이베로아메리카 제6권(2004년)

중남미 디지털경제 환경과 우리나라의 협력과제

최 윤 국*

<Abstract>

Latin America is now entering into the threshold of an information-oriented society. Concerned governments have shown a strong will to maximize the positive effects of digitalization, such as the improvement of the transparency of public policy and the education of next-generation IT experts, through integrating domestic market and society, digitalizing economy, developing e-Commerce, and digitalizing public administration.

The process of digitalization would be desirable for Korea to adopt a policy to apply the already accumulated export know-how to the export of ICT commodities and cooperation as regards Latin America-a traditionally very lucrative market for Korean business enterprises. Korea is estimated to be in a good position to develop close cooperative relations with these countries in the fields of e-Government, e-Education and e-business. To the end, corporations may have to devise schemes for the localization of production, service and culture, etc.

Finally, for a successful Central and South American information and ICT market advance, we have to develop a more discreet advance strategy based on thorough researches on the cultures and

* 한국외국어대학교 스페인어과

market situations of the concerned countries. It seems important that we prepare a long-reaching scheme for the Latin American ICT market to help accomplish common causes and mutual prosperity, not one that focuses just our one-sided necessity and profit.

Key Words: Latin America/ digitalizing economy/ information/ ITC market/ cooperation with Korea

주제어: 중남미/ 중남미 디지털경제/ 중남미 정보화/ ITC 시장/ 한국의 대중남미 협력과제

Ⅰ. 서 론

21세기 들어 세계적으로 가장 큰 변화는 경제·사회의 디지털화를 이룩하기 위한 정보화 시대로의 이행에 모든 국가의 적극적인 참여이다. 정보화로의 이행과정에서 동인인 ICT 분야의 두드러진 성장 추세는 세계 경제의 디지털화를 가속화시킬 것으로 전망되고 있다.

1900년대 초 미국의 "네팅 미국", 1990년대 중반 이후 가속화된 유럽의 "eEurope"과 한국의 정보화 종합 전략 추진 등으로 대표되는 21세기 디지털경제(USDC 1998)[1] 더 나아가 지식기반경제

1) 디지털경제라는 용어는 미국 상무부가 1998년 연차보고서에서 명명함으로서 널리 보급되기 시작하였는데 재화와 서비스의 생산, 분배, 소비 등 주요 경제활동이 '디지털화되고 네트워크화된 정보와 지식'이라는 생산요소에 주로 의존하는 경제를 의미한다. 이 외에도 인터넷경제(Internet Economy), 지식기반경제(Knowledge Economy), 정보경제(Information Economy), 네트워크경제(Network Economy), 신경제(New Economy) 등의 용어가 디지털경제와 유사하게 사용되어지고 있으나, 변화의 동력으로서 무엇에 중점을 두느냐에 따라 달리 표현될 수 있지만 궁극적으로는 인터넷과 네트워크를 통한 전반적 변화를 지칭하는 유사한 맥락의 개념들이다.

로의 전환에 중남미 국가들 역시 적극적인 참여의 필요성을 인식하고 있다.

중남미 국가들 역시 이러한 변화에 적극적으로 통합하려는 차원에서 정부 및 민간부문의 의지가 그 어느 때보다 지속적인 한편 ICT 산업 진흥 관련 프로그램 및 각종 정책 추진도 연속성을 가진 장기 계획으로 수립하여 새로운 시대에 새로운 의지를 표명하고 있다. 특히 중남미 국가들은 역내 경제통합체로 연계되어 있어 일국에의 진출 내지 협력은 여타 국가로의 파급 효과를 나타낼 수 있다.

우리나라는 핵심전략산업이자 수출성장산업으로 성장한 ICT 부문의 해외 진출 충분조건과 필요조건을 지니고 있어 양 지역간 협력 환경 조성이 조성되어 있다고 볼 수 있다. 따라서 보다 적극적인 협력과제를 발굴하고 실천해야 할 필요성이 있다.

본 논고에서는 협력과제 발굴을 위한 첫 접근으로 협력대상국의 새로운 의미를 파악하고 이어 중남미의 디지털경제환경, 정부정책 방향 및 추진 배경, 그리고 우리나라와 중남미 간의 수출, 협력 및 투자 등 협력과제를 살펴보는 데에 연구의 목적이 있다.

Ⅱ. 21세기 중남미 시장의 새로운 의미

중남미 국가들은 지난 20세기 우리나라에 있어 미국 우회시장, 원자재 공급시장 및 일회성 수출시장으로서 중요한 무역파트너의 역할을 담당하였다. 중남미는 20세기를 지탱해 준 식량자원, 수자원 및 에너지 자원의 풍요로움에 더해 21세기에는 재편되는 세계

디지털경제 시장 체제에의 적극적 통합을 위해 노력하고 있는 대륙이다.

따라서 21세기 우리나라와 중남미 진출 및 협력환경의 여건을 비교하여 보면 다음과 같은 점에서 새로운 시장의 의미를 발견할 수 있다. 첫째, 기존의 단순 수출지향적 행태를 탈피하고 지속적이고 발전적 관계의 무역파트너로 개선하기 위해 ICT 협력 대상국으로 그 의미를 확대하여야 한다. 둘째, 중남미는 정보사회건설 정책 추진 등으로 우리의 e-Korea 진출 및 협력 시장이다. 셋째, ICT 인프라 확충으로 ICT 관련 상품 -H/W, S/W & 솔루션, SI, 통신 등- 수요가 창출되고 있는 지역이다. 넷째, 국가별, 업종별, 권역별로 전자상거래 시장이 활성화 될 전망을 지니고 있다. 다섯째, 기타 ICT 관련 다양한 산업부문에서 국가간 협력 사업의 수요가 증가하고 있다.

<표 1> 우리나라와 중남미 ICT 진출 및 협력 환경 여건 비교

우리나라	중남미
ICT 산업이 국가경제 성장 주도	ICT 산업의 국가전략산업화 추진
대형 정보화 프로젝트 사업의 풍부한 경험	벤치마킹 대상국 중 하나로 인식
기술·품질·가격경쟁력 벤처기업 풍부	ICT 상품 수입 의존 높고, 외국 ICT 업체와의 협력체제 절실
e-biz 업체 및 e-biz 모델 경쟁력 보유	전자상거래 시장 도래 (국별, 업종별, 권역별)
ICT 부문 기술력·경쟁력 보유	ICT 인프라 미비, 구매력 및 수요 확대
통신부문의 선진화 이룩	통신부문 주도: 시장 민영화 및 활성화
해외 수출 시장 개척 절실	외국인 투자 적극 유치, 수입시장 존재
공존공영의 협력모델 및 협력사업 발굴 필요	대외협력 필요성 인식 및 적극적 유치

자료: 최윤국 2002e, 7

이외에 중남미는 21세기 우리 인류사의 가장 큰 문제인 식량, 수자원 및 에너지 자원 등 각종 자원이 풍부한 지역으로 ICT 기술 부문의 진출과 협력을 통해 식량수급, 환경보전 등에 기여하면서 국가 이미지 제고와 아울러 장기적 수출기반의 토대를 구축할 수 있는 지역이다. 또한 블록주의가 확대 및 심화(미주자유무역지대 및 대EU 자유무역협정 발효 예정)되고 있는 지역으로 일국에의 진출은 회원국에의 진출과 협력을 용이하게 할 수 있다.

