

2024 농식품 국가정보조사 칠레

2024.10.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

- 1-1 국가 개관
- 1-2 경제지표
- 1-3 농업현황
- 1-4 FTA 체결현황

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對칠레 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

- 1-1 오프라인 유통채널 규모
- 1-2 오프라인 유통채널 매장 수
- 1-3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율
- 1-4 주요 오프라인 유통채널

2 온라인 유통현황

- 2-1 온라인 유통채널 규모
- 2-2 온라인 유통채널 점유율 규모
- 2-3 주요 온라인 유통채널

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	18,664,652명, 전 세계 67위
민족구성 (2012년 추정치)	백인 및 비원주민 88.9%, 마푸체족 9.1%, 아이마라인 0.7%, 기타 원주민(라파누이, 리칸안타이, 케추아족, 코야족, 디아귀타족, 카웨스카르족, 야간족, 야마나족) 1%, 불특정 0.3%
언어 (2012년 추정치)	스페인어 99.5%, 영어 10.2%, 토착어(마푸둔군, 아이마라, 케추아, 라파누이) 1%, 기타 2.3%, 불특정 0.2% (복수응답 허용)
종교 (2021년 추정치)	로마 가톨릭 42%, 복음주의 14%, 기타 6%, 무종교 37%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 19.2% (남성 1,822,908명/여성 1,751,528명) 15~64세: 67.3% (남성 6,274,620명/여성 6,278,467명) 65세 이상: 13.6% (2024년 추정) (남성 1,072,208명/여성 1,464,921명)
중위연령 (2022년 추정치)	전체: 36.9세, 전 세계 85위 남성: 35.8세 여성: 38.2세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$579.201십억 (2023년 추정치), 전 세계 44위 \$577.937십억 (2022년 추정치) \$566.279십억 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	-0.22% (2023년 추정치), 전 세계 184위 2.06% (2022년 추정치) 11.33% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$29,500 (2023년 추정치), 전 세계 79위 \$29,500 (2022년 추정치) \$29,100 (2021년 추정치)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2021년 추정치)	3.5%
주요 생산품 (2022년 추정치)	포도, 우유, 사과, 밀, 감자, 닭고기, 토마토, 사탕무, 옥수수, 귀리

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
칠레의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	일본, 중국, TPSEP, EU, EFTA, 한국, 엘살바도르, 미국, 코스타리카, 멕시코, 캐나다, 호주, 파나마, 콜롬비아, 과테말라, 온두라스, 페루, CPTPP, 니카라과, 태국, 홍콩, 영국, 말레이시아, 터키, 베트남, 인도네시아, PA
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-칠레 FTA
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	한-칠레 FTA 개선
	재개·개시·여건조성	PA FTA

1) 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

*출처: 산업통상자원부 FTA 강국, KOREA(www.fta.go.kr)

■ 1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

칠레 식품 시장은 2019년 267억 달러에서 연평균 6.2% 성장하여, 2023년 339억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 57억 달러에서 연평균 6.2% 성장하여, 2023년 73억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 21.5%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 33억 달러에서 연평균 6.3% 성장하여, 2023년 42억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 12.4%를 차지했다.

채소류

채소류 시장규모는 2019년 29억 달러에서 연평균 6.2% 성장하여, 2023년 37억 달러로 증가했다. 2023년 채소류 시장규모는 전체 식품 시장의 10.9%를 차지했다.

<칠레 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	26.7	25.1	29.3	31.7	33.9	100.0	6.9	6.2
육류	5.7	5.4	6.3	6.8	7.3	21.5	6.9	6.2
낙농품	3.3	3.1	3.6	4.0	4.2	12.4	5.8	6.3
채소류	2.9	2.7	3.2	3.5	3.7	10.9	6.3	6.2
스낵류	2.7	2.6	3.1	3.3	3.6	10.5	7.3	6.9
수산물	2.3	2.2	2.6	2.9	3.2	9.4	9.2	8.9
베이커리 및 곡물류	2.7	2.5	2.9	3.0	3.1	9.2	5.8	4.1
과일 및 견과류	2.2	2.1	2.4	2.6	2.8	8.1	5.7	5.8
편의식품	1.8	1.6	1.9	2.0	2.2	6.3	5.4	5.0
유지류	1.2	1.1	1.3	1.4	1.5	4.5	7.0	5.4
펫푸드	1.1	1.2	1.1	1.2	1.4	4.1	13.8	6.0
소스 및 향신료	0.4	0.4	0.5	0.5	0.6	1.7	9.4	9.1
영유아식품	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.7	9.5	4.9
스프레드 및 당류	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.6	5.3	5.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

■ 1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 칠레의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 1,400달러에서 연평균 5.4% 증가한 약 1,727달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 301달러에서 연평균 5.4% 증가한 약 372달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 21.5%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 172달러에서 연평균 5.5% 증가한 약 213달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.4%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비액은 2019년 1인당 약 153달러에서 연평균 5.4% 증가한 약 188달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 10.9%를 차지했다.

<칠레 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	1,400.0	1,303.0	1,503.0	1,617.0	1,727.0	100.0	6.8	5.4
육류	301.4	277.6	323.6	348.4	371.9	21.5	6.7	5.4
낙농품	172.1	159.0	185.7	202.1	213.3	12.4	5.5	5.5
채소류	152.6	140.7	164.2	177.6	188.2	10.9	6.0	5.4
스낵류	143.1	132.6	156.4	169.0	180.8	10.5	7.0	6.0
수산물	119.2	112.9	135.3	148.8	162.4	9.4	9.1	8.0
베이커리 및 곡물류	139.6	127.7	148.0	150.5	159.1	9.2	5.7	3.3
과일 및 견과류	115.6	106.1	123.3	133.2	140.8	8.2	5.7	5.1
편의식품	93.2	84.5	97.0	104.2	109.6	6.3	5.2	4.1
유지류	65.1	59.3	68.3	72.8	78.1	4.5	7.4	4.7
펫푸드	58.3	64.4	57.4	62.8	71.1	4.1	13.2	5.1
소스 및 향신료	21.5	20.3	24.2	27.0	29.5	1.7	9.1	8.3
영유아식품	10.0	9.7	10.8	10.9	11.7	0.7	7.1	4.1
스프레드 및 당류	8.3	7.7	9.0	9.8	10.3	0.6	5.5	5.5

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 칠레의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 418kg에서 연평균 0.2% 증가한 약 422kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 93kg에서 연평균 0.1% 감소한 약 93kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 21.9%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 85kg에서 연평균 1.4% 증가한 약 90kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 21.3%를 차지했다.

과일 및 견과류

2023년 과일 및 견과류 소비량은 2019년 1인당 약 56kg에서 연평균 0.1% 증가한 약 56kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 13.4%를 차지했다.

<칠레 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	417.7	414.6	413.2	412.4	421.5	100.0	2.2	0.2
채소류	92.7	90.7	90.7	91.2	92.5	21.9	1.4	-0.1
낙농품	84.9	84.9	85.7	86.9	89.8	21.3	3.3	1.4
과일 및 견과류	56.1	55.4	55.3	55.7	56.3	13.4	1.2	0.1
베이커리 및 곡물류	54.3	53.6	53.5	50.7	51.3	12.2	1.1	-1.4
육류	41.6	41.5	41.7	41.6	42.5	10.1	2.2	0.5
스낵류	22.5	21.8	22.6	22.2	22.4	5.3	0.9	-0.1
펫푸드	20.1	21.7	19.0	19.3	20.9	5.0	8.3	1.0
편의식품	18.0	17.6	17.3	17.3	17.4	4.1	0.6	-0.8
유지류	13.3	13.1	12.9	12.7	13.0	3.1	2.4	-0.6
수산물	7.3	7.5	7.7	7.9	8.2	1.9	4.5	2.8
소스 및 향신료	3.6	3.6	3.6	3.7	3.8	0.9	3.0	1.4
스프레드 및 당류	2.4	2.4	2.4	2.4	2.5	0.6	0.8	0.2
영유아식품	0.9	0.8	0.9	0.9	1.0	0.2	6.5	2.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

■ 1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

칠레 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.2% 성장하여, 2027년 432억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.3% 성장하여, 2027년 90억 달러 규모에 달할 전망이다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.7% 성장하여, 2027년 54억 달러 규모에 달할 전망이다.

채소류

채소류 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.2% 성장하여, 2027년 47억 달러 규모에 달할 전망이다.

<칠레 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	33.9	36.3	38.7	41.1	43.2	100.0	5.2	6.2
육류	7.3	7.7	8.1	8.6	9.0	20.8	4.9	5.3
낙농품	4.2	4.5	4.8	5.1	5.4	12.6	6.0	6.7
채소류	3.7	4.0	4.2	4.5	4.7	10.9	4.7	6.2
스낵류	3.6	3.8	4.1	4.4	4.6	10.7	5.0	6.8
수산물	3.2	3.5	3.8	4.1	4.3	10.0	6.4	7.8
베이커리 및 곡물류	3.1	3.3	3.5	3.8	4.0	9.1	4.5	6.1
과일 및 견과류	2.8	3.0	3.1	3.3	3.5	8.1	4.8	6.0
편의식품	2.2	2.3	2.4	2.6	2.7	6.2	4.3	5.5
유지류	1.5	1.6	1.8	1.9	2.0	4.5	5.9	6.4
펫푸드	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	4.1	6.0	6.0
소스 및 향신료	0.6	0.6	0.7	0.8	0.8	1.9	8.0	8.7
영유아식품	0.2	0.2	0.3	0.3	0.3	0.6	3.8	4.1
스프레드 및 당류	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.6	4.2	5.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 칠레의 식품 수출액은 약 140억 8,654만 달러로 2022년 전년 대비 10.3% 감소했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 122억 1,261만 달러에서 연평균 3.6% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 3.2%로, 수출 상위 7위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 10.4% 감소한 약 4억 4,873만 달러로 집계되었다. 그러나, 2019년 이후 연평균 2.8% 증가했다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출 비중은 23.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.1% 감소한 약 32억 6,322만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 7.5% 증가했다.

