

... 머리말 ...

2010년도 우리나라의 농림축수산물 수출규모는 59억 달러로 사상 최고치를 기록한 이후 농림수산물부문의 수출 드라이브 정책과 공사의 해외시장개척 사업 추진 등에 힘입어 최근 수출이 대폭 증가하는 추세에 있습니다. 그러나 일본, 중국, 미국, 홍콩, 러시아 등 상위 5개 기존 주력 수출시장이 전체 농림축수산물 수출에서 차지하는 비중이 약 62%로 수출시장이 매우 편중되어 있는 실정입니다.

이에 aT는 기존 주력 시장 이외에 새로운 수출 활로 모색이 긴요하다는 판단하에 ‘전략적 동반자 관계’로 격상기로 합의한 콜롬비아 시장을 조사하게 되었습니다. 동 국가는 국내 총 생산이 2,316억달러(‘10 기준)로 브라질, 멕시코, 아르헨티나에 이어 중남미 4위 경제 규모를 갖고 있습니다.

이에 aT는 콜롬비아로 수출금액은 현재는 미약하지만 향후 FTA 체결시 교역 여건 개선과 수출확대 여지가 큰 음주류, 과자류, 통조림류 등 식품시장 현황 및 가능성을 조사하였습니다.

금번 조사는 해외전문조사기관(BMI, Datamonitor)의 전문성 있고 신뢰도 높은 식품시장 정보를 최대한 활용하는 한편, 통관제도 및 한국식품 수출방안 등은 해외 유관기관을 통해 현장감 있는 정보를 조사하기 위해 노력했습니다.

본 자료집이 새로운 시장의 개척과 마케팅 전략 수립에 조금이나마 도움이 되고 더 나아가 한국 농식품의 수출증대에 기여할 수 있기를 기대합니다.

조 사 개 요

■ 조사목적

- 한·FTA협상이 급물살을 타고 있는 콜롬비아의 시장정보 제공을 통해 수출선 다변화를 모색하는 수출업체의 진출 지원

■ 조사 기간 및 방법

- 조사기간 : '11. 10월~12월
- 조사대상국 : 콜롬비아
 - ① 기존 주력시장 이외에 남미시장 진출을 위한 교두보 역할 할 수 있도록 기초 정보 제공 필요
 - ② 양국간 전략적 협력 동반자 관계로 격상기로 합의함에 따라 양국간의 교류 및 진출이 본격화될 예정
- 조사방법 : 해외전문조사기관(BMI)의 시장조사보고서, 보고타 KBC

■ 조사내용

- 일반현황
- 농업현황
- 식품산업현황
- 농식품수출입현황
- 수출입통관제도
- 한국식품 수출확대 및 진출방안
- 대형유통업체·바이어 리스트 등

콜롬비아 식품시장 조사결과 [요약]

■ 시장 특성 및 규모

- 식품 시장은 국내 총 산업 생산량의 23%와 산업종사자의 18%를 차지함
 - 가공식품 부문이 전체산업생산량의 21%, 일자리 창출 기여도 17%차지
- 식품소비는 매년 확대 추세로 '15년에는 '11년 대비 43% 증가 예상
 - ('11) 69,312(10억 COP)→ ('15) 98,926(10억 COP)
- 경제성장과 실업률 개선에 따른 실질소득 증가로 향후 5년간 주류를 제외한 식음료 소매부분 소비 탄탄한 성장세 예상

■ 식품 및 음료산업 SWOT

강 점	약 점
● 신제품 출시가 비교적 활발함 ● '09년 글로벌 경제위기 이후 탄탄한 회복 추세 ● 탄산음료 판매량 '15년까지 25%늘어날 전망 ● 커피의 국내수요도 지속적으로 증가 추세임.	● 일부 노후한 설비시설과 생산공정 시설로 가공식품 업계 지속적인 난항 ● 소득에 따라 현지소비격차가 큼 ● 식품구입 시 가격에 민감 ● SABMiller계열사의 장악으로 맥주시장은 다른 기업의 진입이 어려움 ● 크지 않은 와인시장
기 회	위 험
● 가처분 소득 및 여성인력의 수가 증가로 고부가가공식품 수요증가 ● 건강에 대한 높은 관심으로 고부가부문에 대한 기회 무궁무진 ● 탄산음료의 소비량을 볼때 성장가능성이 무한한 분야임.	● 미국과 FTA 실패시 커피포함 농산물 수출 타격 ● 식음료 제조사가 폭동 타깃이 될 수 있음 ● 맥주 세금인상에 따른 판매량 회복이 더딤 ● 대출제한이나 금리 인상시 식음료부문에 악재

■ 수입 현황

- 식품 수입규모는 매년 증가 추세이며, 최대 수입 품목은 옥수수임
 - 식품 수입액 : ('05) 19.7억 달러 → ('10) 41.6억 달러
 - 옥수수는 약 8억 달러 규모로 농식품 수입 중 가장 큰 비율 차지('10)
 - 농식품은 주로 아르헨티나, 미국에서 수입
- 한국의 대 콜롬비아 주요 농식품 수출규모는 증가 추세이나 47만불을 상회하는 수준으로 실적은 미약함
 - ('08) \$213,408 → ('09) \$85,462 → ('10) \$476,575
 - 주요 품목: 물(190천불), 채소주스(99천불), 검(55천불) 등

■ 소비 특성 및 유통 현황

- 실질소득 증가로 편리한 식사대용을 찾는 소비자 수 증가
 - 통조림식품(특히 참치통조림) 판매량 및 매출액 증가 예상
- 초콜릿과 같은 비필수품 판매 증가
 - '09년까지 5년간 콜롬비아 제과 판매량은 27%(현지명목통화기준) 증가
- 잘못된 식습관으로 건강에 적신호가 켜지면서 건강에 대한 관심 높아져 기능성 식품에 각광
 - 기능성 식품 구매경험 비율은 43.3%이고 여성이 남성보다 기능성식품 선호
 - 기능성식품은 보고타가 가장 높은 소비량을 보이고 있고 부카라망가에서는 가장 낮은 소비량 보임
 - ※ 건강하지 못한 식습관으로어린이 27.5%, 청소년 11%, 출산연령 여성 27.5%가 빈혈증세
- 단백질이 다량 함유된 참치 가공식품 선호 추세
 - 참치 수출은 줄어들지만 국내 소비량은 증가 추세
 - ※ 국내 참치 및 참치부산물 판매액: ('05) 27백만달러→ ('10) 36백만달러
- 하이퍼마켓, 소규모 슈퍼마켓 등 현대적인 소매유통업 형태 성장 기대
 - 콜롬비아 인구의 약 3/4이 도심지역에 거주, 인구의 2/3은 30세이하의 젊은층임

한국식품 진출방안

- 가처분 소득이 큰 고소득층 겨냥하여 차별화 전략 필요
 - 건강기능식품 시장, 와인시장 등 부유층을 타킷으로 하나의 식습관으로 자리 잡을 수 있도록 정확한 정보제공 및 홍보
- 다각적 마케팅 툴을 활용하여 한국식품 홍보
 - 콜롬비아 소비자는 맛이 좋고 가격이 적정하면 색다른 제품을 찾는 경향이 있으므로 시식행사 등을 통해 시장 진입 필요
- 가격경쟁력 제고 방안 강구
 - 재래시장이 식품판매의 55%를 차지하고 있고 상당한 인구수가 소득이 낮기 때문에 가격 경쟁력을 갖출 수 있는 다각적인 노력이 필요함
- 식문화 전파
 - 한식 홍보 및 한국식당과 연계하여 한국식품을 알리고 이를 통한 소비 저변 확대

목 차

1. 일반현황 / 1

가. 국가개요	3
나. 경제현황	4

2. 농업현황 / 9

가. 농업 SWOT 분석	11
나. 주요품목 산업전망	12

3. 식품산업 현황 / 29

가. SWOT 분석	31
나. 산업 전망	33
다. 시장특성	47
라. 유통구조	68
마. 소매시장	70

4. 농식품 수출입현황 / 85

가. 콜롬비아의 대세계 교역동향	87
나. 콜롬비아 대세계 농식품 수출입동향	90
다. 한-콜롬비아 교역동향	91
라. 콜롬비아 주요 품목별 수출입동향	96

5. 수출입 통관제도 / 101



가. 수입제도 및 기본절차	103
나. 라벨링규정	108
다. 관세제도	110

6. 한국식품 수출확대 및 진출방안 / 115



가. 콜롬비아 주요 식품시장	117
나. 한국 식품 유통 현황 및 가능성	122
다. 시장 진출 및 수출 확대방안	126

7. 기타 / 129



가. 상거래시 유의사항	131
나. 바이어, 대형유통업체 리스트	132

1. 일반현황

1. 일반현황

가. 국가개요

▣ 일반사항

- 위치: 남미 북서부, 베네수엘라 및 브라질과 접경
- 면적: 1,039천 km² (한반도의 5배)
- 기후: 열대(해안), 온대(초원)
- 인구: 46백만 명('11)
- 수도: Bogota(8.3백만명)
- 민족: 메스티조(58%), 백인(20%), 물라토(14%), 흑인(4%)
- 언어: 스페인어(공용어), 영어(상거래시 사용되나 모두가 구사하는 것은 아님)
- 종교: 카톨릭(90%)
- 휴무일: 토요일, 일요일

▣ 정치사항

- 독립일: 1810.7.20(스페인)
- 정치체제: 대통령중심제(공화제)
- 국가원수: Juan Manuel Santos Calderon 대통령
- 의회: 양원제(상원 102석, 하원 166석)
- 주요정당: 전국사회연합당(U party), 자유당(PL), 보수당(PC), 대안적 민주당(PDA)
- 국제기구가입: UN, IMF, ANCOM, IFC, IDB, OAS, WTO, CDB, IBRD 등

나. 경제현황

▣ 경제사항

- 화폐단위: Peso(Ps)
- 회계연도: 1.1 ~ 12.31
- 산업구조: 서비스업 52.7%, 제조업 38.0%, 농업 9.3%('10)
- 주요수출품: 석유, 커피, 석탄, 에메랄드, 니켈, 바나나('10)
- 주요수입품: 산업용기기, 운송장비, 소비재, 화학제품, 제지('10)
- 경제성장률: 4.5%('10)
- 물가상승률: 3.2%('10)
- 주요 부존자원: 석탄, 석유, 천연가스, 철광석, 구리, 에메랄드
- 경제적 강점: 농산·광물자원 풍부
- 경제적 약점: 수출구조 취약, 정치·사회 불안

▣ 경제·통상정책 기조

- 전반적으로 경제안정 및 성장 촉진 정책을 추진하며, 시장 친화적인 정책과 함께 적극적인 경제개발 노력 및 지역협력 강화를 추진하고 있음
- 각종 세제 개선 및 인센티브 제공을 통한 투자유치 활성화
- 다양한 정부 프로젝트, 개발자금 유입을 통한 고용창출 극대화 등
- 12개의 신성장 동력 육성산업(섬유, 자동차부품, 의료관광, 전력, 섬유·의류, 소프트웨어 등) 프로그램을 적극 추진하여 국내기간 산업으로 육성할 것임
- 미국과의 우호적인 관계 유지는 물론, 유럽, 아시아 등에 대한 지속적인 시장개방 정책을 추진하고 있음

- 미국 및 EU와 FTA를 체결하였으며, 한국을 비롯한 아시아 국가들과의 FTA 협상도 추진중임
- 대외교역 대상지역을 종전 대서양 편향 정책에서 벗어나 아시아태평양 인근으로 다변화 촉진하고 있음
- APEC 및 OECD 가입 추진을 통해 아시아 태평양 국가들과의 협력을 심화하고, 멕시코, 페루, 칠레 등 중남미 태평양 ARCO 국가들과도 연대를 강화하고 있음
- 아시아태평양지역에 대사관 및 무역사무소 신규개설 등을 통해 새로운 국가들과의 양자 경제통상 관계를 구축하는 한편, 양자, 다자관계 및 아젠다 등을 다양화하는 등 보다 적극적인 경제·통상·투자 외교를 전개하고 있음
- 콜롬비아, 멕시코, 페루 및 칠레 4개국 정상은 지난 2011.4.28 리마에서 정상회의를 갖고, 태평양 연안 중남미 국가들간, 일명 태평양동맹 (Pacific Alliance)으로 불리우는 경제통합지대(Area de Integracion Profunda) 창설을 목표로 하는 협정에 서명

▣ 경제동향

- 경제정세 개관
 - 1970년대~90년대 중반까지 견실한 경제정책을 효과적으로 집행하는 유일한 중남미 국가로 평가되어 왔으나, 1990년대 중반 이후 무절제한 재정·금융·외환정책을 도입하면서 재정적자 확대 등 어려움에 직면함
 - 2002년 Uribe 대통령 취임이후 시행된 엄격한 재정적자 축소정책 등으로 콜롬비아 경제는 2005년 5.7%, 2006년 6.9%, 2007년 7.6% (최근 30년중 최대성장), 2008년 2.5% 성장을 기록함
 - 미국발 세계 경제위기로 인해 2009년도에 0.4%의 성장에 그친 경제는 2010년도에 전반적인 세계경제 회복 추세와 함께 낮은 이자율에 기반한 경기부양책을 실시하여 4.3% 성장을 기록함. 그러나, 이는 페루, 아르헨티나 등 역내 여타 국가에 비하면 저조한 성장으로 특히 건설부문, 농목축 부문에서의 침체, 역사상 최대의 홍수 피해 등이 영향을 미친 것으로 분석됨

- 최대 당면과제는 현재 11~12%대의 실업률을 한자리 숫자로 감축시키는 문제와 국가 경쟁력강화인 바, 5% 정도의 경제성장으로는 획기적인 실업률 감소가 어려울 것으로 보이며, Santos 신정부 출범과 더불어 현재 적극적으로 추진중인 세제 개혁, 자원 로열티 배분개혁, 성장동력 분야 투자 확대, 인프라 구축 등이 국가경쟁력 강화에 기여할 것으로 전망됨

▣ 경제성장

- 경제 전문가들은 2011년도 경제 성장률 전망치로 5% 내외를 제시하고 있으며, 유가 및 광물가격 상승, 에콰도르 및 베네수엘라 등과의 관계 정상화, 인프라에 대한 지속적인 공공투자, 세계 경제의 회복, 낮은 인플레이 등이 경제 성장에 긍정적으로 작용할 것으로 전망함

▣ 인플레이션

- 콜롬비아 정부의 2008년도 물가상승률은 국제유가 및 식료품가격 상승 등으로 목표치(4%)를 훨씬 초과한 7.67%를 기록하였으나, 2009년도에는 경기침체 및 실업률 상승 등에 따른 수요감소 등으로 2.0%를 기록하였으며 2010년에는 3.2%를 기록함

▣ 환 율

- 세계 경제위기의 영향으로 2009년도에 최고 1달러당 2,300페소까지 기록하였다가, 2011년 들어 경기 회복에 따른 외국인 직접투자증가, 미국 경기침체에 따른 달러 약세, S&P사의 투자등급 상향 조정 등으로 페소화가 강세를 보이고 있음. 경제전문가들이 콜롬비아 경제가 견조한 성장세를 유지함에 따라 당분간 페소화 강세 추세가 계속될 것으로 전망함

▣ 실업률

- 콜롬비아는 2007년 이후 약11%대의 높은 실업률을 기록하고 있음. 세계 경제위기로 인해 2009년도 12.0%까지 실업률이 상승하였다가, 2010년 사상 초유의 수해에도 불구하고 11.8%를 기록함. 이는 수해에 따른 농업 부분의 침체에도 불구하고 제조업 분야에서 견조한 성장세를 기록하였기 때문에 가능했던 것으로 분석됨

- 전문가들은 실업율을 한자리수로 낮추기 위해서는 보다 개방적인 대외 무역정책과 함께 노동시장의 유연성을 제고하는게 필요하다고 분석함

<무역 투자동향>

- 콜롬비아는 2010년도에 사상최대로 384억불 수출을 기록함
이는 Uribe 정부시절 제2위의 수출 대상국인 베네수엘라와의 관계가 악화됨에 따라 추진했던 수출시장 다변화 정책이 성과를 거둔 것으로 해석됨
- 2011년도에도 세계경제회복, 원유, 광물, 커피 등 원자재 가격 상승, 수출시장 다변화 등으로 인해 수출신장세는 지속될 것으로 전망됨
베네수엘라 경제체제 자체의 문제로 인해 베네수엘라와의 관계가 정상화되더라도 콜롬비아의 전체 수출 증대에 미치는 효과는 크지 않을 것으로 전망됨

2. 농업현황

2. 농업현황

가. 농업 SWOT 분석

강점	◦ 콜롬비아는 대지가 광활하고, 다양한 기후분포 때문에 다각화 제품을 아우르는 대규모 농업생산에 적합함 ◦ 콜롬비아 커피연맹(Fedecafé)이 수 십 년간 구축한 브랜드는 우수한 품질로 전 세계적으로 유명함 ◦ 4천 5백만이 넘는 콜롬비아의 인구는 저렴한 노동력과 대규모 식료품 시장을 제공함
약점	◦ 인구가 집중되어 있는 지역 외에는 사회간접자본이 취약하여 생산 확대가 어렵고 비용도 증가하여 경쟁력에 타격을 받게됨 ◦ 치안이 불안하여 수년간 투자에 장애가 되고 있으며 콜롬비아 도시 대부분으로의 접근에 제약을 받고 있음
기회	◦ 알바로 우리베 전 대통령의 ‘민주적 안보’ 정책 하에서, 치안 상황은 개선되어 새로운 경작지를 개척하였고 투자를 촉진함. 산토스 대통령은 농업 부분에 있어 유리한 우리베 전 대통령의 안보 정책을 이어받을 것을 서약함 ◦ 제과 부문은 Grupo Nacional de Chocolates과 Alpina, 다국적 기업인 네슬레(Nestlé) 등 강력한 국내 생산업자들이 포진해 있음. 사탕수수 및 코코아 주요 재배 지역과 Bogota와 Medellin 주변 공장 사이에 기간시설이 개선되면 이 기업들의 경쟁력이 강화될 것임 ◦ 2010년 5월에 EU와 체결한 FTA로 인해 수익성 높은 유럽 수입 시장에 콜롬비아 제품(주로 커피)이 무관세로 반입될 것임
위협	◦ 콜롬비아의 노사관계는 매우 첨예함. 근로자들의 열악한 근무조건이 개선되지 않는다면 분쟁은 더욱 늘어날 것임 ◦ 경제적 취약성은 이미 어려운 농민들의 여신접근을 더욱 제약함으로써 생산성 제고를 위한 투자가 더욱 둔화될 것임 ◦ 미국과 콜롬비아간 무역촉진협정이 제정된다면 미국 농산물 수입품에 대한 관세는 순차적으로 완화되다 완전히 폐지될 것임. 이것은 값싼 미국산 수입품 때문에 콜롬비아 생산품이 염가판매 될 수 있다는 것을 의미함. EU와의 FTA 또한 콜롬비아 생산업자 특히 낙농업 분야에 압박을 줄 수 있음

나. 주요품목 산업전망

1) 설탕

<공급전망>

- 콜롬비아는 세계에서 가장 효율성이 높은 설탕 생산국으로 헥타르당 120톤을 생산하고 있으며 헥타르당 100톤 생산하는 과테말라와 80톤을 생산하는 브라질이 그 뒤를 잇고 있음. 사탕수수는 대부분이 Cauca 강 유역에서 생산되고 있으며, 총 208,000 헥타르에 이르는 재배 면적에서 수확되고 있어 재배 면적은 더 이상 확장되기 어려운 실정임. 그러나 설탕 생산은 사탕수수로 만든 에탄올에 대한 수요가 증가한 2005년부터 꾸준히 하락함. 2005년 9월 모든 가솔린에 최소 10%의 에탄올 함량을 의무화한 법이 발효되면서 설탕생산이 지속적으로 감소. 2005년과 2008년 사이에 콜롬비아 설탕 생산량은 17.3% 하락함. 그러나 2008년 이후 부터는 에탄올 총 생산량이 증가하면서 에탄올 생산량 증가가 설탕 생산 하락에 영향을 주지 않았음. 2011년에는 일일 에탄올 생산량이 200,000 리터 증가할 것임
- 현재 2009년과 2010년 콜롬비아 설탕 생산량에 기상악화가 끼친 타격이 예상보다 덜하여 전년 대비 0.6% 증가한 229만 톤을 수확할 것이라고 예상됨. 2010년 12월과 2011년 4월의 홍수로 2010/11년 수확이 타격을 받아 몇몇 사탕수수 농장에서는 수확을 하지 못할 수도 있음. 이에 따라 2010/11년의 생산량이 전년 대비 3.7% 하락하여 222만톤이 될 것이라고 예상되고 있음. 2014/15년의 기간 동안의 생산은 점차 증가할 것으로 보임. Cauca 계곡의 사탕수수 재배에 적합한 대부분의 지역에 이미 사탕수수를 심어 재배지가 더 확대되는 것을 막았음. 정부가 계속해서 바이오 에탄올을 화석연료의 대체재로 쓰고자 추진한다는 것은 사탕수수 생산량의 일정 부분이 에탄올 생산에 이용된다는 것을 의미함. 2011에 콜롬비아의 에탄올 생산력을 일일 100,000리터를 증가시킬 새로운 에탄올 생산 공장이 가동을 시작할 예정임. 2014/15년까지 생산량이 2009/10년 대비 6.9% 증가한 245만 톤에 이를 것이라고 예상됨