우리나라의 총수출 규모와 무역수지 흑자 폭은 증대하고 있으나, 대중남미 수출액은 감소 내지 정체 현상을 보이고 있으며, 무역수지 흑자폭도 감소 추세이다. 다만 IT 수출은 증가세를 보이고 있으며, 주요 수출대상국은 브라질 및 멕시코이다.

<표 2> 우리나라의 대중남미 수출 규모 및 IT 수출 비중

단위: 억 달러

	1999	2000	2001	2002	2003
국가 총수출	1,437	1,723	1,504	1,625	1,938
IT 수출	-	513	411	488	595
총수출대비 IT 비중	-	29%	27%	30.0	30.7
국가 총수입	1,198	1,605	1,411	1,521	1,788
무역수지	239.0	118.0	93.0	104	150
대중남미 총수출	86.4	93.7	97.3	88.6	88.0
중남미 IT 수출	13	15.7	14.8	17.8	-
중남미 총수출대비 IT 비중	15.1%	16.8%	15.2%	20.1%	-
대중남미 총수입	28.6	32.6	34.5	37.4	45.9
무역수지	57.8	61.1	62.8	51.2	42.1

자료: 정보통신부 2002.

이상에서 보는 바와 같이 21세기 중남미는 기존의 안정적 자원 공급국에서 더 나아가 우리의 국가전략산업으로 성장한 ICT 부문의 협력대상국으로 중요성이 중대되고 있다. 이를 위해서는 해당 지역의 문화, 소득 수준, 지역별 여건 등을 고려한 세심한 진출 전략이 필요한 때이며, 더 이상 우리의 필요에 의해서 진출하는 것이 아니라 상호공동번영이라는 큰 틀에서 진출 전략을 만들어 나가야 한다.

우리나라는 국내 ICT 부문 환경과 경쟁력있는 기술 보유 등의 요인으로 ICT 부문의 수출 진흥과 해외협력 개발이라는 과제를 안고 있으므로 떠오르는 확실한 중남미 ICT 시장에 눈을 돌려야 한다.

Ⅲ. 중남미 디지털경제 환경과 발전 과제

1. 중남미 디지털경제 환경

중남미는 2,050만㎢에 달하는 광대한 영토, 6억명의 풍부한 인구 층을 바탕으로 거대한 ICT 시장을 보유하고 있는 지역이다. 두터운 소비시장을 형성하고 있으며 특히, 컴퓨터 보급 및 인터넷 접속층인 15~49세 층이 총인구의 50%를 상회하고 있어 향후 성장잠재력과 구매시장으로서의 가치가 높다.

중남미의 인구 대국은 브라질, 멕시코 및 콜롬비아를 들 수 있으며, 경제성장률은 '03년 회복기를 거쳐 '04년 성장세 국면을 맞고 있다.

국민소득으로는 아르헨티나, 칠레, 멕시코 및 코스타리카 등이 상위권을 형성하고 있으며, 국가별 소득 격차는 국가별 · 지방별 · 도농간 정보격차를 야기할 수 있으므로 향후 디지털 경제의 기반 조성을 위해서는 디지털 격차 해소가 우선순위 정책으로 간주된다.

아르헨티나, 브라질, 칠레, 멕시코 등 대다수 국가들의 도시화율은 80% 수준으로 높은 편인데, 도시집중화는 높은 투자 효율을 보장하며, 인터넷 수요 및 ICT 인프라 확충 전망을 밝게 한다.

<표 3> 중남미 주요 국가의 경제사회지표

국 가	인구: '03 (천명)	GDP 성장률: '03(%)	1인당 GDP: '03 (US$)	수도 및 주요도시	도시 화률 (%)	교포 수 (명)
아르헨티나	38,377	7.3	10,200	Gran Buenos Aires, Rosario	89.6	25,070
브라질	176,596	3.3	7,600	São Paulo, Rio de Janeiro	80.4	48,097
칠레	15,774	3.4	10,000	Santiago, Valparaíso	85.7	1,509
콜롬비아	44,402	3.0	6,500	Bogotá, Medellín	73.7	428
코스타리카	3,933	1.5	8,500	SanJosé, Heredia	50.4	385
멕시코	102,291	1.9	9,000	Ciudad de México, guadalajara	75.0	19,500
페루	27,148	4.0	4,800	Lima, Arequipa	72.3	919
베네수엘라	25,549	7.4	5,500	Caracas, Maracaibo	87.4	278
중남미	**5.7억명**	**3.5**	-	São Paulo, Mexico City	**60.2**	-
한국	**47,925**	**3.1**	**12,646 (GNI)**	서울, 부산, 대구	**88**	-

자료: CEPAL 2002 & 2001; 1인당 GNI와 GDP 성장률은(World Bank 2002) 교포수는 외교통상부 '중남미통계자료 2001'.

중남미의 한인 교포 수는 약 10만 명을 상회하며, 최근 멕시코로의 재이주 현상이 두드러진다. 중남미교포 중 ICT 관련 종사자는 극소수이나, 이민 2세를 중심으로 ICT 관련 종사자가 배출되고

있어 이들을 적극 활용할 수 있는 방안이 요구된다.

2. 디지털 환경 동향

현재 중남미에서 ICT 시장을 주도하고 있는 국가는 인구, 국민소득 및 인터넷 인프라 등의 요소를 종합적으로 비교해 볼 때 브라질, 칠레, 아르헨티나, 멕시코 등이며, 성장 가능성을 지닌 남미 국가로는 베네수엘라, 콜롬비아, 페루, 우루과이, 중미국가로는 코스타리카 및 도미니카 공화국 등이다.

중남미 주요국의 ICT 인프라 현황은 기본적으로 유선전화 보급률이 낮아 Dial-up 중심으로 인터넷에 접속하고 있는 실정에 비추어 열악한 실정이다. 그러나 이동전화 보급률의 성장 속도가 지속적으로 빠르게 진행되고 있어 향후 소득 및 전화 보급률의 증가는 인터넷 접근의 기회 확대를 야기할 것이다. 아울러 무선통신을 활용한 인터넷에의 접근과 인터넷 사용자의 수도 크게 증가할 것으로 전망된다.

중남미 PC 보급률은 저조한 편임에도 불구하고 최근 인터넷 접속 인구가 급증 추세를 보이고 있어 '98년 중남미 전체인구의 1.5%에 불과하던 인터넷 이용자가 '01년 3.1%, '02년 5.4%를 점유하였으며, '06년에는 9.1%에 달할 것으로 전망되고 있다(IDATE 2003).

향후 중남미의 인터넷 사용자 수 전망을 보면 Pyramid Research는 '05년 1.6억명, EIU는 8,000만명, 그리고 Jupiter Communications는 '05년 7,700만명으로 추정하고 있다.[2)]

---

2) 중남미의 인터넷 사용자 수 전망과 관련해서는 조사기관별로 큰 차이를 보이고 있는데 이는 무선통신 발달의 속도를 정확하게 파악하지 못한 데에 기인한다.