미국으로의 식품 수출 비중은 19.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 7.9% 감소한 약 26억 8,824만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 3.2% 증가했다.

이 밖에도, 일본(5.0%), 브라질(3.9%), 멕시코(3.8%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<칠레 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	12,212,611	12,517,110	13,455,965	15,700,957	14,086,543	100.0	-10.3	3.6
1 중국	2,441,089	2,923,806	3,187,523	3,552,538	3,263,216	23.2	-8.1	7.5
2 미국	2,372,536	2,359,117	2,693,792	2,919,969	2,688,235	19.1	-7.9	3.2
3 일본	610,093	626,719	590,609	735,337	711,205	5.0	-3.3	3.9
4 브라질	423,069	462,257	431,769	525,905	550,931	3.9	4.8	6.8
5 멕시코	374,000	335,622	425,996	671,655	530,288	3.8	-21.0	9.1
6 네덜란드	593,349	586,894	658,075	1,610,981	511,960	3.6	-68.2	-3.6
7 한국	401,272	393,589	502,600	500,812	448,734	3.2	-10.4	2.8
8 영국	516,285	487,561	477,434	426,401	382,506	2.7	-10.3	-7.2
9 스페인	249,977	225,548	247,441	288,063	356,421	2.5	23.7	9.3
10 캐나다	304,962	285,868	298,071	307,066	351,832	2.5	14.6	3.6

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 살구·체리(기타), 포도주(2ℓ 이하), 신선 포도, 냉동 돼지고기, 신선 사과 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

살구·체리(기타) 수출 비중은 14.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 3.6% 감소한 약 20억 5,041만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 17.6% 증가했다.

포도주(2ℓ 이하) 수출 비중은 8.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 20.6% 감소한 약 12억 3,852만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.2% 감소했다.

신선 포도 수출 비중은 5.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 53.2% 감소한 약 8억 1,124만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.0% 감소했다..

냉동 돼지고기 수출 비중은 3.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.3% 감소한 약 5억 2,462만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 3.1% 증가했다.

신선 사과 수출 비중은 3.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.4% 감소한 약 4억 8,175만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.5% 감소했다.

이 밖에도, 신선 크랜베리(2.9%), 조제·보존 토마토(기타)(2.8%), 절단한 냉동 닭고기(2.1%) 등을 수출했다.

<칠레 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	12212611	12517110	13455965	15700957	14086543	100.0	-10.3	3.6
1 살구·체리(기타)	1,073,208	1,235,131	1,767,839	2,127,906	2,050,412	14.6	-3.6	17.6
2 포도주(2ℓ 이하)	1,533,381	1,474,261	1,600,976	1,559,479	1,238,523	8.8	-20.6	-5.2
3 신선 포도	953,146	933,181	826,923	1,732,658	811,236	5.8	-53.2	-4.0
4 냉동 돼지고기	464,021	611,111	570,470	571,847	524,619	3.7	-8.3	3.1
5 신선 사과	603,265	568,699	589,513	526,130	481,752	3.4	-8.4	-5.5
6 신선 크랜베리	571,193	527,006	563,609	508,644	411,968	2.9	-19.0	-7.8
7 조제·보존 토마토(기타)	147,028	154,334	153,597	199,954	289,147	2.1	44.6	18.4
8 절단한 냉동 닭고기	321,270	307,068	436,605	591,986	279,729	2.0	-52.7	-3.4
9 건조 프룬	145,470	159,680	175,715	256,806	268,610	1.9	4.6	16.6
10 호두(미탈각)	201,211	177,984	230,416	261,158	246,859	1.8	-5.5	5.2

*주: HS CODE(0809.29, 2204.21, 0806.10, 0203.29, 0808.10, 0810.40, 2002.90, 0207.14, 0813.20, 0802.31)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 칠레의 식품 수입액은 전년 대비 17.5% 감소한 약 101억 6,659만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 6.6% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 35.0% 감소한 약 1,093만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 1.5% 증가했다.

주요 수입국

아르헨티나에서의 식품 수입 비중은 20.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 34.2% 감소한 약 20억 2,845만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 2.8% 증가했다.

브라질에서의 식품 수입 비중은 16.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 약 0.1% 증가한 16억 8,727만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 11.0% 증가했다.

이 밖에도, 파라과이(11.7%), 미국(10.6%), 중국(4.4%) 등에서 식품을 수입하고다.

<칠레 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	7,867,260	8,366,277	11,615,740	12,321,050	10,166,593	100.0	-17.5	6.6
1 아르헨티나	1,816,557	1,974,491	3,119,170	3,081,935	2,028,454	20.0	-34.2	2.8
2 브라질	1,110,184	1,092,209	1,653,899	1,686,141	1,687,265	16.6	0.1	11.0
3 파라과이	685,538	774,240	985,744	1,145,067	1,191,920	11.7	4.1	14.8
4 미국	1,247,089	1,164,617	1,366,081	1,404,128	1,072,968	10.6	-23.6	-3.7
5 중국	203,930	261,729	333,269	386,470	445,810	4.4	15.4	21.6
6 페루	234,449	235,286	368,563	399,970	347,955	3.4	-13.0	10.4
7 캐나다	303,116	470,880	467,342	393,482	266,544	2.6	-32.3	-3.2
8 콜롬비아	190,957	201,120	281,635	334,001	244,151	2.4	-26.9	6.3
9 에콰도르	181,152	189,968	236,311	294,964	243,690	2.4	-17.4	7.7
10 스페인	157,864	164,084	261,756	276,508	222,108	2.2	-19.7	8.9
:								
39 한국	10,290	12,459	24,547	16,815	10,927	0.1	-35.0	1.5

*출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **신선·냉장 쇠고기, 옥수수(기타), 대두유 추출 유박, 밀(기타), 사탕수수(기타)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

신선·냉장 쇠고기 수입 비중은 12.3%로, 2023년 수입액은 전년 대비 0.3% 감소한 약 12억 5,276만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 7.2% 증가했다.

옥수수(기타) 수입 비중은 6.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 26.7% 감소한 약 6억 6,815만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.2% 증가했다.

대두유 추출 유박 수입 비중은 5.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 25.9% 감소한 약 5억 2,468만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.1% 증가했다.

밀(기타) 수입 비중은 3.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 54.2% 감소한 약 3억 6,500만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.9% 감소했다.

사탕수수(기타) 수입 비중은 2.9%로, 2023년 수입액은 전년 대비 39.4% 감소한 약 2억 9,038만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 4.6% 증가했다.

이 밖에도, **냉동 돼지고기(2.5%), 대두유(기타)(2.1%), 조제식료품(2.1%)** 등을 수입했다.

<칠레 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	7,867,260	8,366,277	11,615,740	12,321,050	10,166,593	100.0	-17.5	6.6
1 신선·냉장 쇠고기	949,304	948,419	1,465,291	1,256,712	1,252,755	12.3	-0.3	7.2
2 옥수수 기타	487,581	610,963	754,966	912,113	668,154	6.6	-26.7	8.2
3 대두유 추출 유박	384,562	439,960	579,114	707,769	524,678	5.2	-25.9	8.1
4 밀(기타)	553,880	562,812	834,054	796,992	364,999	3.6	-54.2	-9.9
5 사탕수수(기타)	242,550	280,634	340,366	479,183	290,383	2.9	-39.4	4.6
6 냉동 돼지고기	233,593	254,160	365,135	220,272	251,294	2.5	14.1	1.8
7 대두유(기타)	24,644	94,171	201,507	280,978	218,164	2.1	-22.4	72.5
8 조제식료품	161,698	182,932	246,771	262,294	217,887	2.1	-16.9	7.7
9 감자	101,331	69,289	122,338	135,849	193,152	1.9	42.2	17.5
10 치즈(기타)	87,475	116,956	165,928	137,670	171,547	1.7	24.6	18.3

*주: HS CODE(0201.30, 1005.90, 2304.00, 1001.99, 1701.99, 0203.29, 1507.90, 2106.90, 2004.10, 0406.90)

**출처: ITC Trademap(www.trademap.org)(2024.07.)

■ 1.7 | 對칠레 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對칠레 수출액은 약 1,224만 달러로 2019년 약 1,616만 달러에서 연평균 6.7% 감소했다.

농산물

농산물 수출 비중은 83.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 42.5% 감소한 약 1,016만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 8.9%의 감소세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 14.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 33.7% 증가한 약 180만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.2%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 1.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 72.1% 감소한 약 21만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 20.3%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 0.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 63.7% 증가한 약 6만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 13.5%의 증가세를 보인다.

