

중남미 다국적기업을 활용한 대중남미 경제협력 확대방안

권기수 대외경제정책연구원
신흥지역연구센터 중남미팀 부연구위원
kskwon@kiep.go.kr

임태균 대외경제정책연구원
신흥지역연구센터 중남미팀 부연구위원
tklim@kiep.go.kr

김진오 대외경제정책연구원
신흥지역연구센터 중남미팀 전문연구원
jokim@kiep.go.kr

박미숙 대외경제정책연구원
신흥지역연구센터 중남미팀 전문연구원
misookp@kiep.go.kr

이시은 대외경제정책연구원
신흥지역연구센터 중남미팀 연구원
suyi@kiep.go.kr



1. 연구의 배경 및 목적

- 2000년대 들어 중남미 경제의 성장과 함께 중남미 다국적기업(Multilatinas)의 부상이 크게 주목받고 있음.
 - 몰티라티나스(Multilatinas) 혹은 트란스라티나스(Translatinas)라 불리는 중남미 다국적 기업은 중남미 토종기업으로 적어도 1개 이상의 국가에서 활동하고 있는 기업으로 정의됨.
- 중남미지역에서 다국적기업의 출현은 1970년대로 거슬러 올라가지만 중남미 다국적기업의 활동이 본격화된 것은 2000년대 들어서부터임.
 - 2000년대 초부터 시작된 전 세계적인 일차산품(commodities) 붐에 힘입어 중남미기업 들은 풍부한 자본력을 무기로 M&A를 통해 세계적인 기업으로 성장했음.
- 중남미 다국적기업은 자원분야에서만 아니라 제조업, 건설업, 서비스업 등 다양한 산업분야에서 막강한 영향력을 행사하고 있음.
 - 중남미 다국적기업은 매출액 기준으로 항공우주, 건설·플랜트, 펄프·제지, 석유·가스, 금속광물, 식음료, 교통 등의 분야에서 약 50%의 비중을 점유함.
 - 특히 일부 중남미 다국적기업은 IT, 기계, 자동차부품 등 기술집약적인 제조업 분야에서 높은 경쟁력을 갖고 있는 것으로 평가됨.
- 중남미 다국적기업의 부상은 중남미 현지진출 우리 기업에게 이미 위협요인으로 작용하고 있음.
 - 2013년 대외경제정책연구원의 설문조사에 따르면 우리 기업들은 중남미시장에서 가장 위협적인 경쟁상대로 중남미기업을 지목했음.
- 그러나 중남미 다국적기업의 부상이 중남미 진출을 희망하거나 기진출한 외국기업에게 위협요소로만 작용하는 것은 아님.
 - 중남미 다국적기업은 숱한 위기를 극복해왔기 때문에 열악한 경제환경 속에서 생존할 수 있는 혁신능력이 뛰어나고, 가족 경영의 성향이 강해 의사결정이 빠르며, 저소득층을 겨냥한 비즈니스에도 강한 장점이 있음.

- 현지 비즈니스 사정에 정통하고 정부 및 정계와의 네트워크도 두터움. 중남미 전역을 무대로 활동하기 때문에 중남미시장이 빠르게 하나의 단일시장으로 변모하고 있는 상황에서 성장 가능성이 큼. 특히 석유, 광물, 농산물 등 자원분야에서 높은 비교우위를 갖고 있음.
- 중남미 다국적기업의 이 같은 장점을 활용해 이미 발 빠른 미국, 스페인, 노르웨이, 캐나다 기업은 중남미시장에 성공적으로 진출하고 있음.
- 이에 따라 중남미 경제 및 산업분야에서 갈수록 막대한 영향력을 행사하고 있는 중남미 다국적기업의 실체를 명확하게 파악하고 이에 대한 대응방안을 시급히 마련할 필요성이 대두되고 있음.
 - 중남미 다국적기업의 글로벌화 전략이 아직까지 초기 단계이고 한국과 중남미 다국적기업의 전문분야가 상호보완적인 점을 감안해 전략적 협력 파트너로서 Win-Win 관계 모색이 필요한 시점임.
- 이에 본 연구는 2000년대 들어 중남미 경제 및 산업에서 갈수록 막강한 영향력을 행사하고 있는 중남미 다국적기업을 활용한 대중남미 경제협력 확대방안을 제시하는 데 목적을 두고 추진되었음.
 - 보다 구체적으로 본 연구에서는 먼저 중남미 다국적기업을 활용한 우리 기업의 현지진출 확대 및 경쟁력 제고방안을 제시하고자 하였음.
 - 또한 자원 및 건설 분야에서 독점적 지위를 누리고 있는 중남미 다국적기업과의 협력을 통해 그간 우리 기업의 진출이 상대적으로 부진했던 자원개발 및 건설·플랜트 시장 진출방안을 제시하였음.
 - 마지막으로 본 연구에서는 해외진출을 가속화하고 있는 중남미 다국적기업을 한국에 유치하는 방안 도출에도 초점을 두었음.