국별 인터넷 사용자 수는 브라질이 전체 중남미의 43%를 점유하며, 이어 멕시코, 아르헨티나, 콜롬비아, 베네수엘라, 칠레 순이다. 국가 내에서도 기업체의 규모, 성별, 소득별로 인터넷 접근의 불평등이 존재하는 한편 중상류층 즉, 비즈니스 대상업체들의 인터넷 사용률은 높다. 브라질의 경우 인터넷 보급률은 총 인구의 5%이지만, 중상류층의 보급률은 40%를 상회하며, 경제여건이 더 열악한 페루의 경우 '00년 현재 전체 보급률은 1.8%에 불과하나 중상류층의 인터넷 보급률은 38%를 상회하고 있다.

<표 4> 중남미 주요 6개국의 ICT 인프라 비교

		Argentina	Brasil	Chile	México	Perú	Venezuela	L.A.
1	전화보급률(%)	39.6	42.4	**65.9**	40.1	15.2	37.0	45.4
2	TV 보급률(%)	29.3	**32.4**	23.6	26.1	11.9	18.5	-
3	이동전화보급률(%) 성장률('99-'00)	17.9 45.7	27.0 95.0	22.6 123.0	27.5 130.0	4.0 58.3	**29.0** 71.8	14.1 -
4	PC 보급대수(백만)	2.5	**13.0**	1.0	4.9	0.5	1.0	-
5	PC 보급률(%)	**5.3**	9.3	8.3	8.1	2.0	6.8	8.6
6	인터넷사용자(백만)	2.0	**14.1**	3.1	3.5	3.0	1.3	-
7	인터넷 보급률(%)	5.3	8.0	**20.0**	3.4	10.7	5.4	6.7
8	인터넷 성별 사용비율(%, 남/여)	57/43	57/43	65/35	58/42	-	-	60/40
9	초고속접속인구(천명); ( )는 인구대비(%)	38 (0.1)	**53** (0.03)	22 (0.15)	20 (0.02)	-	-	-
10	인터넷호스트 수(천 대)	459.9	**2,238**	135.2	1,108	19.4	24.1	-
11	도메인 수(천)	**364.0**	338.0	51.6	58.1	-	5.5	812.0
12	ISP 수	170	**600**	26	167	15	11	-

자료: 1, ITU 2003; 2, ITU 2000; 3, ITU 2003; 4, ITU 2000; 5, Morgan Stanley 2000; 6, Pyramid Research 2001; 7, Booz Allen &

즉, 정보통신기술이 지닌 "기술적 건너뜀" 현상으로 그 누구도 정확한 예측이 어렵다.

Hamilton 2000; 8, Media Metrix 2000, Prince & Cooke 2000; 9, Gartner Dataquest 2001; 10, ITU 2000; 11, KRNIC 2000; 12, CIA 1999.

중남미의 인터넷 시장 규모는 '03년 전 세계의 10%를 점유하였으며, 규모는 160억불로 연간 20% 성장률이 예상되고 있으며, 향후 무선인터넷 이용 증가로 인터넷 접속 기회의 확대가 전망되며, Jupiter Research는 중남미에서 '05년경 이동통신장비를 이용 인터넷에 접속하는 사용자 수가 5,000만명을 상회할 것으로 전망하고 있다.

ITU 2002에 의하면 중남미 주요국의 무선통신 보급률은 평균 23.3%에 달했으며, 국별로는 칠레 34% 및 베네수엘라 26.4%로 평균치를 상회하였고, 성장률에 있어서는 중남미 주요국 모두가 세계 평균 15.1%를 훨씬 상회하는 것으로 나타났으며, 칠레, 멕시코 및 콜롬비아 등이 40%로 빠른 성장률을 기록하였다.

중남미 시장에서 무선통신 발전은 중남미의 열악한 유선 인프라, 광대한 지역, 밀림과 산악지역 특성에 기인하고 있으며, 정책적으로는 선불카드(Pre-pay: 중남미 무선전화 가입자의 70%가 사용), 발신자부담제도(calling party pays) 등의 도입과 정착에 힘입었다(KISDI 2001).[3]

호스트의 성장률은 매우 높을 것으로 전망되고 있으며(ITU 2000), 이미 중남미는 '99년 136%의 성장률을 기록하여 북미 74%, 아시아 61%, 유럽 30%를 크게 상회하였다. 이는 인터넷 접속 기

3) 중남미 이동전화 기술방식은 보면 TDMA, CDMA, GSM 순의 시장점유률 기록하고 있다.

회의 확대, 대용량 자료 저장 수요 증가 및 e-Business 확대 등에 기인한다.

ISP 업체의 수도 증가하고 있는데 특징으로는 외국계 업체의 진출이 활발하다는 것이며, 외국 ISP회사들은 자체 네트워크나 진출국의 ISP 회사를 인수하여 진출하고 있다. PSINET의 경우 중남미 26개 ISP를 인수하였으며, 스페인의 Telefónica는 Terra 네트워크를 통해 브라질, 멕시코, 칠레, 베네수엘라 ISP를 인수하는 등 서비스 범위를 확장하고 있다. 반면에 높은 전화요금과 인터넷 접속 요금은 인터넷 확대에 장애가 되고 있다. 미국은 평균 ISP가격이 $20.00, 월 240분 시내전화사용료가 $18.42인데 반해 대다수 중남미 국가에서의 이용료가 27-40불 이상으로 미국보다 훨씬 높게 나타나고 있다.

향후 인터넷 접속 방법의 다양화가 시급한 과제이다. 전화 접속이 '99년 90%이상 점유하였으나, 점차 케이블 TV 네트워크, 디지털라인, 무선전화 등으로 다양화되고 있다. 현재 초고속인터넷은 케이블모뎀을 사용하고 있으나 향후 DSL 방식이 보편화 될 것이다. 이미 브라질은 PC를 통한 광대역 인터넷 접속 가구의 비중이 22%로 초고속망의 파급을 선도하고 있다(ebusinessforum 2000).[4]

인터넷으로 전송되는 대역폭 규모에서 남미는 텔레포니카와 글로벌 크로싱사의 새로운 해저케이블 시스템 건설에 기인하여 2001년 16,133Mbps로 전년대비 480% 증가로 세계에서 가장 높은 성장률을 기록하였는데, 남미의 국제인터넷 용량 중 80%는 여전히 허브역할을 하는 미국 도시들로 연결되고 있다(TeleGeography

4) 2002년 2/4분기 PC를 통한 광대역 인터넷 접속 가구 비중은 독일 45%, 스페인 25%, 프랑스 22%, 미국 17%이다. (Nielsen//NetRating, 2002. 8)

Research 2001).