<한국산 對칠레 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	16,157	16,319	27,514	19,834	12,239	100.0	-38.3	-6.7
농산물	14,756	14,998	25,802	17,685	10,163	83.0	-42.5	-8.9
수산물	832	1,065	1,426	1,346	1,799	14.7	33.7	21.2
임산물	531	228	124	765	214	1.7	-72.1	-20.3
축산물	38	28	162	39	63	0.5	63.7	13.5

*출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對칠레 주요 수출 품목은 수출액 기준 기타 무알코올 음료, 인스턴트 커피, 조미김, 라면, 색이 첨가된 음료 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '조미김(314.5%↑)'과 '색이 첨가된 음료(98.9%↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

기타 무알코올 음료 수출 비중은 21.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 16.3% 감소한 약 261만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 4.8% 감소했다.

인스턴트 커피 수출 비중은 17.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 75.5% 감소한 약 208만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 22.5% 감소했다.

조미김 수출 비중은 10.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 38.6% 증가한 약 124만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 314.5% 증가했다.

라면 수출 비중은 7.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 52.5% 증가한 약 92만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 23.1% 증가했다.

색이 첨가된 음료 수출 비중은 3.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 193.4% 증가한 약 47만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 98.9% 증가했다.

<한국산 對칠레 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	16,157	16,319	27,514	19,834	12,239	100.0	-38.3	-6.7
1 기타 무알코올 음료	3,182	2,464	3,824	3,123	2,614	21.4	-16.3	-4.8
2 인스턴트 커피	5,748	5,799	13,047	8,486	2,077	17.0	-75.5	-22.5
3 조미김	4	888	1,152	894	1,240	10.1	38.6	314.5
4 라면	399	609	778	602	918	7.5	52.5	23.1
5 색이 첨가된 음료	30	44	141	159	465	3.8	193.4	98.9
6 베이커리 제품	350	472	755	467	375	3.1	-19.6	1.7
7 소스 조제품(기타)	100	191	315	178	292	2.4	64.7	30.7
8 속을 채운 파스타	87	65	189	136	221	1.8	62.5	26.4
9 식물성 점질물	251	271	317	203	204	1.7	0.2	-5.1
10 조제보존 과일 및 견과류	159	526	303	138	150	1.2	8.9	-1.5

*주: HS CODE(2202.99-9000, 2101.11-1000, 2008.99-5010, 1902.30-1010, 2202.10-1000, 1905.90-1090, 2103.90-9090, 1902.20-0000, 1302.39-0000, 2008.99-9000)

**출처: KATI 농식품 수출정보(www.kati.net)(2024.07.)

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 칠레 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 칠레의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 20조 3,008억 2,670만 칠레 페소에서 연평균 4.6% 성장한 2023년 24조 2,865억 7,310만 칠레 페소로 집계되었다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 5조 7,302억 7,860만 칠레 페소에서 연평균 4.9% 성장한 6조 9,400억 330만 칠레 페소로, 전체 오프라인 유통채널에서 28.6%를 차지했다.

하이퍼마켓

2023년 하이퍼마켓의 규모는 2019년 5조 709억 6,630만 칠레 페소에서 연평균 4.5% 성장한 6조 573억 190만 칠레 페소, 전체 오프라인 유통채널에서 24.9%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 4조 9,175억 2,640만 칠레 페소에서 연평균 3.4% 성장한 5조 6,230억 1,050만 칠레 페소, 전체 오프라인 유통채널에서 23.2%를 차지했다.

<칠레 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 칠레 페소, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	20,300,826.7	19,387,336.5	21,091,106.1	23,747,168.1	24,286,573.1	100.0	2.3	4.6
슈퍼마켓	5,730,278.6	5,867,338.8	6,278,998.3	7,019,229.8	6,940,003.3	28.6	-1.1	4.9
하이퍼마켓	5,070,966.3	5,033,020.5	5,539,893.5	5,963,005.8	6,057,301.9	24.9	1.6	4.5
소규모 식료품점	4,917,526.4	4,269,003.8	4,626,049.7	5,263,461.1	5,623,010.5	23.2	6.8	3.4
전문판매점	3,026,413.0	2,627,290.0	2,847,028.0	3,239,313.0	3,448,583.6	14.2	6.5	3.3
할인점	1,211,686.3	1,331,399.4	1,465,875.7	1,861,566.7	1,775,884.9	7.3	-4.6	10.0
포코트리테일러	238,602.4	148,836.3	199,153.8	244,286.8	226,513.7	0.9	-7.3	-1.3
편의점	105,353.7	110,447.8	134,107.2	156,305.0	215,275.2	0.9	37.7	19.6

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 칠레의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 22만 2,632개에서 연평균 0.4% 감소한 21만 9,193개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 17만 8,325개에서 연평균 0.4% 감소한 17만 5,261개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 80%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 4만 1,826개에서 연평균 0.4% 감소한 4만 1,127개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 18.8%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓 매장 수는 2019년 만 1,072개에서 연평균 3.7% 성장한 만 1,238개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 0.6%를 차지했다.

<칠레 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	222,632	219,740	220,539	220,936	219,193	100.0	-0.8	-0.4
소규모 식료품점	178,325	175,918	176,481	176,763	175,261	80.0	-0.8	-0.4
전문판매점	41,826	41,261	41,393	41,460	41,127	18.8	-0.8	-0.4
슈퍼마켓	1,072	1,121	1,153	1,179	1,238	0.6	5.0	3.7
포코트리테일러	732	741	759	760	785	0.4	3.3	1.8
편의점	210	230	262	271	277	0.1	2.2	7.2
할인점	249	253	265	267	265	0.1	-0.7	1.6
하이퍼마켓	218	216	226	236	240	0.1	1.7	2.4

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매점

**출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Hiper de Lider

Walmart Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 13.9%로 집계되었다.

② Santa Isabel

Cencosud SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 7.7%로 집계되었다.

③ Unimarc

SMU SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 7.6%로 집계되었다.

④ Jumbo

Cencosud SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.8%로 집계되었다.

⑤ Tottus

Falabella SACI의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.2%로 집계되었다.

<칠레 오프라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Hiper d Lider	14.6	14.5	14.0	13.9	-0.7	-1.6
2 Santa Isabel	6.9	7.7	7.6	7.7	1.3	3.7
3 Unimarc	8.0	8.2	7.1	7.6	7.0	-1.7
4 Jumbo	7.0	7.6	7.1	6.8	-4.2	-1.0
5 Tottus	4.3	4.2	4.0	4.2	5.0	-0.8
6 Bodega ACuenta	3.5	3.9	3.7	3.7	0.0	1.9
7 Express de Lider	5.0	3.1	3.3	3.4	3.0	-12.1
8 Mayorista 10	1.9	1.7	2.4	2.2	-8.3	5.0
9 Alvi	1.4	1.3	1.7	1.4	-17.6	0.0
10 OK Market	-	-	0.3	0.4	33.3	N/A

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

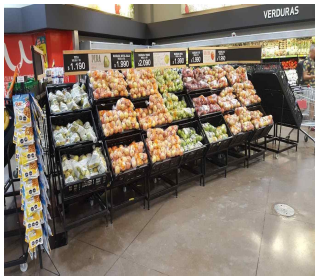
2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Hiper de Lider	창립연도	1996년
	점유율	13.9%	브랜드 국적	칠레
	웹사이트	www.lider.cl	매장 수	98개
	- Walmart Inc 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 2003년, 월마트 칠레의 모든 하이퍼 및 슈퍼마켓 체인이 통합된 형태임 - 'All in one place' 콘셉트로 여러 종류의 제품들을 판매하고 있으며 현지 생산품, 수입품, 미국 월마트 판매 상품 등 다양한 제품군을 보유함 - 옴니채널 방식으로 운영되어, 가능한 지역에 한해 배송 및 픽업이 가능하며 2019년부터 픽업 서비스 제공 매장 수를 늘리고 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Hiper de Lider 홈페이지(www.lider.cl), Hiper de Lider 소셜미디어 계정

	브랜드명	Santa Isabel	창립연도	1976년
	점유율	7.7%	브랜드 국적	칠레
	웹사이트	www.santaisabel.cl	매장 수	191개
	- Cencosud SA 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 사이트 및 애플리케이션을 통한 구매가 가능한 옴니채널형 유통채널이며 실시간 상담이 가능한 채팅 기능이 포함되어 있음 - 각종 식품류와 의류, 스포츠용품, 사무용품, 가전제품 등의 일반제품류 등의 다양한 제품을 판매하며 1+1, 2+1과 같은 묶음 판매행사를 자주 진행함 - 자사 홈페이지 및 SNS를 통해 프로모션 정보를 제공하는 카탈로그를 매월 발간하며 다양한 레시피 정보를 제공			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Santa Isabel 홈페이지(www.santaisabel.cl), Santa Isabel 소셜미디어 계정

	브랜드명	Unimarc	창립연도	2008년
	점유율	7.6%	브랜드 국적	칠레
	웹사이트	www.unimarc.cl	매장 수	150개 이상
	- SMU SA 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 각종 식품류와 영유아용품, 의류, 가정용품, 화장품 등 다양한 제품을 판매 - 클럽우니마크(Club Unimarc) 멤버십 제도를 운영해 다양한 프로모션 및 할인 혜택을 제공함 - 매장 내 셀프 계산대 유니레드(Unired)를 운영하여 편리한 서비스를 제공함 - 100% 뉴에스트로(Nuestro) 프로그램 통해 중소기업과 현지 농가 지원 및 제품 판매 - 현지 생산 카테고리를 별도로 제공하고 있으며 현지 공급자 정보 확인이 가능함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Unimarc 홈페이지(www.unimarc.cl), Unimarc 소셜미디어 계정

