| 06-076 | 해외무역관에서 바라본 2007년 수출전망                              | 2006.12 |
| 06-077 | 최근 북중관계 조망 - 경제적 관점에서 본 중국의 대북위협론 해부                | 2006.12 |
| 06-078 | 중국의 대미 수출증가율 둔화와 시사점                                | 2006.12 |

## □ 무공자료

| 번 호    | 제 목                 | 발간일자   |
|--------|---------------------|--------|
| 06-001 | 2006년 세계시장 진출전략 설명회 | 2006.1 |

|        |                                                    |         |
|--------|----------------------------------------------------|---------|
| 06-002 | 2006년 지역별 진출확대 전략                                  | 2006.1  |
| 06-003 | 2005 다시보기, 2006 미리보기                               | 2006.1  |
| 06-004 | APEC 투자환경설명회 2005 종합보고서                            | 2006.1  |
| 06-005 | 극동 러시아, 이것만은 꼭 알아두자                                | 2006.2  |
| 06-006 | 주요국 한류와 문화산업시장 동향 - 한류, 유행에서 산업으로 -                | 2006.2  |
| 06-007 | 주요국의 자원현황 및 개발동향 I 러시아 . 캐나다 편                     | 2006.3  |
| 06-008 | 주요국의 자원현황 및 개발동향 II 말레이시아 . 미얀마 . 베트남 . 필리핀 . 호주 편 | 2006.3  |
| 06-009 | IK Annual Report 2005 - 외국인투자유치의 성취, 그리고 새로운 도전    | 2006.3  |
| 06-010 | 2005년도 북한의 대외무역동향                                  | 2006.6  |
| 06-011 | 유럽 유통시장 진출 가이드                                     | 2006.6  |
| 06-012 | 러시아 SEZ 진출 가이드                                     | 2006.6  |
| 06-013 | 2006 서울국제식품전 결과보고서                                 | 2006.6  |
| 06-014 | 5년을 앞서가는 중국 비즈니스 전략                                | 2006.6  |
| 06-015 | 현장에서 읽는 중국 환경시장 : 중부 6개성을 가다                       | 2006.6  |
| 06-016 | 2006년 외국인 투자기업 생활환경 애로조사 보고서                       | 2006.7  |
| 06-017 | 2006년 외국인 투자기업 경영환경 애로조사 보고서                       | 2006.7  |
| 06-018 | 한국 싱가포르 대만 투자환경 비교조사                               | 2006.7  |
| 06-019 | 2006 해외투자백서                                        | 2006.7  |
| 06-020 | Q&A로 본 중국투자 A to Z                                 | 2006.7  |
| 06-021 | 전문가에게 듣는 중국투자 포커스                                  | 2006.7  |
| 06-022 | 중동아프리카지역 산유국의 주요 플랜트 개발정책 및 참여 유망 프로젝트             | 2006.9  |
| 06-023 | 중동아프리카지역 발주기관/에이전트/EPC업체 디렉터리                      | 2006.9  |
| 06-024 | 독일 자동차 부품 OEM 납품 가이드                               | 2006.9  |
| 06-025 | KOTRA 해외마케팅사업 성공사례                                 | 2006.10 |
| 06-026 | 우리 기업의 국제협상.계약 실패사례                                | 2006.10 |
| 06-027 | 베트남 투자법령집                                          | 2006.10 |
| 06-028 | 중국에서의 우리기업의 지식재산권 피침해 실태조사                         | 2006.10 |
| 06-029 | 한 미 FTA에 따른 해외직접투자 유치 전략                           | 2006.11 |
| 06-030 | 러시아 비즈니스 로드맵 (개정판)                                 | 2006.11 |

|        |                             |         |
|--------|-----------------------------|---------|
| 06-031 | 중국투자실무가이드(개정판)              | 2006.11 |
| 06-032 | 일본 유통업체가 뽑은 수입선호 품목 30선     | 2006.12 |
| 06-033 | 인도 비즈니스 로드맵(개정판)            | 2006.12 |
| 06-034 | 한류국가 문화산업의 이해               | 2006.12 |
| 06-035 | 해외시장개척단 사업 성과분석을 통한 개선방안 연구 | 2006.12 |
| 06-036 | 한중일 3국 기업간 성공적인 제휴의 조건      | 2006.12 |
| 06-037 | 러시아 IT시장 클릭하기               | 2006.12 |

## □ 산업페이퍼

| 번 호    | 제 목                        | 발간일자   |
|--------|----------------------------|--------|
| 06-001 | 주요국의 환경산업 동향 및 진출 방안       | 2006.4 |
| 06-002 | 주요국의 전자산업 동향 및 진출방안        | 2006.6 |
| 06-003 | 주요국의 자동차부품시장 현황 및 진출방안     | 2006.6 |
| 06-004 | Global Medical Map (의약품편)  | 2006.6 |
| 06-005 | Global Medical Map (의료기기편) | 2006.6 |
| 06-006 | 주요국 IT 유망분야 및 진출방안         | 2006.6 |
| 06-007 | 주요국의 신발산업 동향 및 진출방안        | 2006.6 |
| 06-008 | 주요국의 산업용 섬유산업 동향 및 진출 방안   | 2006.6 |
| 06-009 | 주요국의 기계산업동향 및 진출방안         | 2006.6 |

## □ 설명회자료

| 번 호    | 제 목                       | 발간일자    |
|--------|---------------------------|---------|
| 06-001 | 2006 CHINDIA 시장진출전략 심포지엄  | 2006.6  |
| 06-002 | 중국투자의 현주소와 성공전략 세미나       | 2006.8  |
| 06-003 | 한미 FTA, 새로운 대미진출 기회와 활용방안 | 2006.10 |
| 06-004 | 알제리 투자진출 설명회              | 2006.11 |
| 06-005 | 요르단 투자환경 설명회              | 2006.11 |
| 06-006 | 중국 유통책임자 초청 내수시장 설명회      | 2006.12 |

## □ 산업연구

| 번 호    | 제 목             | 발간일자   |
|--------|-----------------|--------|
| 06-001 | 인도네시아의 주요 산업    | 2006.8 |
| 06-002 | 말레이시아의 주요 산업    | 2006.8 |
| 06-003 | 폴란드의 주요 산업      | 2006.8 |
| 06-004 | 남아프리카공화국의 주요 산업 | 2006.8 |

### 작성자

|            |        |
|------------|--------|
| ◆ 멕시코시티무역관 | 안영주 과장 |
| ◆ 상파울루무역관  | 지윤정 과장 |
| ◆ 해외조사팀    | 김준영 사원 |

## 주요국의 e-Business 현황, 중남미편

발행인 | 홍 기 화  
편집인 | 한 준 우  
발행처 | KOTRA  
인쇄처 | 문방사우 576-0041

발행일 | 2006년 12월

주 소 | 서울 서초구 염곡동 300-9  
서초우체국 사서함 101호  
전 화 | 3460-7114(대표)  
홈페이지 | [www.kotra.or.kr](http://www.kotra.or.kr)

\* 낙장, 파본은 교환해 드립니다.