전자상거래 시장의 활성화는 디지털 경제로의 전환 과정에서 네트워킹과 더불어 디지털 경제의 주 동인이다. ICT 산업의 발달과 정보화 추진 등으로 인해 미국과 유럽 그리고 APEC 국가들의 전자상거래 시장 활성화 정책은 향후 중남미의 전자상거래 시장을 이들 지역과의 연계 발전을 도모하게 하는 방향으로 전개될 것이다. '02년 EIU의 e-Readiness[5] 평가에 의하면 중남미 국가 중에서 칠레가 정보통신 신기술 도입과 IT 관련 비즈니스 평가 순위에서 1위를 차지하였으며, 이외에 멕시코, 브라질 순으로 관련 시장 및 투자 여건이 양호한 것으로 나타났다. 칠레, 아르헨티나, 멕시코, 브라질, 콜롬비아, 페루 및 베네수엘라는 e-Business followers로, 에콰도르는 laggards로 구분되었다.

현재는 B2B시장이 전자상거래 시장의 90% 이상을 점유하고 있으며, B2B 중남미 시장의 국별 점유율은 브라질이 약 68%로 선두를 차지하고 있으며 멕시코 16%, 아르헨티나 9% 순이며, 향후 멕시코 시장의 성장 가능성이 높다(eMarketer 2001).

중남미 전자상거래 시장 규모는 조사기관별로 차이가 있으나 '02년 최소 12억에서 최대 137억불로 추정되며 '03년에는 최대 328억불 그리고 '05년 1,084억불 에 달할 것으로 추정되었다 (eMarketer 2000). 주 거래 분야는 기존의 서적, 음반, 여행상품 외에도 의약품, 장난감 및 특산품 등을 중심으로 확대될 전망이며, 중남미 e-Business 환경의 개선이 요구된다.

이는 인터넷 접근 기회의 다양성, 물품에 대한 신뢰도, 신용카

5) "정보화 준비(E-Readiness)"는 온라인 진척도(Connectivity), 정보화 리더쉽(E-Leadership), 정보 보안(Information Security), 인적자원(Human Capital), E-비즈니스 환경 등을 종합적으로 평가한다.

드 사용, 택배 시스템 및 전자결제 등 제도의 미비에 기인하고 있다. 더 나아가 중남미 인들이 온라인 쇼핑 보다는 직접 보고 만져보고 상담하는 과거의 물품 구매 관습에 젖어 있기 때문이다. 이외에 전자상거래의 확산에 장애가 되고 있는 요인으로는 평균 GDP 3,500달러의 낮은 국민소득, 상대적으로 높은 컴퓨터 가격, 높은 접속료 및 전화료, 관련 장비의 고율 수입관세 그리고 통관절차의 지연 등이다(Gili 1999).[6]

중남미의 ICT 시장(Gili 1999)규모(H/W, S/W, 서비스 및 통신 포함)는 '01년 1,952억불에서 매년 증가하여' 03년 2,600억불로 세계 시장의 14%를 점유할 것으로 추정되었으며, '05년까지 매년 20%의 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 국별 중남미 ICT 시장의 비중은 브라질이 48%로 선도하고 있으며, 이어 멕시코 18%, 아르헨티나 12% 순이다(IDC 2001). 지역별 ICT 지출규모 점유율을 보면 북미 39.9%, 유럽 31%, 아태지역 20.8%, 중남미 5.5%(680억불) 및 중앙아시아/아프리카 2.7%이다(Aberdeen Group 2002).

3. 발전 과제

중남미의 ICT 주요 선도국은 브라질, 멕시코 및 칠레 등이며, 21세기 초 중남미의 정보화 진행과정에서 나타날 특징으로는 인터넷 사용자의 급증으로 PC 및 이동통신기기 수요 증가, 유무선 관련 인프라 확충 및 서비스 수요 증가, 다양한 소프트웨어 수요 증가, Cyber Trade 시장 확대 및 ICT 관련 산업의 수요 창출, 인

6) http://lanic.utexas.edu/la/region/news/arc/lasnet/1999/0196.html

터넷 인프라 확충으로 국가별·권역별 전자상거래 시장 활성화 및 ICT 관련 부문의 국가간 협력 사업 수요 증가 등이다.

그러나 중남미 ICT 산업의 발전과 디지털경제로의 전환을 위해서는 인터넷 접속의 평등화, 공공서비스 확대로 인한 정보의 공유, 스페인어 및 포르투갈어 등 현지어로 된 콘텐츠 제공, 정보통신 인프라 확충, 사이버 시민 육성을 위한 교육 및 훈련 시스템 구축, 신용카드 사용 저변화 확대 및 불법 복제 규제 등의 과제를 해결해야 한다.

인터넷 접속에 있어 기회 확대 및 부의 불균형 해소 노력이 필요한데 이는 낙후된 인터넷 인프라 환경에서 높은 접속료 및 전화료는 대다수 인구의 인터넷 사용과 저변 확대에 장애 요인으로 작용한다. 빈곤한 자들은 개인컴퓨터를 보유할 수 없으며, 지역 공공 서비스의 미비와 교육 기회의 빈곤이 정보화의 빈곤으로 세습되지 않도록 노력해야 한다. 또한 이 같은 정보 이용의 불균형 현상은 계층간, 성별, 연령별, 도시별, 지방자치단체별로 발생되고 있는 바 전국가의 네트워킹을 통해 디지털 격차를 해소하고 디지털 경제로의 전환을 도모해야 한다.

인터넷 접속료의 인하로 접속의 대중화를 이룩하여야 한다. 현재 인터넷 접속료는 미국 및 다른 지역에 비해 비싼 편이며, 국가별로 차이가 있지만 통신인프라의 부족으로 인터넷 서비스 신청 후 인터넷 이용까지 여러 달이 소용되기도 한다. 접속료 인하와 신속한 인터넷 접속 개통으로 보다 많은 국민이 보다 빠르게, 보다 저렴하게 정보에 접근할 수 있어야 한다.

아울러 스페인어 접속 사이트와 콘텐츠의 부족으로 보편적 서비스 확대 및 정보공유가 어려운 점도 인터넷의 대중화를 위한

선결 과제이다. 주요 포털 사이트를 보면 국별로 2~3개의 포털 사이트의 시장점유율이 높은 양상을 보이고 있으며, 브라질은 UOL, Globo, Terra, 멕시코는 Esmas, MSN, Terra, 아르헨티나는 Clarin, Terra 등이 높은 점유율을 보이고 있다. 대다수 중남미 국가들은 스페인어와 포르투갈어 사용지역이므로 현지어로 된 콘텐츠 및 소프트웨어 개발 확산으로 지역의 정체성을 확립하고 소외계층의 디지털화를 이룩하여 국가 경제의 디지털화를 도출해야 한다.

낮은 소득 수준으로 인해 컴퓨터 구매 및 ICT 서비스 등에 장애 요소가 발생하고 있으므로 경기회복 정책의 추진, 장기적인 경제안정 및 외국인 투자 유치 등이 요구된다. 5억명의 인구 중 구매층을 30%로 추정해도 약 1.7억명에 달하는 두터운 소비시장이 존재한다.

정보통신 인프라의 개선 및 확충이 요구된다. 유선전화 보급률의 저조, PC 보급률 및 인터넷 접속 서비스 미비, 대도시와 주변 도시 간 ICT 인프라 불균형 등이 상존하고 있으므로 외국의 선진 업체, 국가 및 국제기구와의 협력 개발이 중요한 이슈가 된다.