	브랜드명	Jumbo	창립연도	1976년
	점유율	6.8%	브랜드 국적	칠레
	웹사이트	www.jumbo.cl	매장 수	59개
	- Cencosud SA 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 제품 품질 불만족 시, 구매 가격의 2배를 환불해주는 'Jumbo Guaranteed Quality' 정책을 시행함 - 온라인 사이트 및 애플리케이션을 운영하는 옴니채널형 유통방식이며 스마트폰 스캔 결제 시스템 'Scan&Go' 애플리케이션을 출시함 - 식품, 의류, 가전제품 등 다양한 카테고리에서의 자체브랜드(PB) 상품을 보유함 - 800개가 넘는 와인 종류를 판매하고 있다는 것이 특징임			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Jumbo 홈페이지(www.jumbo.cl), Jumbo 소셜미디어 계정

	브랜드명	Tottus	창립연도	2002년
	점유율	4.2%	브랜드 국적	칠레
	웹사이트	www.tottus.com/cl	매장 수	70개
	- Falabella SACI 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 온라인 사이트 및 애플리케이션으로 구매 가능한 옴니채널 방식으로, 온라인 물 내 구매 시 일부 상품에 한해 90분 내 배송 서비스를 제공함 - 각종 식료품과 의류, 청소용품, 가전제품 등 다양한 제품을 판매 - Tottus de Jockey Plaza 매장 내 안내 목적의 보조 로봇 'Totti'를 비치함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Tottus 홈페이지(www.tottus.com/cl), Tottus 소셜미디어 계정

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 칠레의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 18.1% 증가한 1조 6,042억 4,730만 칠레 페소로, 2019년 이후 연평균 48.5%의 증가세를 보인다.

<칠레 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 칠레 페소, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
329,646.9	840,782.2	1,072,535.9	1,358,444.1	1,604,247.3	18.1	48.5

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① MercadoLibre Marketplace

MercadoLibre SRL의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 15.7%로 집계되었다.

② Falabella

Falabella SACI의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 11.9%로 집계되었다.

③ Jumbo

Cencosud SA의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.5%로 집계되었다.

④ Lider

Walmart Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.0%로 집계되었다.

⑤ Ripley

Ripley Corp SA의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.3%로 집계되었다.

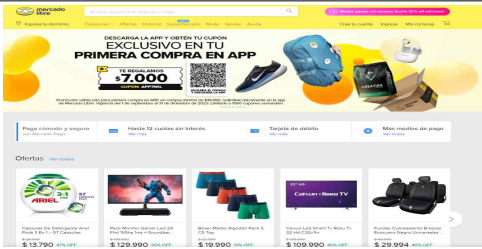
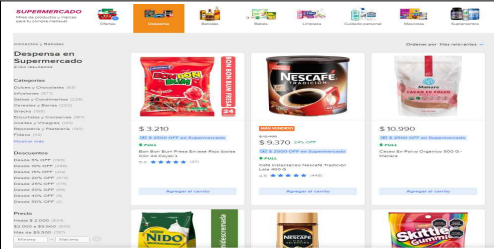
<칠레 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

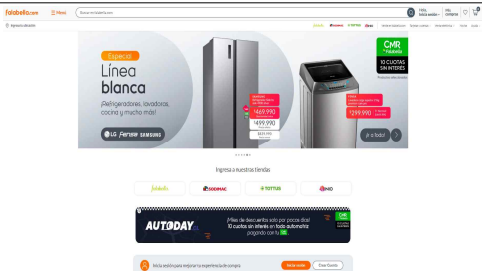
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 MercadoLibre Marketplace	9.7	11.2	13.6	15.7	15.4	17.4
2 Falabella	14.6	11.8	11.5	11.9	3.5	-6.6
3 Jumbo	7.9	6.7	6.2	5.5	-11.3	-11.4
4 Lider	7.1	5.4	5.2	5.0	-3.8	-11.0
5 Ripley	9.1	7.4	6	4.3	-28.3	-22.1
6 AliExpress Marketplace	3.1	2.7	3.5	3.7	5.7	6.1
7 Tottus	0.6	1.4	1.6	1.6	0.0	38.7
8 Falabella Marketplace	0.8	1.4	1.4	1.5	7.1	23.3
9 Linio Marketplace	1.3	1.1	1.1	1.1	0.0	-5.4
10 Unimarc	-	0.2	0.6	0.6	0.0	N/A

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

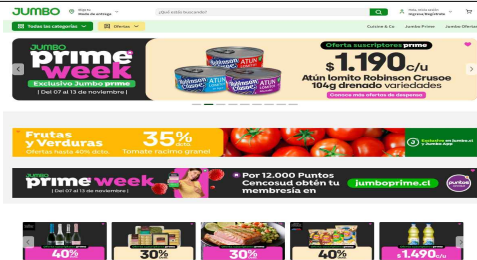
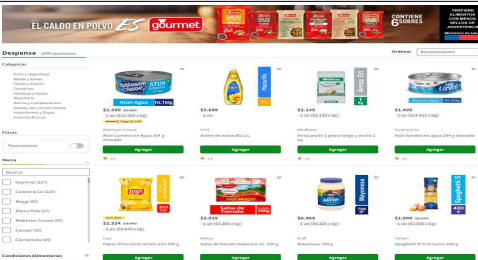
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	MercadoLibre Marketplace	운영업체	MercadoLibre SRL
	점유율	15.7%	웹사이트	www.mercadolibre.cl
	- MercadoLibre SRL가 운영하는 B2C·B2B·C2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 자동차, 전자제품, 각종 생활용품, 부동산 매매 등 다양한 카테고리를 보유함 - 멤버십 'Meli+' 구독 시 OTT 서비스 제공, 각종 할인 등의 혜택을 제공함 - 자체 결제수단 'Mercadopago'를 통해 카드, 현금 등 다양한 방식의 결제 수단 적용			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 MercadoLibre 홈페이지(www.mercadolibre.cl)

	사이트명	Falabella	운영업체	Falabella SACI
	점유율	11.9%	웹사이트	falabella.com
	- Falabella SACI가 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 모바일 애플리케이션을 통한 배송 서비스를 시행 중이며 '무료배송' 문구 표기 제품을 일정 금액 이상 구매 시 무료배송 혜택을 제공함 - Falabella, Tottus 매장 등의 다양한 브랜드에서 픽업할 수 있음 - 특정 품목 및 브랜드 세일·하루 특가 등의 다양한 프로모션을 진행함 - 식료품, 전자제품, 파티용품, 가구 등 다양한 제품군을 판매함			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Falabella 홈페이지(falabella.com)

	사이트명	Jumbo	운영업체	Cencosud SA
	점유율	5.5%	웹사이트	www.jumbo.cl
사진	- Cencosud Retail S.A.가 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 제품 품질 불만족 시, 구매 가격의 2배를 환불해주는 품질 보증 정책을 시행함 - 온라인 사이트 및 애플리케이션 주문을 통해 배송 및 픽업 수령할 수 있음 - 식품, 의류, 가전제품 등 다양한 카테고리에서의 자체브랜드(PB) 상품을 보유함 - 800개가 넘는 와인을 판매하는 등 다양한 종류의 주류를 취급함 - 멤버십 '점보 프라임'을 통해 포인트 2배 적립, 매주 할인 등의 혜택을 제공함			
				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터), 칠레 Jumbo 홈페이지(www.jumbo.cl)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

칠레의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 24조 2,865억 7,310만 칠레 페소에서 연평균 1.4% 성장하여 2027년 25조 6,737억 6,940만 칠레 페소에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 6조 9,400억 330만 칠레 페소에서 연평균 1.3% 성장하여 2027년 7조 3,104억 7,180만 칠레 페소에 이를 것으로 전망된다.

하이퍼마켓

하이퍼마켓의 규모는 2023년 6조 573억 190만 칠레 페소에서 연평균 4.0% 성장하여 2027년 7조 778억 9,310만 칠레 페소에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 5조 6,230억 1,050만 칠레 페소에서 연평균 0.2% 감소하여 2027년 5조 5,679억 310만 칠레 페소에 이를 것으로 전망된다.

<칠레 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 칠레 페소, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	24,286,573.1	24,400,689.3	24,810,027.8	25,195,252.0	25,673,769.4	100.0	1.9	1.4
슈퍼마켓	6,940,003.3	6,981,643.3	7,065,423.0	7,176,275.5	7,310,471.8	28.5	1.9	1.3
하이퍼마켓	6,057,301.9	6,182,155.1	6,520,611.9	6,773,299.3	7,077,893.1	27.6	4.5	4.0
소규모 식료품점	5,623,010.5	5,594,090.4	5,580,415.0	5,571,994.0	5,567,903.1	21.7	-0.1	-0.2
전문판매점	3,448,583.6	3,441,141.7	3,447,600.9	3,458,082.1	3,470,284.7	13.5	0.4	0.2
할인점	1,775,884.9	1,727,717.1	1,695,373.0	1,694,047.6	1,706,899.4	6.6	0.8	-1.0
편의점	215,275.2	246,128.5	267,196.8	282,465.6	295,053.1	1.2	4.5	8.2
포코트리테일러	226,513.7	227,813.3	233,407.1	239,088.0	245,264.1	1.0	2.6	2.0

*주: 전문판매점-식품·주류·담배만을 전문적으로 판매하는 매장, 포코트리테일러-주유소 내 위치한 소규모 매장

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

칠레의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 8.1% 성장하여, 2027년 2조 1,905억 2,600만 칠레 페소에 이를 것으로 전망된다.