<수요전망>

- 2009년 경기침체의 여파로 소비자들이 비필수 식품 구매를 줄임으로써 2010년 소비량은 161만 톤에 머문 것으로 추산됨. 2011년에는 콜롬비아 경제가 회복되고 소비자들의 가처분 소득이 증가함에 따라 제과, 제빵 업계의 수요가 증가하면서 소비량이 전년대비 2.6% 증가할 것으로 예상됨. 2015년 까지 설탕 소비량은 2010년보다 8.5% 증가한 175만 톤이 될 것으로 예상됨
- 2009년의 하락세를 제외하고, 설탕소비는 최근 크게 증가하였는데, 이는 1인당 소득이 성장함에 따라 소비자들이 초콜렛과 같은 비필수 제품의 소비를 늘리면서 제과제품의 소비 증가에 힘입은 바가 큼. 설탕소비에는 인구의 2/3가 30세 이하인 콜롬비아의 젊은 인구 구조도 큰 역할을 함. 콜롬비아의 제과 산업은 네슬레와 같은 다국적 기업과 Grupo Nacional de Chocolates 및 Alpina 같은 국내 우수 기업을 보유한, 상당히 앞선 산업임. 이 기업들은 콜롬비아 설탕 생산량의 4분의 1을 차지함. 그러나 주요 설탕 생산지인 Valle del Cauca와 공장지대인 Bogota 와 Medellin 사이에 수송 인프라가 열악하여 효율성이 떨어지는 모습을 보이고 있음
- 2001년 콜롬비아 정부는 ‘설탕가격 안정화 기금’을 도입하여 국내 설탕 시장의 과잉공급으로 인해 설탕가격이 지나치게 낮은 수준으로 하락하지 않도록 하고 있음. 이 안정화 펀드는 시장가중평균가라는 것을 도입하여 이 가격보다 높은 가격에 설탕을 파는 제당업체는 펀드에 출연하도록 하고 평균가 이하로 판매하는 제당업체에게는 펀드 기금으로 보상 해주고 있음

(단위: 천톤)

콜롬비아 설탕 생산, 소비, 무역						
	2006	2007	2008	2009e	2010e	2011f
설탕생산량	2,439.0	2,354.0	2,245.0	2,277.0	2,294.3	2,219.6
설탕소비량	1,550.0	1,600.0	1,610.0	1,580.0	1,609.5	1,648.4
설탕총무역수지	872.0	747.0	558.0	510.0	592.4	447.1
	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
설탕생산량	2,294.3	2,219.6	2,286.0	2,354.4	2,403.0	2,451.8
설탕소비량	1,609.5	1,648.4	1,677.3	1,700.4	1,721.2	1,753.3
설탕총무역수지	592.4	447.1	493.2	562.4	594.3	613.3

주) e/f= BMI 측정치/전망. 출처: USDA, BMI

2) 커피 전망

<공급 전망>

- 콜롬비아 커피 생산량은 2008/09년에 60kg기준 866만 포대로 30년 만에 최저치로 하락하였으며, 이는 폭우, 진균성 질병과 비료를 많이 사용하지 않은 것이 수확에 큰 타격을 주었기 때문임. 빠른 회복을 기대하였으나 2009/10년도 매우 실망스러운 해였음. 엘니뇨 현상으로 인해서 2009년 9월에서 2010년 3월 사이의 강수량은 평소보다 70~100% 적어 수확에 큰 타격을 받았음. 이 가뭄은 이외의 나무를 해치는 해충 브로카의 확산을 포함하여 다른 부정적인 영향을 미치기도 함. 콜롬비아의 폐소가 강세를 보이는 데다가 비료와 화학제품의 가격이 높아지니 사탕수수 재배 농가의 수익이 줄어들어, 플랜테이션을 외면하게 되고 커피잎 병으로 작황은 더욱 악화됨. 뿐만 아니라 플랜테이션을 재개발하고자 진행되는 작업도 생산에 악영향을 미침. 중기적으로 보았을 때, 이 재개발이 생산량 증가에 도움이 될 수 있지만, 새로 심은 커피나무가 열매를 맺으려면 2~3년이 걸림. 생산량은 전년 대비 6.5% 더 하락하여 810만 포대로 떨어질 것이라고 예상됨
- 그러나 2010년 4/4분기에 라니냐 현상으로 인한 폭우는 2010/2011년에 강한 회복세에 대한 기대를 무너뜨리고, 로야 곰팡이와 커피잎병을 발생시켜 작황에 큰 타격을 줌. 이에 따라, 콜롬비아 정부는 비료, 살진균제, 제초제 등을 구입할 수 있도록 헥타르당 미화 \$150를 지급하는 등, 생산자들을 지원하기 위해 여러 가지 응급 대책들을 도입함. 그러나 2011년 초의 우호적인 기상조건은 커피나무 개화에 큰 도움이 됨. 2011년 3월까지 생산은 전년 동기대비 37% 증가함. 2011년 4월에 내린 폭우로 작황은 다시 타격을 받아 그 달의 생산량은 전년 대비 19% 하락함. 연평균적으로는, 현재 생산량이 전년 대비 11.7% 하락하여 최저 기록인 902만 포대로 떨어질 것으로 예상함. 한편, 콜롬비아 커피 생산량 감소로 인한 공급이 제한되어 인해 국내 및 국제 커피 가격이 상승함. 달러 대비 폐소의 가치가 상승하였음에도 불구하고 생산자에게 지급된 실제 평균가격은 2009년에 41% 상승함

- 2014/15년 까지는 콜롬비아의 생산자들은 내수 소비기반이 작기 때문에 계속해서 수출에 크게 의존하게 될 것임. 수출은 2010년 5월에 콜롬비아가 EU와 체결한 FTA 덕분에 탄력을 받게 될 것임. 2012년에 효력이 발생될 이 FTA로 인해 콜롬비아 커피 생산자들은 수익성 높은 EU시장에 관세 장벽 없이 진입할 수 있게 될 것이며 이에 따라 생산 증대의 동력을 제공할 것임. 콜롬비아 정부는 커피 생산량을 2014년 까지 1천 8백만 포대로 늘리려는 목표를 가지고 있음. 이 목표는 지나치게 낙관적이라고 생각하여 2014/15년까지 최저 기록을 보였던 2009/10년 수준보다 43.5% 증가한 1천 163만 포대로 증가할 것이라고 예상함. 그러나 하향 조정의 위험성이 존재하고 있는데, 만약 최근의 수확량에 손실을 입었던 이상 기후현상이 지속된다면 생산에 부정적인 영향을 미칠 수 있을 것임

<수요 전망>

- 콜롬비아의 커피 문화는 주변 지역만큼 고착화 되지는 않았음. 국제 커피 기구(ICO)에 따르면 2009년 콜롬비아의 일인 커피 소비량은 1.87kg에 그쳐 5.69kg을 소비하는 브라질과 3.77kg을 소비하는 온두라스에 비해 현저히 낮은 편임. 총 소비량은 21세기에 들어서면서부터 하락하였는데, 2000년 153만 포대에서 2010년 120만 포대로 감소한 것으로 추산됨. 2011년 소비는 사상 최고가로 인해 수요가 감소하면서 7.9% 하락하여 110만 포대로 떨어질 것으로 전망됨
- 이 소비량중 거의 1/3은 페루와 에콰도르에서 수입된 품질이 떨어지는 커피가 차지함. 그러나 콜롬비아 커피연맹 Fedecafé은 산하 체인점인 Juan Valdez 커피점을 통해 국내 소비를 진작시키고자 함. Fedecafé은 이 체인의 수익성을 제고하고 국내외의 소비를 증가시키기 위한 마케팅 전략에 착수함(자세한 사항은 아래 참조). 이런 점을 고려할 때, BMI는 콜롬비아의 커피소비가 2010년 대비 7.8% 상승해 2015년에는 129만 포대로 증가할 것이라고 예상함
- 커피 생산은 콜롬비아 발전의 주요 동력이었으며 현재 콜롬비아의 가장 (합법적으로) 유명한 수출품임. 수출은 엄청난 흥작으로 인해 2008/09년에 894만 포대로 전년의 1천1백5십만 3천 포대에서 크게 하락함. 2010년에

수출은 또다시 744만 포대로 하락한 것으로 추정되며, 2011년에는 865만 포대로 다소 증가할 것으로 예상됨. 그러나 이 역시 2008년 이전 수준에 훨씬 못 미치는 수치임. 세계적인 공급 부족과 이에 따른 국제시장의 커피 가격 상승은 수량의 하락을 상쇄할것임. 2010년 콜롬비아의 커피가격은 전년 대비 27% 상승한 파운드 당 평균 US\$2.09였음. 2011년 5월 평균가는 파운드당 US\$3.32를 기록함. 2010년 미국은 커피 수출의 45%를 차지 하면서 여전히 최대 수입국자리를 지켰으며 EU가 34%, 일본이 15%로 그 뒤를 이음

- 2012년에는 생산량의 증가와 정부 재정지원의 영향이 Fedecafé의 잠재적 수출을 진작시켜 수출이 980만 포대로 반등할 것으로 예상됨

<콜롬비아 커피 생산 & 소비>

(단위:천포대)

	2006	2007	2008	2009e	2010e	2011f
커피생산 ¹	11,953.00	12,164.00	12,515.00	8,664.00	8,103.00	9,020.20
커피 소비 ²	1,302.00	1,090.00	1,137.00	1,200.00	1,200.10	1,105.40
	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
커피생산 ¹	8,103.00	9,020.20	9,975.00	10,916.90	11,380.40	11,629.20
커피소비 ²	1,200.10	1,105.40	1,145.20	1,188.90	1,241.20	1,293.30

주) e/f = BMI 측정치/전망, 1포대=60kg 출처: ¹Cafe de colombia, ²USDA, BMI.

3) 낙농업

<공급전망>

- 콜롬비아의 우유 생산량은 이 산업 분야가 발전하고 콜롬비아 정부가 낙농업을 지역 고용기회를 개선하는 수단으로 장려하면서 지난 20년간 꾸준히 증가함. 2009/10년의 성장은 755만 톤으로 큰 변화가 없었다고 보고 있음. 2010년 12월의 폭우로 낙농업 분야는 타격을 받아 목초지 7만 헥타르가 침수되었고, 수송 루트에도 문제가 발생함. 2011년 4월에 있었던 홍수로 낙농분야는 다시 한번 타격을 받음

- 이러한 어려움에도 불구하고 낙농업 분야에 대한 투자로 인해 최근 몇 년간 생산량이 증가함. 콜롬비아농업조사(ENA)는 평균 생산량이 2008년 일일 4.37리터에서 2009년 4.80리터로 증가한 것으로 추산됨. 콜롬비아 경제의 강한 성장세가 예상되며, 이에 따라 낙농분야도 힘을 얻을 것으로 보임. BMI에서는 2010/11년 생산은 전년 대비 1.0% 증가한 762만 톤에 이를 것으로 예상함
- 전망기간 막바지에 이르면, 생산자들이 수요에 맞추기 위해 생산을 늘리는 한편 치안도 안정되면서 낙농업에 신규 투자가 발생하여 성장세는 더욱 힘을 얻을 것으로 기대됨. 따라서 젓 소 한 두당 평균 우유 생산량은 계속 증가할 것임. 그러나 EU와의 FTA가 2012년 발효되면 내수 시장이 특혜 관세율로 개방되면서 콜롬비아 낙농업 생산자들에게는 불리하게 작용할 것으로 보임.(자세한 분석은 아래 참조). 2014/15년에는 2009/10년 생산량 보다 13.1% 증가한 851만 톤이 될 것이라고 예상됨
- 유제품에 대한 국내 수요와 주변 국가의 수요가 지속적으로 증가하고 있기 때문에 콜롬비아의 낙농가공 부문에 대한 전망은 밝음. 전체 전망기간 동안 버터 및 치즈 생산은 큰 성장세를 보일 것으로 기대됨. 버터 생산은 2009/10년 전년 대비 10.5% 성장에 이어, 2010/11년에는 전년 대비 4.9% 증가한 23,300톤에 이를 것으로 예상됨. 치즈생산량은 2009/10년 전년 대비 1.1% 증가한데 이어 5.5% 증가해 6만 810톤에 이를 것으로 예상됨. 2014/15년 까지 버터 생산은 2010년 대비 7.7%, 치즈 생산은 24.3% 증가할 것으로 전망됨

<수요 전망>

- 일인당 우유 소비량은 지난 10년간 가파른 성장세를 보여 1999년에 113.73kg 에서 2010년 126.94kg으로 증가한 것으로 추산됨. 소비량은 세계적으로도 이미 높은 수준이며 베네수엘라 보다는 10배 이상 높음. 콜롬비아 소비자들은 저지방 우유는 건강에 효과가 적다고 생각하기 때문에 우유는 대부분 전유 형태로 소비됨. 2010년에는 우유 소비가 전년 대비 1.3% 증가하여 561만 톤이었고, 2011년에는 전년 대비 1.9% 증가하여 570만 톤이 될 것으로 예상됨. 내수 소비가 이미 높은 편이기

때문에 2015년까지는 2010년 대비 9.0% 정도만 증가할 것으로 보임.
이러한 상승도 대체로 인구 증가로 인한 것임

- 전지분유의 연간 일인당 소비량이 2010년 겨우 0.87kg, 버터는 0.51kg, 치즈는 1.38kg라는 점에서 알 수 있듯, 현재 가공 유제품의 소비기반이 취약하기 때문에 소비량 증가는 큰 폭으로 이루어질 것으로 예상됨. 소득 증가에 따라 소비자들이 비필수 제품에 대한 소비를 늘리게 되면 이 세가지 제품의 성장세는 인구 증가를 앞설 것으로 예상됨. 소비자의 소득이 증가하면 제과, 제빵 분야에서의 수요도 증가하게 될 것이며 패스트푸드나 대형식품소매업(MGR)의 확산도 수요 증가에 보탬이 될 것임. 2011년에는 버터 수요가 전년 대비 6.5% 증가한 24,120톤이 될 것이고, 치즈 소비는 전년 대비 2.1% 증가한 63,130톤이 될 것임. 2015년까지 버터 소비는 28,940톤으로 22.3% 증가할 것이고 치즈 소비는 69,130 톤으로 12.3% 증가할 것으로 전망됨

<콜롬비아 우유 생산 및 소비>

(단위: 천톤)

	2006	2007	2008	2009e	2010e	2011f
우유생산	6,817.3	6,725.4	7,431.5	7,545.1	7,545.0	7,581.8
액상우유소비	5,238.6	5,196.0	5,336.3	5,539.4	5,611.0	5,697.1
	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
우유생산	7,545.0	7,581.8	7,802.7	8,028.2	8,272.7	8,514.8
액상 우유소비	5,611.0	5,697.1	5,791.1	5,932.4	6,095.9	6,267.7

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: FAPRI, BMI.

<콜롬비아 버터 생산 및 소비>

(단위: 천톤)

	2006	2007	2008	2009e	2010e	2011f
버터생산	20.2	20.2	20.2	20.2	22.3	23.3
버터소비	21.0	21.2	22.2	22.6	22.6	24.1
	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
버터생산	22.3	23.3	23.8	24.3	24.7	25.2
버터 소비	22.6	24.1	25.2	26.8	27.7	28.9

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: FAPRI, BMI.

<콜롬비아 치즈 생산 및 소비>

(단위: 천톤)

	2006	2007	2008	2009e	2010e	2011f
치즈생산	57.0	57.0	57.0	57.0	57.6	60.8
치즈생산	53.1	54.1	59.6	60.1	61.4	63.1
	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
치즈생산	57.6	60.8	63.4	65.7	68.6	71.7
치즈소비	61.4	63.1	65.3	66.6	68.3	69.0

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: FAPRI, BMI.

<콜롬비아 전지분유 생산 및 소비>

(단위: 천톤)

	2006	2007	2008	2009e	2010e	2011f
전지분유생산	40.2	40.2	40.2	36.4	38.2	30.3
전지분유소비	39.4	39.5	40.5	27.7	38.5	40.2
	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
전지분유 생산	38.2	30.3	31.4	32.6	33.8	35.1
전지분유 소비	38.5	40.2	41.8	43.2	44.0	44.8

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: FAPRI, BMI.

4) 축산업

<공급 전망>

- 지난 몇 년간 생산량이 증가하기는 했지만, 콜롬비아 쇠고기 생산량은 1970년대와 80년대 경제 호황기가 끝난 이후로는 늘 제자리걸음임. 그 이후의 경기불황으로 소고기 수요가 감소하였고, 장기적인 내란으로 인해 생산자들이 테러와 강탈의 위협을 우려하여 생산 확대를 위한 과감한 투자를 꺼려 생산량 증가가 제한적임. 그러나 21세기에 들어서면서 다시 소고기 생산이 증가하기 시작함. 주로 2004년과 2009년 사이에 일인당 소득이 US\$2,533에서 US\$4,568로 증가하고 우리베 전 대통령 재임시절 치안상황이 개선된 덕분임
- 2004년에서 2009년 사이 소고기 생산은 26.2% 증가하여 921,000톤이 됨. BMI에서는 2010년의 생산량은 상당히 강력한 상승세를 보였던 2009년 보다는 7.5% 하락하여 852,000 톤에 이를 것으로 추산됨. 4/4분기에는

폭우로 인해 생산에 상당한 차질이 빚어졌으며 축산업계는 2011년 콜롬비아 전역을 강타한 홍수에 또다시 타격을 받았음. 농림부에서는 2010년 말과 2011년 4월 사이의 폭우로 소 115,000두가 폐사하였고 140만 두가 우리를 잃었으며 조류 600,000만 마리가 폐사한 것으로 추산됨

- 이러한 어려움들로 인해 2011년 전망치를 하향 조정하여, 소고기 생산은 전년 대비 1.3% 증가한 865,400톤이 될 것으로 예상됨. 그러나 축산업 분야는 나아진 경제상황과 베네수엘라와의 교역 재개로 힘을 얻을 것으로 보임. 2011년 5월 농림부 장관 Juan Camilo Restrepo는 현재 소 사육을 위해 사용되고 있는 목초지 3천8백만 헥타르를 작물 재배를 위해 그 면적을 줄이자는 제안을 했음. 콜롬비아 정부는 효율성을 제고시켜 더 적은 면적에서도 현재와 같은 양의 소고기를 생산할 계획을 가지고 있음. 전망기간 동안, 산토스 대통령 하에서 경제 성장과 국가 안보 개선으로 인해 생산량이 점차 증가할 것이라고 기대함. 2015년까지 소고기 생산량은 13.1% 증가하여 947,000 톤에 이를 것임

- 소고기와는 반대로 가금류 생산량은 지난 1980년 대 이후 거의 10배 가까이 증가하면서 몇 십 년간 빠르게 성장해왔음. 수량 면에서 보자면, 가금류 생산은 콜롬비아 축산업 분야에서 가장 중요한 부문이라고 할 수 있음. 전체적으로 생산 규모는 아직 작지만, 생산자가 수입품과 대등한 수준으로 비용을 내리기 위해 애써왔기 때문에 가금류 사업 규모는 크게 성장해왔음. BMI의 전망기간 동안 통합이 계속될 것이라고 보고 있음. 최근 몇 년간 양계업자들이 어려움을 겪어 왔기 때문에 이 과정은 빠르게 진행될 것으로 보임. 2008년 급등한 사료가격으로 2009년 수요가 하락하였고 이에 따라 수익도 감소함. 많은 수의 영세 생산자들은 사업을 지속하지 못하게 되었고, 따라서 대규모 생산자들은 경제의 규모에 의해 혜택을 보게 됨. 2010년에는 경제가 회복되면서 가금류 생산량은 전년 대비 2.1% 상승한 105만 톤에 이를 것임. 그러나 가금류 부문은 2010년 4/4 분기의 폭우로 특히 가금류 생산에 28%를 차지하고 있는 Santander 지역에서 큰 피해가 있었음. 생산량은 2011년에 전년 대비 1.8% 상승한 105만 톤이 될 것으로 예상됨. 전망 기간 전체에 걸쳐서 보자면, 2015년에는 2010년보다 21.0%를 증가해 127만 톤에 이를 것으로 전망됨

