

중남미 국가

안영주 · KOTRA 시장조사처 미주부

우리 경제가 사상 최대의 위기 국면에 처해있는 가운데 “수출만이 살길이다”라는 대명제 하에 범국가적인 차원에서 수출 확대를 위해 필사적인 노력이 경주되고 있다. 이러한 시점에서 지난 10년 동안 우리나라의 지속적인 무역 흑자 파트너인 중남미 시장의 중요성이 증대되고 있으며, 또 다른 흑자 시장이었던 동남아 지역의 금융 위기로 그 의미는 한층 부각되고 있다.

그동안 우리 기업들은 일반적으로 중남미 시장이 지리적으로도 멀고, 시장 규모가 영세하다는 인식에서 진출에 소극적이었다. 그러나 이제 중남미 시장은 바뀌고 있다. 이 지역 국가들은 최근 높은 경제 성장률을 기록하면서 완전한 성장 궤도에 진입한 것으로 평가되고 있다. 외국인들에게 지구상에 마지막 남은 기회와 도전의 땅으로 부상하고 있고, 외국인 투자가 몰리고 있어 다시 전성기를 맞고 있다. 다행히도 최근에는 우리 기업의 이 시장에 대한 관심도가 날로 높아지고 있어, 앞으로 우리의 진출이 더욱 확대될 것으로 기대된다.

이제는 그동안 우리의 ‘효자 시장’이었던 중남미 시장을 다시 새로운 시각으로 진단하고, 더욱 계획적이고 공격적인 전략으로 이 지역에서 우리의 자리를 더욱 확고히 해야 할 때이다. 이 지역은 분명 우리 경제가 IMF 경제 위기에서 벗어날 수 있는 열쇠가 될 것임에 틀림없다.

중남미 경제 미래 밝아

중남미 국가들에게 있어서 1997년은 지난 1994년말 멕시코 페소화 폭락으로 찾아온 경제 위기를 딛고 빠른 경제 회복세로 완전히 돌아선 한 해였다. 특히, 멕시코, 브라질, 아르헨티나, 우루과이 등의 경기 회복에 힘입어 전체적으로는 약 4.4%의 경제 성장률을 달성한 것으로 추정된다. 이는 90년대 평균 경제 성장률인 3.2%보다 높은 수치로 이제는 중남미 국가들이 안정적인 성장 궤도에 올라섰음을 보여준다.

최근의 경제 성장은 중남미에 외국인 투자 및 대외 무역 증대라는 긍정적인 효

과를 가져왔으며, 이외에도 남미공동시장(MERCOSUR)을 중심으로 한 지역경제 공동체가 활성화되는 등, 이 지역 경제가 본격적으로 활기를 띄고 있다. 게다가 간혹 난관에 빠지고는 있지만, 21세기초 형성될 범미자유무역지대(FTAA)는 세계 최대의 경제 블록이 될 것으로 보인다.

이러한 추세는 1998년에도 이어져 비록 전년도 성장률보다는 다소 낮겠지만, 탄탄한 성장을 계속할 것으로 전망되는 등 당분간 중남미 경제의 미래는 밝다고 할 수 있다.

중남미 경제 성장 여부, 브라질·아르헨티나에 달려있어

중남미 전체의 경제 성장은 멕시코, 브라질, 아르헨티나 등 주요국이 주도하고 있다.

우선, 멕시코 경제는 최근의 수출 경기 활황에 힘입어 지난 1994년말 발생한 경제 위기에서 벗어나 본격적인 회복세에 접어들어, 1997년에는 7.3%, 1998년에는 6.4%의 고도 성장이 기대된다.

반면, 브라질은 헤알(real)화 안정을 위한 고금리 정책 및 경제 긴축 정책으로 1998년에 물가 안정은 지속되었지만, 경

제는 침체될 것으로 예상된다. 그리고 對 브라질 수출이 전체 수출의 30% 이상을 차지하는 아르헨티나의 경제 성장은 브라질 경제의 성장 여부에 따라 크게 좌우될 것으로 보인다. 그런데 브라질·아르헨티나의 경제 규모가 중남미 전체의 절반 이상(2/3 정도)을 차지하고 있어, 브라질 경제 성장 여부가 전체 중남미 경제에 절대적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

게다가 금년에는 엘니뇨 현상에 따른 수산업, 농업 등 1차 산업의 급격한 생산량 감소가 예상되어 페루, 에콰도르 등 남태평양 연안국들의 피해가 두드러질 것으로 보인다.

따라서 1998년도 중남미 지역의 전체적인 경제 성장은 최고 4.5%에서 최저 2%의 다소 낮은 수준까지도 예측할 수 있다.