2. 조사 및 분석 결과

1) 중남미 다국적기업의 현황과 특징

- 1990년대 신자유주의 경제정책을 토대로 본격화된 중남미 기업들의 국제화는 신흥시장 경제위기의 전염, IT 버블 붕괴, 글로벌 금융위기 및 경기침체 등으로 인하여 부침이 있었음.
 - 그럼에도 불구하고 중남미기업은 위기를 국제화전략으로 극복하면서 최근 글로벌 해외 직접투자자로 등장하였음.
 - 특히 브라질, 멕시코 등 일부 국가에 치우친 기업의 국제화는 칠레, 콜롬비아, 페루 등으로의 저변이 확대되고 있고, 사업규모가 대형화되고 있으며, 자원개발과 농업 등에 치우쳤던 투자업종은 통신, 미디어, 운송, 제조업 등으로 다각화되고 있음.
 - 또한 ‘내추럴 마켓(natural market)¹⁾’ 중심의 해외투자 진출은 유럽시장에 이어 아시아 및 중동 등으로 확대되고 있음.
- 중남미 다국적기업은 산업별로 자원, 식음료, 유통, 건설, 통신, 교통 분야의 비중이 높으며, 항공기 등 기술집약적인 제조업에도 일부 진출해있음.
 - 먼저 산업적인 측면에서 자원이나 식음료 기업은 중남미 지역의 풍부한 자원을 이용해 성장했고, 통신이나 교통분야 기업은 규모의경제 또는 범위의경제를 통해 발전했음.
 - 제도적인 측면에서는 정부가 정책적으로 특정 산업을 보호하거나 독과점기업의 성장을 용인하는 등의 정책이 기업의 성장에 중요하게 작용했음.
 - 마지막으로 기업차원에서는 기업이 자체적으로 기술을 개발하고 틈새시장을 공략하거나 전략적으로 해외기업을 인수하는 등의 노력이 기업의 국제화에 중요한 역할을 했음.

1) 상이한 국가임에도 불구하고 지리적 인접성, 동일한 언어, 공통의 역사적·문화적 유산이라는 조건을 갖추어, 동일한 시장의 이점을 얻을 수 있는 시장을 ‘내추럴 마켓(natural market)’이라 정의함.

[표 1] 중남미 다국적기업의 산업별 분포와 성장 배경

산업	해당 산업에서 다국적기업 성장 배경		
	산업적 특성 (산업의존관점)	제도적 특성 (제도의존관점)	기업전략적 특성 (자원의존관점)
자원	- 풍부한 천연자원 - 전 세계 자원 수요증가 - 해외자원 투자 필요성	- 정부의 보호와 지원	
식음료	음료 - 와인 원료 산지		- 글로벌 다국적 회사의 보틀러 기업으로 성장 - 틈새시장 공략
	식품 - 국내 독과점 - 중남미 식품소비 인구의 광범위한 분포		
서비스	유통 - 개방된 시장과 기업 간 경쟁 - 협소한 국내시장	- 기업 대형화에 대한 낮은 규제	
	건설	- 정부의 보호와 지원	
	통신 - 규모의경제와 범위의경제		- 틈새시장 공략 - 경제위기 시 현지기업 전략적 인수
	교통	- 외국 기업의 국내 진입제한 - 국영기업의 민영화	
기술집약적 제조업		- 정부의 보호와 지원	- 틈새시장 공략 - 제품 생산기술 개발 노력

자료: 저자 작성.

● 중남미 다국적기업의 지역별 진출 특성을 살펴보면 먼저 사업부문과 관계없이 중남미 국가에 대한 투자비중이 가장 높은 것으로 나타났음.

- 중남미지역 다음으로는 북미(69%), 서유럽(60%) 순으로 진출 비중이 높은 것으로 조사되었음.
- 모든 지역에서 기업의 사업 활동이 가장 활발한 분야는 ‘판매’로, 기업들이 새로운 시장을 찾아 역동적으로 해외에 진출하고 있음을 엿볼 수 있음.
- 특히 아직까지 진출비중은 낮지만, 아시아태평양지역에서는 판매 등 시장개척을 겨냥한 중남미 다국적기업의 비중이 지리적으로 인접한 북미나 유럽보다 월등히 높았음.
- 더닝(HJ. Dunning)의 구분법에 따라 중남미 다국적기업의 지역별 진출동기를 종합하여 보면, 내추럴 마켓에 해당하는 중남미와 북미, 서유럽의 경우 시장 추구(market seeking), 자원 추구(resource seeking), 효율성 추구(efficiency seeking), 전략적자산 추구(strategic asset seeking)라는 4가지 전략을 모두 구사하고 있는 것으로 나타났음.

- 거리가 멀고 문화가 다른 아시아와 아프리카 지역에서는 자원 추구형 전략의 비중이 높았음.
- 무엇보다 중산층의 비중이 늘어나고 있는 신흥 아시아 국가들을 대상으로 시장 확보를 위해 진출하는 기업들이 많다는 것도 확인할 수 있었음.

