

2024 농식품 국가정보조사 콜롬비아

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콜롬비아 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)	49,588,357명, 전 세계 30위
민족구성 (2018 추정치)	메스티소 및 백인 87.6%, 아프로-콜롬비아인(물라토, 라이잘, 팔렌케로 포함) 6.8%, 원주민 4.3%, 미지정 1.4%
언어 (2023년 추정치)	페인어(공식) 98.9%, 원주민 1%, 포르투갈어 0.1%; 65개의 원주민
종교 (2023년 추정치)	로마 가톨릭 63.6%, 개신교 17.2% (복음주의 16.7%, 재림교 0.3%, 기타 개신교 0.2%), 여호와의 증인 0.6%, 예수 그리스도 교회 0.1%, 기타 0.3%, 신자 0.2%, 불가지론자 1%, 무신론자 1%, 무종교자 14.2%, 미상 1.8%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 22.3% (남성 5,643,995명/여성 5,394,147명) 15~64세: 66.5% (남성 16,127,377명/여성 16,859,161명) 65세 이상: 11.2% (2024년 추정) (남성 2,434,999명/여성 3,128,678명)
중위연령 (2022년 추정치)	전체: 32.7세, 전 세계 114위 남성: 31.5세 여성: 34.0세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$978.024십억 (2023년 추정치), 전 세계 32위 \$972.073십억 (2022년 추정치) \$906.034십억 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	0.61% (2023년 추정치), 전 세계 177위 7.29% (2022년 추정치) 10.80% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$18,800 (2023년 추정치), 전 세계 104위 \$18,700 (2022년 추정치) \$17,600 (2021년 추정치)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2021년 추정치)	8.7%
주요 생산품 (2022년 추정치)	사탕수수, 야자유수, 우유, 쌀, 감자, 바나나, 플랜틴, 옥수수, 닭고기, 아보카도

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
콜롬비아의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	캐나다, EFTA, 칠레, 미국, 멕시코, EU, 한국, 북부삼각지대(엘살바도르, 과테말라, 온두라스), 코스타리카, 이스라엘, PA, 영국
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	한-콜롬비아 FTA
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	해당사항 없음
	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

콜롬비아 식품 시장은 2019년 377억 달러에서 연평균 4.0% 성장하여, 2023년 441억 달러로 증가했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 86억 달러에서 연평균 4.0% 성장하여, 2023년 100억 달러로 증가했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 22.8%를 차지했다.

채소류

채소류 시장규모는 2019년 45억 달러에서 연평균 4.0% 성장하여, 2023년 53억 달러로 증가했다. 2023년 채소류 시장규모는 전체 식품 시장의 12.0%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 46억 달러에서 연평균 3.6% 성장하여, 2023년 53억 달러로 증가했다. 2023년 낙농품 시장규모는, 전체 식품 시장의 11.9%를 차지했다.

<콜롬비아 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	37.7	35.6	38.0	41.2	44.1	100.0	6.9	4.0
육류	8.6	8.0	8.5	9.4	10.0	22.8	7.0	4.0
채소류	4.5	4.2	4.5	5.0	5.3	12.0	6.5	4.0
낙농품	4.6	4.3	4.6	5.0	5.3	11.9	4.4	3.6
스낵류	4.4	4.1	4.3	4.7	5.0	11.3	5.9	3.4
수산물	3.0	2.9	3.1	3.2	3.6	8.2	13.5	4.7
편의식품	3.0	2.8	3.0	3.3	3.6	8.1	6.6	4.2
과일 및 견과류	2.9	2.7	2.9	3.2	3.4	7.6	5.7	3.9
베이커리 및 곡물류	2.9	2.8	2.9	3.1	3.3	7.5	6.8	2.9
유지류	1.9	1.8	1.9	2.0	2.1	4.8	7.6	3.3
펫푸드	0.9	1.0	1.0	1.1	1.2	2.8	7.0	8.2
소스 및 향신료	0.5	0.5	0.6	0.6	0.7	1.5	8.1	6.5
스프레드 및 당류	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4	0.8	9.4	3.9
영유아식품	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.8	6.3	5.0

*출처: STATISTA(2024.07.)(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 콜롬비아의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 751달러에서 연평균 3.0% 증가한 약 846달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 171달러에서 연평균 3.1% 증가한 약 193달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 22.8%를 차지했다.

채소류

2023년 채소류 소비액은 2019년 1인당 약 90달러에서 연평균 3.0% 증가한 약 101달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 12.0%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 91달러에서 연평균 2.6% 증가한 약 101달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 11.9%를 차지했다.

<콜롬비아 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	751.1	698.4	736.8	794.8	845.9	100.0	6.4	3.0
육류	170.5	156.8	164.5	180.7	192.6	22.8	6.6	3.1
채소류	89.9	83.1	87.7	95.7	101.4	12.0	6.0	3.0
낙농품	91.1	84.3	88.9	97.2	101.0	11.9	3.9	2.6
스낵류	86.8	79.8	83.8	90.9	95.9	11.3	5.5	2.5
수산물	59.8	56.3	60.6	61.4	69.3	8.2	12.9	3.8
편의식품	60.1	55.7	59.0	64.3	68.3	8.1	6.1	3.2
과일 및 견과류	57.4	53.3	56.4	61.0	64.4	7.6	5.5	2.9
베이커리 및 곡물류	58.5	54.1	57.1	59.4	63.1	7.5	6.3	1.9
유지류	37.1	34.3	36.3	38.0	40.7	4.8	7.1	2.3
펫푸드	17.7	19.5	20.2	22.0	23.3	2.8	5.9	7.2
소스 및 향신료	10.4	9.9	10.7	11.9	12.9	1.5	8.2	5.4
스프레드 및 당류	6.1	5.5	5.7	6.2	6.6	0.8	6.9	2.4
영유아식품	5.7	5.7	6.0	6.3	6.5	0.8	4.3	3.7

*출처: STATISTA(2024.07.)(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 콜롬비아의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 267kg에서 연평균 1.1% 증가한 약 279kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 75kg에서 연평균 1.0% 증가한 약 78kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 28.0%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 42kg에서 연평균 2.0% 증가한 약 45kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 16.2%를 차지했다.

육류

2023년 육류 소비량은 2019년 1인당 약 32kg에서 연평균 1.8% 증가한 약 34kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 12.2%를 차지했다.

<콜롬비아 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	266.8	266.5	270.3	272.3	278.6	100	2.3	1.1
채소류	75.1	74.4	75.5	76.6	78.0	28.0	1.9	1.0
낙농품	41.6	41.9	42.7	43.5	45.0	16.2	3.5	2.0
육류	31.7	31.9	32.7	33.3	34.0	12.2	2.2	1.8
과일 및 견과류	31.0	30.6	30.9	31.2	31.7	11.4	1.5	0.5
베이커리 및 곡물류	27.9	27.9	28.2	27.3	27.9	10.0	2.1	0.0
스낵류	15.7	15.3	15.4	15.6	15.8	5.7	1.4	0.3
편의식품	14.0	14.0	14.2	14.4	14.6	5.2	1.7	1.0
펫푸드	12.4	13.0	13.0	13.1	13.3	4.8	1.8	1.9
유지류	7.7	7.7	7.8	7.5	7.7	2.8	2.7	0.0
수산물	4.3	4.3	4.5	4.2	4.5	1.6	8.9	1.5
소스 및 향신료	3.2	3.2	3.3	3.4	3.6	1.3	3.8	3.2
스프레드 및 당류	2.0	1.9	1.9	1.9	2.0	0.7	2.6	-0.3
영유아식품	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.2	4.7	2.4

*출처: STATISTA(2024.07.)(2024.07.)

■ 1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

콜롬비아 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.5% 성장하여, 2027년 567억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.0% 성장하여, 2027년 127억 달러 규모에 달할 전망이다.

채소류

채소류 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.8% 성장하여, 2027년 69억 달러 규모에 달할 전망이다.

스낵류

스낵류 시장규모는 2023년 이후 연평균 6.8% 성장하여, 2027년 65억 달러 규모에 달할 전망이다.