그러나 90년대 들어 중남미 각국의 대외 개방 정책, 국영 기업의 민영화 등 경제 개혁 정책에 따라 국내외 기업의 투자가 확대되고 있으며, EU 및 아시아·태평양 지역을 중심으로 대외 경협도 활성화되고 있어 별다른 경제외적 교란 요인이 없는 한, 중남미 시장은 예상보다 빠른 속도로 성장하고 전반적인 산업 분야의 수입 수요 또한 크게 확대될 것으로 기대된다.

꾸준한 성장세에 있는 對중남미 수출

우리나라의 對중남미 수출은 80년대 하반기부터 빠른 속도로 늘어나기 시작했으며, 1988년부터 지속적으로 흑자를 보이고 있다.

1996년 우리의 對중남미 수출은 89억 달러로 전체 수출액 가운데 6.9%, 중남미 총수입의 3.7%로 다소 낮은 비중을 차지하였지만 45억 달러의 흑자를 기록한 지역이다. 게다가 중남미의 시장 규모와 경제 성장 속도를 감안한다면, 2000년에 가서는 우리나라의 對중남미 수출은 금액 면에서 200억 달러를, 점유율 면에서는 중남미 수입의 7%이상 점유할 것으로 전망된다.

지난해에는 주 시장인 브라질·멕시코·아르헨티나 경제의 활기찬 성장에 따른 수입 수요 증대에 힘입어 자동차, 전자, 섬유류 등의 주종 품목 수출이 호조를 보였지만, 對중남미 최대 수출 품목인 선박 수출이 부진하여 전체 수출이 당초 예상보

다 저조한 90억 달러 상당을 기록한 것으로 추정된다.

그러나 금년에는 중남미 경제의 지속적인 성장과 파나마 국적 선박 수출 회복으로 인한 對파나마 수출 증가, 경기 회복에 따른 전자 제품과 자동차 등 우리 수출 주력 품목의 수요 증가, 그리고 미국 경기의 호황에 따른 섬유 수출(마길라도라)용 원부자재 수입 수요 증가 등에 힘입어 25.3%의 높은 성장세를 기록할 것으로 기대된다.

이러한 높은 수출 증가율은 중남미 시장에서 자동차·가전 제품과 같은 기술 집약적 내구성 소비재를 중심으로 한국 상품에 대한 고급품 이미지가 이미 형성되어 있어, 타 품목에도 파급 효과를 끼치고 있기 때문이라 하겠다.

그러나 아직도 우리나라의 對중남미 경제 교류는 만족스러운 수준에는 미치지 못하고 있으며, 다변화가 필요하다. 그간 멕시코를 포함한 중미는 미국 시장 공략을 위한 교두보로, 남미는 선진국으로 수출하

〈표〉 우리나라의 對중남미 수출 실적 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

1996년 실적		1997년 추정치		1998년 전망치	
금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
8,961	21.6	9,464	5.6	11,857	25.3

다가 남은 재고 처리 시장 정도로 생각하는 경향이 많았으며, 이로 인해 우리의 對 중남미 수출은 그 잠재력에 비해 극히 저조한 수준에 머물러 있는 게 사실이다.

對중남미 수출의 문제점

중남미 시장에 대한 우리의 수출 확대를 위해서는 몇가지 과제가 해결되어야 한다.

우선 중남미는 성장성이 높은 시장임에도 불구하고 한국 상품에 대한 접근 기회가 극히 제약되어 있고, 우리 상품을 현지 시장에 소개하려는 노력도 상대적으로 빈약하다. 특히, 우리나라의 주요 수출 품목인 일부 전자 제품, 자동차 등을 제외한 대부분의 품목에 대한 브랜드 인지도가 아직 미약한 수준이다. 게다가 우리 기술에 대한 신뢰성이 떨어지고, 수출 제품이 편중되어 있는 등 전반적으로 수출 기반이 취약하다는 문제점이 우선 지적되어야 한다.

우리 상품 홍보에 있어서 결코 간과해서는 안되는 점이 있다. 즉, 중남미 국가들은 이베리아 문화권이라는 단일 문화권으로 역사, 언어, 낙천적 사고 방식, 스포츠, 종교 등에서 유사한 점을 많이 공유하고 있지만, 내면적으로는 이민족 구성, 국민

성, 비즈니스 형태 면에서 차이점을 가지고 있다는 것이다. 그러므로 각국별 소비 수준, 소비 패턴, 시장 상황 변화 및 정부 추진 정책 등을 고려해 유망 품목을 집중 개발·공략하는 자세가 필요하다.

한국산 상품으로의 수요 전환 동기를 충분히 제공하지 못하고 있는 것도 문제다. 즉, D/A·D/P 거래, A/S체제, 최소주문량, 딜리버리, 인콰이어리 회신 등에서 수입 업자 또는 소비자들을 만족시킬 수 있는 여건이 불충분한 것이 수출 확대의 장애 요인으로 작용하고 있다.