2) 중남미 다국적기업의 발전과정과 다국적기업의 정치경제적 위상

- 중남미기업의 국제화는 다른 신흥시장 기업의 국제화와 시기 및 진출 방식 등에 있어 유사성을 지니고 있음.
 - 그럼에도 불구하고 Multilatinas 또는 Global Latinas로 별칭하게 된 배경에는 등장 및 성장과정, 소유구조, 주력 업종 및 지리적 분포 등에서 차별성이 있기 때문임.
 - 이와 같은 차별성은 중남미지역만이 보유한 고유의 정치·경제적 맥락에서 이해할 수 있었고, 중남미지역 국가들의 경제발전전략 변화가 기업의 국제화 동력이었음.
 - 중남미기업은 1980년대 말부터 신자유주의 경제정책에 기반을 둔 국제화전략을 선택하였고, 글로벌 장기호황으로 축적한 자금을 활용하여 국제화를 심화했음.
 - 특히 아시아를 비롯한 신흥시장 경제위기와 선진경제권의 금융위기 및 경기침체로 인해 부여된 기회를 활용하여 글로벌 주자로 등장하였음.
- 한편 중남미 다국적기업의 경제적 위상은 해외직접투자, 전 세계 기업순위, 그리고 중남미 지역경제 기여 및 기업 성과비중 등을 바탕으로 평가하고, 경제 엘리트로서의 역할을 분석함으로써 역내 정치 및 사회적 영향력을 조명했음.
 - 먼저 중남미 다국적기업은 역내 경제성장과 국제금융시장에의 접근성 확대를 바탕으로 글로벌 경기침체에도 불구하고 해외직접투자에 공세적으로 나설 수 있었음.
 - 선진국은 물론 아프리카를 제외한 개발도상국 국가들의 해외직접투자가 감소 혹은 둔화되는 것과 대조적으로 중남미지역의 해외투자는 지속적인 증가세를 보임.
 - 2007~12년에 중남미 해외직접투자는 연평균 13.1% 증가하여 다른 경제권과 차별적이었고, 그 결과로 세계 해외직접투자에서 차지하는 비중이 2007년 3.5%에서 2012년 7.4%로 크게 증가했음.

- 또한 고급 경영기법과 높은 자금동원 능력 등이 요구되는 국경간 M&A에서 중남미 다국적기업의 비중이 크게 높아졌음.
 - o 전 세계 국경간 M&A(순매입 기준)에서 중남미지역이 차지하는 비중은 2006년 4.5%(280억 달러)에서 2012년 10.6%(326억 달러)로 증가했음.

● 둘째, 'Forbes Global 2000', 'Fortune Global 500', 그리고 'Financial Times Global 500' 등 세계적인 주요 기업순위 통계를 살펴보면, 중남미지역 국가 및 기업 수가 매년 증가하는 가운데 순위도 상승했음.

- 비록 중남미기업이 차지하는 기업 수, 자산, 매출액, 시가총액, 수익 등의 비중은 아직까지 절대적으로 낮지만, 지속적인 신규기업 진입, 순위 상승, 자산 대형화, 매출액 및 수익의 높은 증가율 등은 중남미기업의 위상이 점진적으로 제고되고 있음을 보여줌.

● 셋째, 중남미 다국적기업의 해외투자에서는 신규 직접투자 비중보다 M&A 비중이 높았음. 역외 진출보다는 역내 진출비중이 점진적으로 증가함.

- 이러한 M&A 중심의 투자동향은 신규기술 개발 및 혁신, 고용창출, 생산성(액) 제고 등의 측면에서 볼 때 높게 평가받기 어려움.
- 그러나 역설적으로 역내투자 비중이 높아지면서 중남미 다국적기업이 역내 FDI의 주요 원천이 되고, 지역의 통상 이슈 선점과 제도 변화를 주도하며, 중남미 업계에서 중요한 비중을 차지하는 점은 높게 평가해야 함.

● 마지막으로 중남미 정치, 경제, 사회, 문화 분야에서 영향력을 행사해온 세력은 지배 엘리트 집단이었음.

- 시대별 및 국별로 지배 엘리트 집단의 등장 배경과 구성은 상이하지만 그 영향력은 지대했음.
- 경제 엘리트 집단과 인적 네트워크는 시장경제체제 공고화에 필요한 개혁을 추진하고 법률, 제도, 관행 등 국내 및 역내 사업환경을 개선하는 데 지대한 영향력을 행사했음.
- 이와 같은 영향력 행사와 중남미 다국적기업의 관계가 주목되는 점은 주요 다국적기업이 전통적인 지배집단을 형성했던 경제 엘리트 가문의 소유이거나 대주주의 관할 아래 있기 때문임.

3) 중남미 다국적기업의 활용사례

- 미국, 스페인, 캐나다, UAE, 싱가포르, 호주, 일본 등의 주요 외국기업들이 중남미 다국적기업을 활용해 어떻게 중남미 시장을 효율적으로 공략하고 있는지를 살펴보았음.
 - 본 장에서는 건설·플랜트, 자원개발, ICT 3개 분야를 선정해 활용 현황을 분석함.