- 양돈은 소고기나 가금류에 비해 규모가 작은 산업임. 생산량은 소고기의 경향과 비슷하여 1970년대와 80년대 빠르게 성장하다가 지난 20~30년간 별다른 변화가 없었음. 2010년에 양돈 생산은 전년 보다 3.1% 증가한 170,100톤에 불과할 것으로 추산됨. 2011년 생산량은 전년대비 1.6% 증가한 172,900톤이 될 것으로 예상됨. 전망기간 동안은 큰 변동 없이 비슷한 추세를 나타낼 것으로 보이지만 2015년에는 2010년보다 11.6% 증가한 189,900톤에 이를 것으로 기대됨

<수요 전망>

- 콜롬비아의 소고기 소비는 라틴 아메리카 기준으로 보자면 낮은 편이지만 전 세계 기타 신흥경제국들에 비해서는 높은 편임. 2010년에 연간 일인당 소비량은 19.2kg을 기록했음. 일인당 GDP가 콜롬비아 보다 훨씬 낮은 파라과이의 35.6kg, 브라질의 37.8kg, 아르헨티나의 55.8kg에 비교하면 상당히 낮은 수치임. 콜롬비아의 소고기 소비량은 매우 유동적이어서 2008년에는 가격 상승과 성장 둔화로 소비량이 감소함. 2010년 소고기 수요는 전년 대비 7.8% 증가한 849,200 톤이 될 것으로 예상됨. 2010년에는 경제가 회복세에 들어서면서 소비가 크게 증가할 것으로 전망 됨. 그러나 2011육류의 가격이 높아지면서 소비가 위축되어 2011년에는 수요에 있어 아주 미미한 성장이 전망 될 뿐이어서 소비도 854,000톤에 그칠 것으로 예상됨. 전망기간인 2015년까지 성장세가 회복될 것으로 기대되며 소비는 2010년 수준에서 17.8% 증가하여 989,100톤이 될 것으로 보임
- 가금류는 지난 10년에 걸쳐 저렴한 닭고기 값을 앞세워 소고기를 제치고 콜롬비아 주요 육류로 자리잡았음. 2000년에 617,000톤에 그쳤던 수요는 2010년 107만톤으로 72.3% 증가한 것으로 추산됨. 같은 기간 연간 일인당 평균 소비량은 15.86kg 에서 24.20kg로 증가함. 가금류 생산의 효율성이 제고되어 가격이 지속적으로 하락하고 있기 때문에 양계소비는 앞으로도 계속해서 소고기를 앞설 것으로 예상됨. 건강에 대한 관심이 점차 높아지는 것도 양계 소비가 증가하는 이유 중 하나로, 소비자들은 가금류가 좀 더 건강한 먹거리라고 생각함. 베네수엘라와의 외교관계 회복 또한 가금류 수출 수요 증가에 한 몫 하고 있음. 가금류 소비는 2011년에

전년 대비 0.8% 증가하여 106만톤에 그칠 것으로 전망됨. 그러나 전체 전망기간에 걸쳐서는 2010년 수준보다 21.9% 증가한 135만톤이 될 것으로 예상됨

- 돈육 소비는 생산과 마찬가지로 증감에서 비교적 큰 차이는 없음. 2010년 일인당 소비량이 4kg에 불과하였는데, 전체 소비는 2010년에 181,200톤에서 2011년 181,900톤으로 2.1% 가량 증가할 것으로 추산됨. 2015년까지 돈육 소비는 2010년 수준에 비해 10.7% 증가한 200,500톤이 될 것으로 예상됨

<콜롬비아 가금류 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
가금류 생산	850.00	925.00	1,011.00	1,025.00	1,047.30	1,050.40
가금류 소비	859.00	951.00	1,037.00	1,052.00	1,070.70	1,081.40
가금류 순무역수지	-9.00	-26.00	-26.00	-27.00	-23.40	-30.90
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
가금류 생산	1,047.30	1,050.40	1,095.30	1,150.40	1,210.30	1,267.20
가금류 소비	1,070.70	1,081.40	1,163.30	1,220.50	1,282.80	1,345.00
가금류 순무역수지	-23.40	-30.90	-68.10	-70.10	-72.50	-77.80

주) e/f=BMI 추정치/전망. 출처: USDA, BMI.

<콜롬비아 돈육 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
돈육생산	135.00	158.00	154.00	165.00	170.10	172.90
돈육소비	139.00	166.00	166.00	175.00	181.20	181.90
돈육순무역수지	-4.00	-8.00	-12.00	-10.00	-11.10	-9.00
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
돈육생산	170.10	172.90	176.00	180.60	185.60	189.90
돈육소비	181.20	181.90	183.20	188.20	194.40	200.50
돈육 순 무역수지	-11.10	-9.00	-7.20	-7.60	-8.80	-10.60

주) e/f=BMI 추정치/전망. 출처: USDA, BMI.

<콜롬비아 소고기&송아지 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
소/송아지 생산	800.00	820.00	861.00	921.00	852.20	865.40
소/송아지 소비	770.00	710.00	656.00	788.00	849.20	854.00
소/송아지 순무역수지	30.00	110.00	205.00	133.00	3.00	11.40
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
소/송아지 생산	852.20	865.40	905.10	926.00	939.30	947.60
소/송아지 소비	849.20	854.00	874.10	908.00	947.70	989.10
소/송아지 순무역수지	3.00	11.40	31.00	18.00	-8.40	-41.50

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: USDA, BMI

5) 곡물 전망

<공급 전망>

- 콜롬비아 기후가 밀이나 옥수수 생산에 크게 적합하지는 않기 때문에, 쌀을 제외하고 곡물의 자급률이 매우 낮은 편임. 옥수수는 콜롬비아에서 가장 중요한 곡물이지만, 생산은 수요의 1/3 정도를 감당할 수 있을 뿐임. 옥수수의 평균 수확량이 지난 10년간 증가하였지만 국제 기준에 비추어 볼 때 생산과정은 여전히 비효율적이고 비용이 많이 듦. 콜롬비아 옥수수 재배 농가들은 정부의 직접 보조금을 받고 있으며 관세를 부과해 수입품으로부터 보호받고 있음. 콜롬비아는 식용 옥수수와 사료용 옥수수를 생산함. 사료용 옥수수에 대한 수요가 최근 몇 년 상승했음에도 불구하고, 이 수요는 수입으로 충당함. 내수용 식용 옥수수의 생산은 그 보다는 잘 유지되고 있음
- 2002/03년에서 2007/08년 사이에 옥수수 생산이 166만 톤으로 30.9%나 증가함. 전통적인 소규모 경작농들이 자비로 농장 개선작업을 확대하면서 수확이 개선되었기 때문임. 폭우와 높은 비료가로 인해 2008/09년에 이어 2009/10년에는 연초의 심각한 가뭄의 영향으로 생산량도 줄어들 것으로 추산함. 뿐만 아니라, 옥수수 경작지가 2008/09년 575,000 헥타르에서 2009/10년 550,00헥타르로 줄어들 것으로 추산됨. 생산량은 전년 대비 1.3% 하락한 161만 톤으로 추산됨

- 2010년 12월과 2011년 4월의 폭우로 옥수수 경작지에 심각한 피해를 입어 2010/11년 수확량 전망치를 하향조정함. 생산량은 전년 대비 9.3% 하락한 145만 톤이 될 것으로 예상됨. 2014/15년까지 생산량은 낮은 수치를 기록했던 2010년 수준에서 13.4% 증가한 184만 톤이 될 것으로 예상됨. 이러한 전망은 잡종 종자와 비료를 얻기가 쉬워지면서 지속적으로 수확량이 개선되고 옥수수 생산이 동 Altillanura 평야까지 확산된 것을 기반으로 함
- 밀 생산량은 2008/09년에 전년 대비 37.8% 급락하여 23,000톤이 됨. 불리한 기상조건과 경작지의 감소가 하락의 원인임. 2009/10년 생산량은 전년 대비 13.0% 상승하여 26,000톤이 될 것이라고 추산되고 있음. 그러나 2010년 12월 및 2011년 4월의 폭우로 수확량에 타격을 주어 2010/11년 수확량은 전년대비 17.3% 하락한 21,470톤이 될 것으로 예상됨. 2014/15년 전망기간까지는 2009/10년 수준보다 42.7% 증가하여 37,150톤이 될 것으로 전망됨
- 콜롬비아의 보리생산은 매우 적은 편으로 10,000 헥타르 경작지의 1 에이커당 2만 톤을 생산함. 전망 기간 동안 생산량이 증가할 것으로 보이지는 않음

<수요 전망>

- 총 옥수수 소비의 1/4을 차지하는 사료, 파종 및 산업용 옥수수 소비는 지난 10년간 120만 톤을 꾸준히 유지해 옴. 사료용 옥수수 소비는 양계 분야의 성장으로 인해 빠르게 증가하였으나 세계 경기침체 때문에 2009년에는 사료수요가 하락함. 그러나 2010년에 경기가 회복되고 육류 수요가 증가하면서 사료 수요도 증가할 것으로 예상됨. 2010년에 총 옥수수 소비는 510만 톤으로 전년대비 4.1% 증가할 것이며, 2011년에는 경기 회복으로 축산업과 낙농분야의 수요가 늘어나 2010년 보다 2.3% 증가해 521만 톤에 달할 것으로 예상됨. 2015년 까지 총 소비는 2010년 수준보다 24.2% 증가해 633만 톤에 이를 것으로 예상됨
- 사료용보다는 식용으로 소비되는 밀의 소비량은 지난 몇 년간 완만하게 증가함. 콜롬비아 밀 소비의 95%는 수입에 의존하고 있음. 2004년에서 2009년

까지 인구증가와 일인당 소비량이 늘어나면서 밀 소비량은 8.0% 증가함. 2000년대 중반의 경제성장은 콜롬비아 소비자들의 구매력을 강화시켜 보리제품에 대한 수요를 증가시킴. 그러나 2009년에는 베네수엘라의 금수 조치와 세계금융위기로 공급이 부족해지면서 보리 소비량도 부진을 면치 못함. 2010년에는 경제 회복과 함께 보리 수요가 전년 대비 3.7% 증가해 139.5만 톤에 이를 것이나 2011년 수요 증가는 크게 늘지 않아 140만 톤에 그칠 것으로 예상됨. 전망기간 동안 수요는 2015년까지 2010년 대비 9.0% 증가한 153만 톤으로 예상되고 있음

- 축산업 부문의 보리 수요는 2000년대 들어서면서 늘어나기 시작하여 2000년 120,000톤에서 2010년 275,000톤으로 증가한 것으로 추산됨. 2011년에는 수요가 다시 늘어 전년 대비 7.2% 성장한 268,000톤이 될 것으로 예상됨. 2015년 까지는 축산업 분야의 성장으로 인해 소비가 20.3% 증가해 300,800톤으로 증가할 것으로 내다보고 있음. 축산 부문의 성장으로 수요도 증가할 것임
- 현재 논의가 진행중인 콜롬비아와 베네수엘라간의 무역자유협정이 콜롬비아 양계산업의 새로운 시장을 열어 사료용 곡물의 수요가 확산될 것으로 예상되므로 소비 전망은 상향조정 될 수 있음

<콜롬비아 밀 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
밀생산	44.0	32.0	37.0	23.0	26.0	21.5
밀소비	1,320.0	1,320.0	1,345.0	1,345.0	1,395.3	1,403.2
밀순무역수지	-1,303.0	-1,238.0	-1,307.0	-1,382.0	-1,402.7	-1,407.9
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
밀생산	26.0	21.5	24.6	28.3	32.5	37.1
밀소비	1,395.3	1,403.2	1,411.8	1,445.7	1,485.0	1,526.3
밀순무역수지	-1,402.7	-1,407.9	-1,413.9	-1,447.8	-1,486.9	-1,527.9

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: USDA, BMI.

<콜롬비아 옥수수 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
옥수수 생산	1,588.0	1,531.0	1,655.0	1,635.0	1,610.0	1,447.9
옥수수 소비	4,500.0	4,700.0	5,100.0	4,900.0	5,100.0	5,205.1
옥수수 순무역수지	-3,149.0	-3,383.0	-3,265.0	-3,300.0	-3,211.6	-3,457.3
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
옥수수 생산	1,610.00	1,447.9	1,597.5	1,675.8	1,761.1	1,844.5
옥수수 소비	5,100.0	5,205.1	5,373.9	5,658.7	5,990.2	6,331.6
옥수수 순무역수지	-3,211.6	-3,457.3	-3,490.6	-3,625.4	-3,827.7	-4,039.8

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: USDA, BMI.

<콜롬비아 보리 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
보리생산	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
보리소비	225.0	250.0	250.0	260.0	275.0	250.0
보리순무역량	-181.0	-234.0	-198.0	-243.0	-256.0	-211.0
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
보리생산	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
보리소비	275.0	250.0	250.0	268.6	277.2	284.1
보리순무역량	-256.0	-211.0	-216.5	-248.6	-263.4	-275.4

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: USDA, BMI.

6) 코코아 전망

<공급 전망>

- 2009/10 코코아 생산은 하반기 라니냐 현상으로 강수량이 적절하였기 때문에 이전에 예상했던 것보다 높았음. 생산량은 전년 대비 17.1% 증가한 42,290톤으로 추산됨. 콜롬비아 코코아의 45%는 중북부 지방인 Santander주에서 생산되고 있음. 미 국제 개발처 (USAID)의 지원과 더불어 코코아 생산 사업에서 밀려나고 있는 농가를 돕기 위해 다양한 대체작물 계획에 대한 투자가 발생하여 코코아 생산이 크게 개선됨. 이에 따라 코코아 재배 지역이 꾸준히 확산되어 2007년 83,400헥타르였던

경작지가 2010년 92,000 헥타르로 증가함. 노후된 플랜테이션을 현대화 하는 작업은 수확량 증가에 큰 도움이 됨. 그러나 2010년 말과 2011년 초의 폭우로 대규모 농작물 피해가 발생해 작황이 큰 타격을 입었기 때문에, 2010/2011년의 생산량은 감소할 것으로 보임. 서리꼬투리썩음병 (Moniliophthora (Monilia))의 발생이 증가했다는 보고도 있었으며 불리한 기후로 인한 카카오씨의 품질 저하는 수출 가능성에 부정적 영향을 끼쳤음. 현재 코코아 생산량은 39,150 톤으로 전년 보다 7.4% 하락할 것으로 전망됨

- 농업 기술의 현대화로 수확이 개선되면서 남은 전망기간 동안 생산량이 증가할 것이고 국제 시장의 가격 상승으로 농가에서는 코코아 경작지를 확장할 것으로 전망됨. 2015년 생산량은 2010년 보다 18.9% 증가한 50,100톤이 될 것으로 보임. 그러나 이러한 전망은 코코아 산업의 현대화 계획이 성공한다면 상향조정될 수 있음

<수요 전망>

- 콜롬비아 인구의 2/3가 30세 이하의 젊은층이다 보니 2000년대에 코코아 소비가 크게 증가함. Nestlé 같은 다국적 기업과 Grupo Nacional de Chocolates와 Alpina나 같은 대형 제과업체를 보유하고 있는 콜롬비아는 제과업 분야에서 상당히 앞서가는 국가임. 2004년에서 2008년 사이 코코아 소비는 34.0% 성장하여 45,300톤으로 정점에 달했으나 2009년 경기 침체로 인해 다시 42,850톤으로 하락함. 2010년에는 소비가 점차 되살아나 44,970톤으로 전년 대비 4.9% 증가할 것으로 예상되며, 2011년에는 콜롬비아 경제 회복으로 가처분 소득이 꾸준히 늘어 4.9%가 더 증가한 46,900톤이 될 것으로 보임. 2015년 까지 소비가 꾸준히 늘어 2010년 수준보다 14.2% 상승한 51,400 톤이 될 것으로 전망됨
- 이러한 상승세는 전망기간 후반기의 소득 증가로 인한 것이며, 인구 증가 또한 소비확대에 기여할 것임

<콜롬비아 코코아 생산, 소비, 무역>

(단위:천톤)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
코코아 생산 ¹	30.40	33.50	37.70	36.10	42.30	39.00
코코아 소비 ²	42.60	43.80	45.30	42.80	45.00	46.90
코코아 순무역수지 ²	-1.30	-1.60	-2.10	-2.80	-3.00	-2.20
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
코코아 생산 ¹	42.30	39.15	42.50	45.60	48.90	52.10
코코아 소비 ²	45.00	46.90	48.30	49.50	50.40	51.40
코코아 순무역수지 ²	-3.00	-2.20	-2.50	-2.70	-3.10	-3.50

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: ¹ Fedecacao, BMI. ²국제코코아기구, BMI

3. 식품산업 현황

3. 식품산업 현황

가. SWOT 분석

■ 식품산업 SWOT

강점	◦ 가공식품 부문이 전체 산업생산량의 21%, 일자리 창출 기여도 17%를 차지해, 지속적인 외국인 직접투자(FDI)를 유치함 ◦ 선진화된 소매업은 포장식품 및 고부가 식품의 탄탄한 판로 역할을 해옴 ◦ 특히 대형 식품 소매 부문은 라틴아메리카 내에서 가장 발전된 수준으로 인정받아 신제품 출시가 비교적 활발하게 이뤄지고 있음 ◦ 2009년 글로벌 경제위기 이후 비교적 탄탄한 회복세를 보이고 있음
약점	◦ 일부 부문의 경우 노후한 설비 시설과 생산공정 시설이 충분하지 않아 가공식품 업계는 지속적인 난항을 겪고 있음 ◦ 상당한 인구수가 가공식품을 구매할 여건이 안되고 소득에 따라 현지 소비 패턴의 격차가 큰 편임 ◦ 구매 결정 단계에서 가격이 가장 결정적 요인으로 꼽힘
기회	◦ 인구 평균 연령이 낮다는 점과 가처분 소득 및 여성인력의 수가 증가함에 따라 고부가 상품, 가공식품에 대한 수요는 늘어날 전망임 ◦ 건강상태에 대한 높은 관심으로 고부가 부문에 기회가 무궁무진함 ◦ 식·음료 제조사들은 대형 소매사와의 돈독한 관계를 바탕으로 최상의 기회를 찾을 수 있을 것으로 예상함
위협	◦ 미국과 자유무역협정 체결에 실패할 경우 콜롬비아의 식·음료, 농산물 수출에 큰 타격이 예상됨 ◦ 반대로 협정이 성공할 경우 수입식품이 급격히 늘어날 수 있어 현지 제조업자에게는 큰 부담이 될 수 있음. ◦ 식·음료 제조사가 한때 폭동세력의 타깃이 된 적이 있음 ◦ 소비자지출은 대출한도와 밀접한 관계에 있기 때문에, 대출제한이나 금리 인상시 식·음료 부문에 악재가 될 수 있음

■ 음료산업 SWOT

강점	◦ 잘 발달된 소매 분야는 포장 식품 및 고부가 식품제품의 탄탄한 판로가 되고 있음 ◦ 탄산음료 판매량은 2015년까지 25%가까이 늘어날 전망임 ◦ 콜롬비아에서 재배되는 커피는 전 세계에서 최상의 품질로 각광받을 뿐 아니라 국내 수요도 지속적으로 증가추세에 있음
약점	◦ 맥주 시장은 Bavaria(SABMiller 계열사)가 거의 장악하다시피해 다른 기업의 진입이 쉽지 않은 여건임 ◦ 세금인상으로 맥주판매량은 타격을 입어, SABMiller사에서는 판매량 하락을 발표한 바 있음 ◦ 와인 시장은 아직 크지 않으나, 2015년까지 완만한 성장세가 예상됨 ◦ 소비자의 구매 결정 과정에서 가격이 가장 결정적 요소이며 수입수준에 따라 소비 패턴은 현저한 차이를 보임
기회	◦ 인구 평균 연령이 낮다는 점과 가처분 소득 및 여성인력의 수가 증가함에 따라 고부가·가공식품에 대한 수요는 늘어날 전망임 ◦ 탄산음료의 소비는 지역 내에서 평균에 못 미치며, 그런 점에서 볼 때 성장 가능성이 무한한 분야라고 판단됨
위협	◦ 미국과 자유무역협정에 실패할 경우 커피를 포함한 농산물 수출에 큰 타격이 예상됨 ◦ 식음료 제조사가 한때 폭동세력의 타겟이 된 적이 있음 ◦ 세금인상으로 인한 맥주 판매량 회복은 예상보다 오래 걸릴 가능성이 있음 ◦ 소비자지출은 대출한도와 밀접한 관계에 있기 때문에, 대출 제한이나 금리 인상시 식음료 부문에 악재가 될 수 있음