디지털 마인드를 함양하기 위한 질적 교육수준의 고취가 중요하다. 대체적으로 교육 수준이 낮고 영어 사용이 미숙하여 인터넷 접속에 한계를 보인다. 국민들의 디지털 마인드 함양과 기술인 양성을 위한 종합적인 eLearning 시스템의 도입과 교육 프로그램 개발 그리고 추진 계획이 수반되어야 한다.

신용카드 보급률의 제고와 다양한 결제방식의 도입이다. 중남미는 신용카드 사용률이 저조하며, 브라질을 제외하고는 인터넷뱅킹 서비스가 대중화 되지 않아 전자상거래시장의 성장을 제한하고 있다(eMarketer 2001). 온라인 지불 및 보안문제에 대한 소비자의

신뢰가 낮아 e-Business 환경은 열악한 실정이나 향후 전자상거래 시대의 도래를 대비해 다양한 대금결제 방식의 개발과 도입이 요구된다.

한편 낙후되어 있는 배송시스템을 개선함으로써 분실, 배달 착오, 평균 5~6일의 배송기간 등 문제를 해결하여 신뢰를 회복하고 전자상거래 활성화의 초석이 되어야 한다. 한편 불법 복제의 규제를 강화하여 자생적인 소프트웨어 산업의 육성을 장려함으로써 경쟁력을 강화시켜 나가야 한다. 중남미 대다수 국가에서 지적재산권 보호에 대한 인식 부족으로 S/W의 경우 불법 복제율이 62% 수준에 달하고 있다.

4. 중남미 정보화 추진 배경

1990년대 초 미국의 "네팅 미국", 1990년대 중반의 유럽 정보화 전략(eEurope)에 자극을 받아 중남미 국가들은 2000년에 들어오면서 미국과 유럽의 정보화 전략에서 벤치마킹하여 독자적인 정보화 전략수립이 절실한 실정이었다. 이러한 전략은 선진국처럼 디지털 경제 혹은 지식기반경제에의 진입이라는 거창한 목표보다는 디지털 경제의 기반구축에 목표를 두고 있다.

중남미는 과거 세계경제질서의 구축 과정에서 변방의 역할을 한 것과 달리 인터넷 시대에서 중남미 국가들의 세계 정보화 시대로의 통합은 매우 빠르게 진행되고 있다. 중남미 국가들은 21세기 새로운 기회를 맞아 세계화의 흐름에 인터넷이라는 수단을 통해 도전하고자 하며, 인터넷 시장의 확대는 곧 "세계로 열린 창(ventana al mundo)"의 역할을 해줄 것으로 기대하고 있는 것이다.

중남미에 있어 인터넷 시장의 확대는 대도시가 선도할 것이다. MERCOSUR(남미공동시장)회원국의 경우 '25년 도시화율은 평균 85%를 상회할 것이며, 인구의 30%는 400만 명 이상의 대도시에 거주할 것으로 전망됨에 따라 시장 확대는 먼저 대도시를 중심으로 이루어 질 것이며, 대도시와 지방, 지방과 지방을 연결하는 순으로 발전될 것으로 보인다.

또한 중남미 각국은 선진국과 지속적인 FTA를 추진 중인 바, 이는 중남미 ICT 산업 발전에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 멕시코 경우는 북미자유무역협정(NAFTA)에 이어 EU와도 자유무역협정을 체결하였으며, MERCOSUR는 역내 회원국 확대뿐만 아니라 EU와의 자유무역협정 체결을 통해 지속적인 ICT 협력 발전을 도모하고자 한다.

결국 중남미 국가들의 ICT 진흥 정책은 과거 연속성이 결여된 산업정책과는 달리 지속성을 띄고 있는 것이 특징이다. 그 중에서 몇 가지 두드러지는 점을 보면 첫째, 정부의 디지털 경제화를 구축하기 위한 분명하고 일관된 의지, 둘째, 정보사회 건설과 통합을 위한 다양한 프로그램 기획 및 추진, 셋째, 인터넷 접속의 대중화를 위해 정부단체, 대학 및 학교 등이 중추적인 역할과 발전을 선도하도록 적극 지원하며, 넷째, 소외 지역 및 소외 계층을 위한 인터넷 접속 기회 확대, 다섯째, ICT 관련 제품의 수입관련 특혜와 자국산업 경쟁력 제고 등으로 대별될 수 있다.

정부의 이러한 정책 입안과 추진은 ICT 부문의 확대가 과거 이 지역이 지녔던 부의 불균형, 실업률, 동질성 결여, 도시 집중 등의 사회·경제문제를 해결해 줄 것으로 믿고 있는 한편 정보화 시대에서 정보 접근의 기회 불균등이 또 다른 경제·사회 문제로 비화하

지 않도록 정책의 추진력을 강화하고 있다.

5. 정부정책

중남미 국가들은 지식기반사회로의 전환을 위한 기반 구축과 디지털경제를 이룩하고자 하는 국가의 의지는 확고하다. 다만 사회·경제면의 제반 여건 등으로 정책의 연속성에 한계를 드러내는 국가도 있으나, 대다수 국가들은 ICT 관련 정책만큼은 정부 주도로 일관성과 지속성을 보이고 있다.

중남미 각국 정부의 ICT 진흥 정책은 주요 정책기관 등의 각종 프로그램 및 업무 분담 등을 통해 추진된다. 국별로는 칠레, 브라질, 멕시코 및 페루 등 주요 중남미 국가들이 가장 디지털 경제를 실현하고자 하는 정부의 정보화 마인드가 확고하다. 중남미 주요 국가들의 ICT 관련 진흥 정책의 주요 사업 목표는 다음과 같다: 저가 인터넷 용 PC 보급; 접속 방식의 다양화와 접속료 인하; 인터넷 접속의 대중화; 인력 양성 교육시설 확충 및 사이버 교육 시스템 구축; 통신서비스 확충 및 정보화를 위한 외국인투자 유치; 무선통신 확대; 전자정부 건설; 정보사회 구축 등이다.

중남미 주요국의 정부 정책의 목표를 달성하기 위한 기본 방침을 보면 첫째, 첨단통신망의 구축으로 인터넷 접속에 있어 지역간 불균형을 해소하고, 둘째, 국민들의 정보화를 위해 학교, 우체국 등 전국적으로 산재해 있는 공공건물을 대상으로 PC 보급 및 교육을 실시하고, 셋째, 사이버 카페를 확대 운영하여 보다 쉽고 빠르고 저렴하게 인터넷 접속을 가능하게 하고, 넷째, 정부 정책에 국내외 민간기업의 투자와 총 매출액의 일부를 갹출하여 재원으

로 조달하는 등으로 대별된다.

한편 전자정부를 표방한 사업의 일환으로 인터넷을 통한 조달 시장 정책이 추진되고 있는데, 이는 거래의 투명성을 보장하여 과거의 부패, 부정개입 등의 행정 부조리를 해소하고자 하는 것이다. 상파울로 주의 경우 '00년 8월에 e-조달 포털 사이트를 개설했고, 역경매방식도 도입하였으며, 칠레는 모든 정부 부서가 정부조달사이트를 통해서 상품과 서비스를 구매하도록 하고 있으며, 향후 e-Government 구축을 운영할 전망이다.