- 먼저 건설·플랜트 분야에서는 멕시코 EPC 업체인 ICA를 활용해 멕시코 시장은 물론 중미 시장에서 활발한 수주활동을 펼치고 있는 미국의 Fluor의 사례를 살펴보았음.
 - Fluor는 ICA와 20년 넘게 전략적 파트너 관계를 유지해오고 있는데, 그 이유는 높은 상호보완성, 상호 비전의 일치, 높은 신뢰, 그리고 단순한 의사결정 및 지배구조에 기인하는 것으로 조사됨.
 - 또한 중남미 최대 EPC 업체인 Odebrecht와 합작으로 파나마 지하철 공사를 수주한 스페인 기업의 사례와 브라질의 항만업체를 인수한 UAE의 DP World 사례도 분석함.
 - 특히 경쟁이 치열했던 파나마 지하철 공사수주는 브라질 경제사회개발은행(BNDES)의 자금 지원이 결정적인 역할을 했음.
 - 마지막으로 아르헨티나 EPC 업체인 Techint의 사례에 대해서도 살펴보았음. 한국전력은 멕시코 발전소 프로젝트 수주를 위해 현지사정에 정통하고 사업경험이 풍부한 Techint의 멕시코 자회사와 공동으로 입찰에 참여해 공사를 수주했음.

- 둘째, 자원개발 분야에서는 브라질(Petrobras), 콜롬비아(Ecopetrol), 칠레(ENAP) 국영석유회사의 활용사례를 집중적으로 분석함.
 - 노르웨이 국영석유회사인 Statoil은 Petrobras와 기술 파트너십 구축(2003), 기술교류협정(2007), 석유탐사분야 협력협정(2011) 등 일련의 협정 체결을 통해 석유탐사 등 기술 분야에서 협력을 심화시켜오고 있음.
 - 영국의 대표적인 석유회사인 BG Group은 ENAP를 협력 파트너로 삼아 칠레 최초의 LNG 터미널을 건설했음. 호주의 대표적인 에너지 기업인 Origin은 칠레 전력시장 진출을 위해 전략적 파트너로 ENAP를 선택했음.
 - 한국석유공사는 2009년 Ecopetrol과 합작으로 페루의 민간석유회사 Petro-Tech를 전격 인수해 Savia Peru를 설립했음. Savia Peru는 한국과 콜롬비아 측이 각각 50%의 지분을 갖고 있음.

- 마지막으로 ICT 분야에서는 브라질 IT 업체 Politec, 브라질 통신업체 Oi, 칠레 IT 업체 Sonda의 활용사례를 분석함.
 - 스페인의 최대 IT 기업인 Indra는 브라질 및 중남미시장 진출을 위해 브라질의 대표적 인 IT 다국적기업인 Politec을 전격 인수했음.
 - Indra가 Politec을 인수한 배경에는 Plitec이 확보하고 있는 네트워크와 시장을 통한 매출 확대, Politec이 갖고 있는 브라질 안보분야에서의 입지 확대, 브라질 시장에서의 균형적 발전을 기대했기 때문임.
 - Portugal Telecom은 브라질 최대 통신업체인 Oi와 협력을 통해 브라질 유무선 통신 및 멀티미디어 서비스 시장에 진출함은 물론 모잠비크, 앙골라, 케냐, 중국 등 신흥시장 공동 진출도 추진하고 있음.
 - 캐나다 업체인 Beamscope는 아르헨티나, 브라질의 컴퓨터 유통시장 진출을 위해 Sonda와 합작기업을 설립했음.

4) 중남미 다국적기업과의 협력 실태 및 수요 조사²⁾

- 중남미 다국적기업에 대한 우리 기업의 인식
 - 우리 기업들은 중남미 다국적기업에 대해 잘 알고 있는 것으로 조사됨. 전체 응답기업의 92%가 어떤 식으로든 중남미 다국적기업을 알고 있다고 답변함.
 - 우리 기업들은 중남미 다국적기업의 부상을 기회보다는 위협요인으로 보고 있음. 전체 응답기업의 35%가 중남미 다국적기업을 위협 상대로 평가한 데 반해 기회상대라고 평가한 기업은 21%에 불과함.
- 중남미 다국적기업과의 협력 특징
 - 현재 중남미시장에 진출한 10개 우리 기업 중 3개 기업은 중남미기업과 협력을 하고 있는 것으로 조사됨.

2) 중남미 진출 한국기업과 중남미 다국적기업을 대상으로 한 설문조사 결과를 분석하였음. 먼저 중남미 진출 한국기업을 대상으로 2013년 9월부터 11월에 걸쳐 설문조사를 진행했음. 중남미 국가 중에서도 다국적기업을 많이 배출한 브라질, 멕시코, 칠레, 콜롬비아, 페루, 아르헨티나, 베네수엘라 등 7개 국가에 진출한 우리 기업을 대상으로 우선적으로 설문조사를 실시하였음. 그 밖에 에콰도르, 파나마, 우루과이, 파라과이, 볼리비아에 진출한 기업도 설문 포함하였음. 전체 300개 기업을 대상으로 실시한 설문 중 응답기업은 60개였음. 다음으로 중남미 다국적기업을 대상으로 2013년 10월에서 11월에 걸쳐 설문조사를 실시하였음. 여기서는 멕시코를 비롯한 페루, 칠레, 콜롬비아 등 중남미 주요국의 30개 기업으로부터 수령한 설문 결과를 분석하였음.