나. 산업 전망

1) 소비자 전망

- 탄탄한 기반 덕분에 콜롬비아 소비자의 지출은 꾸준히 지속될 것으로 보여 식·음료 업계에 청신호가 예상됨
- 세계경제의 빠른 성장과 신용대출기준 완화에 힘입어 2004년부터 2007년까지 소비자 지출은 큰 폭으로 늘었다가, 2008~2009년 글로벌 경제 침체로 상황은 악화됨. 그러나 콜롬비아의 대표적 대형마트인 'Exito'가 발표한 자료에 따르면 국내 수요는 향후 지속적으로 증가할 전망이다
- 콜롬비아 내 급증하는 소매 판매량은 2011년에서 2012년까지 신용시장의 가파른 성장과 COP 강세로 수입품이 값싸지면서 민간 소비가 GDP성장을 주도할 것으로 전망함. 많은 부문에 시장진입이 제한되어있다는 점과 대출 시장이 상대적으로 충분히 확산돼있지 않다는 점으로 미뤄볼 때 콜롬비아 민간부문의 성장잠재력은 매우 크다 할 수 있음
- 소매 판매량의 급격한 성장은 소비자 신뢰의 저력뿐 아니라 민간 소비 규모의 잠재력, 나아가 향후 콜롬비아 경제를 이끌 소비자 성장의 기초가 얼마나 탄탄한지를 잘 보여줌. 이러한 가계소비의 빠른 성장 배경은 빠른 자본확대와 소비자신용을 꼽을 수 있고, 콜롬비아의 실질 GDP가 2011년, 2012년 각각 4.6%, 4.5%는 거뜰히 성장할 것으로 예상됨
- 소비자금융 수요는 여전히 활기를 띠고 있으며 신용확대로 콜롬비아 소비자의 지출성향은 더욱 뚜렷해지고 있음. 실업률 개선 덕분에 이런 흐름은 더욱 탄력을 받고 있으며 이로 인해 소비자신뢰를 촉진, 저축 대신 지출 성향이 강해질 것으로 내다보고 있음
- 또한 최근 콜롬비아는 주요 3대 신용등급 평가사로부터 투자등급을 받음에 따라, 투자 활동이 주춤할 가능성은 있어도 장기적으로 봤을 때 탄탄한 거시경제여건을 바탕으로 지속적인 투자유입이 이루어질 것으로 판단됨
- 실제로 탄산음료의 대표적 기업인 코카콜라 FEMSA는 최근 콜롬비아 내 생산시설에 대규모의 투자 계획을 전격 발표함. FEMSA에 따르면

신축되는 시설에 약 미화 1억6천만 달러를 투입할 예정이며 시설가동까지 3년~5년이 걸릴 것으로 내다봄. 홍보담당 부사장은 앞서 콜롬비아 시장을 비약적인 성장 가능성을 가진 지역이라 묘사한 적이 있으며, BMI도 아직 미성숙 단계에 있는 콜롬비아 시장이 장기적 관점에서는 가능성이 있다고 인정한 바 있음

<전망의 위험>

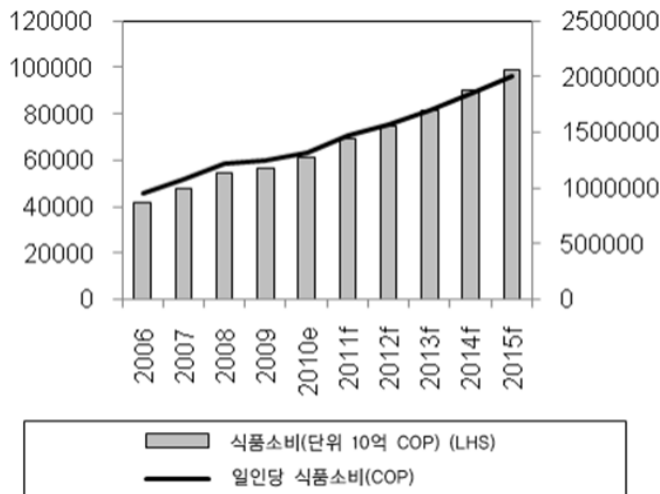
- **물가상승:** 물가가 빠르게 오르기 시작할 경우 중앙은행은 더욱 고강도의 재정긴축 정책을 펼 수 밖에 없어, 소비자수요가 심각하게 줄어들 가능성이 있음. 금리가 약간 상승하는 정도에 그치긴 했으나, 3.23%면 중앙은행이 설정한 2%~4% 범위에 해당하는 수치임
- **미 경기 침체로 인한 타격도 가능:** 콜롬비아의 최대 수출 대상국은 미국으로 2011년 1월~5월 기준 총 수출액 중 대미수출이 차지하는 비중은 약 42%에 이름. 이런 상황에서 미국 경제의 침체가 현실화 될 경우 콜롬비아의 경제성장은 큰 위기에 봉착할 가능성이 있을 것으로 예상함. 브라질을 포함한 몇몇 인접국의 경우 남남무역협정을 통해 경제대국인 중국과 교류에 큰 진척을 보인 반면, 콜롬비아는 수출 대부분이 아메리카에 한정된 상황으로 수출 기반이 상대적으로 다양하지 못함

2) 식품소비

<총 식품 소비>

- 장기적으로 꾸준한 경제성장과 실업률 개선에 따른 실질소득 증가로 향후 5년간 주류를 제외한 식·음료의 소매 부문 소비는 상대적으로 탄탄한 성장세가 예상됨. 2015년까지 1인당 지출액이 36%, 인구수는 10% 증가할 것이란 예측 하에 총 식품소비는 2011년보다 43%(COP 명목 성장률 기준) 가까이 증가해 990억 COP에 이를 것으로 추산함. BMI 예상 COP/USD 환율로 환산시, 향후 5년간 USD대비 COP강세가 예상되는 만큼, 총 식품 소비증가율이 USD 기준으로 약 81%에 달할 것으로 해석할 수 있음

<식품소비량: 2006-2015>



주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, BMI

필수식품이 아닌 초콜렛, 아이스크림, 요거트, 커피와 같은 기호식품의 수요 증가 추세를 적극 공략하기 위해 많은 제조사들이 콜롬비아에 투자함에 따라 고부가 상품 및 프리미엄상품에 대한 수요증가로 식품소비량은 계속적으로 늘어날 것으로 보임. Danone과 Nestlé를 비롯한 국제 해외 투자사들과 Grupo Nacional de Chocolates, AlpinaProductosAlimenticios 등의 현지 기업들은 이런 증가추세를 최대한 잘 활용하기 위해 예의주시하며 설비 증대를 목적으로 한 상당한 규모의 펀드에 투자하고 있음

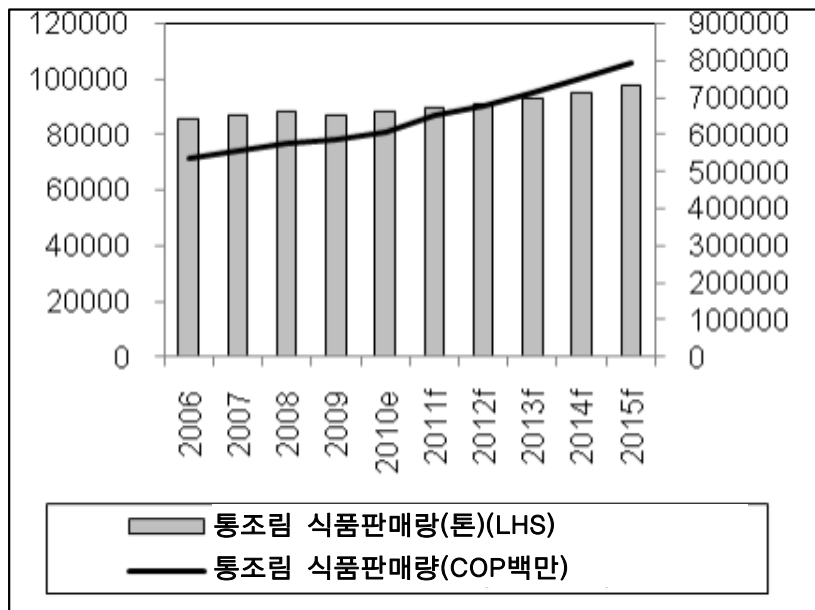
<콜롬비아 식품소비 지표>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
식품소비 (10억 COP)	47,960	54,617	56,752	61,233	69,312	74,367	81,668	90,034	98,926
식품소비 (10억 USD)	23.12	27.77	26.38	32.30	38.40	43.75	51.04	60.02	69.42
일인당 식품소비 (COP)	1,081,174	1,213,393	1,243,035	1,322,522	1,477,236	1,564,518	1,696,475	1,847,281	2,005,350
일인당 식품소비 (USD)	521	617	578	698	818	920	1,060	1,232	1,407
전년대비 총식품소비변화 (현지통화,%)	14.59	13.88	3.91	7.90	13.19	7.29	9.82	10.24	9.88

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, BMI

3) 통조림식품/조리식품

- 실질소득 증가로 편리한 식사대용을 찾는 소비자 수가 늘어남에 따라 통조림 식품 판매량은 2011년-2015년 사이 매출액은 (현지 통화, 명목 성장률) 22%, 물량은 8% 증가할 것으로 예상됨. UDS대비 COP 강세에 힘입어 USD 기준으로 보면, 54% 가까이 성장할 것으로 예상됨
- 투자심리가 회복되고 그에 따른 치안 상황 개선으로 생산설비 보수 및 확장에 식품제조업의 투자는 상당한 규모로 지속될 것으로 전망함. 그 중에서도 참치 통조림은 통조림 식품시장 전체 중 가장 탄탄한 성장이 예상되는 분야로 꼽을 수 있음. 참치통조림 생산 지역에 미국·유럽계 기업의 투자가 이어지면서 참치통조림 부문은 높은 품질과 생산이력관리에 있어서 크게 인정받아 다른 부문보다 빠르게 성장할 수 있었음. 카톨릭이 국교인 많은 라틴 국가에서는 고기 대신 어류를 전통적으로 먹는 연례 사순절 기간과 매주 금요일은 참치통조림에 대한 수요가 높아 내수 시장의 수요는 앞으로도 증가할 것으로 예상함



<통조림 식품 판매량>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
통조림식품 판매량 (톤)	86,725.45	88,036.03	86,801.94	88,355.06	89,849.03	91,092.01	92,960.02	95,120.66	97,392.57
통조림식품 판매량 (100만 COP)	558,664	578,159	586,540	608,242	651,003	676,521	711,746	751,525	793,499
통조림식품 판매량 (백만 USD)	269.3	294.0	272.6	320.8	360.7	398.0	444.8	501.0	556.8

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, FENALCO, BMI

<스낵류>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
잼, 젤리 생산량 (톤)	46,905.34	51,557.13	53,528.93	59,463.94	66,034.32	73,329.62	79,952.16	88,000.48	96,039.31
전년대비 잼, 젤리 생산량 변화 (톤, %)	22.03	9.92	3.82	11.09	11.05	11.05	9.03	10.07	9.13
잼, 젤리 판매량, 톤	44,813.69	51,912.40	54,073.83	60,730.90	65,685.32	71,220.50	75,941.62	82,103.91	88,294.87
전년대비 잼, 젤리 판매량 변 화 (톤, %)	27.47	15.84	4.16	12.31	8.16	8.43	6.63	8.11	7.54
일인당 잼, 젤리 판매량(kg)	1.01	1.15	1.18	1.31	1.40	1.50	1.58	1.68	1.79
잼, 젤리 수출량(톤)	7,934.00	5,518.84	3,096.77	3,497.47	5,552.35	7,957.69	10,549.48	13,174.22	16,038.33
전년대비 잼, 젤리 수출량 변화 (톤, %)	1.86	-30.44	-43.89	12.94	58.75	43.32	32.57	24.88	21.74
잼, 젤리 수입량(톤)	5,842.35	5,874.10	3,641.67	4,764.42	5,203.35	5,848.56	6,538.94	7,277.65	8,293.90
전년대비 잼, 젤리 수입량 변화 (톤, %)	29.65	0.54	-38.00	30.83	9.21	12.40	11.80	11.30	13.96
잼, 젤리 무역수지 (톤)	2,091.64	-355.27	-544.90	-1,266.96	349.00	2,109.12	4,010.54	5,896.57	7,744.43
전년대비 잼, 젤리 무역수지 변화 (톤, %)	-36.28	-116.98	53.38	132.51	-127.55	504.33	90.15	47.03	31.34

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: UN, BMI

<생 파스타>

	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
파스타 생산량 (톤)	727,532.60	756,051.07	841,890.06	936,918.63	1,042,431.80	1,138,214.62	1,254,618.89	1,370,885.76
전년대비 파스타 생산량 변화 (톤, %)	10.19	3.92	11.35	11.29	11.26	9.19	10.23	9.27
파스타 판매량 (톤)	730,446.44	759,091.93	845,421.05	940,496.51	1,046,100.79	1,141,980.45	1,258,493.69	1,374,937.42
전년대비 파스타 판매량 변화 (톤, %)	10.10	3.92	11.37	11.25	11.23	9.17	10.20	9.25
일인당 파스타 판매량 (kg)	16.23	16.63	18.26	20.04	22.01	23.72	25.82	27.87
파스타 수출량 (톤)	103.62	95.59	110.05	184.19	270.99	364.51	459.22	562.57
전년대비 파스타 수출량 변화 (톤, %)	350.52	-7.75	15.13	67.38	47.12	34.51	25.98	22.51
파스타 수입량 (톤)	3,017.46	3,136.45	3,641.04	3,762.07	3,939.97	4,130.33	4,334.02	4,614.23
전년대비 파스타 수입량변화 (톤, %)	-5.42	3.94	16.09	3.32	4.73	4.83	4.93	6.47
파스타 무역수지 (톤)	-2,913.84	-3,040.86	-3,531.00	-3,577.87	-3,668.99	-3,765.82	-3,874.80	-4,051.66
전년대비 파스타 무역수지 변화(톤, %)	-8.00	4.36	16.12	1.33	2.55	2.64	2.89	4.56

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: UN, BMI

<즉석 파스타>

즉석 파스타 생산량(톤)	10,644.79	11,109.80	12,509.45	14,058.96	15,779.41	17,341.21	19,239.26	21,135.06
전년대비 즉석 파스타 생산량 변 화 (톤, %)	11.49	4.37	12.60	12.39	12.24	9.90	10.95	9.85
즉석 파스타 판 매 량 (톤)	11,719.19	11,588.79	13,192.66	14,818.08	16,651.36	18,333.84	20,361.31	22,436.62
전년대비 즉석 파스타 판매량 변화(톤, %)	11.86	-1.11	13.84	12.32	12.37	10.10	11.06	10.19
일인당 즉석 파스타 판매량(kg)	0.26	0.25	0.28	0.32	0.35	0.38	0.42	0.45
즉석 파스타 수출량(kg)	0.23	8.04	8.37	12.40	17.12	22.21	27.36	32.98
전년대비 즉석 파스타 수출량 변화, (톤, %)	-45.41	3,365.52	4.07	48.20	38.07	29.71	23.20	20.55
즉석 파스타 수입량(톤)	1,074.64	487.03	691.57	771.53	889.07	1,014.84	1,149.41	1,334.54
전년대비 즉석 파스타 수입량 변화(톤, %)	15.61	-54.68	42.00	11.56	15.23	14.15	13.26	16.11
즉석 파스타 무역수지(톤)	-1,074.41	-478.99	-683.20	-759.13	-871.95	-992.63	-1,122.05	-1,301.56
전년대비 즉석 파스타 무역수지 변화(톤,%)	15.64	-55.42	42.63	11.11	14.86	13.84	13.04	16.00

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: UN, BMI

4) 제과류

- 초콜릿과 같은 비필수품은 실질소득이 증가함에 따라 지난 몇 년 간 사상 최고치의 판매고를 올렸음. 2009년까지 5년간 콜롬비아 제과 판매량은 27% (현지 명목통화 기준) 증가했음. 2009년 초콜릿은 총 제과 시장의 67%를 차지해 사탕류(26%), 김(7%)를 제치고 최고의 판매량을 보였음
- 2011년에서 2015년, 총 판매량은 현재 수준에서 25%가량 더 증가할 것으로 예상됨. 콜롬비아 인구의 3명중 2명 꼴이 30세 미만이라는 점에서 수혜가 예상됨. 다른 시장과 마찬가지로 콜롬비아의 제과 판매량 역시 건강과 웰빙 트렌드에 따라 민감하게 반응할 수 있으며, 이 같은 연관 관계는 저가당, 무지방을 특징으로 한 신제품에도 잘 나타나있음

<제과류 판매량>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
총 제과 판매량 (톤)	70,000.00	70,609.09	69,626.59	71,219.08	72,750.90	74,025.38	75,940.73	78,156.12	80,485.60
전년대비 총 제과 판매량 변화(톤,%)	2.94	0.87	-1.39	2.29	2.15	1.75	2.59	2.92	2.98
총 제과 판매량 (백만 COP)	993,209	1,046,620	1,067,587	832,703	899,839	939,512	995,291	1,058,492	1,125,246
전년대비 총 제과 판매량 변화 (COP,%)	5.65	5.38	2.00	-22.00	8.06	4.41	5.94	6.35	6.31
김 판매량 (백만 COP)	78,670	80,583	81,324	83,756	86,804	88,232	91,218	94,801	98,646
사탕 과자류 판매량 (백만 COP)	257,644	267,341	269,841	278,338	295,081	305,073	318,865	334,440	350,875
초콜릿 판매량 (백만 COP)	993,209	1,046,620	1,067,587	1,111,041	1,194,920	1,244,585	1,314,155	1,392,932	1,476,121

총 제과 판매량 (백만 USD)	478.8	532.2	496.3	586.0	662.0	732.1	821.3	928.6	1,035.9
껌 판매량 (백만 USD)	37.92	40.97	37.80	44.18	48.09	51.90	57.01	63.20	69.22
사탕 과자류 판매량 (백만 USD)	124.2	135.9	125.4	146.8	163.5	179.5	199.3	223.0	246.2
초콜릿 판매량 (백만 USD)	316.7	355.3	333.0	395.0	450.4	500.8	565.0	642.5	720.4

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, FENALCO, BMI

5) 음료

■ 온음료

- 판매량 기준으로 커피 소비는 연간 60kg기준 120만 포대, 일인당 1.5kg을 마신 꼴로 지난 5년간 상대적으로 증감이 없었음. 전 세계적으로 이만큼의 소비량은 보통에 해당하나 일인당 4.6kg를 소비하는 브라질과 4kg를 소비하는 아르헨티나에 비해 크게 낮은 수준임
- 콜롬비아 커피 시장은 주로 인스턴트 커피가 차지하고 있으며, 최근 몇 년 간 성장세는 그리 주목할 만한 수준은 아니었음. 최상위 품질의 콜롬비아 커피원두는 과거 전통적으로 수출용으로 거래되었으며 더욱 까다로운 입맛을 가진 해외 소비자는 고급커피라면 프리미엄까지 지불해가며 사곤 했었음
- 그러나 그 같은 상황은 자국 소비자들도 고급 커피를 소비해줄 것을 요청하는 캠페인을 Compania Nacional de Chocolates과 현지 커피산업 협회인 Fedecafe가 실시하면서 조금씩 달라지고 있음. 모든 주요 도시에 고급 커피전문점 및 카페가 일주일 단위로 빠르게 늘어나고 있어, 커피 생산자는 새로운 판매처를 확보할 뿐 아니라 매출도 올리는 기회가 되고 있음. 이처럼 BMI는 2011년에서 2015년까지 약 5년 동안 커피 분야가 15% 이상 성장해 1조1430억 COP 규모에 달할 것으로 예상함

- 콜롬비아의 차(茶)시장은 상대적으로 작은 편이지만, 건강에 대한 관심 및 차 유통업 관계자들의 마케팅 시도가 증가하는 점을 볼 때 차 소비는 앞으로 5년간 가파른 성장세를 보일 전망이다

<온음료 판매량>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
커피 판매량 (백만 COP)	891,317	915,925	922,359	947,107	991,885	1,017,475	1,055,187	1,098,238	1,143,791
커피 판매량 (백만 USD)	429.7	465.7	428.7	499.5	549.5	598.5	659.5	732.2	802.7
차 판매량 (백만 COP)	2,706	2,778	2,800	2,842	3,050	3,156	3,241	3,319	3,391
차 판매량 (백만 USD)	1.30	1.41	1.30	1.50	1.69	1.86	2.03	2.21	2.38