예를 들어서, 중남미 수입상들은 대체로 D/A·D/P 거래 방식을 선호하는 반면, 우리 기업들은 이 지역 기업에 대한 신뢰도 문제로 L/C At Sight만을 고집하는 경향이 있어, 일본의 경우 對중남미 수출의 D/A·D/P 거래 방식이 30% 수준인 것으로 추정되는 한편, 우리나라는 10% 수준에 머물고 있다. 우리도 대금 결제에 대한 위험도를 최소화하기 위해서는 수출보험의 활용도를 높혀 D/A·D/P 거래 방식을 적극 수용할 필요가 있다.

그리고 A/S체제의 경우 플랜트, 기계류 및 주요 내구성 소비재 구매시 현지 수입 업체들이 우선적으로 고려하는 사항 가운데 하나가 바로 A/S체제가 갖추어져 있

느냐인데, 한국산 기계류는 품질 및 가격 경쟁력을 갖추고 있지만 A/S체계가 미흡해 현지 시장 진출에 어려움을 겪고 있다. 이의 해결을 위해서는 중남미 주요국에 A/S센터를 설립하거나 국내 기술진의 주기적인 순회 방문 등의 노력이 필요한 것으로 지적되고 있다. 참고로 현재 중남미의 많은 전자상들은 SONY社의 A/S센터로 지정되는 것을 자기 점포의 높은 신뢰성을 보여주는 것이라며 자랑스럽게 생각하는데, 이는 A/S망 구축에 있어서 우리에게 시사하는 바가 크다.

끝으로, 우리 기업들이 중남미의 특수한 상관습, 무역 관련 법규 및 다양한 문화에 대한 이해가 부족하여 비즈니스 상의 마찰이 종종 발생하는 것도 문제다. 예를 들어서, 브라질 사람은 협상시 서두름이 없고 실리를 챙기는 스타일이자 상대방의 카운터파트(counterpart)가 자주 바뀌는 경우 거래를 중단하는 등 남미의 중국인으로 통하고 있으며, 아르헨티나인들은 남미의 유럽인으로 불리우기 좋아하며 소비자들의 최고 브랜드 제품에 대한 선호도가 높다. 그리고 칠레인들은 수입시 언더벨류, 수량 조작 등의 편법 사용이 적으며, 파나마의 대표적인 바이어는 유태인·중국인·인도·아랍인들임을 고려, 이들만

의 특징적인 상관습에 대한 이해가 선행되어야 할 것이다.

SOC 관련 시장을 비롯, 섬유·전자 부문 진출 확대 유망

그렇다면 중남미 시장에서 우리 기업 진출에 있어서 어떤 부문이 유망한가?

최근 세계 시장에서 다시 주목받고 있는 중남미 시장의 여건은 빠르게 변화하고 있다. 특히, 대규모 SOC 관련 시장이 급부상하고 있어 이 시장을 눈여겨보아야 할 것이다. 물론, 그동안 우리의 주력 상품인 섬유·전자·자동차 시장 또한 구매력 향상에 따른 수요 증가가 예상된다.

중남미 주요국 정부는 그간의 경제 위기에도 불구하고 이 지역 경제 성장의 최대 장애 요인으로 지적되어온 사회간접자본의 낙후를 해결하고 산업 경쟁력 강화를 위해, 개방 정책과 함께 철도, 항만, 통신, 광업 및 석유화학 등 공공 부문에 대해 2000년까지 약 6,000억 달러를 투자할 계획이다. 통신 시장, 건설 시장 및 정부 조달 시장 규모의 지속적인 팽창으로 향후 이 분야는 최대의 시장으로 부상할 것이므로, 우리 기업은 시장 선점을 위해 말빠르게 움직여야 할 것이다.

특히, 중남미 통신 시장은 그 성장 잠재력과 우리 기업들의 적극적인 진출 노력이 어우러져 가시적인 성과가 기대되고 있다. 중남미 국가들 가운데 브라질·멕시코·아르헨티나의 유선통신 시설은 경제 성장에 비해 매우 낙후되어 있어 상대적으로 이동통신 시장이 큰 성장세를 시현하고 있다. 예를 들어서, 멕시코의 경우 향후 통신 수요 충족을 위해 250억 달러의 공공 투자 계획이 수립되어 있다. 이와 같이 통신 부문에 대한 대규모 투자가 이루어지게 되면 케이블에서부터 전자 마이크로프로세서, 각종 통신 제품 및 서비스에 이르기까지 다양한 통신 제품의 공급 업자에게 일대 사업 기회가 주어질 것이 틀림없다. 우리 기업들은 이 기회를 절대 놓쳐서는 안될 것이다.