<칠레 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 칠레 페소, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
1,604,247.3	1,757,341.6	1,898,084.8	2,037,231.2	2,190,526.0	7.5	8.1

*출처: 「Retail in Chile(2024.03.)」(유로모니터)

3

수출품목 및 소비트렌드

■ 3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

1. 직전년도 한국산 식품 수출규모
2. 직전년도 한국산 식품 수출성장률
3. 현지 소비 이슈에 부합하는 품목
4. 현지 시장에서 수요 증가 등 성장 가능성을 보유한 품목

3.1.2 한국산 수출품목

① 라면(수출상위 품목)

바쁜 현대인들의 식습관 변화와 함께 간편한 식품에 대한 수요가 증가하면서 칠레 라면시장이 꾸준히 성장하고 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 칠레의 라면 시장규모는 2023년 143억 9,340만 칠레페소로 2019년 이후 연평균 2.97% 성장했다.

칠레에서 한국 라면은 비교적 생소하게 인식되고 있다. 하지만 한류 열풍으로 한국 문화에 대한 관심이 높아지면서 한국 라면의 소비가 확대되고 있다. 2023년 한국의 對칠레 라면 수출액은 2023년 약 92만 달러에 달했다. 이는 전년 대비 52.5% 증가한 액수로 2019년 이후 연평균 23.1% 증가하는 추세를 보인다.

칠레 소비자는 이동 중 또는 외부에서 라면을 섭취하는 경우가 많아 컵라면의 인기가 높다. 실제로 칠레에서 판매되는 라면 제품의 80% 이상이 컵라면으로 구성되어 있으며, 대부분의 제품이 얇은 면발을 사용하여 전자레인지로 간편하게 조리할 수 있도록 제조된다. 컵라면의 수요가 높아 칠레 브랜드 Traverso는 새우 맛 컵라면을 출시했으며 일본 라면 브랜드 Maruchan은 소고기 맛 컵라면을 출시했다.

		
Traverso의 새우 맛 컵라면	Maruchan의 소고기 맛 컵라면	한국산 컵라면

*출처: Mercado Libre

▶ 출처

2024.09.03. 이슈별조사보고서, 남미 주요국 라면시장 현황과 향후 트렌드 분석을 통한 K-라면 기회요인 도출, 한국농수산물유통공사

Bora Market: la tienda coreana que es furor en Providencia, Finde

Chile Instant Noodles Market 2024, Strategy Helix

② 커피(수출상위 품목)

칠레에서 커피는 단순한 음료를 넘어 피로를 해소하고 활력을 얻을 수 있는 식품으로 활발히 소비되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 칠레 커피 시장규모는 2023년 5억 4,108만 달러로 전년 대비 약 23.9% 증가했다.

칠레에서 한국 인스턴트 커피는 높은 품질, 진하고 부드러운 맛을 지닌 제품으로 인식되고 있다. 한국산 인스턴트 커피의 對칠레 수출액은 2023년 약 208만 달러로 주요 수출 품목 2위에 자리했다. 칠레에서는 주로 한국산 인스턴트 커피가 유통되며 소수의 커피 음료가 판매되고 있다.

칠레 커피 시장에서 캡슐커피가 인기를 끌고 있다. 밀봉 포장으로 신선도를 유지하고, 간단한 조작만으로 다양한 커피를 즐길 수 있는 캡슐커피의 매력이 간편하게 고품질의 커피를 섭취하고 싶어 하는 소비자의 눈길을 끈 것으로 보인다. 이에 따라 콜롬비아의 대표 커피 브랜드 후안 발데스(Juan Valdez)를 비롯해 네스카페, 스타벅스, 라바짜(Lavazza) 등 글로벌 커피 브랜드들도 칠레 시장에 캡슐커피를 출시하고 있다. 특히 후안 발데스는 재활용 가능한 포장재와 유기농 원두를 사용한 친환경 캡슐커피를 출시했다.

		
Juan Valdez의 유기농 캡슐커피	한국산 인스턴트 커피	에스프레소 캡슐커피

*출처: Jumbo, Lotte Mart Chile

▶ 출처

Coffee, Statista

Un nuevo actor en Chile para el mercado de cápsulas de café: Juan Valdez también quiere llegar a las casas, Forbes Chile

El café: una bebida para todo el año, El Mostrador

Coffee in Chile, Euromonitor

③ 참기름(수출상위 품목)

칠레에서 K-팝을 중심으로 한 한류 열풍이 거세지면서 한식에 대한 관심이 높아지고 있다. 이에 따라 칠레 내 한식당과 한국 식료품점이 늘어나고 있으며, 특히 한국 음식의 풍미를 살리는 데 필수적인 한국산 참기름의 수요가 급증하고 있다. 2023년 한국산 참기름의 對칠레 수출액은 약 1만 6,300달러로 전년 대비 약 316% 증가해 높은 성장세를 보였다. 한국 참기름은 주로 캔에 담긴 제품이 한국 식료품점을 통해 판매되고 있다.

칠레에서는 참깨가 건강에 좋은 식품으로 인식되면서 참기름 또한 건강식품으로 자리 잡고 있다. 특히 냉압착 방식으로 생산된 칠레산 참기름은 콜레스테롤과 트랜스지방이 전혀 함유되지 않고, 불포화지방산이 풍부하여 건강에 도움을 줄 수 있다고 알려지면서 건강을 중시하는 소비자들에게 주목받고 있다.

칠레 소비자들은 참기름을 요리뿐만 아니라 피부 보습 및 영양 공급을 위한 미용 목적으로도 사용한다. 참기름의 인지도가 높아지며 칠레 식품 기업 Fontevita는 칠레에서 제조한 냉압착 참기름을 출시했으며, 칠레 시장에 진출한 중국 식품 브랜드 Lee Kum Kee도 칠레에서 참기름을 판매하고 있다.

		
한국산 참기름	Fontevita 칠레산 냉압착 참기름	중국산 참기름

*출처: Korea Market, Fontevita, Jumbo

▶ 출처

Los beneficios de consumir sésamo, ESPN Chile

La ruta de la comida coreana: siete restaurantes en Santiago para disfrutar en medio del boom de sus platos, The Clinic

La expansión de la comida coreana en Chile: el boom que superó a Patronato y se tomó Santiago con nuevos locales y largas filas para entrar, The Clinic

■ 3.2 | 소비트렌드

① 건강한 스낵 선호

칠레 정부는 비만, 고혈압, 당뇨 등 만성질환의 유병률을 낮추기 위해 2016년에 당류, 열량, 나트륨, 포화지방 함량이 높은 식품에 대한 경고 라벨 표기를 의무화하고, 학교 내에서 해당 식품의 판매 및 홍보를 금지하는 등 아동 비만 문제 해결에 적극적으로 나섰다. 2024년에는 학교 주변 100m 이내 지역에서도 고열량·저영양 식품 판매를 제한하는 법안이 발의되는 등 더욱 강화된 규제가 추진되고 있다.

칠레 정부의 식품 라벨링 강화 정책 이후 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 스낵 시장에도 변화가 일어나고 있다. 또한 영양성분표를 꼼꼼히 확인하며 건강한 스낵을 찾는 소비자들이 증가하고 있다. 건강한 생활 방식에 대한 인식이 확산되고 야외 활동이 증가하면서 저칼로리, 비건, 유기농 등 건강을 중시하는 소비자들의 요구를 충족시키는 다양한 스낵 제품들이 출시되고 있다.

칠레 스낵브랜드 Tika에서는 건강한 퀴노아를 사용해 만든 스낵과 비건 치즈 감자칩을 출시했으며 또 다른 현지 브랜드 Pruisnacks에서는 비건 팝콘을 출시했다.

		
Puri Pop의 비건 팝콘	Tika의 퀴노아 스낵	Tika의 비건 치즈 감자칩

*출처: Jumbo

▶ 출처

Comer snacks de manera consciente, una tendencia creciente alrededor del mundo, Radio Central

The labels encouraging Chileans to buy healthier food, BBC

Chile – Restringir la venta de alimentos “altos en” en cercanías de colegios, Diario Juridico

Mercado de Snacks Saludables en Chile, EMR

② 저렴한 식료품 인기

칠레에서 식료품 물가 상승이 지속되면서 칠레 소비자들의 소비 패턴에 큰 변화가 나타나고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면, 2024년 5월 칠레의 식료품 물가는 전년 동기 대비 4.73% 상승하며 소비자들의 부담을 가중시키고 있다. 이에 따라 칠레 소비자들은 제품의 가성비를 최우선으로 고려하는 소비 습관을 보인다.

글로벌 시장조사 기업 입소스(Ipsos)의 조사 결과, 칠레 소비자의 60%가 제품 구매 시 가격과 할인 여부를 가장 중요하게 고려하는 것으로 나타났다. 경제 상황 악화로 소비자들 이 가격에 민감하게 반응하며 특정 브랜드에 대한 충성도가 약해지고 있다. 이에 비슷한 품질의 제품이라면 가격이 저렴한 상품을 선택하는 경향이 강하게 나타나며, 현지 소비자는 할인 행사를 적극적으로 활용하는 등 구입하는 식품의 가격 경쟁력을 우선시하는 동향을 보인다.