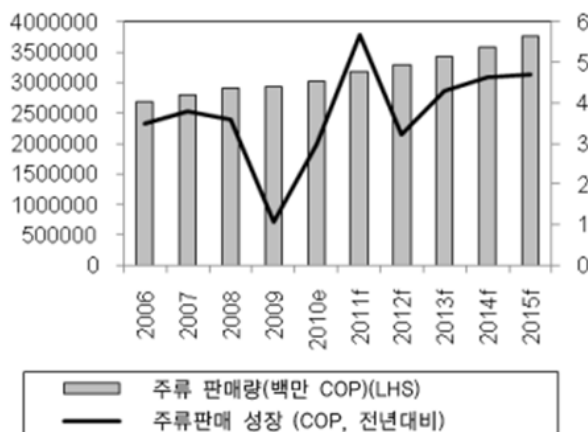
주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, FENALCO, BMI

■ 주류

- 2005년 개인당 맥주 소비량은 뚜렷한 증감이 없는 낮은 수준으로 현지 기업인 Bavaria가 맥주시장 전반을 주도했음. 부유층 소비자 사이에선 맥주에 대한 이미지가 부정적으로 형성되어 있었으며, Bavaria는 포장만 약간 다른 맥주로 인식되는 브랜드였음. SABMiller는 2005년 Bavaria을 인수, Bavaria 브랜드 이미지 차별화, 프리미엄급 이탈리아 맥주 브랜드인 Peroni를 주력상품으로 출시하는 등 성공적인 마케팅 전략을 펼쳤음
- 그 덕분에 SABMiller가 시장에 진입한 이후 수년간 맥주 소비량은 크게 증가했고, 시장은 더욱 성숙해지고 소비자는 전세계 다양한 맥주의 세계에 눈뜨게 됨. 다른 주류 부문의 양조업자에게도 전환점이 됐을 뿐 아니라 소비자 역시 다양한 프리미엄급 맥주를 접할 수 있게 됨

- 2010년 2월 1일 3%였던 맥주 부가세가 14%로 오르면서 평균 맥주 판매가는 8% 인상되는 결과를 초래함. SABMiller는 수익률 손해를 감수하지 못하고 이 부담을 가격에 반영시켜 판매량이 대폭 하락함. 2011년 3월 기준 콜롬비아 내 판매량은 6%가량 떨어졌고 1%에 그친 판매량 증가를 보이며 라틴 아메리카에서 부진한 실적을 보였음
- 콜롬비아 맥주 시장의 90%를 SABMiller가 점유하는 상황에서, 경기침체에서 시장이 막 회복신호를 보였음에도 불구하고 이러한 판매량 하락은 전반적인 소비 수준이 큰 폭으로 떨어졌음을 시사함. 2010년 SABMiller가 경험한 막대한 판매량 감소는 그 여파가 우리 예상보다 더욱 광범위하고 오래 지속될 가능성이 있음을 보여줌. 최근 부과된 주류세로 인한 여파를 포함시키고자 예상 수정함
- 이러한 세금인상은 예측기간 동안 수요에 대한 지속적인 압박 요인으로 작용할 것으로 보임. 그러나 콜롬비아 중산층 소비자 내 맥주 선호도가 높아짐에 따라 2011년에서 2015년 맥주 판매량은 10%가량 늘어날 것으로 보임. 세계 프리미엄급 맥주를 음미하는 소비자가 늘면서 총 판매량은 다소 빠른 속도로 늘어날 전망이다

< 주류 판매량 >



- 콜롬비아의 와인 소비량은 매우 낮음. 포도재배에 적합하지 않은 기후와 맥주에 대한 기호가 상대적으로 높아 콜롬비아는 주요 와인 생산국으로

보기 어려움. 소비량이 낮아 도시 중심부를 벗어나면 고급와인을 구하기 힘들거나 다른 주류에 비해 비싼 가격으로 사야 하는 가능성이 있음. 수입 와인에 부과되는 높은 관세로 상황은 더 악화되어 와인 수요를 제한하고 결국 콜롬비아 내 와인 문화가 자리잡는 데 걸림돌로 작용할 수 있음. 제한된 소비계층에도 불구하고 향후 5년간 맥주보다 빠른 속도로 완만한 성장세를 보일 것으로 예상됨. 씬층이 커진 소비자가 늘어나고 식사나 특별한 행사 시 종종 와인을 찾는 부유한 중산층이 나타남에 따라 이 같은 성장세가 가능할 것으로 예측됨

- 증류주(spirit) 소비량은 꽤 높은 편이나 향후 5년간 판매량은 매우 더딘 속도로 늘어날 전망이다. 가장 대중적인 증류주인 럼과 aguardiente는 모두 사탕수수를 원료로 함. 아니스맛의 aguardiente(‘불타는 물’이라는 뜻을 지닌 일종의 막소주)는 칵테일로 섞기보다 주로 스트레이트로 마시는 대표적인 증류주임. 자국에서 제조되는 aguardiente가 대중적으로 인기가 있기는 하나, 세계적인 증류주 회사의 대표적 브랜드가 주요 도시의 부유한 상권을 중심으로 진출하고 있어, 앞으로 소비량 증가에 대한 촉매 역할을 할 것으로 예상됨. 이를 뒷받침할 한 사례로 2009년 4월 SWA (스카치 위스키 협회)는 빠른 성장이 예상되는 역동적인 시장으로 콜롬비아를 꼽으며 스카치위스키 마케팅을 강화할 것이라고 밝힌 바 있음

<주류 판매량>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
주류 판매량 (백만 COP)	2,798,686	2,899,566	2,930,978	3,018,026	3,189,543	3,291,897	3,433,186	3,592,742	3,761,106
전년대비 주류 판매량 변화 (COP,%)	3.80	3.60	1.08	2.97	5.68	3.21	4.29	4.65	4.69
주류 판매량 (백만 USD)	1,349	1,474	1,362	1,592	1,767	1,936	2,146	2,395	2,639
주류 판매량 (백만 리터)	1,238	1,248	1,233	1,260	1,285	1,307	1,338	1,375	1,414

전년대비 주류 판매량 변화 (리터,%)	2.59	0.77	-1.13	2.15	2.02	1.65	2.44	2.75	2.82
맥주 판매량 (백만 리터)	1,145	1,154	1,141	1,166	1,189	1,209	1,239	1,274	1,310
와인 판매량 (백만 리터)	22,30	22,68	21,94	23,01	24,04	24,89	26,18	27,67	29,23
증류주 판매량 (백만 리터)	70,90	71,14	70,77	71,33	71,87	72,32	72,99	73,77	74,59

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, FENALCO, BMI

■ 탄산음료

- 다국적 기업과의 경쟁으로 현지 음료 브랜드는 심각한 타격을 입을 것으로 예상됨. 2009년 2월 멕시코 Coca-cola FEMSA와 TCCC(Coca-Cola Company)는 세계 최대규모 맥주회사인 SABMiller의 콜롬비아 자회사인 Bavaria의 생수 브랜드 Agua Brisa를 공동 인수하기로 함. 한편 2009년 6월 Coca-Cola FEMSA 홍보담당 부회장인 Felipe Marquez는 콜롬비아가 무한한 성장 잠재력을 가진 시장이라고 평가하며 2010년 콜롬비아에 1억 1900만 달러를 투자할 계획을 밝힘. 이런 관심으로 전반적인 부문의 성장이 촉진될 것으로 예상되는 한편, 열띤 경쟁구도로 인해 Postobon과 Quala 같은 현지 브랜드는 심각한 도전에 직면할 것으로 예상됨
- Coca-Cola FEMSA는 트럭, 케이스, 창고 등을 재정비 하는 등 Agua Brisa의 공급망을 강화하는 데 올해 8백만 달러를 투자할 계획으로 알려짐. 생수 시장의 약 32%를 점유하고 있는 Agua Brisa는 세계 양대 탄산음료 기업으로부터의 지원을 받고 있는 만큼 향후 시장점유율은 계속해 늘어날 것으로 전망됨. TCCC는 콜롬비아 내 판매율 2위에 해당하는 생수 브랜드도 보유하고 있어 판매율 3위인 Agua Cristal 브랜드의 모기업인 Postobón을 포함해 영세한 현지 브랜드는 점점 설 자리가 줄어들 것으로 예상됨

- FEMSA와 TCCC가 공동 인수한 또 다른 기업 Jugos del Valle stable의 주스음료 출시에 상당한 비중의 투자가 이루어질 전망이다. Jugos는 브라질에서 1위, 멕시코에서 2위로 잘 팔리는 주스 브랜드로 FEMSA와 TCCC 양사는 라틴 아메리카 전체의 주스 시장을 확보하겠다는 야심찬 계획을 갖고 있음. 남미 소비자들 사이에서도 미국·유럽과 마찬가지로 건강을 생각한 인식의 전환이 빠르게 나타나고 있어 몸에 좋은 주스음료에 대한 수요는 확대될 것으로 보임. FEMSA는 앞으로 차가운 차 음료와 콜롬비아 유통망에도 투자할 계획을 가지고 있으며, 2011년 초 콜롬비아에 3년-5년 내 가동을 목표로 한 공장을 세우는 데 1억6천만 달러를 투입할 계획도 밝힘
- 음료시장에 대한 본 사의 예측은 이러한 전개상황과 일맥상통함. 탄산음료 판매량은 2011년에서 2015년까지 약 25% (현지 통화 기준, 물가상승률 배제) 가까이 늘어날 것으로 예상됨. 건강에 대한 인식 확산으로 탄산음료 판매량은 다소 주춤할 것으로 예상됨. 그러나 생수, 과일 주스, 기능성 음료의 경우 제조사의 공격적인 마케팅과 판촉전략에 따라 큰 성장세를 보일 것으로 예상됨

<탄산음료 판매량>

	2007	2008	2009	2010e	2011f	2012f	2013f	2014f	2015f
탄산음료 판매량 (백만 리터)	2,525	2,540	2,523	2,565	2,581	2,597	2,626	2,660	2,695
전년대비 탄산음료 판매량 변화 (리터,%)	1.28	0.59	-0.66	1.65	0.64	0.60	1.12	1.30	1.32
탄산음료 판매량 (백만 COP)	3,598,879	3,737,570	3,796,551	3,959,696	4,315,305	4,516,892	4,780,418	5,072,460	5,377,745
전년대비 탄산음료 판매량 변화 (COP,%)	4.06	3.85	1.58	4.30	8.98	4.67	5.83	6.11	6.02
탄산음료 판매량 (백만 USD)	1,735	1,900	1,765	2,089	2,391	2,657	2,988	3,382	3,774

주) e/f=BMI 측정치/전망. 출처: 통계청, FENALCO, BMI

다. 시장특성

1) 식습관 및 문화

- 콜롬비아에는 대부분의 사람들이 먹는 하루 동안의 3가지 주요 코스가 있음
- 아침식사는 아침 일찍 함. 근무일에는 아침 5-7시 경, 주말에는 8:30-10:30분 경 아침 식사를 함. 주로 계란, 빵, 핫코코아, agua de panela (사탕수수를 곁들인 달콤한 음료)를 먹고, 때때로 시리얼, 육류, 밥, 콩 및 베이컨 등을 먹기도 함
- 콜롬비아 사람들의 아침식사는
 - 23.4%가 매일 계란을 먹음
 - 22.3%는 주스를 마심
 - 34.5%는 빵, 크래커 또는 arepa(얇고 둥근 옥수수 덩어리)를 먹음



- 4.4%는 시리얼을 먹음
- 50%는 커피를 마심
- 30%는 핫초코를 마심
- 점심시간은 보통 12시부터 2시까지임. 점심식사로써는 감자, 파스타, 밥 등 탄수화물과 수프, 그리고 어떤 경우에는 야채도 먹음(제품의 양과 질은 경제적 수용력에 달려 있음)
- 저녁식사: 저녁식사 시간은 7-9시까지로, 점심때와 비슷한 양을 먹는 사람들도 있고 가볍게 먹는 사람들도 있는 등 매우 다양함
- 디저트: 콜롬비아에서는 bocadillo(구아바를 섞어 만든 것으로 단맛이 남), 밀크카라멜, 시럽을 곁들인 과일과 쿠키 등 단맛이 나는 디저트를 주로 즐기며, 푸딩, 티라미수, 나폴레옹 케익 등을 먹기도 함

● 과자류는 콜롬비아에서 매우 흔함. 하루 종일 사탕, 쿠키, 그라놀라, 초콜릿 등을 먹거나 박하나 껌을 씹기도 함

● 콜롬비아는 파스타와 밥의 나라로 여겨짐. 주로 소비되는 제품은

- 시리얼 19.3%
- “노점상” 제품 39.5%
- 패스트푸드 50%
- 생선 61.1%
- 간식 69.9%
- 가공육류 73.6%
- 사탕 76.6%
- 야채 76.9%
- 과일 87.2%
- 가금류 93%
- 튀긴 음식 95.2%
- 육류 95.6%
- 계란 96.4%
- 빵, arepa(옥수수로 만든 전병), 크래커 98.4%
- 밥과 파스타 99.6%

● 영양학자들은 콜롬비아 사람들의 파스타와 쌀 소비가 높은 것은 저렴한 가격, 잘 부패하지 않는다는 특징, 포만감 때문이라고 설명함. 파스타와 쌀은 전통적으로 섭취해온 음식물이기도 함

● 건강에 좋지 않은 식습관은

- 12.7%는 과일을 먹지 않음
- 32%는 매일 튀긴 음식을 먹음
- 15.2%는 매일 스낵류를 먹음
- 36.6%는 매일 사탕을 먹음

출처: Ensin ICBF

2) 소비 트렌드

- Kantar Worldpanel Consumer Watch가 최근 남미 국가의 수도에 거주하는 9,000 가정을 대상으로 조사한 결과, 콜롬비아의 가정들은 64%가 국내 경제에 대한 긍정적인 전망을 내비쳤음. 이러한 경제의 낙관론은 낮은 이자율로 장기간 지불 가능한 내구재 소비의 증가로 나타남
 - 2009년 7월부터 2010년 7월 동안 차량과 가구 판매량이 40% 증가하였음
- 실제로 콜롬비아의 소비자들은 사회적 지위를 상승시키는 집을 구입하거나, 교육적 목적으로 저금을 하는 수가 많은 것으로 파악되었으며, 이는 소비자들이 비내구재, 특히 음식에 있어서 매우 합리적인 소비를 하고 있음을 의미함
- 2010년 콜롬비아 소비자의 83%가 할인 행사와 프로모션에 관심을 보이는 것으로 나타났으며, 62%가 저렴한 상표의 식품을 구매하는 것으로 나타남
 - 대표적인 품목으로는 기름, 쌀, 빵, 과자, 소스, 파스타 등
- 비만에 대한 걱정이 대두되는 추세이며, 이러한 현상은 남성들보다 여성들 사이에서 더욱 두드러짐
 - 44%의 주부들이 식품과 음료를 고를때 칼로리가 낮은 것을 고른다고 응답하였음
 - 또한 포장지에 영양정보가 잘 기입되어 있고, 보관하기 쉬우며, 사용법 혹은 보관법 설명이 잘 되어 있는 식품을 선호하는 것으로 나타남
- 2006년 유기농 식품 관련법이 제정되면서 소비자들의 관심이 높아지고 있으나, 콜롬비아의 유기농 식품 시장은 아직 발전이 미흡한 상태임

3) 콜롬비아 식품시장 개관

- 콜롬비아의 식품 시장은 국내 경제에 있어서 매우 큰 부분을 차지하여 국내 총 산업 생산량의 23%와 산업 종사자의 18%를 차지함(2006년 기준 국내 GDP 대비 8% 차지)
- 도정업, 유제품과 커피 생산, 과일, 채소, 지방과 오일, 조리식품, 육류, 생선류, 설탕과 과자류, 베이커리 및 패스츰리 등이 주요 식품 산업 부문임

- 특히 콜롬비아는 세계의 주요 조리식품 생산국인데, 그 품목으로는 소스와 양념류, 유제품, 아침대용 시리얼, 과자류, 제빵류, 닭 사료, 애완동물 사료, 오일, 마가린 등이 있음

< 유제품 시장 규모 및 전망 >

(단위 : 톤)

구 분	버 터		치 즈		아이스크림	
	생산량	판매량	생산량	판매량	생산량	판매량
2009	20,200	22,650	57,000	60,070	88,000	86,016
2010e	20,200	22,638	57,000	61,416	97,430	95,403
2011f	20,497	23,206	57,952	62,563	108,295	106,024
2012f	20,790	23,679	58,889	63,518	118,988	116,432
2013f	21,077	24,390	59,810	64,952	129,491	126,628
2014f	21,426	25,212	60,929	66,611	142,260	139,086
2015f	21,775	26,076	62,046	68,355	155,012	151,500

자료 : BMI

주 : e/f = BMI 측정치/전망

- 콜롬비아의 유제품 산업 시설들은 거의 대부분 태평양 연안에 위치하여 있는데, 이는 국내 젖소 사육이 태평양 연안에 집중되어 있기 때문임
 - 콜롬비아는 안데스 지역의 최대 우유 생산국으로서, 수출 잠재력이 매우 높음. 그러나 최근 수출량은 총 생산량 대비 비중이 매우 작으며, 국내 소비량이 총 생산량의 98%에 이름

< 육류 가공품 시장 규모 및 전망 >

(단위 : 톤)

구 분	베이컨/햄		소시지	
	생산량	판매량	생산량	판매량
2009	15,353	15,410	298,066	298,184
2010e	16,297	16,369	330,255	330,387
2011f	17,384	17,462	367,341	367,478
2012f	18,454	18,541	403,841	403,985
2013f	19,506	19,602	439,695	439,847
2014f	20,784	20,890	483,440	483,440
2015f	22,060	22,180	526,981	526,981

자료 : BMI

주 : e/f = BMI 추산/예측

- 콜롬비아의 육류 시장은 2000년대 초반 구제역의 발발로 인해 난항을 겪었으며, 수출활동에 제한을 받음. 그러나 최근 정부가 구제역에 감염되지 않은 북부 지방에서의 가축생산량을 늘리기 위한 강력한 정책을 펼침으로써 생산량은 증가하는 추세임

- 가축 사육은 콜롬비아의 주 산업 중 하나이며, 약 3,700만 ha의 토지에서 약 2,400만 마리의 가축이 사육되어지고 있음. 이는 세계 가축생산량의 2%에 해당하는 수치이며, 이들 중 약 60%가 식용 고기 생산에 사용됨

< 생선 시장 규모 및 전망 >

(단위 : 톤)

구 분	냉동 생선		저장(preserved) 생선	
	생산량	판매량	생산량	판매량
2009	149,490	123,102	22,192	68,788
2010e	168,965	149,045	24,127	75,362
2011f	191,402	173,614	26,356	78,415
2012f	213,484	198,960	28,550	82,131
2013f	235,175	224,139	30,705	85,905
2014f	261,544	254,271	33,325	90,331
2015f	287,879	285,940	35,942	95,809

자료 : BMI

주 : e/f = BMI 추산/예측

- 콜롬비아의 해산물 산업은 내수소비와 수출 두가지 목적이며, 주요 생산품종은 참치, 잔새우, 새우, 랍스터, 도미, 소라고동임. 그 중에서도 새우, 붉은/흰 틸라피아, 무지개송어, 카차마 산업이 발달함
- 주요 수출국은 미국, 일본, 유럽 등이나, 남아메리카 국가들과 아시아 국가들과의 관세협정이 추진되어지고 있음
- 콜롬비아에서 어획되어지는 생선의 종류는 매우 다양하나 양은 그리 많지 않음. 그럼에도 불구하고 국제 시장에서는 높은 가격을 받고 있음
- 콜롬비아에서 어획되는 생선의 종류는 매우 다양하나 양은 많지 않음. 그럼에도 불구하고 국제 시장에서는 높은 가격에 판매되고 있는 실정임