<콜롬비아 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	44.1	47.5	50.7	54.0	56.7	100.0	5.2	6.5
육류	10.0	10.7	11.3	12.0	12.7	22.3	5.7	6.0
채소류	5.3	5.7	6.1	6.6	6.9	12.1	4.9	6.8
스낵류	5.0	5.4	5.8	6.2	6.5	11.4	4.7	6.8
낙농품	5.3	5.6	5.9	6.2	6.5	11.4	4.5	5.3
수산물	3.6	4.0	4.4	4.6	4.9	8.7	6.0	8.0
편의식품	3.6	3.9	4.2	4.5	4.7	8.3	5.2	7.1
과일 및 견과류	3.4	3.6	3.9	4.2	4.3	7.6	4.1	6.6
베이커리 및 곡물류	3.3	3.5	3.8	4.0	4.2	7.4	4.7	6.4
유지류	2.1	2.3	2.5	2.7	2.8	5.0	5.2	7.4
펫푸드	1.2	1.3	1.4	1.4	1.5	2.6	4.9	5.1
소스 및 향신료	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9	1.7	6.8	8.8
스프레드 및 당류	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5	0.8	4.7	6.5
영유아식품	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4	0.7	5.1	4.8

*출처: STATISTA(2024.07.)(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 콜롬비아의 식품 수출액은 약 99억 1,538만 달러로 전년 대비 13.2% 감소했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 72억 710만 달러에서 연평균 8.3% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 1.7%로, 수출 상위 15위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 19.4% 감소한 약 1억 7,108만 달러로 집계되었다. 그러나, 2019년 이후 연평균 13.3% 증가했다.

주요 수출국

미국으로의 식품 수출 비중은 40.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.6% 감소한 약 40억 3,619만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 9.3% 증가했다.

네덜란드로의 식품 수출 비중은 4.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 17.8% 감소한 약 4억 8,289만 달러로 집계되었다. 네덜란드로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 4.6% 증가했다.

이 밖에도, 벨기에(4.0%), 독일(3.5%), 에콰도르(3.2%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<콜롬비아 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	7,207,099	7,728,572	9,287,045	11,421,462	9,915,378	100.0	-13.2	8.3
1 미국	2,827,461	2,880,254	3,491,019	4,513,042	4,036,186	40.7	-10.6	9.3
2 네덜란드	402,766	402,447	432,062	587,675	482,889	4.9	-17.8	4.6
3 벨기에	368,684	392,400	481,213	495,755	396,641	4.0	-20.0	1.8
4 독일	378,378	347,470	407,575	451,621	348,658	3.5	-22.8	-2.0
5 에콰도르	257,695	254,708	298,985	328,342	321,878	3.2	-2.0	5.7
6 캐나다	246,813	261,238	357,207	432,508	319,076	3.2	-26.2	6.6
7 영국	305,666	293,543	327,015	358,216	305,574	3.1	-14.7	0.0
8 일본	257,813	277,407	304,708	380,610	253,174	2.6	-33.5	-0.5
9 스페인	205,281	251,711	278,001	334,158	245,721	2.5	-26.5	4.6
10 중국	32,175	43,783	86,171	172,482	233,432	2.4	35.3	64.1
:								
15 한국	103,654	143,629	175,766	212,350	171,079	1.7	-19.4	13.3

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

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **볶지 않은 커피, 바나나(기타), 커피 농축물, 팜유(조유), 사탕수수(기타)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

볶지 않은 커피 수출 비중은 28.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 29.5% 감소한 약 27억 9,195만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 5.3% 증가하는 추세를 보인다.

바나나(기타) 수출 비중은 8.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 17.2% 감소한 약 8억 1,075만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 1.8% 감소했다.

커피 농축물 수출 비중은 3.8%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.6% 감소한 약 3억 7,814만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.9% 증가했다.

팜유(조유) 수출 비중은 3.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 32.9% 감소한 약 3억 6,075만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 7.2% 증가했다.

사탕수수(기타) 수출 비중은 3.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 18.4% 증가한 약 3억 2,366만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 10.3% 증가했다.

이 밖에도, **설탕과자(기타)(2.7%), 아보카도(2.0%), 팜유(기타)(1.3%)** 등을 수출했다.

<콜롬비아 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	7,207,099	7,728,572	9,287,045	11,421,462	9,915,378	100.0	-13.2	8.3
1 볶지 않은 커피	2,272,874	2,446,598	3,091,838	3,962,320	2,791,950	28.2	-29.5	5.3
2 바나나(기타)	870,675	913,468	935,860	979,045	810,754	8.2	-17.2	-1.8
3 커피 농축물	240,982	274,215	297,240	423,141	378,140	3.8	-10.6	11.9
4 팜유(조유)	273,670	329,223	362,341	537,390	360,751	3.6	-32.9	7.2
5 사탕수수(기타)	218,390	222,652	205,864	273,265	323,657	3.3	18.4	10.3
6 설탕과자(기타)	151,819	126,365	164,450	234,068	269,574	2.7	15.2	15.4
7 아보카도	89,053	146,029	204,590	179,263	200,901	2.0	12.1	22.6
8 팜유(기타)	76,610	77,080	106,335	126,263	130,397	1.3	3.3	14.2
9 조제식품	55,036	79,273	105,295	103,036	114,937	1.2	11.6	20.2
10 사탕수수당(기타)	88,116	124,804	96,096	96,708	106,874	1.1	10.5	4.9

*주: HS CODE(0901.11, 0803.90, 2101.11, 1511.10, 1701.99, 1704.90, 0804.40, 1511.90, 2106.90, 1701.14)

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

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 콜롬비아의 식품 수입액은 전년 대비 13.0% 감소한 약 93억 5,385만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.7% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.03%로, 수입 상위 52위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 14.4% 증가한 약 336만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 8.4% 증가했다.

주요 수입국

미국에서의 식품 수입 비중은 40.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 7.0% 감소한 약 37억 4,985만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 7.4% 증가했다.

브라질에서의 식품 수입 비중은 13.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 17.3% 감소한 약 12억 5,998만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 31.5% 증가했다.

이 밖에도, 아르헨티나(6.0%), 캐나다(5.9%), 볼리비아(4.8%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<콜롬비아 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	6,447,629	6,793,801	8,533,161	10,751,322	9,353,846	100.0	-13.0	9.7
1 미국	2,813,468	3,125,337	3,510,573	4,033,242	3,749,854	40.1	-7.0	7.4
2 브라질	420,807	429,045	674,020	1,522,834	1,259,982	13.5	-17.3	31.5
3 아르헨티나	432,214	372,325	755,135	852,242	561,169	6.0	-34.2	6.7
4 캐나다	382,413	446,840	576,725	634,204	550,576	5.9	-13.2	9.5
5 볼리비아	387,961	322,862	517,969	547,793	451,944	4.8	-17.5	3.9
6 칠레	301,440	301,982	349,146	415,779	355,102	3.8	-14.6	4.2
7 멕시코	253,088	233,257	279,670	374,218	354,175	3.8	-5.4	8.8
8 에콰도르	360,833	407,807	357,543	406,418	332,898	3.6	-18.1	-2.0
9 페루	230,675	268,747	217,078	313,321	260,652	2.8	-16.8	3.1
10 스페인	106,972	115,284	160,970	202,193	168,444	1.8	-16.7	12.0
:								
52 한국	2,434	1,982	2,613	2,937	3,359	0.0	14.4	8.4

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

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **옥수수(기타)**, **대두유 추출 유박**, **밀(기타)**, **냉동 돼지고기**, **조제식료품** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

옥수수(기타) 수입 비중은 19.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 14.3% 감소한 약 18억 2,028만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 12.8% 증가했다.

대두유 추출 유박 수입 비중은 10.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 2.1% 감소한 약 9억 3,561만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 15.9% 증가했다.

밀(기타) 수입 비중은 6.6%로, 2023년 수입액은 전년 대비 29.1% 감소한 약 6억 2,091만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 9.5% 증가했다.

냉동 돼지고기 수입 비중은 3.4%로, 2023년 수입액은 전년 대비 10.2% 증가한 약 3억 1,914만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 11.4% 증가했다.

조제식료품 수입 비중은 3.2%로, 2023년 수입액은 전년 대비 5.1% 감소한 약 2억 9,596만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 1.7% 증가했다.

이 밖에도, **대두(기타)**(3.0%), **볶지않은 커피**(2.7%), **대두유(기타)**(2.5%) 등을 수입했다.