중남미 국가들의 지식정보화사회 건설은 정부 주도로 이루어진다. 특히 MERCOSUR 회원국들은 크게 세 부류의 정부간 포럼을 운영하고 있는데, 이는 "통신", "e-Commerce" 및 RECyT(과학기술) 분야로 구별된다. 정보화 첫 단계는 정부조직의 정보화사업 등을 통해 ICT 관련수요를 창출하는 것이며, 이어 공공정보화 사업 등을 통해 국민경제의 디지털화를 추진하는 것이다.

<표 7> 중남미 주요 국가의 정보화 전략 및 관련 정책 운용

국가별	주요 정책 및 사업
멕시코	○ e-México 프로젝트 추진: 전자정부 구현 ○ 국가소프트웨어 개발프로그램(Programa Nacional para Desarrollo de Software): 소프트웨어 부문 경쟁력 강화 ○ PPP(Plan Puebla Panama) 프로젝트: Puebla 주에서 Panamá에 이르는 인프라 통합
베네수엘라	○ 국가통신개발계획(Plan Nacional de Telecomunicaciones) ○ 법령 825호 제정: ICT 강국 건설 표명 ○ 통신기본법 제정: 통신조사개발기금(FIDT) 운용 ○ 전자문서 및 전자서명법(Ley sobre Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas)
브라질	○ 전자정부 구축과 확산: 전자조달제도 도입('01년), 결제통합시스템(SPB: Sistema de Pagamento Brasileiro), 전자투표 시스템 ○ 과기부의 "국가정보화계획('01~'03년)": 총 18억 달러로 ICT 산업경쟁력 제고, 정보격 차해소, 공공정보화, 기술개발, 정보화 교육 실시 - Proinfo 프로그램: 학교와 우체국을 통한 인터넷 접속 - PEA 프로그램: 전국민 e-mail 계정 부여 - 국민 PC 보급정책 ○ 정보통신기금 운용: FUST 외 국가예산 및 업체분담금 다수 운영 ○ 인프라 현대화 계획(PASTE) 추진 중('95~'03)
아르헨티나	○ 금융위기에 따른 ICT 산업육성정책 및 투자 위축 ○ ICT 부문 투자로 고용창출 시 세금인하 혹은 면제 혜택 부여
칠레	○ 정보통신부 주도 정책 - 정보이용의 대중화를 위한 구립 Telecentro 설치 - 사회단체의 정보화를 위한 Infocenter 설치 ○ 칠레경제개발청(CORFO) 주도 정책 - ICT 관련 사업에 인센티브 부여 ○ "국가 ICT 발전계획" 시행: ICT 중소업체 지원, 인터넷 확충 ○ 정보통신발전기금 조성 운영: FDT(칠레 정보통신개발기금) ○ 벤처기업 등 ICT기업 지원 위한 신흥주식시장(Bolsa Emergente) 추진 ○ 외국진출기업에 정부자금 지원, ICT 단지 조성, 투자 인센티브 등은 없음
콜롬비아	○ '00년 3월 정보통신 육성종합계획 National Connectivity Agenda 운영 - COMPARTEL: 정보통신의 대중화로 도농간 인터넷 디바이드 해소 - PC 보급 확대: 초등학교 및 군 집단의 정보화 추진 - Technology free zone 설립 - 광대역폭(Banda ancha) 확장개발 ○ '02.6월 정부 조달 on-line 구축
페루	○ '93년 정보통신서비스산업 육성법과 '98년 통신시장개방법 유지 ○ 통신망 확장: 민관 구성으로 된 "인터넷 보급확대 추진위원회" 구성 ○ 지적재산권 보호 강화: INDECOPI 기능 강화 ○ IT 관련제품 관세 인하 ○ OSIPTEL과 정보통신 기금 FICTEL 운영

자료: Alexander 2002

Ⅳ. 우리나라의 대중남미 협력 과제

1. 중남미 ICT 수입 수요 증가 품목 및 협력부문

현재 중남미 ICT 시장의 주된 특성은 정보사회 건설과 사이버 교육 그리고 정보의 대중화가 국가 최우선 정책이므로 인터넷 이용 증가와 전자상거래 활성화로 요약된다. 따라서 각종 정보 통신 장비, 특히 무선통신, 광통신 장비, 네트워크 장비나 서비스 분야에서 수요가 급증 추세이다. 즉, PC 및 주변기기: 저가 인터넷용 PC, 모니터, 대용량 PC(80 GB), 프린터; 유무선 통신 설비: 교환기, ADSL 장비, 서버; 유무선 통신단말기: CDMA, GSM 및 WLL 단말기, 무선인터넷 플랫폼(단말기에 내장되는 기본 프로그램); 기타 B2B 솔루션(eMarketplace 등); 단품성 소프트웨어(게임, 영상, 홈페이지 제작, 웹 문서 작성 등); 보안 장비: CCTV, 비디오 도어폰 등 건물 및 주택 보안용 장비, 지문인식기; 위성방송장비, 영상장비; 기타 광케이블 등이다.

특히 중남미 시장은 국가행정망 전산화 계획과 인터넷 접근의 대중화 정책이 적극적으로 추진되고 있어 SI 부문의 진출 노력 및 협력부문의 개발과 진행이 중요하다. 다음의 SI 부문은 향후 중남미 국가에서 대규모 SI 프로젝트가 발주될 가능성이 높은 한편 우리나라 업체의 경험과 기술이 풍부한 부문으로 적극적으로 진출 가능성을 구체화하여야 한다. 첫째, 공공부문: e-Government, e-Health, e-Learning, NID(전자주민증), ITS(인공지능 도로교통시스템), GIS(지리정보시스템), 산불관리시스템, 토지등기전산화, 농산물수급관리시스템 등 둘째, 제조부문: ERP(전사적자원관리:

enterprise resource planning software), ASP(Active Server Page), PDM(제품정보관리), eMarketplace 등 셋째, 금융부문: Central Banking, Retail Banking, AMS(접근방식서비스), DW(Data Warehouse), CRM(고객관리시스템: Customer Relationship Management) 등이다.

향후 중남미 국가들에 대한 우리나라의 중·단기 수출 전략 품목 지정과 장기적 차원의 협력 분야에 대한 선별과 이에 대한 실천 의지가 중요하다. 중 · 단기 수출전략품목은 현행 수출 점유율이 높은 모니터, 핸드폰 등을 중심으로 보안장비 등이 될 수 있을 것이며, 장기적 차원에서는 CDMA(코드분할다중접속)방식의 WLL (무선가입자망)사업 등 통신망 현대화 사업과 지속적이고 강력한 정부의 공공정보화 사업 추진으로 인해 야기되는 SI 시장에 참여하는 방안을 강구하여야 할 것이다. SI 부문 진출은 아웃소싱, 컨설팅, 애플리케이션 서비스, 소프트웨어 패키지 판매 및 개발, 데이터센터 등의 서비스를 제공하는 방안으로 접근해야 한다.