4) 음료시장 동향

■ 온음료

- 콜롬비아는 브라질 다음으로 세계 2위 규모의 커피 생산국이며, 자국의 커피 시장도 비교적 큰 편임. 최근 세계 경기 침체에도 불구하고, 콜롬비아 커피 산업은 위기를 잘 견뎌내고 있고, 심지어 연료 및 필수품 가격의 하락으로 인해 이익을 보고 있기도 하기 때문에 콜롬비아 커피생산자협회(Fedecafe)는 커피 (특히 콜롬비아 커피)가 다른 많은 상품들에 비해 비교적 안정적인 위치에 있다고 여김
- 세계 최고라는 콜롬비아 커피의 명성은 굳건한 수출 수요로 이어지고 있음
- 또한 BMI는 최근 세계 유가 하락으로 인해 운송 및 비료와 관련된 높은 비용의 일부가 완화되어 생산자들이 양호한 이익 마진을 얻게 되어 생산이 증가할 것이라고 여김. 게다가, 가격이 너무 하락하는 경우 수출세(tax)를 이용, 생산자로부터 작물을 구입하여 부족한 시기에 대비해 비축해 놓는 등 자국의 커피 생산 개발을 지지하기 위해 Fedecafe가 다방면으로 역할을 하고 있음. 이 협회는 전기 및 운송과 같은 주요 인프라 시설의 개발에 기여하고 있으며, 이는 활발한 생산을 가속화하는 요인으로 작용함
- 내수 시장에서 점점 증가하는 미국 스타일의 커피 전문점은 커피 소비를 지지하고 있음. 콜롬비아 커피전문점 체인인 Juan Valdez는 2002년 콜롬비아에서 영업을 시작했고, 이제 자국 내에서 약 100여 개의 점포를 운영하고 있음. 이러한 점포들은 공항이나 쇼핑몰에 가면 어디서나 볼 수 있으며 종종 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 운영되고 있기도 함. 이 체인은 특히 Juan Valdez 브랜드의 관리를 위해 설립된 지주회사 Procafecol에 의해 운영되고 있음. 약 84%의 Procafecol이 Fedecafe의 소유이며, 나머지 점포는 22,500명의 콜롬비아 커피 생산자들이 소유하고 있음
- Juan Valdez 체인은 콜롬비아 소비자들이 보다 양질의 커피를 소비하도록 권장하기 위한 Fedecafe의 노력의 일환으로 고안된 것임. 전통적으로 최상급 콜롬비아 커피 콩은 보다 양질의 커피를 사기 위해 더 비싼 가격을 지불할 준비가 되어 있는 수출 시장에 수출되어 왔음. Juan Valdez 점포 수의 급속한 증가는 이러한 전략이 성공을 거두었음을 시사함. 이는 2002년부터 2007년

사이에 커피 판매가 14.6% 증가하면서 콜롬비아 내 커피 소비가 성장세를 보인 덕분에 가능한 일임. 내수 시장에서 높은 등급의 커피에 대한 인지도가 확산되기 시작하면서, 이 회사는 이제 이 지역의 다른 국가들에서 유사한 혁신을 시작하려는 열망을 품고 있음



■ 청량음료와 생수

- 탄산음료는 청량음료 소비의 약 2/3를 차지함. 탄산음료 부문은 The Coca-Cola Company(TCCC)와 PepsiCo의 제품들로 지배되며, 이 두 회사는 전체 판매량의 약 80%를 점유하고 있음. Coca-Cola의 생수 브랜드 Indega도 또한 수익성이 좋은 생수 부문에서 판매량 2위를 기록함. 생수 시장은 대규모이며 국내 수돗물을 마시는 것이 종종 안전하지 않다는 사실로 인해 이득을 보고 있음
- 청량음료 부문의 또 다른 주요 참가자는 Ardila Lulle Holding의 기업인 Postobón으로 23개의 생산 공장을 운영함. 이 회사는 자체 브랜드의 다양한 탄산 청량음료(Postobón, Colombiana, Hipinto, Breña), 생수(Agua Cristal), 과일음료(Hit, Capitán Frutonita)를 생산할 뿐만 아니라 PepsiCo의 제조업체이기도 함. 제품은 남아메리카, 중앙아메리카, 카리브해 지역 전역으로 수출됨. Postobón은 생수 부문에서 약 50%, 과일주스 부문에서 35%의 시장 점유율을 차지하고 있음



- SABMiller가 소유하고 있는 Bavaria는 이전에 청량음료 부문의 주요 참가자였으나 핵심인 양조 사업에 집중하기 위해 이 자산을 매각하고 있음. 2008년 8월 Bavaria는 자신의 Agua Brisa 생수 사업을 TCCC와 라틴 아메리카 탄산음료 제조업체 Coca-Cola FEMSA에 매각함
- Coca-Cola FEMSA에 따르면 이 매각을 통해 생수 사업에서의 시장 점유율이 증가하여 기존 포트폴리오를 보완할 수 있을 것으로 예상됨. Agua Brisa는 2007년 4천7백만 개를 판매했음. 해당 제품은 콜롬비아에 있는 13개 공장에서 생산되며 230개 점포를 통해 판매되고 있음. 이후 2009년 3월 Bavaria는 자신의 Pepsi 생수 업체인 Bebidas y Aguas Gaseosa Occidente를 Anheuser-Busch InBev의 지부인 Quinsa에 약 US\$3천 7백만 달러에 매각함
- Coca-Cola FEMSA는 현재 최대의 생수 브랜드를 공동 소유하고 있을 뿐만 아니라 콜롬비아 최대 청량음료 생산업체로서 광범위한 Coca-Cola 제품을 안정적으로 판매하고 있음. 2011년 여름 FEMSA는 3-5년 후 공장 가동이 시작될 예정인 공장 신축을 위해 US\$1억 6천만 달러를 투자할 계획이라고 발표함

■ 주류 시장

- 콜롬비아 사람들은 2003년 일인당 평균적으로 32리터의 맥주를 마심. 이는 2008년 일인당 약 44리터로 증가하였으며 경기 회복세뿐만 아니라 생산업체 및 유통업체들이 보다 공격적으로 가격 전략을 펼침으로써 가능했음. 내수 시장은 2005년 SABMiller가 인수한 Bavaria에 의해 지배되고 있음. 이 회사는 또한 콜롬비아 2위 규모의 양조회사인 Leona의 지분 45%를 소유하고 있으며 에콰도르, 페루, 파나마 및 베네수엘라 등지에서도 사업을 영위하고 있음
- Bavaria는 여전히 콜롬비아의 1위 양조업체로서 약 90%의 시장 점유율을 보이고 있고 2천 6십만 헥토리터(hl)의 설비 용량을 보유하고 있음. 이 회사의 제품으로는 옛기름 음료인 Pony Malta뿐만 아니라 Aguila, Cristal, Pilsen, Atlas, Club Colombia, Costeña, Costeñita, Poker beers 등이 있음



- 한편, 일인당 맥주 소비량이 브라질이나 아르헨티나 등의 이웃국가들 보다 낮은 상태를 유지하면서 콜롬비아는 상당한 잠재력을 가지고 있음. SABMiller는 콜롬비아에서의 연간 맥주 소비를 일인당 60리터로 증가시키는 것을 목표로 하고 있음
- 콜롬비아 시장에 대한 SABMiller의 전략은 기존의 맥주 소비자들을 프리미엄 제품으로 전환하고 새로운 인구계층의 맥주 소비를 유도하는 것과 연관된 것 같음. 콜롬비아의 경우 이런 전략은 맥주를 잘 마시지 않는 18-24세 연령대의 사람들과 여성들을 통해 나타남. 젊은이들이 현재 화주를 선호하는 것을 어떻게든 맥주로 전환시켜야 한다는 과제가 있기는 하지만, 소위 파티 시장 또는 룸바는 SABMiller에게 최대 기회를 제공해 줄 것임. 2010년 7월 SABMiller는 콜롬비아에서 자신의 국제 프리미엄 브랜드 Miller Genuine Draft의 출시를 발표함

- 이 브랜드는 사교 활동이 활발한 18-29세 남성과 여성 소비자를 대상으로 하며, 초반에는 Bogota, Occidente, Costa, Medellin 등 도시 지역에서 출시될 예정임. 이 회사는 순한 기능성 맥주 Poker Ligera와 자국의 프리미엄 브랜드인 Club Colombia Roja를 도입하여 콜롬비아 내에서의 브랜드 믹스를 확대하고, 상급 시장 부문의 성장을 견인하면서 동시에 수많은 도시들에 있는 상급 시장 판매용 점포에서 Miller Genuine Draft를 프리미엄 브랜드로 자리매김하고자 노력하고 있음. 차가운 맥주의 이용 가능성도 또한 확대되고 있음

<최근 시장동향>

SABMiller는 라틴아메리카 판매량 증가를 전망함.

- SABMiller는 최근 라틴 아메리카 지역의 저소득층의 수가 증가하는 가운데 판매 촉진을 위해 가격 적정성에 새롭게 초점을 맞출 것이라고 밝힌 이후 이 지역에서 중기적으로 판매량이 증가할 것이라고 전망하고 있음. SABMiller는 이전에 예상했던 4-6% 전망치에서 늘어난 수치인 연간 5-8%의 성장세를 전망함. 그러나 이렇게 판매량에 중점을 두는 경우 가격 증가가 덜 신속하게 이루어져서 헥토리터 당 수익이 3.5-5.5%에서 2-4%까지 감소할 것으로 예상됨. 이러한 전략적 변화는 경쟁에 따른 압박이 심화되고 있는 이 지역에서 시장 점유율을 강화하고 또한 전반적인 시장 규모를 성장시키기 위한 노력으로 여겨질 수 있음
- SABMiller는 4개 시장(콜롬비아, 페루, 에콰도르, 파나마)에 대해 실질적인 독점권을 행사하고 있는 자국의 양조회사 Bavaria를 인수한 2005년에 라틴 아메리카 지역에서의 시장 점유율 증가. 이렇게 시장 지배력을 갖추게 되면서 라틴 아메리카 지역은 SABMiller가 가장 수익을 많이 내는 지역 중 하나가 되었고, 소매가격에 대한 이 양조회사의 영향력 덕분에 수익율이 다른 지역에서보다 최고 50% 이상 성장함. 특히, 이 회사가 라틴 아메리카 지역에서 22%의 수익을 내고 있으며, 이자, 세금, 감가상각, 할부상환전 수입(EBITDA)의 경우 35%의 수익 증가를 기록했다는 사실을 통해 이러한 상황을 보다 잘 이해할 수 있음
이 회사는 또한 자신의 풍부한 마케팅 지식을 해당 부문에 도입함. 예를

들어, 콜롬비아에서는 맥주의 일인당 소비가 낮고 정체되어 있었음. 부유한 소비자들은 맥주 마시는 것을 꺼려하며, Bavaria의 수많은 브랜드 제품들은 종종 다르게 포장되어 있음에도 불구하고 동일한 제품으로 여겨짐

- SABMiller는 Bararia의 브랜드 포트폴리오 차별화를 포함하여 성공적인 마케팅 캠페인을 시작함. 이를 통해 시장 진입 이후 4년 만에 성공적으로 소비를 진작시킬 수 있었음
- 그러나, 2010년 회사의 강력한 성과가 경쟁 증가와 이 부문에 대한 정부의 간섭으로 인해 위협받게 되면서 향후 계속해서 이런 성공을 거두기는 어려울 것이라는 조짐이 나타남. 콜롬비아 내에서의 매출은 새롭게 부과된 세금(맥주에 부과되는 관세가 3%에서 16%로 증가했고 2010년 5월과 6월 대통령 선거를 즈음하여 수많은 ‘dry day(술을 마시면 안 되는 날)’가 있었음)으로 인해 큰 타격을 받음. 2011년 3월까지 콜롬비아 내에서의 회사 매출은 6% 감소했고, 이로 인해 라틴 아메리카 지역에서의 성과도 하락하여 겨우 1% 정도의 매출량 증가를 보임
- 추가적인 세금 인상이 있을 것이라는 전망은 SABMiller의 전반적인 성과에 추가적인 악재로 작용할 것이 분명함. 그러나, 라틴 아메리카 지역을 담당하는 SABMiller 사장 Karl Lippert는 이제부터 회사는 그런 세금 인상 결정에 대항하여 보다 적극적인 로비 활동을 벌일 것이라고 말함. 그러나, 정부가 자국의 맥주 소비 증가를 문제점으로 간주하거나 세금 수익의 상당한 원천으로 여기는 경우 이러한 접근을 통해 향후 있을 유사한 관세 인상을 막지는 못할 것이 분명함
- BMI는 2010년 회사가 라틴 아메리카 지역에서 거둔 미진한 결과 이면에는 경쟁 증가가 있으며 가격을 인상하는 대신 판매량을 증가시키로 한 전략은 이러한 위협에 대한 반응으로서 일부 작용할 수 있다고 여김. 콜롬비아에서 SABMiller는 수입 맥주로 인해 압력을 받고 있으며, 특히 미국 거대 양조기업인 Anheuser – Busch InBev(ABI)의 Budweiser 브랜드로 인해 압박을 받고 있음. Budweiser는 콜롬비아 최대 소매업체인 Exito와의 협정을 통해 2006년 콜롬비아에 처음 출시되었고, 2007년 2월 이 회사는 Heineken과 유통 계약을 체결하여 Budweiser를 바, 식당, 가족이 경영하는 소매 점포에서 구매할 수 있도록 함

- ABI는 프리미엄 Budweiser 브랜드의 국제화를 주요 성장 채널로 여기기 때문에 이러한 경쟁 방식이 보다 강화되어 점차적으로 SABMiller의 시장 점유율을 잠식할 가능성이 있음
- 분명히 말해 이 회사가 매우 높은 마진을 보고 있기 때문에 경쟁 업체들이 진입하여 가격 인하를 부추길 수 있는 여지가 생겼고, 이러한 위협으로 인해 회사는 판매량 지지를 위한 노력의 일환으로 가격 인상을 유보하기로 결정함
- 그럼에도 불구하고, 약 90%에 이르는 시장 점유율은 장기적으로 봤을 때 지속 가능성이 없으며 경쟁 수준이 보다 강화되면서 압력이 증가하여 SABMiller의 마진 폭도 줄어들 것으로 전망됨

FEMSA의 콜롬비아 투자

- 청량음료 거대기업인 Coca-Cola FEMSA가 최근 콜롬비아 시장에서의 역량 강화를 위해 상당한 규모의 투자를 결정했다고 밝힘. 이 회사는 콜롬비아에 공장 신축을 위해 US\$1억6천만 달러를 투자할 것이며 3-5년 후에는 공장 가동이 시작될 것으로 예상한다고 밝힘. 청량음료 사업에서 역량 강화를 위한 상당한 규모의 투자는 라틴 아메리카 시장이 소비 증가에 있어 엄청난 잠재력을 가지고 있음을 시사함(시장 성숙 조짐이 일부 나타나고 있는 멕시코의 경우는 제외될 수 있음)
- 콜롬비아는 역동적인 시장으로 여겨지며, 회사의 역량 증대 계획이 나온 이후 2010년 상당한 투자가 이루어짐. 이 회사의 기업 커뮤니케이션 부사장은 이 시장이 엄청난 성장 잠재력을 가지고 있다고 밝힌 바 있으며, BMI는 이 시장이 아직 성숙한 단계가 아니기 때문에 장기적으로 전망이 좋다는 데 동의함. FEMSA는 이전에 멕시코 사람들이 평균적으로 연간 550병의 술을 마신다고 밝힌 바 있으며, 반면 현재 콜롬비아의 경우 술 소비량은 100병으로, 이는 잠재적인 수익 증가의 지표가 됨
또한 이 시장에서 이 회사는 탄산수뿐만 아니라 생수와 과일 주스에 중점을 두면서 광범위한 청량음료 제품에 초점을 맞출 것으로 여겨짐. 최근 콜롬비아 시장에 대한 투자 증가는 FEMSA와 Coca-Cola Company가 2009년 Aqua Brisa 생수 브랜드에 대한 공동 인수를 체결한 이후 나온

것이며, 한편 FEMSA는 또한 Jugos가 라틴 아메리카 지역의 주스 부문을 지배하도록 만들고자 하는 야망을 가지고 Jugos del Valle의 주스 제품 시장 출시를 지속적으로 안정화할 것임



■ 커피

- 콜롬비아 시장은 인스턴트(가용성) 커피가 지배하고 있으며 이 부문은 최근 수년간 성장함. 전통적으로 최상의 콜롬비아 커피 콩은 보다 식별력 있는 소비자들이 좀더 높은 등급의 커피를 사기 위해 비싼 가격을 지불할 준비가 된 수출 시장에 주로 수출되어왔음. Nacional de Chocolates와 자국의 산업 협회인 콜롬비아 커피생산자협회(Fedecafe)가 콜롬비아 소비자들에게 보다 높은 품질의 커피를 소비하도록 권장하는 캠페인을 펼치면서 상황은 점차적으로 변화하고 있음. 그와 같은 입장에서 BMI도 향후 5년 동안 커피 부문에서 성장이 이루어져 2015년까지는 판매량이 13.8% 증가하여 COP1,079(백만)에 이를 것이라고 예상함
- 수출 시장도 또한 콜롬비아 커피의 강력한 명성 덕분에 호황을 보이고 있음 2010년 3월 Grupo Nacional de Chocolates는 2010년 커피 수출 판매량이 45% 증가할 것으로 예상한다고 밝힘

Nacional de Chocolates는 보다 높은 가격대의 고급 커피 판매량 증가뿐만 아니라 새로운 시장 확대를 통해 성장이 촉진되면서 2009년 판매량이 US\$9천 3백만 달러에서 US\$1억 3천 5백만 달러로 상승할 것이라고 예상함

- Nacional de Chocolates의 아랍에미리트 연합, 사우디 아라비아, 쿠웨이트 및 카타르 등지에서의 커피 시판 계획 발표를 통해 지리적 확장은 중동 지역을 타겟으로 하고 있음을 알 수 있음. Nacional de Chocolates의 가공 커피 사업은 콜롬비아산 고품질 커피의 명성을 등에 지고 급속한 국제적 성장세를 경험하고 있음. 이 회사는 남아프리카 공화국, 뉴질랜드 및 호주를 비롯한 새로운 지역으로 사업을 확장해 나가는 것으로 성장을 견인해 왔으며 2007년 이후 커피 수출이 250% 증가함. 이러한 확장세를 뒷받침하기 위해 Nacional de Chocolates는 2010년에 자국의 커피 가공 공장에 US\$7천 5백만 달러를 투자할 것이라고 밝힘. 이 회사는 또한 새로운 프리미엄 커피 브랜드를 출시함으로써 자국의 커피 소비를 진작 시키고자 한다고 밝히기도 함
- 2010년 7월 Grupo Nacional de Chocolates는 자국의 커피 생산업체인 Industrias Aliadas의 최대 주주가 되었음을 발표함. 해당 회사의 주식을 83.3%까지 취득하기 위해 US\$ 1천 6백 6십만 달러를 투자했으며, 이는 수출을 위해 가용성(인스턴트) 커피와 커피 추출물의 생산에 중점을 두고 Aliadas와 협력하여 국제적인 커피 사업을 증대하기 위한 전략의 일부임
- Aliadas의 통합을 통해 미국, 유럽 및 아시아 등지에 대한 수출을 지속적으로 영위하면서 이 회사의 커피 부문에서의 성장이 빠르게 촉진될 것으로 보임 이 회사의 제품 생산은 현대적이며 효율적으로 운영되고 있으며, 또한 인수를 통해 생산성과 마진의 개선이 촉진될 것으로 여겨짐



5) 건강식품시장 동향

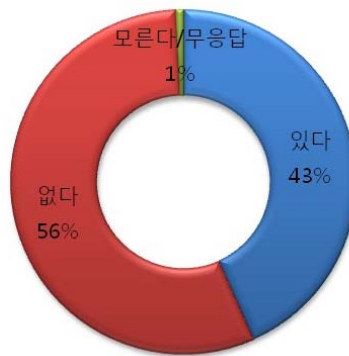
▣ 건강하게 먹지 않는 콜롬비아

- 최근 콜롬비아 국민 영양 상태에 대한 국가 조사(Encuesta Nacional de la Situación Nutricional de los Colombia, ENSIN)에 따르면 6개월에서 5살 사이의 어린이 27.5%, 청소년 11%, 그리고 출산 연령의 여성의 27.5%가 빈혈증세가 있다고 함. 이는 과일과 채소 및 유제품을 잘 섭취하지 않는 데에서 비롯된 것이라고 밝힘
- 조사 결과, 콜롬비아 국민 중 39%가 유제품을 매일 먹지 않으며, 3명 중 1명은 과일을, 7명 중 5명은 야채를 매일 먹지 않음(71.9%). 또한 10명 중 7명은 매일 또는 매주 길거리 음식을 사 먹고, 36.6%는 매일 사탕을 먹음
- 임상영양사 루시아 꼬레아(Lucía Correa)는 “콜롬비아의 영양실조 상태는 전반적으로 감소했으나, 이것이 건강하지 못한 식습관으로 인한 영양실조 감소를 의미하지는 않는다.”라고 지적함