<콜롬비아 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	6,447,629	6,793,801	8,533,161	10,751,322	9,353,846	100.0	-13.0	9.7
1 옥수수(기타)	1,123,947	1,198,290	1,741,166	2,123,237	1,820,275	19.5	-14.3	12.8
2 대두유 추출 유박	518,194	573,500	759,070	955,208	935,607	10.0	-2.1	15.9
3 밀(기타)	431,968	472,647	651,534	876,213	620,907	6.6	-29.1	9.5
4 냉동 돼지고기	207,154	144,489	270,700	289,728	319,140	3.4	10.2	11.4
5 조제식료품	276,535	229,481	266,925	311,903	295,955	3.2	-5.1	1.7
6 대두(기타)	215,213	192,491	246,389	314,152	283,244	3.0	-9.8	7.1
7 볶지않은 커피	70,774	98,641	196,241	479,306	253,712	2.7	-47.1	37.6
8 대두유(기타)	211,545	262,768	358,799	385,654	237,659	2.5	-38.4	3.0
9 사탕수수(기타)	106,428	117,483	109,004	143,776	177,732	1.9	23.6	13.7
10 변성 주정	125,355	118,034	37,058	30,965	169,015	1.8	445.8	7.8

*주: HS CODE(1005.90, 2304.00, 1001.99, 0203.29, 2106.90, 1201.90, 0901.11, 1507.10, 1701.99, 2207.20)

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

1.7 | 對콜롬비아 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對콜롬비아 수출액은 약 923만 달러로 2019년 약 577만 달러에서 연평균 12.5% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 90.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 6.6% 증가한 약 835만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 19.9%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 4.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 83.7% 증가한 약 45만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 31.7%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 4.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 39.2% 증가한 약 42만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 25.5%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 0.1%로, 2023년 수출액은 전년 대비 96.4% 감소한 약 1만 달러로 2022년 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 60.3%의 감소세를 보인다.

<한국산 對콜롬비아 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	5,768	3,812	6,802	8,530	9,234	100.0	8.2	12.5
농산물	4,036	3,195	5,787	7,836	8,351	90.4	6.6	19.9
임산물	151	146	178	247	454	4.9	83.7	31.7
수산물	1,373	404	354	304	423	4.6	39.2	-25.5
축산물	209	68	483	143	5	0.1	-96.4	-60.3

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

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對콜롬비아 주요 수출 품목은 수출액 기준 **건조김, 기타 무알코올 음료, 조제식료품(기타), 라면, 인스턴트 커피 조제품** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '고추장(192.3% ↑)'과 '조제식료품 (기타)(103.2% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

건조김 수출 비중은 4.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 40.2% 증가한 약 39만 달러로 집계되었다.

기타 무알코올 음료 수출 비중은 4.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 12.8% 증가한 약 39만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 13.9% 감소했다.

조제식료품(기타) 수출 비중은 2.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 384.9% 증가한 약 22만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 103.2% 증가했다.

라면 수출 비중은 2.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 140.9% 증가한 약 22만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 55.7% 증가하는 추세를 보인다.

인스턴트 커피 조제품 수출 비중은 1.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 139.2% 증가한 약 17만 달러로 집계되었다.

<한국산 對콜롬비아 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	5,768	3,812	6,802	8,530	9,234	100.0	8.2	12.5
1 건조김	0	0	111	280	392	4.2	40.2	N/A
2 기타 무알코올 음료	710	360	386	346	390	4.2	12.8	-13.9
3 조제식료품(기타)	13	18	2	46	222	2.4	384.9	103.2
4 라면	37	62	77	90	218	2.4	140.9	55.7
5 인스턴트 커피 조제품	0	0	0	72	172	1.9	139.2	N/A
6 고추장	2	3	126	58	153	1.7	162.3	192.3
7 토스트 물품	0	12	70	169	146	1.6	-13.6	N/A
8 인스턴트 커피	0	0	0	0	92	1.0	N/A	N/A
9 소주	3	2	25	13	45	0.5	253.5	96.7
10 맵쌀	0	0	0	0	34	0.4	N/A	N/A

*주1: HS CODE(1212.21-1010, 2202.99-9000, 2106.90-9099, 1902.30-1010, 2101.12-1000, 2103.90-1030, 1905.40-0000, 2101.11-1000, 2208.90-4000, 1006.30-1000)

**주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

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

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 콜롬비아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 144조 6,177억 콜롬비아 페소에서 연평균 7.6% 성장한 193조 7,745억 콜롬비아 페소로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 71조 2,510억 콜롬비아 페소에서 연평균 5.1% 성장한 86조 8,845억 콜롬비아 페소로, 전체 오프라인 유통채널에서 44.8%를 차지했다.

할인점

2023년 할인점의 규모는 2019년 12조 626억 콜롬비아 페소에서 연평균 28.3% 성장한 32조 6,418억 콜롬비아 페소로, 전체 오프라인 유통채널에서 16.8%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점의 규모는 2019년 27조 5,840억 콜롬비아 페소에서 연평균 2.1% 성장한 29조 9,391억 콜롬비아 페소로, 전체 오프라인 유통채널에서 15.5%를 차지했다.

<콜롬비아 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 콜롬비아 페소, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	144,617.7	151,046.0	160,241.1	171,316.8	193,774.5	100.0	13.1	7.6
소규모 식료품점	71,251.0	74,820.0	77,426.2	79,812.1	86,884.5	44.8	8.9	5.1
할인점	12,062.6	15,703.8	19,875.8	23,730.6	32,641.8	16.8	37.6	28.3
전문판매점	27,584.0	27,698.3	28,051.2	28,986.6	29,939.1	15.5	3.3	2.1
슈퍼마켓	16,064.6	15,935.7	16,687.9	18,552.5	20,729.9	10.7	11.7	6.6
하이퍼마켓	15,771.4	14,916.7	15,877.3	17,526.6	20,191.1	10.4	15.2	6.4
창고형 매장	1,270.8	1,407.0	1,665.2	1,809.3	2,138.4	1.1	18.2	13.9
편의점	331.5	301.4	359.5	587.8	903.1	0.5	53.6	28.5
포코트리테일러	281.8	263.1	297.9	311.3	346.8	0.2	11.4	5.3

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

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

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 콜롬비아의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 59만 1,205개에서 연평균 0.1% 감소한 58만 9,998개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 50만 2,841개에서 연평균 0.2% 감소한 49만 9,620개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 84.7%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 8만 1,980개에서 연평균 0.2% 성장한 8만 2,581개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 14.0%를 차지했다.

할인점

2023년 할인점 매장 수는 2019년 3,054개에서 연평균 5.6% 성장한 3,801개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 0.6%를 차지했다.

<콜롬비아 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	591,205	593,127	590,305	593,116	589,998	100.0	-0.5	-0.1
소규모 식료품점	502,841	503,442	500,080	502,819	499,620	84.7	-0.6	-0.2
전문판매점	81,980	82,574	82,518	83,112	82,581	14.0	-0.6	0.2
할인점	3,054	3,649	4,102	3,431	3,801	0.6	10.8	5.6
슈퍼마켓	2,048	2,085	2,109	2,178	2,213	0.4	1.6	2.0
포코트리테일러	835	911	1,014	998	1,001	0.2	0.3	4.6
편의점	194	219	238	329	520	0.1	58.1	28.0
하이퍼마켓	246	239	235	239	251	0.0	5.0	0.5
창고형 매장	7	8	9	10	11	0.0	10.0	0.0

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

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

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① D1

Koba LLC의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 9.6%로 집계되었다.

② Ara

Jerónimo Martins SGPS SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.5%로 집계되었다.

③ Éxito

Casino Guichard-Perrachon SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.3%로 집계되었다.

④ Olímpica

Supertiendas & Droguerías의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 3.2%로 집계되었다.

⑤ AlKosto

Colombiana de Comercio SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 3.0%로 집계되었다.

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

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 D1	4.9	6.2	8.2	9.6	17.1	25.1
2 Ara	2.6	3.3	4.9	6.5	32.7	35.7
3 Éxito	4.5	4.3	4.5	4.3	-4.4	-1.5
4 Olímpica	2.6	2.6	2.9	3.2	10.3	7.2
5 AlKosto	2.2	2.4	2.8	3.0	7.1	10.9
6 Sao	1.4	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0
7 Jumbo	1.3	1.3	1.3	1.4	7.7	2.5
8 PriceSmart	0.9	1.0	1.1	1.1	0.0	6.9
9 Metro	0.9	0.9	1.0	1.0	0.0	3.6
10 Carulla	1.0	1.0	1.0	0.9	-10.0	-3.5