우리나라는 내적으로 정보화 수준 선진화를 지속하는 한편, 대외적으로는 다음과 같은 분야를 중심으로 중남미 국가들과의 협력 분야 발굴과 추진 등의 중대 노력을 해야 한다. ICT 인프라 확충 프로젝트에의 참여; 공동 eMarketplace 및 업종별 eMarketplace 구축; e-Government 사업 협력 추진; 공동 기술 개발; ICT 기술자 및 관련 단체의 상호 교류 촉진; 광대역 서비스, 공항·도로·철도 등 사회간접자본 분야, 이외에 체신 등의 정보화 관련 경험 공유; 기술 이전 및 지원 등을 통한 정보격차 해소 적극 참여 등이다.

2. 우리나라 기업의 중남미 진출 사례

2004년 6월 현재 중남미 시장에 수출 경험이 있거나 투자 내지 수출계약 중에 있는 우리나라 기업은 약 70여개에 달한다.[7] 초기에는 단말기 및 PC 주변기기 중심으로 수출이 진행되었으나, 점차 현지 수입수요에 맞추어 소프트웨어, SI 솔루션 및 장비, 통신기기 등 품목의 다양성이 완만하게 이루어지고 있다. 다만 일회성 수출에 그치지 않고 지속적 수출기반조성에 좀 더 비중을 두어야 한다. SI 부문의 진출경험은 풍부하지는 않지만 현대정보기술, 삼성 SDS 및 LG EDS, 삼성 SDI 등 대기업을 중심으로 시장 개발과 선점을 위해 최선의 노력을 다하고 있다.

진출기업의 유형별 분류를 보면 투자부문은 대기업 위주로 이루어지고 있으며, 이외에 벤처기업의 약진이 두드러지고 있다.

향후 보안 관련 장비 및 솔루션, 행정망 전산화에 따른 솔루션 등의 수요가 증가할 것으로 보여 우리나라도 수출품목의 다양성을 도모해야 할 것이다. 우리의 경쟁력 제품군(정보통신부 2002)[8]의 수출 전략도 중요하지만, 더욱 중요한 점은 현지 수요와 시장 여건을 고려한 우리의 경쟁력 있는 품목을 개발하고 수출 혹은 협력하는 문제이다.

---

7) 이 수치는 저자가 전자신문 등 국내 IT 관련 신문 조사, 업체와의 간담회 등 다양한 자료를 수집·정리한 결과임을 밝힌다.

8) 정통부는 '02년 1차로 10대 수출유망품목을 선정하였다: 코드분할다중접속(CDMA) 등 이동통신; 셋톱박스; 초박막액정표시장치(TFT-LCD); 초고속인터넷; 디지털TV; 시스템통합(SI) ; 홈네트워킹; 게임소프트웨어; 인터넷 PC방; 개인휴대정보단말기(PDA) 등이다. 정보통신부는 2002년부터 매년 10개씩 2006년까지 5년간 모두 50개의 세계 IT 일등 상품을 발굴하여 육성하기로 하였다.

3. 협력을 위한 11가지 과제

디지털 시대에 걸 맞는 마인드를 가지고 국내 중소 ICT 업체간 컨소시엄 혹은 현지업체와의 제휴 등을 통한 진출로 초기 단독 진출에 따른 심리적 · 재정적 부담을 분담하는 등 적극적인 생산 문화 · 언어 · 서비스의 현지화 전략을 수립하는 것이 보다 중요하다.

첫째, 시장을 함께 키운다는 마인드 즉, 진출마인드의 혁신적 전환이 필요하다. 아날로그적 사고방식 즉, 중남미는 우리에게 역사적으로 · 공간적으로 멀게만 느껴 왔던 지역이라는 사고에서 벗어나 디지털시대에 맞는 사고로의 전환이 보다 중요하다.

둘째, 진출대상국에 대한 문화 및 시장조사는 매우 중요하다. 중남미는 다양한 국가의 집합체이므로 각국의 관습, 문화, 가치관, 관련 정책, 경제통합체 운용 등을 고려한 시장연구가 선행되는 것이 보다 중요하다. 이를 위해서는 업계만의 연구가 아닌 산학연의 통합연구체제를 활용한 진출 전략 수립이 중요하다.

셋째, 기업 특성과 전략 품목을 고려한 목표 시장 선정이 중요하다. 진출 업체들은 수출상품의 특성과 비전에 적합한 국가를 선정해야 한다. 국가별 정보화 추진 목표 및 정책 우선 순위, 정보통신 발전 방향, 시장 규모, 인터넷 비즈니스의 발전 정도 및 수입수요 증가 품목 등을 고려한 전략 수립이 요구된다.

넷째, 선진국의 진출기업 및 동종 경쟁업체의 동향을 모니터링해야 한다. 중남미 ICT 시장은 이미 미국계, 스페인계 및 유럽계 등의 거대기업 등이 진출하여 영업망을 확대하고 있어 이들 기업들의 현지 활동사항을 분석하여 정확한 진출 분야 및 서비스 그리고 수출품목 등을 선정하는 것이 중요하다.

다섯째, 정부 정책 동향의 모니터링과 대정부 마케팅 강화가 중요하다. 중남미에서 정보화 수준이 가장 높은 조직은 각국 정부로 ICT 육성 관련법과 제도를 제정함으로써 공공부문의 정보화를 앞당겨 추진할 뿐 아니라 컴퓨터 및 관련장비, 통신 기기, 소프트웨어 등 ICT 시장의 주요 수요자 역할을 하기 때문에 대정부 마케팅 강화가 중요하다.

여섯째, 현지여건을 반영한 비즈니스 모델(BM)을 개발하고 개선해야 한다. 계층별·연령별, 조직별 비즈니스 환경여건의 변화를 읽고 현지의 수요 잠재성 있는 분야를 발굴해 수익성 BM을 개발하고 접목하는 방안을 강구해야 한다. 이를 위해서는 현지 업체와의 제휴 혹은 ICT 관련 단체 및 기구와의 채널 확보와 운용이 중요하다.

일곱째, 현지 박람회의 적극적 참여 및 홍보 전략이 요구이다. 중남미인들은 직접 보고 체험하는 가운데 제품의 홍보 및 구매가 이루어지므로 중남미 각국에서 연중 개최되는 ICT 관련 박람회에 업체의 적극 참여와 정부의 지원이 어우러져야 한다. 박람회에 참여하기 전에 최소한 영문과 스페인어로 된 홈페이지와 콘텐츠를 준비하는 것이 마케팅과 사후관리 차원에서 중요하다.

여덟째, 진출 방식의 다양화를 모색하는 것이 중요하다. 현지 유망업체와의 전략적 제휴, 혹은 중소업체 내지 벤처업체간 컨소시엄 형태로 진출하는 편이 좋다,

아홉째, 철저한 현지화가 중요하다. 생산기지의 현지화뿐만 아니라 언어의 현지화, 문화의 현지화 및 서비스의 현지화도 필수적이다. 특히 중남미 ICT 시장은 이제 시작단계로서 성장성은 크지만 우리에게 있어 증명되지 않은 시장이기 때문에 공격적인 마케

팅 보다는 점진적인 현지화 전략을 추진해 나가야 한다.