- 중남미기업과 협력을 계획 중인 기업들(20%)을 포함할 경우 중남미 진출 기업의 절반이 중남미 현지 기업과 어떠한 형태로든 협력을 시도하고 있는 것으로 파악됨.
- 우리 기업들이 중남미기업과 협력 시 가장 선호하는 협력 방식은 일시적 제휴나 컨소시엄(전체의 32%)으로 조사됨. 그 밖에 합작투자(26.8%), 현지 에이전트 활용(19.5%) 순으로 협력 선호가 높게 나타남.
- 우리 기업들이 중남미기업과 협력을 희망하는 가장 큰 이유는 신시장 개척(전체의 36%)으로 조사됨. 그 외에 시장정보 획득(19.4%), 유통망 및 판매망 확보(18.3%)도 중요한 협력 동기로 밝혀짐.
- 우리 기업들이 중남미 현지 파트너 기업 선정 시 가장 중요하게 고려하는 요소는 대금 결제의 신뢰성(전체 응답기업의 57.5%)으로 파악됨.
- 현지 기업의 유통망 보유(55.3%), 현지 정부와의 연관성(51.1%)도 파트너로서의 중요한 자격요건으로 밝혀짐.
- 현재 우리 기업들이 중남미기업과 협력을 하고 있지 않은 가장 큰 이유는 마땅한 협력 파트너를 찾지 못했기 때문(전체 응답기업의 36%)으로 조사됨.

● 중남미 다국적기업과의 경쟁관계

- 중남미시장에서 우리 기업의 가장 강력한 경쟁상대는 유럽 기업(전체의 17%)으로 조사됨. 비슷한 비율로 우리 기업들은 미국(16%) 및 중국(16%)과도 치열한 경쟁관계에 있는 것으로 파악됨.
- 유럽, 미국, 중국에 이어 우리 기업들이 중남미 현지시장에서 직면하는 강력한 경쟁상대는 인근 중남미국 기업(12%), 즉 중남미 다국적기업이었음.
- 또한 중남미시장에서 우리 기업들은 현지국 기업(11%)과도 치열한 경쟁에 맞서고 있는 것으로 조사됨.
- 인근 중남미기업과 중남미 현지국 기업을 중남미기업(23%)으로 간주할 때 중남미시장에서 가장 강력한 경쟁상대는 중남미기업이었음.

● 중남미기업들의 대한국 협력 수요

- 중남미기업들이 아시아시장에 진출하려고 하는 가장 큰 이유는 신시장 개척(전체의 44%)으로 조사됨. 그 밖에 R&D나 기술 확보(24%)도 중요한 진출동기로 밝혀짐.
- 중남미 기업들이 아시아시장 진출 시 가장 선호하는 방식은 전략적 제휴(전체의 41%)였음. 그 외에 수출(21.6%), 합작투자(18.9%), 신규투자(8.1%) 순으로 선호도가 높게 나타남.

- 중남미기업들은 비즈니스 파트너를 구할 때, 잠재적 협력 파트너와 직접적인 접촉을 선호(전체의 44%)하는 것으로 조사됨.
- 중남미시장에서 비즈니스 파트너를 찾는 데 어려움을 겪고있는 한국기업에 대해 중남미 기업들은 다음과 같은 제언을 함.
 - 먼저 가장 많은 수의 기업(전체의 31%)이 잠재협력 파트너와의 직접적인 접촉을 권고
 - 다음으로 전국/지역 단위의 경제인연합회와의 접촉(23%), 업종별 협회와의 접촉(19%), 비즈니스포럼이나 세미나 참가(15.4%), 전시회나 박람회 참가(8%)도 적극적으로 활용하라는 주문임.
- 현재 중남미기업들은 아시아국가 중 중국기업과 가장 많은 협력(전체의 37%)을 하고 있는 것으로 조사됨. 한국기업과의 협력은 두 번째로 많은 26%를 나타냈고, 일본은 21%로 3위를 기록했음.
- 중남미기업들은 아시아기업 중에서도 한국기업과 가장 많이 협력을 희망(전체의 47%)하고 있는 것으로 밝혀짐. 그 밖에 중국(29.4%), 일본(5.9%) 순으로 협력 선호도가 높게 나타남.
- 중남미기업들이 한국 등 아시아기업과 협력을 희망하는 가장 큰 이유는 R&D 확보(전체의 26%)였음. 첨단생산기술의 활용(21.7%)도 중남미기업들이 아시아기업과 협력을 희망하는 중요한 이유 중 하나였음.