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

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	D1	창립연도	2009년
	점유율	9.6%	브랜드 국적	칠레
	웹사이트	d1.com.co	매장 수	1,373개
	- Koba LLC 산하 할인점 브랜드 - 가격 경쟁력이 우수한 브랜드로, Exito, jumbo 등 다른 오프라인 식품 유통채널 대비 30~40% 저렴한 가격에 제품을 판매하고 있음 - 매장 규모가 비교적 작으며 평균 500여 개의 제품군을 보유하고 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 콜롬비아 D1 홈페이지(d1.com.co), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	Ara	창립연도	2013년
	점유율	6.5%	브랜드 국적	콜롬비아
	웹사이트	www.aratiendas.com	매장 수	1,289개
	- Jerónimo Martins SGPS SA 산하 할인점 브랜드 - 판매하는 식품의 95% 이상을 현지 공급업체를 통해 납품받고 있으며, 이를 통해 저렴한 가격에 제품을 판매하고 가격 경쟁력을 확보함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 콜롬비아 Ara 홈페이지(https://aratiendas.com), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	Éxito	창립연도	1970년
	점유율	4.3%	브랜드 국적	콜롬비아
	웹사이트	www.exito.com	매장 수	515개
	- Casino Guichard-Perrachon SA 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 식료품을 비롯하여, 전자제품, 가전제품, 의류 등 다양한 제품을 판매함 - 구매액의 일정 비율을 포인트로 적립해주는 'Puntos Colombia' 프로그램을 운영 중이며, 요일별로 육류, 채소 등 특정 식료품에 추가 할인을 부과하는 등 다양한 소비자 유인 전략을 실시함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 콜롬비아 Exito 홈페이지(www.exito.com), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	Olimpica	창립연도	1953년
	점유율	3.2%	브랜드 국적	콜롬비아
	웹사이트	www.ollimpia.com	매장 수	371개
	- Supertiendas & Droguerías 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 식료품, 전자제품, 가구 등 다양한 제품을 판매하며, 매장 내 다양한 의약품을 판매하는 것이 특징 - 자체 온라인 물물 별도로 운영하는 옴니채널형 브랜드이며, '최저가 보장', '추가 할인' 등의 제품을 별도로 표시하여 저렴한 가격을 바탕으로 구매를 촉진하고자 함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 콜롬비아 Olímpica 홈페이지(www.ollimpia.com), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

	브랜드명	AlKosto	창립연도	1987년
	점유율	3.0%	브랜드 국적	콜롬비아
	웹사이트	www.alkosto.com	매장 수	16개
	- Colombiana de Comercio SA 산하 창고형 매장 브랜드 - 신선 농산물, 육류의 경우 현지 농가와 직거래하여 신선한 제품을 저렴한 가격에 판매함 - 1,000개 이상의 자체 PB브랜드 제품을 판매하고 있음 - 4,500여 개 이상의 제품에 당일 배송 서비스를 제공하고 930여 개 지역으로 무료 배송 서비스를 제공함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 콜롬비아 Alkosto 홈페이지(www.alkosto.com), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 콜롬비아의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 39.4% 증가한 4조 7,516억 콜롬비아 페소로, 2019년 이후 연평균 41.5%의 증가세를 보인다.

<콜롬비아 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 십억 콜롬비아 페소, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
1,186.4	1,853.6	2,213.0	3,409.2	4,751.6	39.4	41.5

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

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① Exito.com

Casino Guichard-Perrachon SA의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 15.7%로 집계되었다.

② MercadoLibre Marketplace

Falabella SACI의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 4.5%로 집계되었다.

③ Carulla.com

MercadoLibre SRL의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.3%로 집계되었다.

④ Jumbo

Falabella SACI의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.9%로 집계되었다.

⑤ Metro

Colombiana de Comercio SA의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 1.0%로 집계되었다.

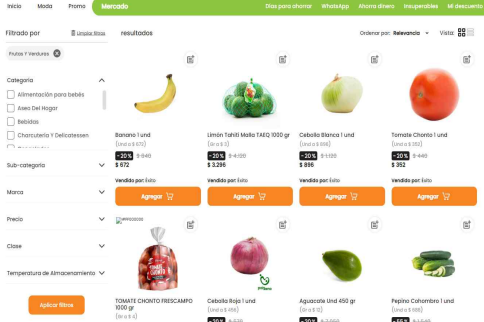
<콜롬비아 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

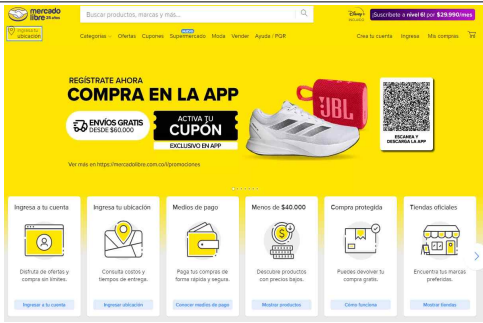
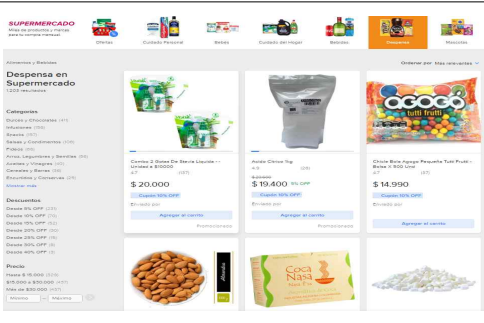
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Exito.com	9.1	10.2	12.9	15.7	21.7	19.9
2 MercadoLibre Marketplace	3.4	4.4	4.0	4.5	12.5	9.8
3 Carulla.com	1.6	1.9	2.1	2.3	9.5	12.9
4 Jumbo	1.3	2.1	1.9	1.9	0.0	13.5
5 Metro	0.7	1.2	1.0	1.0	0.0	12.6
6 Amazon Marketplace	0.9	1.0	0.8	0.7	-12.5	-8.0
7 AliExpress Marketplace	0.6	0.6	0.5	0.5	0.0	-5.9
8 Tugó	0.1	0.1	0.2	0.2	0.0	26.0
9 Easy	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	-20.6
10 Fedco	0.0	0.0	0.0	0.0	N/A	N/A

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

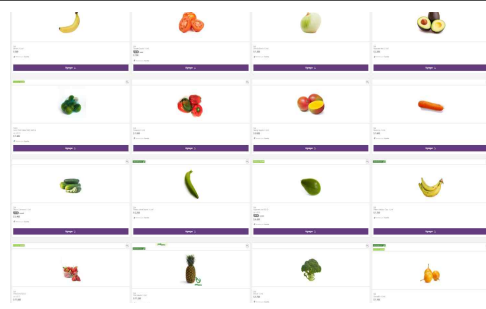
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	Exito	운영업체	Casino Guichard-Perrachon SA
	점유율	15.7%	웹사이트	www.exito.com
	사진	- Casino Guichard-Perrachon SA가 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선 과일·채소·육류 등을 비롯해 통조림, 냉동식품 등 식료품 전반을 폭넓게 취급 - 한국산 식품은 판매되지 않는 것으로 확인됨		
	사이트 화면			
	사이트 내 식품 카테고리			

*출처: 콜롬비아 Exito 홈페이지(www.exito.com), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

	사이트명	MercadoLibre Marketplace	운영업체	Falabella SACI
	점유율	4.5%	웹사이트	www.mercadolivre.com.co
	사진	- Falabella SACI가 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		
	사이트 화면			
	사이트 내 식품 카테고리			

*출처: 콜롬비아 MercadoLibre Marketplace 홈페이지(www.mercadolivre.com.co), 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

	사이트명	Carulla	운영업체	MercadoLibre SRL
	점유율	2.3%	웹사이트	Carulla.com
	- MercadoLibre SRL가 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 신선 과일, 채소, 육류, 수산물 등의 신선식품을 비롯해 베이커리류, 냉동식품 등을 판매함 - 1+2 행사, 특정 제품에 추가 할인 제공 등 다양한 할인 프로모션을 시행함			
사진				
	사이트 화면			사이트 내 식품 카테고리

*출처: 콜롬비아 Carulla 홈페이지(Carulla.com, 「Retail in Colombia(2024.03.)」(유로모니터)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

콜롬비아의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 193조 7,745억 콜롬비아 페소에서 연평균 3.1% 성장하여 2027년 218조 7,323억 콜롬비아 페소에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 86조 8,845억 콜롬비아 페소에서 연평균 0.6% 감소하여 2027년 84조 7,621억 콜롬비아 페소에 이를 것으로 전망된다.

할인점

할인점의 규모는 2023년 32조 6,418억 콜롬비아 페소에서 연평균 15.7% 성장하여 2027년 58조 5,123억 콜롬비아 페소에 이를 것으로 전망된다.

전문판매점

전문판매점의 규모는 2023년 29조 9,391억 콜롬비아 페소에서 연평균 0.4% 감소하여 2027년 29조 4,059억 콜롬비아 페소에 이를 것으로 전망된다.