열번째, 현지 진출 기업의 경우 전국망을 확보한 현지업체와의 제휴를 통한 ICT 교육센터를 운영하는 것이 중요하다. 이는 현지 잠재 고객층 확보, 현지 ICT 산업 발전에 기여할 수 있는 기술인 양성, 기업 브랜드 및 국가 이미지 인식 제고 등의 효과를 발생케 한다. 몇 가지 운영 전략을 기술해 보면 첫째, 현지 ICT 인력 양성 교육 및 훈련, 둘째, 중소 규모의 ICT 간담회 실시, 셋째, 현지 교포 2세를 중심으로 1차 교육을 실시하고 후에 한국에서의 집중 교육을 실시하여 양 지역의 중개인으로 양성, 넷째, ODA 기금을 활용해 현지인의 한국 ICT 기업 방문 및 교육 추진, 다섯째, 소규모 우리나라 제품 상설전시관 운영 등이 있다.

열 한번째, 인적 네트워크 형성 및 유지·개선 노력이 보다 중요하다. 중남미와의 비즈니스나 협력 관계에 있어 인간 관계는 매우 중요한 역할을 하므로 현지 기존 업체들과 비즈니스 외적인 관계 형성 그리고 정부 및 관련 단체의 책임자와의 인적 네트워크 구축 및 활용이 중요하다.

V. 결 론

중남미는 이제 정보화의 단계에 돌입하고 있다. 정보화를 통한 국내시장 통합, 사회통합, 경제의 디지털화, 대외전자무역 활성화, 행정의 전산화 등으로 국내행정의 투명화, 차세대 디지털 인력 양성 등 정보화의 긍정적 효과를 극대화하기 위한 정부의 정보화 의지는 분명하고 지속적이다.

중남미는 광대한 지역에 풍부한 인구 층을 지녀 향후 정보화

과정에서 인터넷 관련 장비 및 서비스 부문의 시장 확대가 이루어 질 것으로 전망된다. 특히 우리나라에 있어 중남미는 전통적인 수출효자시장이었으나, 이제는 우리의 이 지역에 대한 수출 know-how를 ICT 상품 수출 및 협력 차원의 진출로 연계할 수 있어야 한다.

중남미는 지역 특성 상 ICT 분야 중 통신부문 개선 및 확충에 역점을 두고 있으며, 이를 기반으로 디지털경제를 구축하고자 한다. 따라서 우리나라 입장에서는 우리의 통신 기술, e-Government, e-Education 및 e-business 분야에서 양 지역간 공존 번영의 기틀을 구축할 수 있어야 한다.

우리 기업의 대중남미 협력 경험은 풍부하지 않다. 과거 아날로그적인 사고 즉 지리적인 개념에서 탈피하고 일회성 수출시장이라는 마인드를 탈피해 보다 적극적인 진출과 협력마인드를 지녀야 한다. 이를 위해서는 기업 스스로 컨소시엄 등을 구성하는 방향에서 언어 · 생산 · 서비스·문화 등의 현지화 전략이 운용되어야 한다.

한편 우리나라와 중남미 국가와의 FTA 추진이 더욱 활발하여 질 것 인 바 이는 우리나라의 ICT 상품 수출과 협력모델 확대에 큰 기여를 할 수 있으므로 장기적이며 안정적인 협력 과제 발굴 등 이에 적극 대비하여야 한다. 정부 차원의 통상외교도 중요하지만 양 지역간 ICT 관련 민간 기구 및 NGO 단체들과의 교류 증진을 통해 향후 FTA 체결을 보다 원활하게 진행하여야 한다.

우리나라의 성공적인 중남미 정보화 및 ICT 시장 진출을 위해서는 해당 지역의 문화, 시장 환경, 지역별 진출 여건 등을 고려한 세심한 진출 전략이 필요하며, 이제는 더 이상 우리의 필요에 의

해서 진출하는 것이 아니라 상호공동번영이라는 큰 틀에서 전략을 세우고 지속적으로 추진해 나가야 한다.

참고문헌

정보통신부(2002), "Global IT KOREA 건설을 위한 IT 산업 해외진출 종합대책", 기자간담회, 2002/10/11.

최윤국(2001a), "라틴아메리카 Cyber Trade 활용 방안", 한국무역협회 Trade Service Show Paper.

_____(2001b), "라틴아메리카 인터넷 시장의 현황과 전망", 무역협회 세미나 자료.

_____(2002a), "21세기 기회와 도전의 대륙 중남미 이야기", 아름다운 e세상, 10월호.

_____(2002b), "중남미 IT 산업현황과 우리의 진출전략", 중남미 IT 산업과 우리의 진출방안 심포지엄, 2002/05/16.

_____(2002c), "중남미 IT 정책 동향과 우리 기업의 진출 분야", 한중남미협회 발표 자료, 11월.

_____(2002d), 「지역학 연구를 통한 IT 수출지원 방향 모색」, "멕시코/칠레 정보통신 현황보고서", 한국외대 산학연컨소시엄센터, 2002/12/23.

_____(2002e), 「중남미 ICT 산업 현황과 우리나라의 진출 및 협력방안」, 외교통상부, 한중남미협회 용역보고서, 12월.

_____(2004a), "중남미 ICT 시장환경과 국내기업의 진출 전략-브라질을 중심으로", 한국정보산업연합회 심포지움 페이퍼, 2004/7/1.

_____(2004b), "21세기 중남미 시장과 우리 기업의 진출전략-기계류/환경설비를 중심으로", 환경산업포럼 페이퍼, 2004/8/19.

Aberdeen Group(2002. 3).

Alexander, Riobo Patino(2002) "IT Policy Development Andean Countries", *Korea-Latin America Business Forum,* pp.12-25. 2002/10/11

CEPAL(2002 & 2001).

ebusinessforum (2000).

Guillen Mendez, Zarina Cruz(2002), "IT Industry in Mexico and Caribbean Countries, Policy and Current Situation", *Korea-Latin America Business Forum,* pp. 26-35, 2002/10/11.

IDATE(2003. 1)

ITU(2000); (2001); (2002); (2003).

Jupiter Communications(2000), "Low PC Penetration, Low Credit Card Usage and Infrastructure Hinder Latin American Internet Markets", 2000/02/15.

Korea Information Society Development Institute(2001. 9).

Mollo, Juan Carlos(2002), "MERCOSUR Report: IT Sector", Korea-Latin America Business Forum,. pp. 36-47, 2002/10/11.

Morgan Stanley(2000).

Nielsen//NetRating,(2002. 8).

TeleGeography Research(2001).

US Dept. of Commerce(1998), *the Emerging Digital Economy.*

World Bank(2002), *2001 World Development Indicators.*

Gili, Enrique(1999), "Latin American Internet Growth Explosive", http://lanic http:/lanic.utexas.edu/la/region/news/arc/lasnet/1999/0196.html

논문투고일자: 2004년 11월 7일