칠레 경제 상황이 어려워지면서 가격 부담을 느낀 소비자들 이 상대적으로 저렴한 자체 브랜드 상품으로 눈을 돌리고 있다. 대표적인 예로 칠레 대형마트 체인 Jumbo의 Cuisine&Co 브랜드는 햄, 빵, 우유, 냉동식품 등 다양한 카테고리의 식품을 판매하고 있다.

	
Jumbo의 자체 브랜드 제품(빵)	Jumbo의 자체 브랜드 제품(냉동채소)

▶ 출처

En busca del carrito más barato: ¿conviene comprar marcas propias en supermercados?, DF MAS

Encuesta revela qué prefiere la gente, si el precio o la marca, La Tercera

Por qué vienen los chilenos a hacer las compras a supermercados de Neuquén, Minuto NQN

Inflation rate of food prices in Chile from January 2022 to May 2024, Statista

③ 인공지능을 사용한 대체식품 제조

칠레에서 대체식품은 동물성 식품에 비해 환경에 도움이 된다고 인식되고 있어 소비가 늘어나고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면 칠레의 대체육 시장규모는 2023년 1,816만 달러로 2028년까지 연평균 7.38% 성장할 것으로 전망된다.

칠레의 식품 스타트업 NotCo가 개발한 인공지능 알고리즘 '주세페'는 식품의 분자 구조를 분석하여 동물성 식품과 동일한 맛, 식감, 영양을 가진 식물성 대체 식품을 만들어내는 혁신적인 인공지능 기술이다. 주세페는 햄버거 패티, 우유 등 원하는 식품을 입력하면 해당 식품의 동물성 성분의 분자 구조를 분석하고 이와 유사한 특성을 가진 식물성 재료를 찾아낸다. 이렇게 찾아낸 다양한 식물성 재료들을 최적의 비율로 조합하여 기존 식품의 맛과 식감을 재현한 대체식품을 생산하고 있다. 현재 NotCo는 주세페를 활용하여 식물성 마요네즈(NotMayo), 대체 우유(NotMilk), 식물성 아이스크림(NotIcecream) 등 다양한 제품을 개발했다.

NotCo는 순조롭게 성장해 2021년 사업 가치가 10억 달러를 넘기며 칠레 스타트업으로는 두 번째로 유니콘 기업의 지위를 얻게 되었다. NotCo는 현재 소비자들에게 친숙한 마요네즈, 우유, 아이스크림 등을 중심으로 제품군을 구축하고 있지만, 앞으로는 인공지능 기술을 활용해 전혀 새로운 형태의 식품을 개발할 계획이라고 밝혔다.

		
식물성 마요네즈(NotMayo)	식물성 아이스크림(NotIcecream)	대체 우유(NotMilk)

▶ 출처

"¿Por qué no podemos comer lo mismo pero sin animales?": la Inteligencia Artificial al servicio del veganismo, Infobae

América Latina está experimentando un aumento respetable en la demanda de alimentos de origen vegetal, Produ

Chile es el país con más productos veganos certificados según estudio, Forbes Chile

Meat Substitutes, Statista

④ 일회용 플라스틱 사용 금지

글로벌 시장조사 기관 유로모니터(Euromonitor)의 조사 결과, 남미 지역 소비자들은 기후 변화의 심각성을 인지하고 있으며, 플라스틱 포장재가 환경 오염에 미치는 영향에 대한 우려가 큰 것으로 나타났다. 2022년 입소스(Ipsos)의 조사에 따르면 칠레 소비자의 88%가 일회용 플라스틱 사용 금지에 찬성한다고 밝혔다.

칠레 정부는 플라스틱 쓰레기 문제 해결을 위해 앞장서고 있다. 2019년 일회용 비닐봉지 사용을 금지하고 사용된 봉지 1장당 5 UTM(Unidad de Fomento)의 벌금을 부과하는 제도를 도입한 데 이어, 2024년 8월부터는 식당, 카페 등에서 일회용 플라스틱 제품 사용을 전면 금지하며 플라스틱 사용량 감축을 위해 노력하고 있다. 이러한 정책에 힘입어 칠레 소비자들은 장바구니 사용을 생활화하는 등 친환경 소비 습관을 자연스럽게 형성하고 있으며, 정책 시행 후 단 3개월 만에 무려 67억 개의 플라스틱 봉지 사용량이 감소하는 성과를 달성했다.

칠레 소비자들의 환경 보호 의식이 높아지면서 플라스틱 사용을 줄이기 위한 다양한 노력이 이어지고 있다. 이러한 트렌드에 발맞춰 칠레에서는 생분해성 포장재, 재사용 포장재 등 친환경적인 제품들이 출시되고 있다. 칠레 포장재 기업 Solubag은 물에 넣으면 5초 만에 완전히 분해되는 생분해성 봉지를 개발하여 주목을 받았으며 재사용 가능한 천 장바구니 또한 출시했다. 칠레 스타트업 Algramo는 Unilever, Nestle 등 글로벌 기업들과 협력하여 식품을 비롯한 소비재를 재사용 가능한 용기에 담아 판매하는 서비스를 제공하고 있다. 또한 Algramo를 이용하면 최대 50%까지 저렴하게 제품을 구매할 수 있어 현지에서 긍정적으로 평가되고 있다.

	
Solubag의 생분해성 비닐봉지	Solubag의 천 장바구니

▶ 출처

Apoyo abrumador a la prohibición de plásticos de un solo uso., Statista

Proyecto de ley que busca la prohibición total de botellas de plástico desechable comenzó a ser discutido en Comisión de la Cámara, Pais Circular

¿Qué regula la Ley de Plásticos de un Solo Uso?, Circula El Plastico

La sostenibilidad en América Latina: percepciones del consumidor, Plastico

In world first, Chile to ban single-use food and beverage products over three years, Mongabay

Three quarters of people in global survey want single use plastics banned, Ipsos

Day without plastic bags: more than 100 countries ban their use and Chile was the first in the region, Marcachile

This Chilean start-up is revolutionizing reusable packaging, World Economic Forum

⑤ K-팝의 인기에 힘입어 칠레 한식 시장 성장 중

최근 칠레 산티아고에서는 한국 드라마, K-팝 등 한류 콘텐츠의 인기와 함께 한국 음식에 대한 관심이 급증하고 있다. 과거에는 한인타운인 Patronato에서 비빔밥, 불고기 등 전통 한식을 맛볼 수 있었지만, 이제는 한국식 치킨, BBQ, 분식 등 다양한 메뉴를 즐길 수 있는 한식당들이 칠레 곳곳에 생겨나면서 한식의 소비가 확대되고 있다. 한식의 인기가 증가하자 한국미식협회(Asociación Gastronómica de Coreanos en Chile)가 설립되기도 했다.

한국 식품점 또한 큰 인기를 얻고 있다. 드라마나 영화에서 본 한국 라면, 과자 등을 직접 맛보고 싶어 하는 소비자들이 몰려들면서 칠레의 한국 식료품점 Bora Market에서는 영업 시간 전부터 소비자들이 긴 줄을 서기도 했다. 특히 얼음 컵에 시원하게 마시는 파우치형 음료의 인기가 높게 나타난다.

칠레 소비자들은 한국 음식뿐만 아니라 한국 주류에도 큰 관심을 보이고 있다. 2022년 칠레 시장에 출시된 한국 소주는 높은 도수의 현지 술에 비해 부드러운 맛을 보유해 주목받고 있다.

		
칠레 한국 식료품점 Bora Market	얼음컵에 마시는 파우치형 음료	한국 소주

▶ 출처

Soju: El sabor auténtico de Corea llega a Chile marcando una nueva era en el consumo de destilados, el mostrador

“Acá es comida verdaderamente coreana”: Bom, la colorida cafetería que sorprende en Santiago, La Cuarta La expansión de la comida coreana en Chile: el boom que superó a Patronato y se tomó Santiago con nuevos locales y largas filas para entrar, The Clinic

La ruta de la comida coreana: siete restaurantes en Santiago para disfrutar en medio del boom de sus platos, The Clinic

4

수출절차

4.1 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 칠레의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
사전승인 취득	· 모든 식품류는 농축산성과 보건부의 사전승인 취득 필요 · 대상품목: (농축산청)알코올 음료, 식초, 식물 및 식물에 유해한 물품, 가공식품, 비료 및 살충제 (보건부)모든 식품류 · 제출서류: ①원산지증명서 ②자유판매증명서 ③위생증명서(동식물 제품에 한함)	칠레 수입업체
수입신고	· 칠레 수입업체는 수입신고서 및 제반서류를 세관에 제출 필요 · 제출서류: ①수입신고서 원본과 사본 5부 ②(수입국 내) 창고 위생 증명서 ③상업송장 ④선하증권 ⑤원산지증명서	칠레 수입업체
수입검사	· 세관은 수입신고서 및 제출서류를 검토해 물품검사 여부를 결정 · 검사대상으로 분류된 식품은 ①기술심사 면제 ②정밀검사 ③샘플채취 정밀검사 진행 - ①기술심사 면제: 과거 수입기록과 서류 검사 후 이상이 없는 경우 즉시 통관 - ②정밀검사: 보건부가 직접 서류, 라벨, 보관상태, 저장환경 검사 후 샘플검사 진행 여부 결정 - ③샘플채취 정밀검사: 샘플 채취 후 연구소에서 검사	칠레 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 후 물품 반출 가능	칠레 수입업체