<콜롬비아 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 콜롬비아 페소, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	193,774.5	197,922.8	204,695.8	211,573.2	218,732.3	100.0	3.4	3.1
소규모 식료품점	86,884.5	85,629.6	85,121.0	84,898.3	84,762.1	38.8	-0.2	-0.6
할인점	32,641.8	38,393.4	45,558.5	52,088.7	58,512.3	26.8	12.3	15.7
전문판매점	29,939.1	29,309.4	29,225.1	29,295.9	29,405.9	13.4	0.4	-0.4
슈퍼마켓	20,729.9	20,746.4	21,055.5	21,469.1	21,905.3	10.0	2.0	1.4
하이퍼마켓	20,191.1	20,211.0	19,883.3	19,751.0	19,859.0	9.1	0.5	-0.4
창고형 매장	2,138.4	2,226.1	2,331.3	2,451.8	2,581.7	1.2	5.3	4.8
편의점	903.1	1,051.4	1,152.1	1,229.8	1,295.9	0.6	5.4	9.4
포코트리테일러	346.8	355.5	369.0	388.5	410.1	0.2	5.6	4.3

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

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

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

콜롬비아의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 7.9% 성장하여, 2027년 6조 4,360억 콜롬비아 페소에 이를 것으로 전망된다.

<콜롬비아 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 콜롬비아 페소, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
4,751.6	5,298.8	5,715.0	6,091.0	6,436.0	5.7	7.9

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

■ 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 음료(수출상위 품목)

콜롬비아 경제가 성장하며 음료 소비가 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 콜롬비아의 음료 시장규모는 2023년 25억 9,000만 달러로 2019년 이후 연평균 4.8% 성장했다.

콜롬비아에서는 한국산 음료, 특히 알로에 음료가 건강하고 맛있는 음료로 인식되고 있다. 한국산 음료의 콜롬비아로의 수출액은 2023년 약 39만 달러로 전년 대비 12.8% 증가했다.

2023년 콜롬비아 정부는 비만과 당뇨병과 같은 만성 질환의 심각성을 해결하기 위해 설탕 첨가 액체 음료에 건강세를 부과하는 건강세를 시행했다. 건강세는 2025년까지 20%까지 인상되어 더욱 강화될 예정이다. 또한 글로벌 시장조사기관 Kantar에 따르면 정책 시행 후 차 음료, 향미 우유 등 건강세 부과 대상 식품의 소비가 평균 최대 20% 감소한 것으로 나타났다. 이에 콜롬비아 시장에 진출한 글로벌 이온음료 브랜드 게토레이(Gatorade)는 무설탕 이온음료를 출시했으며, 현지 음료 브랜드 Hatsu tea는 제로칼로리 차 음료를 출시했다.

		
무설탕 탄산음료	Hatsu tea 제로칼로리 차 음료	Gatorade무설탕 이온 음료

*출처: Jumbo

▶ 출처

2023.11.14. 해외시장동향, [콜롬비아] 음료와 가공식품에 건강세 부과(2023년 11월 1일 시행, 한국농수산물유통공사

El impuesto a los ultraprocesados afecta al comportamiento del consumidor, Kantar Soft Drinks, Statista

<기획> 농식품 수출유망국 공약, 해법을 찾아라- 5. 콜롬비아 시장, 농수축산신문

Soft Drinks in Colombia, Euromonitor

② 커피(수출상위 품목)

콜롬비아에서 커피는 전통적으로 소비해오던 음료로, 음료 문화의 중요한 부분으로 자리 잡고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(Statista)에 따르면 콜롬비아 커피 시장규모는 2023년 26억 6만 달러에 달했으며 2028년까지 연평균 6.7% 성장할 것으로 전망된다.

콜롬비아에서 한류 인기로 한국 식품에 대한 관심이 높아지고 있으며 이에 한국산 인스턴트 커피 또한 현지 온라인 유통채널, 한국 식료품점에서 활발히 유통되고 있다. 한국산 인스턴트 커피 조제품의 對콜롬비아 수출액은 2023년 약 17만 달러로 전년 대비 139.2% 증가했다.

콜롬비아에서는 간편하게 고품질 커피를 만들어 먹을 수 있는 캡슐커피의 수요가 증가하고 있다. 콜롬비아 커피 브랜드 Juan Valdez의 관계자는 2022년 콜롬비아의 캡슐커피 시장이 2021년 대비 15% 성장했으며 이러한 성장세를 파악해 Juan Valdez에서도 캡슐커피 시장에 진입했다고 밝혔다. 글로벌 커피 브랜드 네스프레소 또한 한정판 캡슐커피를 출시했다.

		
한국산 인스턴트 커피	네스프레소 한정판 캡슐커피	Juan Valdez 캡슐커피

*출처: 해당 브랜드 홈페이지, Mercado Libre,

▶ 출처

Compañía colombiana apuesta al mercado de cápsulas de café, Red

Nespresso Colombia le apuesta a un portafolio innovador: estas son las novedades, Portafolio Coffee, Statista

Colombia's unique Coffee culture, Learn more than Spanish

[헤럴드비즈] 콜롬비아에 부는 한류, 새로운 기회를 찾다, 헤럴드경제

③ 탁주(수출상위 품목)

콜롬비아 소비자는 전통주 '치차(Chicha)'의 영향으로 발효주에 익숙하다. 치차는 막걸리와 비슷하게 옥수수 또는 쌀을 밀로 만든 누룩과 섞어 만드는 발효주로 발효 과정에서 계피나 허브, 후추를 추가하기도 한다.

콜롬비아에서 K-팝과 한국 드라마의 인기가 확산되면서 한국 음식에 대한 수요가 증가하고 있다. 콜롬비아 주요 도시 보고타와 메데인을 중심으로 한국 식당이 늘어나면서 한국 음식과 술을 함께 즐기는 현지 소비자가 늘어났다. 이에 한국산 탁주의 對콜롬비아 수출액은 2022년 200달러에서 2023년 800달러로 증가해 420%의 높은 성장률을 보였다.

글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 콜롬비아에서 달콤한 알코올 음료의 선호도가 높아지는 추세이다. 이에 콜롬비아에서는 포도 맛, 밤 맛 등 달콤한 맛의 막걸리가 주로 선호되는 것으로 나타났다.

	
포도 맛 막걸리	한국산 막걸리

*출처: Oppa Store

▶ 출처

Receta colombiana: prepara chicha de arroz con un sabor único, EE

콜롬비아 – 치차, 네이버 지식백과

K-culture: la gastronomía coreana también tiene su espacio en Colombia, Fucsia

Supermercados orientales de Bogotá: venden productos variados y estas son sus ubicaciones, Pulzo

Alcoholic Drinks in Colombia, Euromonitor

■ 3.2 | 소비트렌드

① 지속 가능성을 고려한 제품 선호도 증가

콜롬비아 소비자들의 건강, 웰빙, 환경에 대한 관심이 높아지면서 지속가능성이 소비생활의 새로운 트렌드로 자리 잡고 있다. 글로벌 시장조사기관 Kantar의 조사 결과, 지속가능한 소비를 실천하는 소비자 비율이 2019년 8%에서 2023년에는 22%로 증가했다.

글로벌 컨설팅 기업 PWC의 연구에 따르면 콜롬비아 소비자, 특히 MZ세대는 지속가능한 제품을 구매하기 위해 평균 가격보다 최대 10%까지 더 지불할 의사가 있다고 답해 지속가능성을 위한 소비에 가장 적극적인 모습을 보이는 것으로 나타났다.

지속가능한 소비트렌드에 맞춰 현지 기업들도 지속가능성을 위해 적극적으로 노력하고 있다. 대표적인 사례로 멕시코 주류 기업 Cerveza Corona는 2024년 3월부터 콜롬비아 시장에서 Corona 맥주병 회수 및 재사용 캠페인을 시작했다. Cerveza Corona는 이를 통해 연간 약 69만 4,000톤의 이산화탄소 배출량 감축을 달성할 것으로 기대하고 있다. 친환경 식품용기의 개발도 활발히 이루어지고 있다. 콜롬비아 기업 Promociones Fantasticas는 햇빛과 산소에 닿으면 분해되는 생분해성 빨대를 출시했다. 또 다른 콜롬비아 기업 Lifepack은 옥수수과 파인애플을 사용한 일회용 접시를 만들었다.



Promociones Fantasticas의 생분해성 빨대



Lifepack의 친환경 접시

▶ 출처

Marcas sostenibles, el sello diferencial que asegura el éxito, Semana

El 90% de los consumidores colombianos tiene en cuenta la sostenibilidad ambiental en sus compras, Bain & Company

Cerveza Corona pide a clientes devolver sus botellas de vidrio: esta es la razón, Portafolio

Made in Colombia: eco-friendly products to save the planet, Procolombia

Lifepack Packaging Products Create Life Not Pollution, Intelligent Living

② 콜롬비아, 저알코올·무알코올 주류 선호도 증가

콜롬비아 소비자들 사이에 건강과 웰빙에 대한 인식이 높아지면서 주류의 소비패턴도 변화하고 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 콜롬비아 소비자는 럼, 위스키 등 높은 도수의 주류의 소비를 줄이고 알코올 함량이 낮은 음료의 소비를 확대하고 있는 것으로 나타났다.