3. 정책 제언

1) 다층적 협력 네트워크 기반 조성

● 중남미 다국적기업과의 협력 네트워크 구축 지원

- 정부차원에서 중남미 현지국의 유관단체 및 협회 가입 지원, 중남미 다국적기업에 대한 정보 제공 확대, 중남미 유력 기업인 초청사업, 우리 중소기업과 중남미 기업 간 네트워크 구축 지원 등 중남미 다국적기업과의 협력 네트워크 구축 지원 필요

● 업종별 비즈니스 협의회 구축

- 현재 포괄적인 형태의 협의회나 포럼과 별도로 특정 업종의 기업인이 모여 인맥을 구축하고 집중적으로 사업기회를 협의할 수 있는 업종별 비즈니스 협의회를 설립·운영 필요

- 이를 위해서는 우선적으로 우리 기업의 진출 가능성이 높은 건설·플랜트 업계를 중심으로 가칭 ‘한·중남미 건설·플랜트 비즈니스 서밋’을 설립 운영

● **중남미 지역차원 및 경제통합체 차원의 비즈니스 협의체와의 협력 확대**

- 중남미가 하나의 통합시장으로 빠르게 변모하고 있는 상황에서 범지역 차원이나 경제통합체 차원의 비즈니스 협의체와의 협력 필요
 - 먼저 중남미에서 범지역차원의 대표적인 협의체인 중남미경제인연합회(CEAL)와 협력 네트워크를 구축하고, 중남미 태평양동맹(Pacific Alliance) 등 경제통합체 차원의 비즈니스 협력 네트워크 구축도 강구

● **중남미 기업인을 포함한 현지 협의체 구축**

- 중남미 다국적기업과의 협력을 확대하기 위해서는 먼저 다양한 형태의 네트워크 구축이 필요함. 특히 중남미 현지에서 중남미기업과 네트워크를 구축할 수 있는 협의체의 역할이 절실
- 현재 우리 기업 위주로 구성된 브라질 Kocham의 회원 범위를 한국과 비즈니스를 하고 있거나 한국과의 비즈니스에 관심있는 기업으로까지 확대 필요
 - 브라질 정부를 대상으로 우리 기업의 이해를 대변하고 애로사항을 전달하고 논의할 수 있는 협의 채널로 역할 확대 필요

● **중남미 다국적기업과 네트워크 채널로 ‘중남미 다국적기업 포럼’ 적극 활용**

- 중남미 다국적기업과의 네트워크 구축을 위해 중남미 유일의 다국적기업 채널인 ‘중남미 다국적기업 포럼(Foro Multilatinas)’을 적극 활용
- 중남미 다국적기업 포럼은 중남미 지역차원의 대표적인 재계 협의체인 중남미기업인협회(CEAL)가 칠레 소재 경제지인 América Economía 및 이베로아메리카정상회의 사무국(SEGIB)과 매년 공동 개최

● **중남미 MBA School을 활용한 중남미 다국적기업과의 협력 모색**

- 중남미 각국의 대표적인 MBA School도 중남미 다국적기업과의 네트워크 구축 및 협력의 장으로 매우 유용
 - 중남미 각국의 MBA School은 중남미 다국적기업에 관한 다수의 전문가들을 보유하고 있으며, 중남미 비즈니스에 대한 다양한 성공 및 실패 사례, 컨설팅 경험과 노하우를 축적

- 따라서 현지국의 우수한 MBA School을 활용해 중남미시장 진출방안을 모색하는 것도 매우 현명한 전략
- 우리 기업들이 중남미 MBA School을 활용할 수 있는 방법으로는 중남미 시장 진출 전략 수립 시 중남미 유수의 MBA School에 컨설팅이나 자문을 의뢰하거나 기업의 인력을 MBA School에 입학시켜 인적 네트워크를 구축하도록 하는 것임.

● 중남미 다국적기업을 대상으로 한 해외인턴사업 추진

- 글로벌 기업 해외인턴사업의 일환으로 중남미 다국적기업을 대상으로 한 인턴사업을 적극 고려
 - 마침 중남미 다국적기업 중에는 한국을 비롯한 아시아시장 진출에 관심이 많으나 마땅한 전문인력이 없어 진출을 꺼리는 기업이 많음.
- 따라서 우리 청년인력의 해외취업을 장려하고 중남미 다국적기업의 아시아 및 한국 진출을 지원하는 차원에서 중남미 다국적기업을 대상으로 한 해외인턴사업을 적극 추진
- 현재 우리나라는 브라질 정부가 실시하는 ‘국경없는 과학(Science without Border)’ 프로그램의 일환으로 브라질의 유학생을 받아들이고, 이들 중 상당수를 우리 기업에 인턴으로 고용
- 따라서 우선적으로 브라질과의 정부간 회의나 기업간 협의회에서 상호주의 원칙을 내세워 우리 학생의 브라질 다국적기업 인턴사업을 적극 제안