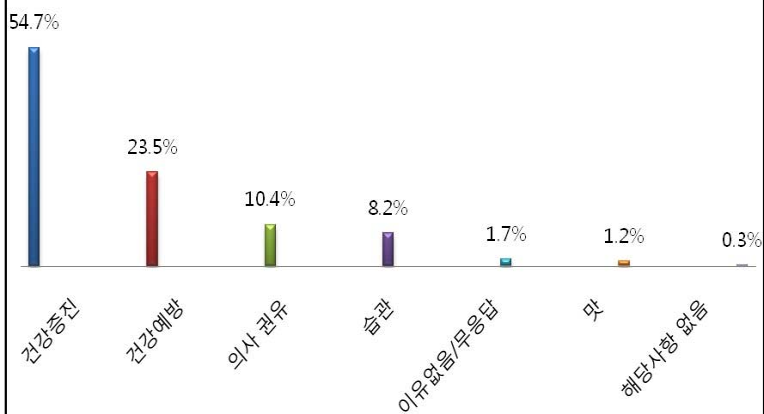
▣ 기능성식품에 대한 관심 증가

- 기능성식품은 건강을 증진시키고 질병에 걸릴 위험을 줄이기 위한 특별한 기능을 가진 영양식품임. 80년대에 아시아, 특히 우리나라에서 정부가 국민의 건강을 지키고 전국적 유행병 확산을 방지하고자 대두된 건강한 음식 섭취 필요성에 의해 출현함. 이는 일본에서도 선풍적인 인기를 끌었으며 유럽에서도 관심의 대상이 돼 기능성 식품에 과학적으로 접근해 발전, 확립하고자 ‘Functional Food Science in Europe’을 설립함
- 콜롬비아에서는 2000년대 초반부터 언급돼 오다가, 2008년, 보건복지부(Ministeriode Protección Social)에 의해 식품 첨가물을 표시해야 한다는 법령 제288조를 제정함에 따라 올바른 식습관에 대해 사회적으로 눈을 뜨게 됐고, 최근 기능성 상품에 대한 관심이 유례없이 높아짐
- 시장 조사 전문기관인 Yanhaas는 최근 기능성식품 구매에 대해 5개 도시, 600명을 대상으로 전화설문을 실시함. 응답자 중 43.3%는 기능성 식품을 구매한 적이 있다고 했고, 이들 중 54.7%는 구매 이유를 더 건강해지기 위함이라 밝힘

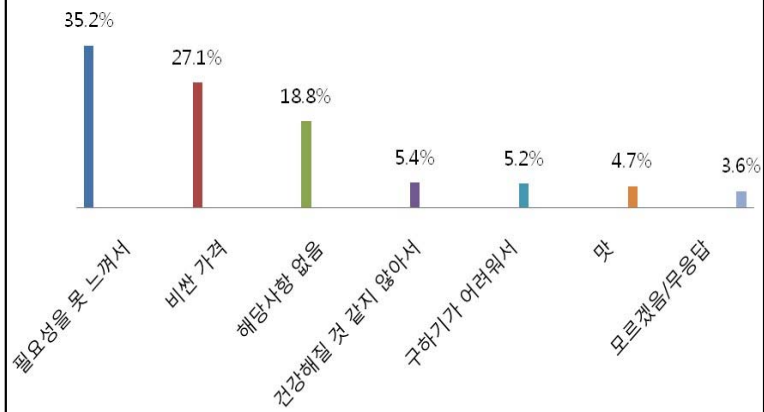
기능성식품 구매여부



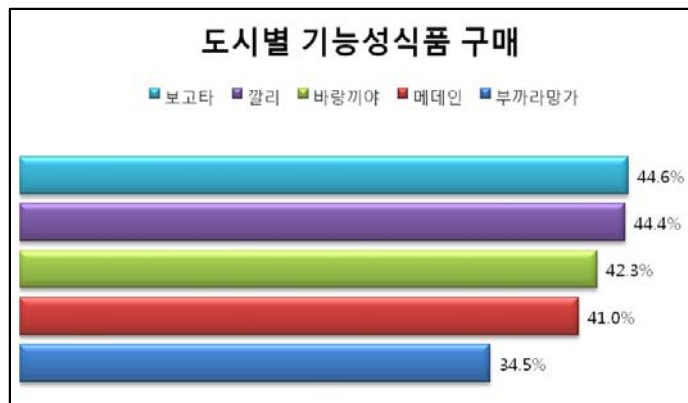
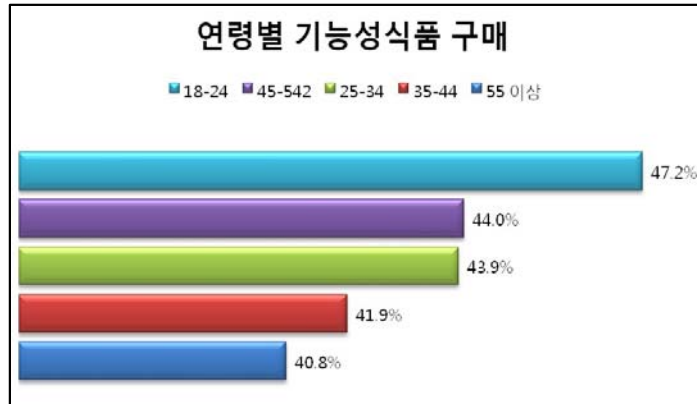
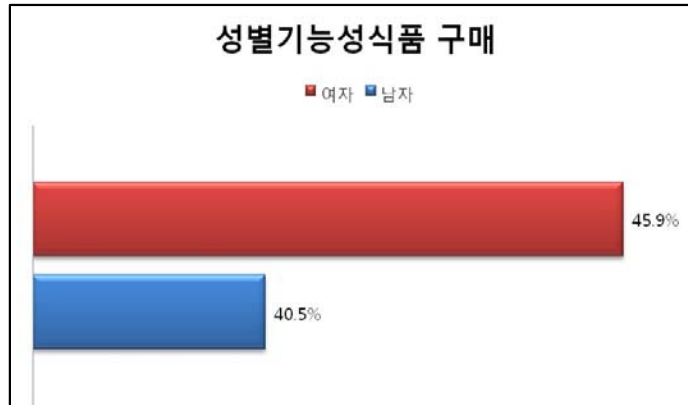
기능성식품 구매이유



기능성식품 구매하지 않는 이유



- 여성은 (45.9%) 남성(40.5%)보다 기능성식품을 더 많이 구매하는 것으로 나타났음. 연령에 따라서는 18세에서 24세 사이의 젊은 층이 장을 건강하게 하고 소화를 돕거나 뼈를 강화하기 위해 요거트나 버터, 우유 등의 유제품을 가장 많이 구매하는 경향을 보임. 지역에 따라서는 보고타에서 가장 많은 소비가 이루어지고 있는 반면, 부카라망가에서는 가장 낮은 소비량을 보임



▣ 기능성식품에 대한 정보부족과 높은 가격

- 우유를 비롯한 유제품 전문 업체인 Algarra의 대표 Santiago Zamudio는 소화활동을 돕는 BB2-Probiotic을 함유한 기능성식품 ‘Vitalis 요거트’를 작년에 출시해 현재까지 기대 이상의 좋은 판매실적을 올리고 있다고 밝힘. 그는 기능성식품을 치료용이나 기존음식 대체용이 아닌 항상 곁에 두고 먹는 일반음식으로의 인식전환이 필요하다고 함



- 영양학자 Diana Muñoz는 최근 기능성식품이 많이 등장하고 있긴 하지만, 아직 콜롬비아인에게 많이 알려지지 않고 있고, 필요성 또한 느끼지 못하고 있다고 함. 이는 기능성식품에 대한 제대로 된 정보나 지식을 얻고 공유할 기회가 부족한 데에 가장 큰 원인이 있다고 지적함

▣ 시사점

- 최근 잘못된 식습관으로 인해 콜롬비아 국민 영양 상태에 적신호가 켜지면서 건강하게 먹자는 인식이 확산됨. 위의 통계가 보여주듯, 아직 많은 콜롬비아인이 기능성식품을 구매하지는 않지만, 전보다 많은 사람이 기능성 식품을 찾고, 이와 관련된 기업들이 속속들이 신제품을 출시해 성공을 거두는 현상은 주목할 만함
- 관련기업들과 광고업자들은 콜롬비아에서 기능성 식품이 소비자들에게 자주 노출돼 더 많은 소비자층에 어필하고 단순한 유행이 아닌 하나의

식습관으로 자리 잡도록 하기 위해 정확한 정보제공을 통해 이 품목에 대한 인식이 증진될 수 있도록 노력함. 이 분야의 큰 성장이 전망되면서 우리 기업들의 관심이 예상됨

자료원 : 콜롬비아 경제 전문 일간지 La República 6월 4일자 기사, 콜롬비아 국민 영양 상태에 대한 국가 조사(<http://www.colombianutrinet.org/>)

6) 참치 시장 동향

▣ 주는 수출, 느는 국내 판매

- 콜롬비아 농림수산물식품부의 Alejandro Londoño는 최근 6년 동안 콜롬비아의 참치 수출은 줄어들지만, 대표 참치회사들인 Van Camp's, Atunec S.A, Gralco S.A., Atunes de Barranquilla 사업을 통해 국내 판매량은 꾸준히 늘고 있다고 밝힘
- 콜롬비아의 대표적인 참치회사로는 2011년 4월 기준, 시장의 43%를 차지한 Van Camp's와 15%의 시장을 점유한 Gralco S.A.가 있음

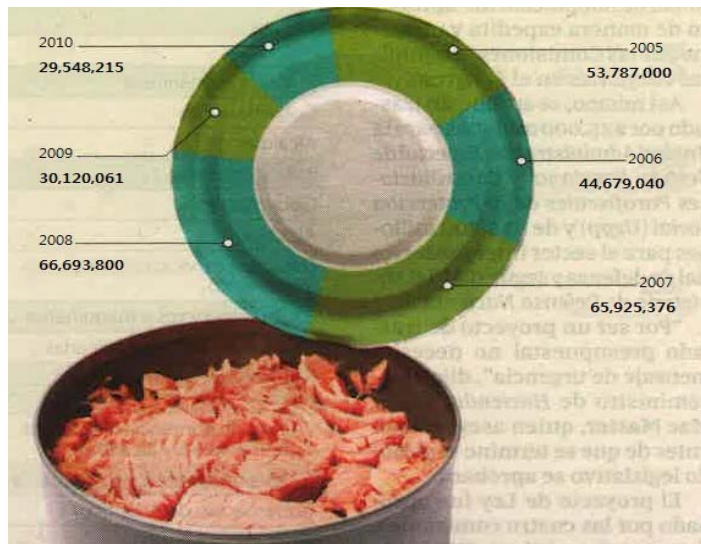
< 콜롬비아 대표 참치회사인 Van Camp's와 Gralco S.A. >



- 주된 수출국은 이탈리아, 프랑스, 스페인과 영국이 있음. 2005년 이들 국가를 대상으로 5378만7000달러의 참치 수출액을 올린 반면, 2010년 2954만8215달러에 그쳤음

< 이탈리아, 프랑스, 스페인, 영국에 대한 참치 수출액 변화추이 >

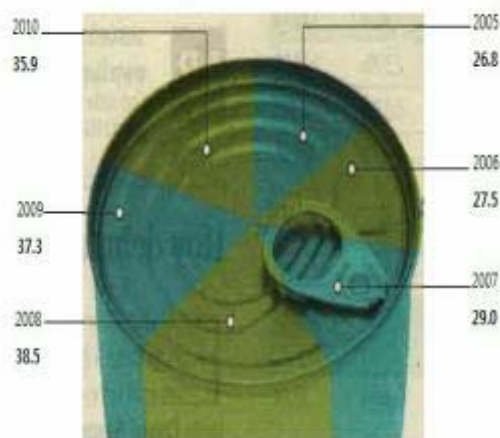
(단위: 달러)



- 반면, 2005년 2677만7000달러였던 국내 참치 및 참치 부산물의 판매액은 2010년 3591만5000달러로 증가함

< 콜롬비아의 참치 통조림 및 참치 부산물 판매액 변화추이 >

(단위: 백만 달러)



- 2011년 Alamar의 참치 통조림은 기록적인 성장세를 보임. 국내 판매 2위인 Gralco S.A. 제품 판매량은 2011년 1/4분기 동안 전년도 동기대비 7% 증가함. 이 중에서도 가장 많이 점유한 제품은 물 통조림 참치와 기름 통조림 참치라 밝힘

▣ 콜롬비아 참치산업 호조

- Gralco S.A.의 부회장 Guillermo Daw는 콜롬비아 참치 산업이 3%의 성장세를 기록하고 있다고 전함. 이는 최근 국내 주요식품 업체들이 단 백질이 다량 함유된 참치 가공식품을 많이 선보이는 것에 힘입은 결과라 함. Gralco S.A.는 1995년 말에 ‘Alamar’를 내세워 참치식품 업계에 뛰어든 후 현재 다양한 소스로 18개의 참치가공식품을 선보임
- 뿐만 아니라 Van Camp’s는 현재 참치 산업이 호조를 띠고 있는 있으나 가격이 제품 선택에 있어 중요한 요인으로 작용하는 콜롬비아 시장에서 타회사 제품과의 가격경쟁력에 밀리지 않기 위해 가격을 낮추기도 함. 그리고 이는 좀 더 높은 판매 수익을 창출함
- 국제적으로 콜롬비아 참치판매가 줄어드는 원인으로는 달러의 급격한 평가절하와 콜롬비아에서 참치를 수입할 때 적용되는 높은 관세율을 들고 있음. 에콰도르, 멕시코, 과테말라와 같은 다른 참치판매 경쟁국에서는 관세율 면에서 경쟁력을 확보하고 있다고 함

< 콜롬비아 바랑키야 지역의 통조림참치 공장 >



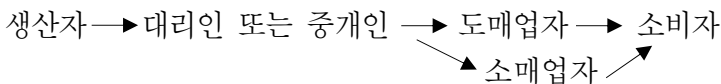
■ 시사점

- 콜롬비아의 수산업이 지속적으로 성장하는 가운데, 전문가들은 꾸준한 발전을 위해서는 현재 어업 시설의 현대화가 반드시 이뤄져야 한다고 지적하며, 이에 따른 지원책을 제도화할 필요가 있음을 강조했다
- 올해 4월까지(BACEX 최신자료) 수출 어류에는 참치, 가다랑어, 새우, 황새치, 상어 등이, 수입 어류에는 오징어, 연어 등이 상위권에 랭크 되어 있음. 콜롬비아 수산업이 더욱 활발해질 것으로 예상되는바, 국내 관련 기업들의 큰 관심이 예상됨

자료원: 콜롬비아 경제 전문 일간지 La República 6월 8일자 기사, 종합 일간지 4월 4일 자 기사

라. 유통구조

- 여러 방식으로 사용될 수 있는 체인망이 있음.



- 유통 경로의 모든 단계마다 10~30% 유통마진이 있고 대리인이 있다는 사실을 인지할 필요가 있음.
- 콜롬비아에서 제품을 생산하는 회사는 생산자와 유통업자의 역할을 하며, 때때로 국제적인 회사로서의 역할도 함. 그러나 콜롬비아 시장에는 일부의 경우 이 체인망에 다양한 연결망이 있음
- 한국에서 수입되는 대부분의 제품은 배를 통해 Buenaventura 항에 들어 오며 항공편으로 들어오는 경우도 있음. 항구에서 내륙 지방으로 물품 운송을 위한 고속도로 시설이 제대로 개발되어 있지 않다는 점을 고려해야 할 필요가 있음. 그렇기 때문에 어떤 경우에는 Buenaventura에서 Bogota 까지 3일이 소요되기도 하여 국내 운송 가격 상승의 원인이 됨

도매업체

- Alcosto (<http://www.alkosto.com.co>)
- Makro (<http://www.makro.com.co>)
- Exito (<http://www.exito.com/>)
- Carrefour (<http://www.carrefour.com.co/>)
- Supertiendas Olímpica (<http://www.olimpica.com.co/>)
- Almacenes la 14 (<http://www.la14.com/>)

소매업체

- Altipal (<http://www.altipal.com.co/>)
 - Superinter(<http://www.superinter.com.co/>)
 - John Restrepo & Cia (<http://www.johnrestrepoa.com/>)
 - Alianza Mayorista
- Fenalco(콜롬비아 무역협회)는 자원의 낭비 없이 효율적으로 유통망을 강화하고자 함. 이 협회는 작은 점포들에 소비자 습관 파악, 고갈된 지배능력 향상, 예산 및 재고 강화, 진열 공간 및 구획의 관리에 관해 교육하고 있음



출처: FENALCO <http://www.fenalco.com.co/>

마. 소매시장

1) 시장 개요

- Bogotá에 위치한 부동산 기업 Colliers International에 따르면, 콜롬비아의 현대적인 소매업 인프라 형성이 20세기 말과 2000-2002년의 심각한 경기 침체로 주춤하면서 쇼핑센터와 기타 부동산에 대한 수요가 침체됨
- 외국계 소매유통 기업은 그때부터 라틴 아메리카 5대 경제국의 소매유통 분야에 상당한 투자를 시작함. AT Kearney의 2010년 소매유통산업개발지수(GRDI)에서 콜롬비아는 국제적인 유통업체들의 선호시장 부분에서 2009년보다 2단계 상승한 26위를 차지함. 이 보고서에서는 “소비가 꾸준히 증가하고 있으며 세계 소매유통 업체들이 진입하면서 소매시장은 더욱 활발해지고 있다.” 라고 함. 뿐만 아니라 콜롬비아의 사업환경이 상당히 개선되었다는 것을 강조. 2010년 세계은행은 사업하기 가장 용이한 곳으로 라틴 아메리카에서 콜롬비아를 1위로 채택함
- MGR(대형식품소매업) 분야는 콜롬비아가 라틴아메리카에서 3번째로 인구가 많은 국가이며, 5번째 경제 대국이라는 점에서 특히 혜택을 볼 수 있는 분야임. 콜롬비아 인구의 약 3/4이 도심 지역에 살고 있으며 인구의 2/3은 30세 이하의 젊은 층이어서, MGR이 도심지역 거주자들의 편리한 쇼핑에 중점을 두고 있다는 점을 감안하면 MGR 분야의 발전 잠재력을 신장시킬 만함. 향후 특히 하이퍼마켓, 소규모 슈퍼마켓과 익스프레스 스토어의 성장이 기대됨
- 그러나 현대적인 소매 유통의 성장에도 불구하고, 저소득층 소비자들이 대량 구매를 할만한 구매력이 없고, 거주지 외곽에 있는 매장까지 운송 수단도 없기 때문에 재래 시장이 여전히 식품판매의 60-70%를 차지하고 있음. 전체 시장에서 기업형 소매와 비 기업형 소매의 차이에 대해 알 수 있을 만한 공식적인 수치는 없는 상황임

- MGR 분야에서 시장 통합과 집중이 증가함. 까르푸 Carrefour는 향후 합병 가능성을 염두에 두고 콜롬비아 국내 소매기업인 Mercadefam과 전략적으로 제휴함. 까르푸는 2009년 초 공식적으로 경영권을 인수함
- Mercadefam은 매출 면에서 콜롬비아의 8대 소매유통업체이고 하이퍼마켓 3개, 약국 3개, 슈퍼마켓 1개를 포함하여 콜롬비아의 5대 도시인 Bucaramanga에서 7개의 매장을 운영하고 있음. 이는 하이퍼마켓 50개, 약국 29개인 까르푸의 콜롬비아 사업 포트폴리오에 적합함
앞으로도 합병, 인수 혹은 합작 투자가 예상됨. 몇몇 소매 유통업자들의 확장계획 발표와 다국적 기업들의 시장진입 고려 소식으로 콜롬비아의 MGR 분야가 더욱 활성화될 것임

<최근 동향>

- 콜롬비아 소매시장은 2006년과 2007년 높은 소비심리와 경제 활성화에 힘입어 강력한 성장세를 보임. 그러나 세계 경기 침체의 타격으로 2009년 소매 매출성장은 2008년에 비해 하락하였음
콜롬비아 통계청에 따르면(DANE) 2010년에 성장이 회복되면서 2010년 5월까지 소매 매출은 전년 동기대비 8.8% 증가함. 소매 매출은 2010년 회계연도에 전년의 하락세를 회복하여, 12.4% 증가했다고 통계청이 밝힘
- 2010년 12월 소매 매출은 전문가들의 예상치인 19%에 미치지지는 못했지만 전년대비 12.4% 증가함. 자동차, 컴퓨터 하드웨어, 신발류, 가죽제품, 가구, 가전제품 부문의 소매유통업은 두 자리 수 성장세를 보였으나, 의약품, 주류, 담배, 윤활유 부문의 매출은 하락함
- BMI에서는 민간소비는 중기적으로 콜롬비아 성장의 근간을 이룰 것이라고 보고 있음. 이러한 추세는 2011년 4월까지의 자동차 판매가 전년 동기대비 52%나 급증하였다는 사실에서 잘 알 수 있음
- 마찬가지로 소매 매출도 3월 전년대비 14.6% 성장함. 자동차나 가전제품 같이 가격대가 높은 품목의 매출은 콜롬비아 달러 강세로 수입제품의 가격을 낮추는데 큰 기여를 하였음