이에 콜롬비아에서 저알코올 및 무알코올 맥주의 인기가 높아지고 있다. 현지 언론 El Colombiano에 따르면 이러한 소비트렌드는 꾸준히 지속될 것으로 예상되며 기존의 대형 주류 기업뿐만 아니라 소규모 수제 맥주 브랜드와 개인 양조장들도 무알코올 맥주 시장에 진출할 것으로 전망된다. 이에 발맞춰 콜롬비아 주류 기업 Bavaria SA는 무알코올 맥주 'Aguila Cero'를 출시했다.

또한 도수가 낮고 간편한 RTD 주류의 인기 또한 높아지고 있다. 달콤한 저알코올 음료를 선호하는 소비자의 요구를 충족시키기 위해 콜롬비아 주류 기업 Central Cervecera de Colombia는 과일 맛 RTD 주류 제품 Tres Cordilleras Dulce Rosada를 출시했다.

	
Bavaria SA의 Aguila Cero	Central Cervecera de Colombia의 Tres Cordilleras Dulce Rosada

▶ 출처

Mercado de bebidas alcohólicas se reconfigura: cambian hábitos de consumo y compra, Bloomberg Linea

Los jóvenes han aumentado el consumo de cerveza sin alcohol en Colombia, El Colombiano
Alcoholic Drinks in Colombia, Euromonitor

③ 스낵 인기 성장

콜롬비아 소비자의 현대화된 라이프스타일로 간편하게 섭취할 수 있는 스낵 소비가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 2023년 콜롬비아 스낵 시장규모는 11억 8,000만 달러에 달했으며 2028년까지 연평균 8.6% 성장할 것으로 전망된다.

시장조사기관 EBES Kantar Home Panel의 보고서에 따르면 콜롬비아 소비자의 98%가 매운 음식을 선호하고 있는 것으로 나타났다. 또한 글로벌 시장조사기관 Nielsen의 조사 결과에 의하면 콜롬비아 스낵 시장에서 매운 스낵이 차지하는 비중이 16%에 달하고 무려 66%의 소비자가 매운 스낵을 즐기는 것으로 나타났다. 매운 스낵의 선호도가 높아지며 콜롬비아 스낵 브랜드 Chi Ricos에서는 매운 치즈 맛(Queso Pikante) 스낵을 출시했다.

콜롬비아 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아지면서 건강 스낵 수요가 증가하고 있다. 건강 스낵이 트렌드로 자리 잡으며 현지 스낵 제조업체들은 식물성 재료, 대체당 등을 활용한 다양한 건강 스낵을 선보이고 있다. 이러한 시장 변화에 발맞춰 콜롬비아 스낵 브랜드 Kibo는 렌틸콩을 주원료로 한 콜리플라워 치즈 맛 스낵을 출시하며 건강을 중시하는 소비자를 공략하고 있다.

	
Chi Ricos 매운 스낵	Kibo 렌틸콩 스낵

▶ 출처

Mercado de Snacks en Colombia – Por Tipo de Producto (Aperitivos Congelados y Refrigerados, Aperitivos de Fruta, Aperitivos de Panadería, Aperitivos Salados, Snacks de Confeitería, Otros); Por Canal de Distribución (Supermercados e Hipermercados, Tiendas de Conveniencia, Online, Otros); Dinámica del Mercado (2024-2032) y Panorama Competitivo, Informes de Expertos
Aumentó consumo de snacks picantes en Colombia, IALIMENTOS
Auge en ventas de snacks: ¿cuáles son las tendencias clave para 2024?, IALIMENTOS
Snack Food, Statista

④ 식물성 식품 소비 확대

콜롬비아에서는 건강, 동물복지, 지속가능성을 위해 채식을 실천하는 소비자가 증가하고 있다. 콜롬비아 Politécnico Grancolombiano 대학교에 따르면 콜롬비아의 식물성 식품 시장은 2019년부터 2023년까지 연평균 20%의 성장률을 보인 것으로 나타났다. 특히 식물성 유제품은 채식주의자가 아닌 일반 소비자에게도 많은 인기를 얻고 있다. 글로벌 시장조사기관 스태티스타(Statista)에 따르면 콜롬비아 식물성 유제품 시장규모는 2023년 3,857만 달러로 2019년 이후 연평균 37.7% 성장했다.

콜롬비아에서는 귀리, 콩, 아몬드 등 다양한 식물을 사용한 식물성 음료(우유)가 활발하게 소비되고 있다. 이에 여러 브랜드에서 새로운 제품을 출시하며 시장 경쟁이 심화되고 있다. 이러한 시장 상황을 반영해 콜롬비아에서 채식주의 소비자는 물론 일반 소비자의 눈길을 끌 수 있는 차별화된 식물성 유제품이 출시되고 있다. 콜롬비아 유제품 브랜드 Lacteos El Pomar는 기존 대용량 제품과 차별된 250ml의 소용량 식물성 유제품을 출시했으며, 또 다른 현지 유제품 브랜드 Alqueria는 마그네슘 함량을 높인 Avena Pro를 출시했다.

식물성 음료 시장이 확대되면서 요거트, 치즈 등 식물성 유제품으로 소비가 확산하고 있다. 특히 2022년 그리스 식물성 식품 브랜드 Violife의 콜롬비아 시장 진출 이후 식물성 치즈 시장이 활성화되었다. 실제 Violife는 2023년 콜롬비아에서 8만 개의 비건 치즈 제품을 판매해 2022년 대비 매출이 110% 증가한 것으로 나타났다.

	
Alqueria의 Avena Pro	Violife의 식물성 치즈

*출처: Exito

▶ 출처

Revolución Vegetariana en Colombia: Datos, Tendencias y los Mejores Lugares para Comer, Politecnico Grancolombiano

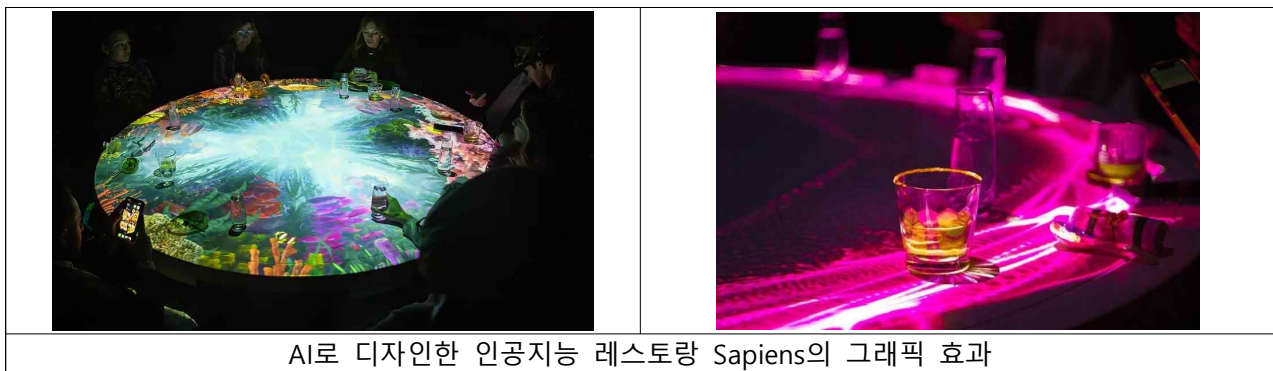
Plant-Based Dairy in Colombia, Euromonitor

⑤ 외식업계 AI 활용해 고객 경험 개선

콜롬비아에서 인공지능(AI)의 활동 영역이 확대되며 외식업계에서도 메뉴 추천, 트렌드 분석, 고객 정보 분석 등 소비자 경험 향상을 위해 활발히 활용되고 있다. 콜롬비아에서 인공지능을 활용한 레스토랑 시스템이 확대되며 서비스 관리 및 고객 맞춤 경험이 개선되고 있으며 방문하는 고객이 긍정적인 경험을 할 수 있도록 돕고 있다.