■ 4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 칠레 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
원산지 증명서 발급	● 칠레 수출 시 한·칠레 FTA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 대한상공회의소 및 세관을 통해 자율발급할 수 있으며, 수출업체 또는 생산업체가 자율적으로 발급함

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> <table border="1"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	● 칠레와의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 칠레로 △사과, △배 △신선 버섯류 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반서류를 제출해야 함						

	<수출검역 신청 시 제출 서류>	
	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)
	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)
	· 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음	
운송수단 선적	● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함	

②칠레 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 칠레 수입통관·검역 절차

사전승인 취득	● 칠레 수입업체는 식품에 대한 사전승인 취득 필요 · 입국항의 보건서비스사무국에서 식품표지 샘플 등 서류를 제출하고 사전 승인을 받아야 함 <수입허가 시 제출 서류> <table border="1"><tr><td>①원산지 증명서</td></tr><tr><td>②자유 판매 증명서</td></tr><tr><td>③위생증명서(동식물 제품에 한함)</td></tr></table> · 품목에 따라 사전승인 발급 기관이 상이함에 유의해야 함 <품목에 따른 사전승인 기관 분류> <table border="1"><tr><td>농축산청(SAG)</td><td>· 알코올 음료, 식초 · 식물 및 식물에 유해한 물품 · 가공식품(동물, 식품) · 비료 및 살충제</td></tr><tr><td>보건부(MINSAL)</td><td>· 모든 종류의 식품</td></tr></table>	①원산지 증명서	②자유 판매 증명서	③위생증명서(동식물 제품에 한함)	농축산청(SAG)	· 알코올 음료, 식초 · 식물 및 식물에 유해한 물품 · 가공식품(동물, 식품) · 비료 및 살충제	보건부(MINSAL)	· 모든 종류의 식품
①원산지 증명서								
②자유 판매 증명서								
③위생증명서(동식물 제품에 한함)								
농축산청(SAG)	· 알코올 음료, 식초 · 식물 및 식물에 유해한 물품 · 가공식품(동물, 식품) · 비료 및 살충제							
보건부(MINSAL)	· 모든 종류의 식품							
수입신고	● 칠레 수입업체는 수입신고서 및 기타 제반서류를 제출해 수입신고 진행 · 수입 신고 금액 미화 1,000달러 이상 시 관세사 고용 의무 · 필요한 서류는 다음과 같음 <수입신고 시 제출 서류> <table border="1"><tr><td>①수입신고서 원본과 사본 5부</td></tr><tr><td>②(수입국 내) 창고 위생증명서</td></tr><tr><td>③상업송장</td></tr><tr><td>④선하증권</td></tr><tr><td>⑤원산지 증명서</td></tr></table> · 칠레 수입업체는 수입신고서와 관련 서류를 제출하여 수입허가 및 통관승인을 요청해야 하며, 보건서비스사무국에서 수입신고서 점검 및 물품검사 여부 결정	①수입신고서 원본과 사본 5부	②(수입국 내) 창고 위생증명서	③상업송장	④선하증권	⑤원산지 증명서		
①수입신고서 원본과 사본 5부								
②(수입국 내) 창고 위생증명서								
③상업송장								
④선하증권								
⑤원산지 증명서								

수입검역	● 정밀검사 배정 후 위생서비스사무국이 시행하며, 적합판정물품은 수입허가서 발급 · 검사 유형 구분은 아래와 같음 <화물 검사 유형 구분> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center;">기술심사 면제</td><td style="padding: 5px;">· 과거 수입기록과 서류검사를 통해 추가 검사가 필요하지 않은 경우 즉시 통관</td></tr> <tr> <td style="text-align: center;">정밀검사</td><td style="padding: 5px;">· 보건부가 직접 보세창고를 방문해 물품의 실물 검사(라벨, 서류, 보관상태, 저장환경 등) 진행 후 추가 정밀검사가 필요하다고 판단될 경우 샘플채취 정밀검사 여부 결정</td></tr> <tr> <td style="text-align: center;">샘플채취 정밀검사</td><td style="padding: 5px;">· 샘플채취 후 연구소에서 검사, 수입허가요청서 원본 및 사본 1부와 위생증명서 등을 제출해야 함(필요 시) - 보통 7일이 소요되나 정밀검사 진행 시 최대 4주가량 소요 가능성 있음</td></tr> </table>	기술심사 면제	· 과거 수입기록과 서류검사를 통해 추가 검사가 필요하지 않은 경우 즉시 통관	정밀검사	· 보건부가 직접 보세창고를 방문해 물품의 실물 검사(라벨, 서류, 보관상태, 저장환경 등) 진행 후 추가 정밀검사가 필요하다고 판단될 경우 샘플채취 정밀검사 여부 결정	샘플채취 정밀검사	· 샘플채취 후 연구소에서 검사, 수입허가요청서 원본 및 사본 1부와 위생증명서 등을 제출해야 함(필요 시) - 보통 7일이 소요되나 정밀검사 진행 시 최대 4주가량 소요 가능성 있음
기술심사 면제	· 과거 수입기록과 서류검사를 통해 추가 검사가 필요하지 않은 경우 즉시 통관						
정밀검사	· 보건부가 직접 보세창고를 방문해 물품의 실물 검사(라벨, 서류, 보관상태, 저장환경 등) 진행 후 추가 정밀검사가 필요하다고 판단될 경우 샘플채취 정밀검사 여부 결정						
샘플채취 정밀검사	· 샘플채취 후 연구소에서 검사, 수입허가요청서 원본 및 사본 1부와 위생증명서 등을 제출해야 함(필요 시) - 보통 7일이 소요되나 정밀검사 진행 시 최대 4주가량 소요 가능성 있음						
관세 납부 및 물품반출	● 물품 검사 및 관세 납부 후 물품 반출 진행 · CIF 기준으로 관세율 산정, 전자납부시스템(TGR) 통해 관세 납부 · 통관 후 물품은 90일 이내 반출해야 하며, 지연 시 창고 보관료가 누적되며, 반출 기한이 경과할 경우 물품 소유권을 상실할 수 있음						

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 종자류 : 무, 배추 등 - 과실류 : 사과, 배 *상기 품목 이외에 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 화훼류 : 다육식물묘
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 순중량 · 수입업체 정보	· 원산지 · 성분 목록 · 보관방법	· 유통기한 · 영양성분 및 경고라벨 · 알레르기 유발물질
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	· 해외 제품의 라벨링을 변경할 필요는 없으나, 해당 정보를 스페인어로 번역한 스티커형 라벨을 반드시 부착해야 함	
	제품명	· 제품의 일반적인 명칭을 사용	
	순중량	· 국제단위계를 사용하여 식품의 순중량 표시 · 액상식품은 부피, 고형식품은 중량, 반고형식품은 부피 또는 중량으로 표시 가능	
	원산지	· 식품의 제조 원산지 표시 · 제조국에서 식품을 생산한 업체의 이름 및 주소 표시 가능	
	수입업체 정보	· 수입식품의 경우 수입업체의 이름과 주소 표시	
	성분 목록	· 식품첨가물을 포함하여 식품에 사용된 모든 원재료의 함량을 중량을 기준으로 내림차순 표시 · 식품첨가물의 경우 구체적인 명칭과 기능을 함께 표시	
	보관방법	· 적정 보관온도 등 식품을 적절하게 보관할 수 있는 방법을 표시	
	유통기한	· 'Best before', 'Valid up to' 등의 문구를 사용하여 식품의 유통기한 표시	
	영양성분	· 총 열량, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 총 당류, 나트륨 함량을 필수 표시 · 100g/ml 또는 식품의 1회 제공량을 기준으로 표시	
	영양성분 경고라벨	· ALTO EN으로 시작되는 문구가 적힌 검은 팔각형 라벨로 당, 나트륨, 포화지방, 열량 중 1가지 이상이 많이 함유되었으면 유통 식품에 각각의 과다 성분마다 해당하는 라벨을 반드시 부착 필요	
	알레르기 유발 물질	· 알레르기 유발물질이 함유된 경우 라벨의 성분 목록에 이를 표기 · 알레르기 유발물질: 글루텐을 포함한 곡물, 대두, 우유, 땅콩, 계란, 조개류, 어류, 견과류	