게다가 아직 중남미 국가들의 이동통신 방식 선정이 완료되지 않은 상황이기 때문에, 1997년 멕시코·브라질·아르헨티나에 파견된 우리나라의 'CDMA시장개척단'이 다져놓은 기반과 인지도의 활용과 KOTRA와의 협력으로, 현지 유력 인사에 대한 적극적인 로비 활동을 전개해나가는 등 보다 공격적인 진출 전략이 필요한 때이다.

한편, 광산 기기 및 건설 중장비 수출 또한 확대 가능성이 높은 부문이다. 아르

헨티나, 브라질, 페루, 칠레 등을 중심으로 한 중남미 주요 국가에 대한 외국 기업의 자원 개발 부문 특히, 광산 부문에 대한 투자 확대와 항만, 도로, 철도 등의 교통망 확충 계획에 따라, 광산 기기를 비롯한 건설 중장비(철도 차량, 건설용 또는 육상용 운송 기기, 폭발물, 드릴 및 광산 부문과 건설 부문에 필요한 모든 기계류)에 대한 대단위 구매 수요가 발생되고 있어, 이 분야에서 경쟁력을 가지고 있는 우리 기업의 마케팅 활동이 강화되어야 할 것이다.

또한 각국의 산업 육성 정책에 따른 플랜트 및 기계류 수출도 유망시되고 있다. 브라질·아르헨티나 정부는 1998년 1월 1일부터 국내 산업 육성을 위해 모든 자본재의 수입 관세를 대폭 인하(브라질 20%→5%, 아르헨티나 14%→6%)하여, 이 부문 수입 수요가 크게 증가할 것으로 기대된다. 한편, 페루를 비롯한 중남미 주요 국가에서는 정부 차원에서 국내 산업을 육성하기 위해 시행하고 있는 몇가지의 대규모 프로젝트는 향후 몇년 동안 플랜트 및 기계류에 대한 수요 촉발 요인이 될 것으로 전망된다. 게다가 이들 국가들은 제조 설비를 개선하거나 신규 기계류를 구매하는 업체들에게는 특혜 수입 관세, 대출, 각종 세제 혜택 등 많은 특전을 부여하고 있다.

그리고 이 사업들은 대규모 장기 사업인만큼 예상 수주 업체들을 미리 파악해 우리 제품에 대해 지속적으로 홍보하는 적극적인 대응 노력이 요구된다.

이외에 섬유 부문은 1995년도 중남미 경제 위기의 후유증 이후 가장 빠른 속도로 회복세를 보이고 있는 부문으로서, 앞으로도 안정적인 성장이 기대되는 부문이다. 그동안 우리나라의 섬유 제품은 중남미 시장에서 좋은 평가를 받아왔기 때문에, 보다 적극적이고, 현지인의 기호를 고려한 마케팅 전략으로 접근한다면 수출 확대가 용이한 것으로 평가되고 있다.

전통적인 우리의 주요 수출 품목 가운데 하나인 전자 제품의 경우, 특히 가전 제품은 경기 성장에 따른 일반 구매력의 회복세가 두드러져 이 부문의 수출이 크게 증가할 것으로 보인다. 2000년까지는 매년 20% 수준의 판매 증가율이 예상되는 부문이다.

중남미 SOC 참여는 기업간의 공동 진출로

위와 같은 중남미 국가들의 주요 프로젝트들은 IDB(미주개발은행) 자금으로 추진되는 대규모 사업인 관계로, 현재 비회원국인 우리나라 기업들로서는 국내 기

업간 또는 서방 기업과의 협력으로 동반 진출하는 방향으로 추진해야 할 것이다. 이를 위해서 KOTRA와 같은 정부 기관과의 협력으로 사전 전략을 수립하는 등 중장기적인 접근 전략이 필요하다.

또는 우리나라 업체로서는 전대 차관, 공적 원조 부문에 대한 참여를 통하여 진출 기반을 구축하는 방안도 적극 고려해야 한다. 예를 들어서, 현재 중남미 국가들의 전대 차관 활용도가 27%로 저조한 실정인 점을 감안하면, 수입 업자에게 전대 차관 활용 정보를 정기적으로 제공하는 등 보다 적극적으로 접근해야 할 것이다.

이러한 우리 기업의 중남미 지역 사회 간접자본의 건설 참여는 지역 발전 기여에 따른 기업 이미지 제고는 물론, 건설 기술·건설 중장비 수출, 건설 자재 진출 확대라는 파급 효과가 막대함으로 이 분야에 대한 우리 기업의 관심이 요망된다.

이제 세계 시장에서 다시 부상하고 있는 '가능성의 시장 중남미'에 대한 우리의 시각을 새롭게 하고, 이 지역을 현재의 IMF 경제 위기의 돌파구로 활용해야 하겠다. 