콜롬비아 IT 기업 Cluvi의 인공지능 솔루션은 콜롬비아 레스토랑의 운영 효율성 증대에 기여하고 있다. 2024년 6월 기준 4,000곳 이상의 레스토랑에서 활용되고 있는 Cluvi는 디지털 메뉴를 통해 고객 데이터를 수집하고 분석해 인기 메뉴, 계절별 트렌드, 고객의 취향, 소비 금액을 파악한다. 이를 통해 레스토랑은 메뉴 구성을 최적화하고 고객 맞춤형 서비스를 제공할 수 있다.

콜롬비아 외식 기업 Grupo Seratta는 세계 최초로 인공지능(AI) 기반의 몰입형 식사 경험을 제공하는 레스토랑 Sapiens를 보고타에 오픈했다. 이 레스토랑은 AI를 활용하여 메뉴 구성, 그래픽 디자인, 음향 효과를 디자인했다. Sapiens의 인공지능 'Eva'는 방문한 고객과 대화, 상호작용을 하며 차별화된 식사 경험을 제공하고 있다.



AI로 디자인한 인공지능 레스토랑 Sapiens의 그래픽 효과

▶ 출처

Así la inteligencia artificial está cambiando la gestión de los restaurantes, Forbes Colombia

Así es la experiencia de comer en un restaurante dirigido con inteligencia artificial: está en Bogotá, Infobae

Así funciona la primera solución con inteligencia artificial para los restaurantes de Colombia, El Tiempo

La herramienta de IA para impulsar restaurantes en Medellín, ¿cómo funciona?, El Colombiano

4

수출절차

4.1 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 콜롬비아의 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 이내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
가공식품 등록	· 수입 전 가공식품은 콜롬비아 국립식품의약품감시원에 등록 · 식품의 위험도에 따라 등록 유효기간 상이(고위험 품목 5년, 중간 위험 품목 7년, 저위험 품목 10년)	콜롬비아 수입업체
수입신고	· 화물 도착 후 온라인 시스템(VUCE)을 통해 수입신고 · 수입품 가치가 5,000달러 이상인 경우 관세 가격 신고서 제출 · 제출서류: ①수입신고서 ②상업송장 ③운송서류 ④포장명세서 ⑤ 원산지 증명서(필요시) ⑥위생증명서(필요시)	콜롬비아 수입업체
수입검사	· 세관은 신고 내용의 정확성 및 수입품의 규정 준수 여부 검사 · 필요시 물품 검사를 실시하여 품질 및 안전성 확인	콜롬비아 수입업체
관세 납부 및 반출	· 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능	콜롬비아 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 콜롬비아 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
원산지증명서 발급	● 콜롬비아 수출 시 한-콜롬비아 FTA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 · 한-콜롬비아 FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수 · 협정이 정하는 방법 및 절차에 따라 수출자가 원산지를 확인하여 발급 가능

▶ 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	● 콜롬비아의 합의된 요건이 있거나, 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 콜롬비아로 채소종자(11개 품목) 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 UNI-PASS를 통해 수출검사신청서 및 제반 서류를 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	

② 콜롬비아 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 콜롬비아 수입통관·검역 절차

가공식품 등록	● 수입 전 콜롬비아 국립식품의약품감시원(INVIMA)에 가공식품 등록 · 등록 대상은 신선 과채류·미가공 동물성 제품·조리가공용 원료 등을 제외한 식품으로, 콜롬비아 수입업체는 온라인 시스템을 통해 제품 및 기업에 관한 서류와 정보를 제출하여 등록함 · 식품의 위험도에 따라 등록 유효기간이 상이하며, 고위험 품목은 5년, 중간 위험 품목은 7년, 저위험 품목은 10년간 유효함		
	구분	예시	등록 유효기간
	고위험	유제품, 수산물, 계란, 에너지 음료, 영유아용 식품 등	5년
	중간 위험	파스타, 밀가루, 커피, 차 등	7년
	저위험	코코아 제품, 사탕, 빵, 꿀, 식초 등	10년
수입신고	● 콜롬비아 수입업체는 화물 도착 최소 48시간 전에 사전 신고 가능 · 사전신고시 관세액 산정은 사전에 온라인 시스템으로 제출한 정보에 기반함		
	● 화물 도착 후 일반 수입신고 절차에 따라 온라인 시스템(VUCE)을 통해 수입신고 · 수입품 가치가 1,000달러 이상인 경우 수입업체는 콜롬비아 국세관세국(DIAN)에 등록해야 하며, 온라인 시스템 또는 세관 중개인을 통해 수입신고를 진행한 후 세관 검사를 실시해야 함 · 수입품 가치가 5,000달러 이상인 경우 관세 가격 신고서(Declaración Andina de Valor en Aduana)를 제출해야 함 · 수입신고시 제출서류: ①수입신고서(Declaración de Importación) ②상업송장 ③운송서류 ④포장명세서 ⑤원산지 증명서(필요시) ⑥위생증명서(필요시) 등		

수입검사	● 콜롬비아 세관은 서류심사 및 물품검사를 실시함 · 세관은 신고 내용의 정확성을 검증하고 규정 준수 여부를 평가하여 수입품의 품질 및 안전성을 확인함 · 필요시 물품 검사를 실시할 수 있음 ● 통관 후에도 콜롬비아 세관은 무작위 조사를 실시하여 사기 및 외환 사기, 세금 탈루 등 불법 행위를 감시함
관세 납부 및 물품 반출	● 콜롬비아 수입업체는 관세 납부 완료 후 물품 반출 가능

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 채소종자 11품목: 수박종자, 양배추종자, 배추종자, 상추종자, 당근종자, 시금치종자, 토마토종자, 오이종자, 양파종자, 멜론종자, 박초이(청경채)종자 * 채소종자 외 수출이 가능한 품목은 공식 확인되지 않고 있으며, 수출실적 통계자료도 없어 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 신선 과일 및 열매 채소의 수입요건(24년 기준), 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 화훼류: 다육식물묘 * 현재 무균배양 인공씨감자와 배 이외에 수출이 가능한 품목은 확인되지 않고 있으며, 수출 가능 여부는 품목별로 확인이 필요함
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링 제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원재료명 · 알레르기 유발물질	· 영양성분표 · 유통기한 · 업체 이름 및 주소	· 영양성분표 · 전면 경고라벨 · 사용지침												
라벨 표기사항 (가이드)	표시 언어	- 스페인어를 사용하여 주요 정보를 표시함													
	제품명	- 식품의 실제 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 사용해야 하며, 관련 법률에서 정하는 명칭 또는 소비자를 오도하거나 기만하지 않는 일반적인 명칭을 사용해야 함													
	원재료명	- 단일 성분으로 구성된 식품을 제외한 모든 식품에는 제조시 사용된 원재료 명칭을 중량 기준 내림차순으로 나열해야 함 - 식품첨가물은 기능명(향미강화제, 향료, 고결방지제 등)을 표시하며, 국제분류번호를 추가 표시할 수 있음													
	알레르기 유발물질	- △글루텐을 함유한 곡물 △갑각류 및 그 제품 △계란 및 그 제품 △생선 및 그 제품 △땅콩, 대두 및 그 제품 △우유 및 유제품 △견과류 및 그 제품 △아황산염(10mg/kg 이상)을 함유한 제품에는 알레르기 함유 경고를 표시해야 함													
	중량	- 미터법 단위로 순함량 또는 배수중량을 표시하며, 고체 식품은 중량, 액체 식품은 부피, 반고체 또는 점성 식품은 중량 또는 부피를 표시함 - 액체 매질로 포장한 식품은 순함량 및 배수중량을 표시함													
	유통기한	- 유통기한이 3개월 미만인 경우 '일-월', 유통기한이 3개월 이상인 경우 '월-연도'를 표시하며, 쉽게 지워지지 않는 방식으로 표시해야 함 - 가공하지 않은 신선 과채류, 식초, 식용 소금, 껌 등에는 유통기한을 자율적으로 표시할 수 있음													
	업체 이름 및 주소	- 제조, 포장, 재포장, 수입업체의 이름과 주소를 표시함													
	영양성분표	- 열량, 탄수화물, 단백질, 총지방 및 포화지방, 콜레스테롤, 나트륨, 당류, 비타민 및 미네랄 등 주요 영양성분의 함량 정보를 표시함													
	전면 경고라벨	- 당류, 나트륨, 포화지방을 일정 기준치 이상 함유한 식품의 포장 전면에는 경고라벨을 표시해야 함 <전면 경고라벨 표시 기준><table><tr><th>구분</th><th>고체 식품(100g 당)</th><th>액체 식품(100ml 당)</th></tr><tr><td>당류</td><td>400mg 이상</td><td>150mg 이상</td></tr><tr><td>나트륨</td><td>10g 이상</td><td>5.0g 이상</td></tr><tr><td>포화지방</td><td>4.0g 이상</td><td>3.5g 이상</td></tr></table>		구분	고체 식품(100g 당)	액체 식품(100ml 당)	당류	400mg 이상	150mg 이상	나트륨	10g 이상	5.0g 이상	포화지방	4.0g 이상	3.5g 이상
	구분	고체 식품(100g 당)	액체 식품(100ml 당)												
당류	400mg 이상	150mg 이상													
나트륨	10g 이상	5.0g 이상													
포화지방	4.0g 이상	3.5g 이상													
사용지침	- 식품의 올바른 사용을 보장하기 위해 사용방법에 대한 지침을 표시해야 함														
기타	- 라벨에는 허위 또는 오해의 소지가 있거나 기만적인 방식으로 표시할 수 없으며, 주요 정보는 최소 1.5mm의 크기로 표시해야 함														