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

과자류

라벨링 사진



표기항목	표기내용	
제품명	Doritos Dinamita-CHILE Limón	도리토스 Dinamita-칠레 레몬맛
업체 정보	FRITO-LAY, INC. PLANO, TX 75024-4099 © FRITO-LAY NORTH AMERICA, INC	주식회사 FRITO-LAY PLANO, TX 75024-4099 © FRITO-LAY NORTH AMERICA, INC
순 중량	1.125oz	31.8g
원재료명	Corn, Vegetable oil(Corn,Canola,and/or Sunflower oil), And less than 2% of salt, Maltodextrin,(Made from Corn), Citric Acid, Sugar, Monosodium Glutamate, Artificial color(Red 40 Lake, Yellow 6 Lake), Hydrolized Corn Protein, Potassium Salt, Yeast Extract, Sodium Diacetate, Cheddar Cheese(Milk, Cheese Cultures, Salt, Enzymes), Natural Flavours, Onion Powder, Corn Syrup Solids, Whey, Romano Cheese(Cow's Milk, Cheese cultures, Salt, Enzymes), Garlic Powder, Buttermilk, Whey Protein Concentrate, Disodium Inosinate, And Disodium Guanylate Contains Milk Ingredients. Maiz, Aceite Vegetal(Maiz, Canola Y/O Soya), Y Menos De 2% De Sal, Acido Citrico, Maltodextrina(De Maiz), Azucar, Glutamato Monosodico, Colorante Artificial(Laca Rojo 40, Laca Amarillo 6), Proteina De Maiz Hidrolizada, Cloruro De Potasio, Extracto De Levadura, Diacetado De Sodio, Queso Cheddar(Leche, Cultivos Lacteos, Sal, Enzimas), Saborizantea Naturales, Cebolla En Polvo, Solidos De Jarabe De Maiz, Suero De Leche, Queso Romano(Leche De Vaca, Cultivos Lacteos, Sal, Enzimas), Ajo En Polvo, Suero De Mantequilla, Concentrado De Proteina, De Suero De Leche, Inosinato Disodico, Guanilato Disodico. Contiene Ingredientes De Leche.	옥수수, 식물성 기름(옥수수,카놀라 및/또는 대두), 2% 미만의 소금, 구연산, 말토덱스트린(옥수수), 설탕, 글루타민산나트륨, 인공색소(적색 40호, 황색 6호), 가수분해 옥수수 단백질, 칼륨염, 효모 추출물, 이아세트산나트륨, 체다 치즈(우유, 치즈배양물, 소금, 효소), 천연 향료, 양파 분말, 옥수수 시럽 고형분, 유청, 로마노 치즈(우유, 치즈배양물, 소금, 효소), 마늘 분말, 버터밀크, 농축유청단백질, 이노신산이나트륨, 구아닐산이나트륨 유제 품을 함유하고 있음.

유통기한	Guaranteed fresh until the printed date	표기 날짜까지 신선함 보장																																																																																				
GMO	CONTAINS BIOENGINEERED FOOD INGREDIENTS.	유전자 조작 식품을 함유하고 있음.																																																																																				
영양정보	<table><tr><th colspan="2">Nutrition Facts/Información Nutrimental</th></tr><tr><td colspan="2">1 serving per container/1 porción por bolsa</td></tr><tr><td colspan="2">Serving size/Tamaño de una porción</td></tr><tr><td colspan="2">1 package/1 paquete</td></tr><tr><td colspan="2">Amount per serving/Cantidad por porción</td></tr><tr><td>Calories/Calorías</td><td>170</td></tr><tr><th colspan="2">%Daily Value/%Valor Diario*</th></tr><tr><td>Total Fat/Grasa Total 9g</td><td>11%</td></tr><tr><td>Saturated Fat/Grasa Saturada 0g</td><td>5%</td></tr><tr><td>Trans Fat/Grasa Trans 0g</td><td></td></tr><tr><td>Cholesterol/Colesterol 0mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>Sodium/Sodio 210mg</td><td>9%</td></tr><tr><td>Total Carbohydrate/Carbohidratos Totales 20g</td><td>7%</td></tr><tr><td>Dietary Fiber/Fibra Dietética 2g</td><td>6%</td></tr><tr><td>Total Sugars/Azúcares Totales 1g</td><td></td></tr><tr><td>Added Sugars/Azúcar añadida 0g</td><td>0%</td></tr><tr><td>Protein/Proteína 2g</td><td></td></tr><tr><td>Vitamin D/Vitamina D 0mcg</td><td>0%</td></tr><tr><td>Calcium/Calcio 50mcg</td><td>2%</td></tr><tr><td>Iron/Hierro 0.3mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>Potassium/Potasio 70mg</td><td>0%</td></tr></table> *The % Daily Value(DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice. *El porcentaje Valor Diario(DV) le indica cuánto un nutriente en una porción de alimento contribuye a una dieta diaria. Se utiliza 2,000 calorías al día como recomendación general de nutrición.	Nutrition Facts/Información Nutrimental		1 serving per container/1 porción por bolsa		Serving size/Tamaño de una porción		1 package/1 paquete		Amount per serving/Cantidad por porción		Calories/Calorías	170	%Daily Value/%Valor Diario*		Total Fat/Grasa Total 9g	11%	Saturated Fat/Grasa Saturada 0g	5%	Trans Fat/Grasa Trans 0g		Cholesterol/Colesterol 0mg	0%	Sodium/Sodio 210mg	9%	Total Carbohydrate/Carbohidratos Totales 20g	7%	Dietary Fiber/Fibra Dietética 2g	6%	Total Sugars/Azúcares Totales 1g		Added Sugars/Azúcar añadida 0g	0%	Protein/Proteína 2g		Vitamin D/Vitamina D 0mcg	0%	Calcium/Calcio 50mcg	2%	Iron/Hierro 0.3mg	0%	Potassium/Potasio 70mg	0%	<table><tr><th colspan="2">영양성분표</th></tr><tr><td colspan="2">봉지당 1회의 제공량</td></tr><tr><td colspan="2">제공량</td></tr><tr><td colspan="2">1봉지</td></tr><tr><td>한 봉지당 제공량</td><td>170</td></tr><tr><td>열량</td><td></td></tr><tr><th colspan="2">%일일 권장량*</th></tr><tr><td>총 지방 9g</td><td>11%</td></tr><tr><td>포화지방 0g</td><td>5%</td></tr><tr><td>트랜스 지방 0g</td><td></td></tr><tr><td>콜레스테롤 0mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>나트륨 210mg</td><td>9%</td></tr><tr><td>총 탄수화물 20g</td><td>7%</td></tr><tr><td>식이섬유 2g</td><td>6%</td></tr><tr><td>총 당류 1g</td><td></td></tr><tr><td>첨가 당 0g</td><td>0%</td></tr><tr><td>단백질 2g</td><td></td></tr><tr><td>비타민 D 0mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>칼슘 50mg</td><td>2%</td></tr><tr><td>철분 0.3mg</td><td>0%</td></tr><tr><td>칼륨 70mg</td><td>0%</td></tr></table> *일일 권장량(DV)는 음식 1회 제공량에 포함된 영양소가 일일 식단에 얼마나 기여하는지를 말합니다. 하루 2,000 칼로리는 일반적인 영양섭취량의 참고 기준입니다.	영양성분표		봉지당 1회의 제공량		제공량		1봉지		한 봉지당 제공량	170	열량		%일일 권장량*		총 지방 9g	11%	포화지방 0g	5%	트랜스 지방 0g		콜레스테롤 0mg	0%	나트륨 210mg	9%	총 탄수화물 20g	7%	식이섬유 2g	6%	총 당류 1g		첨가 당 0g	0%	단백질 2g		비타민 D 0mg	0%	칼슘 50mg	2%	철분 0.3mg	0%	칼륨 70mg	0%
	Nutrition Facts/Información Nutrimental																																																																																					
1 serving per container/1 porción por bolsa																																																																																						
Serving size/Tamaño de una porción																																																																																						
1 package/1 paquete																																																																																						
Amount per serving/Cantidad por porción																																																																																						
Calories/Calorías	170																																																																																					
%Daily Value/%Valor Diario*																																																																																						
Total Fat/Grasa Total 9g	11%																																																																																					
Saturated Fat/Grasa Saturada 0g	5%																																																																																					
Trans Fat/Grasa Trans 0g																																																																																						
Cholesterol/Colesterol 0mg	0%																																																																																					
Sodium/Sodio 210mg	9%																																																																																					
Total Carbohydrate/Carbohidratos Totales 20g	7%																																																																																					
Dietary Fiber/Fibra Dietética 2g	6%																																																																																					
Total Sugars/Azúcares Totales 1g																																																																																						
Added Sugars/Azúcar añadida 0g	0%																																																																																					
Protein/Proteína 2g																																																																																						
Vitamin D/Vitamina D 0mcg	0%																																																																																					
Calcium/Calcio 50mcg	2%																																																																																					
Iron/Hierro 0.3mg	0%																																																																																					
Potassium/Potasio 70mg	0%																																																																																					
영양성분표																																																																																						
봉지당 1회의 제공량																																																																																						
제공량																																																																																						
1봉지																																																																																						
한 봉지당 제공량	170																																																																																					
열량																																																																																						
%일일 권장량*																																																																																						
총 지방 9g	11%																																																																																					
포화지방 0g	5%																																																																																					
트랜스 지방 0g																																																																																						
콜레스테롤 0mg	0%																																																																																					
나트륨 210mg	9%																																																																																					
총 탄수화물 20g	7%																																																																																					
식이섬유 2g	6%																																																																																					
총 당류 1g																																																																																						
첨가 당 0g	0%																																																																																					
단백질 2g																																																																																						
비타민 D 0mg	0%																																																																																					
칼슘 50mg	2%																																																																																					
철분 0.3mg	0%																																																																																					
칼륨 70mg	0%																																																																																					

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[라벨링]

알코올 음료 라벨 표기법 개정(2024년 7월 7일 시행)

2024년 7월 7일부터 칠레는 알코올 음료에 대한 새로운 라벨링 법안을 시행했다. 운전자, 임산부, 미성년자에게 음주로 인한 영향에 대해 경고하는 라벨링을 알코올 도수가 0.5도를 초과하는 모든 음료에 부착해야 하며, 특정 시간에 알코올 음료 광고를 할 수 없다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100166&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%B9%A0%EB%A0%88&page=1&srchGubun=427