2) 중남미시장 진출의 전략적 협력 파트너 관계 구축

● 중남미 다국적기업과 전략적 제휴를 통한 중남미시장 공동 진출 모색

- 중남미 현지사정에 어두운 우리 기업의 경우 초기 진출의 리스크를 최소화하고 새로운 시장을 개척할 든든한 파트너로 중남미 다국적기업과의 전략적 제휴를 적극적으로 검토 필요
- 특히 중남미 다국적기업과의 전략적 파트너십 구축은 빠르게 하나의 단일시장으로 변모하고 있는 중남미시장을 공략하는 전략으로 매우 유용
- 현지 파트너와의 관계구축 못지않게 협력관계를 지속적으로 유지·발전시켜 나가는 것도 중요. 따라서 우리 기업들은 공사수주를 위해 맺은 일시적인 제휴나 컨소시엄을 장기적인 협력관계로 발전시켜나갈 수 있도록 지속적인 노력 필요

● 중남미 다국적기업의 구매시장 적극 참여

- 중남미 다국적기업은 자체 구매결정권을 가진 커다란 잠재고객임. 그러나 아직까지 중남미 다국적기업이 한국기업으로부터 필요한 제품을 구매하는 경우는 매우 드뭄. 우리 기업은 물론 중남미 다국적기업이 서로 잘 모르기 때문임.
- 몇 년 전까지만 해도 중남미 다국적기업의 구매선은 주로 중남미에 이미 진출해 있는 미국 및 유럽 기업이나 다른 중남미 기업이었음. 그러나 최근 들어 중국 등 아시아기업과의 거래비중이 점차 증가하고 있는 추세임.
- 따라서 우리 기업도 잠재고객으로서 중남미 다국적기업의 가치를 올바르게 인식하고 이들 기업을 대상으로 한 수출 마케팅을 적극적으로 펼칠 필요가 있음.

● 중남미 유통 다국적기업과의 협력

- 중남미시장 진출 다변화를 위해서 유통시장 진출이 필요함. 그러나 중남미 유통업체의 높은 경쟁력, 폐쇄적이며 독특한 유통구조 등을 고려할 때, 우리 유통업체가 현지 유통시장에 직접 진출하기에는 아직까지 한계가 많음. 따라서 간접적인 방식을 통한 진출을 고려해볼 필요가 있음.
- 먼저 중남미 유통부문에서 가장 높은 경쟁력을 갖고 있는 칠레 다국적 유통업체의 공급업체로 참여하는 방안임.
 - Ripley, Falabella, Cencosud 등 칠레의 다국적 유통업체들은 아르헨티나, 브라질, 페루, 콜롬비아 등 인접국 유통시장에 진출해 상당한 영향력을 행사하고 있음.
 - 특히 정부 차원에서는 칠레를 비롯한 중남미 유통업체와 우리 업체 간의 만남을 적극적으로 알선할 필요가 있음. 이러한 일환으로 칠레 유통업체의 구매 담당자를 한국에 정기적으로 초대하고, 우리 중소기업의 칠레 유통업체 전시회 참여를 적극 지원
- 둘째, 한국의 온라인 쇼핑업체와 칠레의 유통업체와의 결합을 통한 진출임. 칠레 유통업체들은 오프라인상에서 높은 경쟁력을 갖고 있는 데 반해 온라인 분야에서는 아직까지 후발주자임.
 - 그에 반해 한국은 온라인쇼핑이나 홈쇼핑 분야에서 높은 기술과 풍부한 경험을 축적하고 있음. 따라서 한국의 온라인쇼핑 기술 및 경험과 칠레의 오프라인상에서의 강점을 결합한 협력 모델 강구

● 브라질 다국적기업과의 전략적 제휴 모색

- 중남미 다국적기업 중에서도 전략적 파트너로서 우선적으로 고려할 대상은 브라질 다국적기업임. 브라질 다국적기업과의 협력은 일차적으로 폐쇄적인 브라질 시장을 공략하는

전략으로 매우 유용함.

- 브라질 시장 및 중남미시장 공략을 위해 브라질 건설 엔지니어링 업체와의 파트너십을 적극 추진해야할 필요가 있음.
- 브라질 건설업체와의 협력은 중남미시장에서 이들 업체가 축적한 경험과 노하우를 취득할 수 있다는 이점 이외에 브라질 경제사회개발은행(BNDES)이 갖고 있는 풍부한 자금을 끌어올 수 있다는 점에서도 매력적임.
- 이를 위해서는 우선적으로 우리 해외건설협회와 브라질건설협회 간의 적극적이며 정기적인 협력이 요망됨. 더 나아가 ‘한·브라질 건설·플랜트 비즈니스 서밋’ 등을 개최하고 이를 ‘한·중남미 건설·플랜트 비즈니스 서밋’으로 확대·발전시켜 나갈 필요가 있음.