*출처: Resolución 5109 de 2005

5.1.2 라벨링 예시

소스류

라벨링 사진																																																																																
																																																																																
표기항목	표기내용																																																																															
제품명	Salsa MAGGI bolognesa																																																																															
원재료명	Vegetales y Especies (37.1%) (Tomate, Cebolla, Perejil y/or Cilantro, Laurel, Pimienta, Orégano), Harina de Trigo Fortificada (Niacina, Hierro, Vitaminas B1, B2 y Acido Fólico) y/o Hariria de Arroz, Mezcla de Sales (Cloruro de Sodio Yodado y/o Cloruro de Potasio), Azúcar, Grasa Vegetal Extractos Naturales (Cebolla y Ajo), Saborizantes Naturales e Idénticos al Natural Extracto de Levadura, Colorante (Anato).	MAGGI 볼로네제 소스 채소 및 향신료(37.1%)(토마토, 양파, 파슬리 및/또는 고수, 월계수, 후추, 오레가노), 강화 밀가루(니아신, 철분, 비타민B1, B2 및 엽산) 및 쌀가루, 소금 혼합물(요오드화나트륨 및/또는 염화칼륨), 설탕, 식물성 지방 추출물(양파 및 마늘), 천연 향료 및 천연 효모 추출물, 착색제(아나토)																																																																														
알레르기 유발물질	Alérgenos: Contiene Gluten, Puede contener Pescado, Leche, Soya y Apio	알레르기 유발물질: 글루텐 함유하고 있으며, 생선, 우유, 대두 및 셀러리를 함유할 수 있음																																																																														
중량	50gr	50g																																																																														
유통기한	Ver Lotey Fecha de Vencimiento en el empaque	포장의 로트 및 유통기한을 참고하세요.																																																																														
업체 이름 및 주소	Nestlé de Colombia SA. Fábrica Bugalagrande (Valle del Cauca), Calle 2 No. 1-463, Bugalagrande, Colombia	네슬레 콜롬비아 부갈라그란데 공장 (바예데카우카), 콜롬비아 부갈라그란데 Steet 2 No. 1-463																																																																														
영양성분표	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">Información Nutricional</th></tr> <tr> <th colspan="3">Tamaño de porción: 1/2 Taza (94 g)</th></tr> <tr> <th colspan="3">Número de porciones por envase: 4</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <th>Energía (kcal)</th><th>Per 100g</th><th>Por porción preparada</th></tr> <tr> <td></td><td>46</td><td>44</td></tr> <tr> <td>Grasa total</td><td>1.0g</td><td>1.0g</td></tr> <tr> <td>Grasa saturada</td><td>0.5g</td><td>0.5g</td></tr> <tr> <td>Grasa trans</td><td>0mg</td><td>0mg</td></tr> <tr> <td>Carbohidratos totales</td><td>8.3g</td><td>7.8g</td></tr> <tr> <td>Azúcares totales</td><td>2.9g</td><td>2.8g</td></tr> <tr> <td>Az. Añadidos</td><td>0.9g</td><td>0.8g</td></tr> <tr> <td>Proteína</td><td>1.0g</td><td>1.0g</td></tr> <tr> <td>Sodio</td><td>666mg</td><td>626mg</td></tr> </tbody> </table>	Información Nutricional			Tamaño de porción: 1/2 Taza (94 g)			Número de porciones por envase: 4			Energía (kcal)	Per 100g	Por porción preparada		46	44	Grasa total	1.0g	1.0g	Grasa saturada	0.5g	0.5g	Grasa trans	0mg	0mg	Carbohidratos totales	8.3g	7.8g	Azúcares totales	2.9g	2.8g	Az. Añadidos	0.9g	0.8g	Proteína	1.0g	1.0g	Sodio	666mg	626mg	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">영양정보</th></tr> <tr> <th colspan="3">제공량: 1/2컵(94g)</th></tr> <tr> <th colspan="3">용기당 제공량: 4</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <th>열량(kcal)</th><th>100g당</th><th>제공량당</th></tr> <tr> <td></td><td>46</td><td>44</td></tr> <tr> <td>총지방</td><td>1.0g</td><td>1.0g</td></tr> <tr> <td>포화지방</td><td>0.5g</td><td>0.5g</td></tr> <tr> <td>트랜스지방</td><td>0mg</td><td>0mg</td></tr> <tr> <td>총탄수화물</td><td>8.3g</td><td>7.8g</td></tr> <tr> <td>총 당류</td><td>2.9g</td><td>2.8g</td></tr> <tr> <td>첨가당</td><td>0.9g</td><td>0.8g</td></tr> <tr> <td>단백질</td><td>1.0g</td><td>1.0g</td></tr> <tr> <td>나트륨</td><td>666mg</td><td>626mg</td></tr> </tbody> </table>	영양정보			제공량: 1/2컵(94g)			용기당 제공량: 4			열량(kcal)	100g당	제공량당		46	44	총지방	1.0g	1.0g	포화지방	0.5g	0.5g	트랜스지방	0mg	0mg	총탄수화물	8.3g	7.8g	총 당류	2.9g	2.8g	첨가당	0.9g	0.8g	단백질	1.0g	1.0g	나트륨	666mg	626mg
Información Nutricional																																																																																
Tamaño de porción: 1/2 Taza (94 g)																																																																																
Número de porciones por envase: 4																																																																																
Energía (kcal)	Per 100g	Por porción preparada																																																																														
	46	44																																																																														
Grasa total	1.0g	1.0g																																																																														
Grasa saturada	0.5g	0.5g																																																																														
Grasa trans	0mg	0mg																																																																														
Carbohidratos totales	8.3g	7.8g																																																																														
Azúcares totales	2.9g	2.8g																																																																														
Az. Añadidos	0.9g	0.8g																																																																														
Proteína	1.0g	1.0g																																																																														
Sodio	666mg	626mg																																																																														
영양정보																																																																																
제공량: 1/2컵(94g)																																																																																
용기당 제공량: 4																																																																																
열량(kcal)	100g당	제공량당																																																																														
	46	44																																																																														
총지방	1.0g	1.0g																																																																														
포화지방	0.5g	0.5g																																																																														
트랜스지방	0mg	0mg																																																																														
총탄수화물	8.3g	7.8g																																																																														
총 당류	2.9g	2.8g																																																																														
첨가당	0.9g	0.8g																																																																														
단백질	1.0g	1.0g																																																																														
나트륨	666mg	626mg																																																																														
전면 경고라벨	 EXCESO EN SODIO	 나트륨 과다																																																																														
사용지침	Conservar en un lugar fresco y seco	서늘하고 건조한 곳에 보관하세요																																																																														

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[규정·제도]

일회용 플라스틱 제품 사용 금지

2024년 7월 7일부터 콜롬비아에서는 일회용 플라스틱 제품 6종의 시장 출시, 판매 및 유통이 금지된다. 이는 2022년 제정된 법률 2232호의 일환으로, 플라스틱 사용을 줄이고 지속 가능한 대안을 촉진하기 위한 조치이다. 2030년까지 추가로 8종의 일회용 플라스틱 제품이 단계적으로 금지될 예정이다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100521&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%BD%9C%EB%A1%AC%EB%B9%84%EC%95%84&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

음료와 가공식품에 건강세 부과(2023년 11월 1일 시행)

2022년 콜롬비아 구스타보 페트로(Gustavo Petro) 대통령은 음료와 가공식품에 대해 설탕, 나트륨, 포화 지방 함량을 기준으로 세금을 부과하는 내용을 포함한 세제 개혁안(2022년 법률 2277호, ley 2277 de 2022)을 제안했으며 해당 법률이 2022년 11월 의회를 통과하여 2023년 11월 1일부터 시행된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=98959&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EC%BD%9C%EB%A1%AC%EB%B9%84%EC%95%84&page=1&srchGubun=427