● 중남미 BOP 시장 진출의 파트너로 활용

- 중남미 다국적기업은 중남미 BOP 시장 사정에 밝아 이 시장에서 성공적인 사업 경험을 축적하고 있음. 따라서 중남미 BOP 시장 진출의 파트너로 중남미 다국적기업과의 협력을 적극적으로 모색

● 중남미 다국적 국영석유회사(NOC)와의 협력 확대

- 최근 들어 ENAP(칠레), Petrobras(브라질), Ecopetrol(콜롬비아) 등 중남미의 대표적인 국영석유회사는 풍부한 자금과 높은 기술력을 바탕으로 중남미 인근국가를 비롯한 해외진출에도 적극적임.
- 이에 따라 중남미 출신의 다국적 국영석유회사들은 현지국에서는 물론 인근 중남미 등 제3국 자원개발시장에서 공동으로 협력하기에 적합한 파트너임.
- 중남미의 국영석유회사 중에는 칠레, 콜롬비아, 브라질 기업과의 협력이 유망함.
- 칠레 국영석유회사인 ENAP와는 전략적 파트너십 구축이 필요함. ENAP는 중남미 석유개발 분야에서 풍부한 경험을 축적하고 있는 데다 한국석유공사와의 협력에도 적극적임.
 - 따라서 한국석유공사와 ENAP 간 전략적 제휴를 통해 중남미 석유개발시장 공동 진출을 적극 모색해볼 필요가 있음.
 - 현재 ENAP의 사업 영역 및 협력 니즈 등을 감안할 때, 양국간에 협력 가능한 분야는 해외 공동 석유개발 및 생산, 칠레 국내 지열 발전, 바이오 연료 생산 등임.
- 콜롬비아 국영석유회사인 Ecopetrol과는 장기협력 모델 구축이 필요함. 한국석유공사는 2009년 2월 Ecopetrol과 페루 민간석유회사를 성공적으로 인수해 공동으로 경영해오고 있음.

- 따라서 이 같은 협력 경험을 토대로 중남미 공동 석유개발, 기술협력 등을 주요 내용으로 하는 추가적인 협력협정 체결을 통해 석유분야에서 양국간의 중장기적 협력 모델을 구축
- 마지막으로 브라질과는 유전개발과 조선산업 간의 융합협력이 필요함. 향후 양국간 정상회담의 주요 의제로 우리의 첨단 조선산업과 브라질의 심해유전 개발을 연계하는 융합협력 방안을 상정할 필요가 있음.
 - 특히 브라질과의 석유개발 분야 협력 시 Petrobras의 연구개발센터인 CENPES와의 협력을 적극적으로 고려

3) 중남미 다국적기업의 대한국 투자유치

● Latin America Desk 혹은 Multilatinas Desk 설치 운영

- 중남미 다국적기업의 국내 유치를 위해서는 정부차원에서의 체계적이며 다각적인 노력이 필요함. 이를 위해 우선적으로 Invest Korea 내에 Latin America Desk 혹은 Multilatinas Desk 설치 필요
- 중남미 다국적기업의 투자유치를 전담할 창구를 설치해 중남미기업들의 투자유치를 총괄적으로 기획하고 관리

● 한국에 대한 홍보 및 정보의 체계적 제공

- 해외투자유치 주무기관인 Invest Korea와 KOTRA가 중심이 되어 중남미 주요국에서 투자대상지로서 한국을 적극적으로 알리는 노력이 필요
- 이를 위해 우선적으로 현재 영어, 일어, 중국어로 된 Invest Korea 홈페이지와 관련 홍보 책자를 스페인어로 제작해 배포
- 또한 현지에서의 주기적인 IR 활동을 통해 한국에 대한 정보부족 문제를 해결하고 투자대상지로서 한국에 대한 관심을 유도
- 중남미 33개 국가 중 해외투자 여력을 갖고 있는 나라는 브라질, 멕시코, 칠레, 아르헨티나, 콜롬비아, 페루, 베네수엘라 등 중남미 주요 7개국임.
- 따라서 우선적으로 이들 7개국을 대상으로 IR 활동 및 한국에 대한 투자정보 제공
- 또한 해외투자 여력이 큰 중남미 다국적기업을 대상으로 맞춤형 정보를 제공
 - 맞춤형 정보를 제공하기 위한 우선적인 대상기업으로는 América Economía가 매년 발표하는 국제화 수준이 높은 80대 중남미 다국적기업을 적극 고려

● 동아시아 및 중국시장 진출의 허브로서 한국의 적극적 활용 유도

- 한국은 중남미 다국적기업이 중국 등 아시아시장 진출 시 이상적인 파트너가 될 수 있는 지리적·제도적·문화적 여건을 구축하고 있음.
- 따라서 중국 등 아시아시장 진출의 허브로서 한국이 갖고 있는 이 같은 장점을 중남미 기업들을 대상으로 한 IR 등을 통해 적극적인 홍보 필요
- 무엇보다도 한국을 기반으로 중국 등 아시아시장에 진출한 성공사례를 하루빨리 만들어 나가는 노력이 필요

● 중남미 국가들과의 투자관련 제도적 인프라 구축

- 우리 기업의 안전한 중남미 투자진출을 지원하고, 중남미 다국적기업의 투자를 유치하기 위해서 FTA, 투자보장협정 및 이중과세방지협정 등 미흡한 투자 안전장치의 신속한 개선 요망