- 소매 유통업은 2009년의 불안정한 상태가 지나고, 보다 활성화 되고 있음. 라틴아메리카의 최대 소매유통업체 중 하나이자 Paris 백화점 체인의 소유 기업인 **Cencosud**는 2009년 칠레 폐소화 등락이 없이 전년 대비 11.1% 하락하고, 2010년 1/4분기에는 전년 대비 연결 순수익 2.2% 증가함(달러화로 환산 시 18.4%). Cencosud는 콜롬비아에 15개의 Easy 스토어를 개설하기 위해 향후 5년간 미화 2억 달러를 투자하겠다고 함
- 2009년 4/4 분기에 회복할 것이라던 Falabella의 예상이 현실이 되었음. 칠레의 언론사 Valor Futuro의 본부장 Juan Benavides은 그해 10월 “백화점의 성장세와 4분기의 여신 문제는 전망이 매우 밝다”라고 함. Falabella는 2010년 1분기 수익이 전년대비 5.4% 상승하였고, 이익 면에서 36.1% 증가했다고 보고함
- Falabella는 지역경제가 세계 경기침체에서 벗어날 것으로 전망함에 따라 2010년과 2012년 사이에 17억4천만 달러를 라틴 아메리카에 투자할 계획임. 아르헨티나, 칠레, 페루, 콜롬비아에 백화점을 보유하고 있는 Falabella는 2010년 4억9천2백만 달러, 2011년 6억2천만 달러, 2012년 6억3천2백만 달러를 투자할 예정. 금융위기로 지역 소비지출이 큰 타격을 받았던 2009년에는 2억8천만 달러를 투자했음. Falabella의 이러한 공격적인 확장은 지역 소비가 회복되어 이익을 실현할 수 있는 입지를 굳힐 수 있을 것임
- BMI에서는 대서양 연안 도시들인 Barranquilla, Cartagena, SantaMarta 등지에서 소매유통업이 더욱 확장되면서 건축업자들의 콜롬비아 쇼핑몰에 대한 관심이 더욱 증폭될 것이라 기대함. 국제 쇼핑센터 협회(ICSC)가 제 14차 쇼핑센터 컨벤션 & 심포지엄을 2007년 콜롬비아에서 개최할 것이라고 밝히면서, 이 추세가 지금까지 한 동안 계속됨
- 그 당시에 ICSC는 콜롬비아 전역에 이미 오픈 되어 있는 300여 개의 쇼핑몰 이외에 60 여 개의 쇼핑센터가 설계 혹은 시공 단계에 있었다고 강조. 2004년과 2006년 사이에, 40여 개가 완공됨. 콜롬비아의 3대 도시인 Cali의 234개 매장 쇼핑몰인 Palmetto Plaza도 포함. ICSC에 따르면,

2007년경 Cali에는 두 개의 대형 매장(CentroSur Plaza 및 Super Outlet 80) 외, 20여 개 쇼핑몰과 야외 쇼핑센터가 건설 중이었음. Unicentro Cali는 85개 매장과, 16개 레스토랑, 6층짜리 사무실 건물 하나를 추가하기 위해 2,700만 달러 상당의 확장을 진행 중임

- ICSC는 또한 현재 최소 12개의 프로젝트가 진행중인 콜롬비아 2대 도시 Medellín에서 상업용 부동산의 붐이 일고 있다고 보고. San Fernando Plaza와 Complex Inter의 복합개발, 두 개의 대형매장(373개 매장 Santa Fé Medellín 및 350개 매장 Premium Plaza)이 포함. Medellín의 이러한 쇼핑 매장 건설활동이 특히 놀라운 것은 이 도시가 AburráValley 지역에서 겨우 382km²밖에 차지하지 않기 때문. Unicentro Medellín의 행정관 Irma González에 따르면 각각 전방 10~12km내에 25개의 쇼핑센터가 있음.
- 대부분의 건축활동이 Bogotá, Cali, Medellín 등지에서 이루어지고 있지만, 쇼핑몰은 소규모 도시들이나 심지어 외곽지역에서도 건축되고 있는 중임. 인구가 백만명도 되지 않는 베네수엘라 국경근처의 작은 도시인 Cúcuta에 프랑스 세계 하이퍼마켓 체인인 까르푸에 기반을 둔 Unicentro를 포함해 2007년에만 10개의 쇼핑몰이 있었다고 ICSC는 보고함
- Único가 공장형 아웃렛몰을 Cali와 Pereira에 공사를 시작하면서 공장형 아웃렛몰도 콜롬비아에서 개발 중임
5월에 출간된 Colliers International의 봄호 세계소매업계소식지(Global Retail Highlights)에 따르면 Bogotá의 주택 프리미엄 임대는 지난 12개월 동안 20% 증가함. 2010년 세계 소매산업총회(World Retail Congress)에서는 총회 참가 대표단들에게 콜롬비아 같은 국가들의 강력한 경제 성장과 중산층 증가는 세계 유수의 소매기업들을 불러들이게 될 것이라고 발표함

<주요업체>

- 콜롬비아 최대 소매유통기업은 Casino 그룹이 소유한 Almacenes Exito로 2010년 2분기에 33%의 성장과 3백4십억 COP(1천8백만 달러)의 순이익을

기록함. 7월 이 기업은 ‘콜롬비아와 소매분야는 회복단계에 들어섰다’라고 함. 까르푸와 **Olimpica**는 각각 콜롬비아 소매 유통의 2,3대 기업임. 이외 주요 기업에는 US의 사모펀드 업체인 **Newbridge Andean Partners** 와 Exito가 소유하고 있는 Carulla Vivero도 포함됨

- 비 식품 기업으로는 스페인 소매유통기업인 Mango과 **Inditex**가 있음. 이중 Inditex는 콜롬비아에서 6개의 Zara매장(Unicentro Bogotá 내 매장포함)을 보유하고 있음. 이 두 회사는 Medellín에 있는 Centro Comercial El Tesoro와 Cali의 Jardín Plaza에 매장을 각각 하나씩 보유하고 있음

- 칠레기업들도 역시 콜롬비아를 공략 중. 백화점 체인인 Falabella는 콜롬비아 최대 매장인 Santa Fé Bogotá에 아울렛을 개설하였고, 지역경제가 세계 경기 불황에서 벗어남에 따라 2010년에서 2012년 사이에 17억 4천만 달러를 라틴 아메리카에 투자할 예정임

칠레기업인 Cencosud는 콜롬비아에서 리모델링 체인인 the Easy를 운영 중이며, 향후 5년간 15개의 아울렛을 더 열기 위해 2억 달러를 투자할 예정임. 또한 백화점 체인인 the Paris를 콜롬비아에 진출시킬 예정인데, 첫 번째 매장은 Bogotá에 있는 Centro Mayor쇼핑센터가 될 예정임. Cencosud는 2012년부터 the Nectar 로열티 카드 프로그램을 콜롬비아와 기타 국가로 확대하고자 함. 향수 체인인 **La Riviera**는 사업을 계속 확장하여 2002년 14개 매장에서 2007년 35개로 매장 수를 확대함. **ErmenegildoZegna**과 **LouisVuitton**를 포함한 다양한 명품 브랜드들이 계속 콜롬비아로 진입하는 중임

2) 대형유통업체

▣ 대형식품 소매업(MGR) SWOT 분석

강점	- 콜롬비아는 라틴아메리카의 5대 경제국임. 외국 소매유통 기업들이 1990년대 이후 콜롬비아 MGR 부문에 상당한 투자를 하고 있음. Olímpica가 남아있는 유일한 토종 MRG 기업임 - 현대적이며 진보된 형태의 소매유통업 형태는 소비자들에게 점차 인기를 얻으며 향후 성장이 기대됨. 특히, 하이퍼마켓, 소규모 슈퍼마켓, 익스프레스 스토어 등의 성장이 기대됨
약점	- 최신 소매 형태의 성장에도 불구하고, 재래 시장이 여전히 식품 판매의 약 55%를 차지하고 있음 - 기존의 매장들은 대량 구매력과 마을 밖으로의 운송수단이 부족한 저소득층에 인기가 있음 - 지역의 소비패턴은 수입에 따라 상당히 다름. 예를 들어 인구 중 상당 부분이 가공식품을 구매할 만한 능력이 없음. 가격이 소비자 구매결정에 매우 중요한 요인으로 남아 있음
기회	- 인수합병이 증가하며 시장통합과 집중이 늘고 있음 - 소매 유통업체들이 제품의 범위를 확대하여 자체적으로 저가 및 프리미엄 상품 라인을 제공하고자 하면서 자체 브랜드 제품은 특히 저소득층 사이에서 강력한 성장이 기대됨 - 2005년에 첫 선을 보인 까르푸의 할인 하이퍼마켓 등 저소득층 소비자들의 기호에 맞는 MGR의 발달은 상당한 성장 잠재력을 가짐
위협	- 경기침체로 인해 가격에 민감한 소비자들은 비 필수 품목에 대한 소비를 줄이게 될 것임 - MGR 부분에서의 경쟁이 가열되면서 월마트나 Cencosud가 시장에 진입할 것이라는 소문이 확산되고 있음

▣ 시장 현황

- 콜롬비아에서 식료품 소매판매가 검토 기간 동안 큰 성장을 겪으면서, 식료품 매장이 확장되고 있음. MGR부문을 이끄는 것은 국내 자본과 해외

자본이 합쳐진 기업임. 최대 유통업체 중에 **Olímpica**만이 순수 국내 기업임. MRG의 주요 형태는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점이나 기존의 구멍가게나 미니마켓(계산대가 1~2개인), 노점도 상당한 의미를 가지고 있음

- 1990년도 중반 이후 프랑스의 까르푸, 네델란드의 **Makro**와 같은 국제적인 기업들이 처음으로 시장에 진입하면서 MGR 부문은 큰 변화를 맞음. 현재 식료품 쇼핑의 43%는 MGR 아웃렛에서 이루어지고 있으며, MGR 신규 기업들이 대다수의 근로 인구가 거주하고 있는 저소득 및 중/저소득 지역에 진출하면서 이 수치는 향후 몇 년간 더욱 증가할 것으로 보임. MGR은 수익률 모델뿐 아니라 운송수단으로 버스, 오토바이, 도보를 이용하는 고객층을 위해 재래시장을 어떻게 변화시켜야 할지 고민할 필요가 있음. 예를 들어 이러한 고객들은 한번에 대량으로 식료품을 구매하지 않음
- 콜롬비아의 슈퍼마켓 부문은 칠레와 더불어 라틴아메리카에서 가장 현대화 되고 발전했다고 여겨짐. 하위 부문인 편의점은 엄청난 성장과 발전을 누리고 있음. 이에 대응하여 대부분의 소매유통 업자들은 보다 작은 규모에 주차장이 협소하며 계산대도 4~5개 밖에 없는 익스프레스 아웃렛을 도입함. 규모는 미니마켓보다는 크고 슈퍼마켓보다는 작음

< 콜롬비아 MGR 추산 매장 수 >

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
슈퍼마켓	1,195	1,235	1,278	1,304	1,341	1,379	1,416
하이퍼마켓	55	64	69	80	87	94	101
편의점	53	78	85	98	107	116	125
총 MGR 부문	1,303	1,377	1,432	1,482	1,535	1,589	1,642

출처: 콜롬비아 통계청, BMI

<콜롬비아 MGR 부문별 매출액>

(단위: 십억USD)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
슈퍼마켓	2.89	3.21	3.59	3.99	4.52	5.75	6.54
하이퍼마켓	1.54	1.89	2.34	2.86	3.96	5.21	6.30
편의점	0.03	0.05	0.07	0.10	0.19	0.28	0.36
총 MGR 부문	4.46	5.14	5.99	6.95	8.67	11.25	13.20

출처: 콜롬비아 통계청, BMI

<콜롬비아 MGR 부문별 매출액>

(단위: 십억 COP)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
슈퍼마켓	5,685	6,307	7,053	7,850	8,607	9,385	9,715
하이퍼마켓	3,020	3,708	4,595	5,632	6,775	8,092	8,526
편의점	67	95	136	195	276	390	418
총 MGR 부문	8,771	10,110	11,784	13,677	15,659	17,867	18,659

출처: 콜롬비아 통계청, BMI

- MGR 부문의 발전에도 불구하고, 재래시장은 57%의 시장점유율을 확보하고 있음. 편의점과 슈퍼마켓이 외상거래를 하지 않고, 대량 포장상품을 적은 양으로는 판매하지 않으며, 일반적으로 집에서 먼 곳에 위치하고 있기 때문임. 슈퍼마켓이 주로 중산층 및 고소득 계층을 주요 타겟으로 하고 있기 때문에 기존 재래 시장들은 적어도 당분간은 저소득층 소비자들 사이에서 인기를 유지할 것임
- 그러나 까르푸는 슈퍼마켓이나 은행이 없는 시 외곽지역과 작은 마을에 매장을 개장하면서 이러한 상황을 타개하고자 하고 있음. 이러한 매장들은 대도시에 있는 매장들만큼 크지는 않지만 가까운 지역에 있는 다른 매장

들보다 폭 넓은 식료품 재고를 보유하고 있음. 많은 경우 Bogotá 남서쪽 Cartago라는 작지만 발전하고 있는 마을에서처럼, 개장 첫 날 몇 시간 만에 물건을 팔아 치우며 즉시 큰 반향을 얻고 있음. 이는 대도시 중심가 지역 외에서 이전에 소매유통 전문가들이 생각했던 보다 더 많은 수요가 있다는 것을 보여주는 것임

- MGR 부문에서는 대기업인 Sindicato Antioqueno와 프랑스 유통업체인 Casino가 공동으로 소유하고 있는 Almacenes Exito사가 시장의 주도권을 쥐고 있음. Exito는 최대 경쟁사보다 2배 이상의 매출을 올리는 현재 콜롬비아 최대 유통업체임. Exito는 공식적인 유통경로를 통한 모든 매출의 절반 이상을 차지하고 있으나 이러한 우위는 확장기회가 남아 있지 않아 오히려 성장의 장애가 될 수 있음. 이를 상쇄하기 위해서 Exito는 기존의 매장에서 매출을 올리는데 신경 쓸 필요가 있음. 한 가지 방법은 판매하는 상품을 고급매장으로 옮겨 가격을 인상시키는 것임. 최근 Exito는 자체 브랜드 고급매장 한 곳을 오픈하였음. 콜롬비아 도심 지역의 부가 빠르게 증가하면서 품질 향상을 위한 노력은 이익을 가져다 줄 것이며 영국이나 프랑스 같은 선진 시장의 유통기업들도 이러한 노력을 하였음. 이런 선진 시장들 역시 성장기회가 사라지면서 소매유통업자들이 기존 매장에서 매출을 높이기 위해 점차 창조적인 노력을 기울이고 있음

- 콜롬비아의 또 다른 주요 유통기업은 Carulla Vivero (미국 사모펀드 기업인 Newbridge Andean Partners와 Exito가 소유한), 까르푸와 토종 기업인 Olímpica가 있음. 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 운영하는 기업들은 현재 라틴아메리카에서 가장 경쟁이 심한 환경에서 시장 점유율을 유지하고 상승시키기 위해서 계속해서 사업에 투자하고 구조조정을 하고 있음. Exito 와 Carrefour 같은 많은 체인들은 제조업체들 사이에서 더 큰 협상력을 확보하고 있으며, 이로 인해 경쟁사들보다 다소 낮은 가격에 제품을 제공할 수 있음

- 콜롬비아의 3대 유통업체인 Olímpica는 세계적인 기업의 인수대상이 될 것이라고 기대되어 왔으며, 최근 투자은행 **Credit Suisse**를 고용하여 가능성있는 매각에 대해 검토. 2009년 초에 미국 유통업체 월마트가 Olímpica 인수에 관심을 가지고 있다는 소문이 있었음

- 월마트가 콜롬비아에 다수의 브랜드와 상표를 등록함으로 인해 시장에 진입할 것이라는 추측이 힘을 얻으면서 콜롬비아의 MGR 부문의 발전은 긍정적으로 보임. 뿐만 아니라 칠레유통업체인 **Cencosud**는 콜롬비아를 국제적인 확장을 위한 잠재적인 길목으로 지목하였음. 2007년 11월 **Cencosud**는 Exito 주식의 24.5%를 매입하기 위해 입찰에 참여하며 그 발언을 확인하였음. 그 거래는 성사되지 못했고 프랑스 유통업체인 Group Casino가 그 주식을 인수하여 Exito의 경영지분을 확보함

<콜롬비아 MGR부문별 연평균 매출액>

	100만 달러	100만 COP
슈퍼마켓	3.2	6,861
하이퍼마켓	39.2	84,416
편의점	1.6	3,347
총 MGR 부문	5.3	11,364

출처: BMI

■ 주요 대형 유통업체 현황

● Almacenes Exito

강점	• 시장을 주도하는 콜롬비아의 MGR(대형식료품 소매점: mass grocery retail) • 2007년 최대 경쟁업체인 Carulla Vivero의 지분을 77% 인수하고 2010년 완전히 인수합병함으로써 그 입지가 보다 강화됨 • 다양한 고객층을 대상으로 판매할 수 있도록 다양한 점포 형태를 갖추
약점	• 시장주도기업으로 사세 확장 시 반독점 당국의 조사를 받을 가능성이 있음을 의미함 • 주요 도시 지역을 제외한 곳에서는 시장 점유율이 제한적임 • 시장에서의 독보적 위치로 인해 인수합병을 통한 추가적인 사세 확장의 여지가 거의 없음
기회	• 콜롬비아 중산층 소비자들의 가처분 소득이 증가하고 있어 브랜드 제품과 부가가치 제품의 판매 증가세가 예상됨

	• Cafam과의 협력 관계를 통해 입지가 보다 강화됨 • Devota와 Disco의 지분 인수를 통해 우루과이 내 입지가 확대됨
위협	• 점점 더 통합되고 경쟁적인 시장 환경에서 운영해야 함 • 가까운 미래에 WalMart의 국내시장 진입 가능성 • 편의성 부문에서 점점 심화되는 경쟁에 직면해 있음
회사 개요	Almacenes Exito는 콜롬비아 대기업 Grupo Empresarial Antioqueno와 프랑스 소매업체 Casino가 지분을 공동소유한 선도적인 콜롬비아 슈퍼마켓 체인으로, 후자가 지배지분을 보유함. Almacenes Exito 점포에서는 의류 및 국내 가전제품을 비롯한 식품 및 비식품 항목을 판매함. 일부 점포에서는 점포 내에 약국과 은행도 구비되어 있음 2007년 1월, 콜롬비아 반독점 당국은 양쪽 회사에 의해 운영되고 있는 총 256개의 점포 중 11개를 매각하는 조건으로 Exito와 Carulla Vivero의 합병을 승인함. 이렇게 합병된 회사는 MGR 시장에서 50% 이상의 점유율을 확보함. 합병 이후, Exito는 Exito 하이퍼마켓, Carulla 슈퍼마켓 및 수많은 할인점 및 편의점을 포함하여 총 264개의 점포로 구성된 네트워크를 확보하게 됨 전략 Exito는 총수익이 7.6% 증가하여 COP7,51(조) (US\$42.1억)을 기록했고, 이자, 세금, 감가상각 및 할부상환 공제 전 수입이 13.4% 증가하여 COP6100(억)을 기록하는 등 2010년 매우 좋은 성과를 냄. 이 회사의 매출증가는 2010년 내내 실질적으로 가속화되어 Q410 매출이 12.5%까지 성장했으며, 이러한 성과 향상은 주로 2010년 초기 이후 지속된 초과 성과 달성 덕분에 가능할 수 있었음

● Carrefour (콜롬비아)

강점	• Exito 다음 순위의 시장 점유율을 보이는 콜롬비아 MGR • 2008년 말 Mercadefam과의 전략적 협력을 통해 그 입지가 보다 강화됨 • 강력한 자체 라벨 제공 및 국내 공급업체를 통한 소싱의 강조
약점	• 하이퍼마켓 형태로만 운영됨
기회	• 콜롬비아 중산층 소비자들의 가처분 소득이 증가하고 있어 브랜드 제품과 부가가치 제품의 판매 증가세가 예상됨

	• Atacado와 Carrefour Express 등과의 점포 다각화를 통한 사세 확장 잠재력
위협	• 점점 더 통합되고 경쟁적인 시장 환경하에 운영해야 함 • 가까운 미래에 WalMart의 국내시장 진입 가능성이 있음
회사 개요	Carrefour는 1998년부터 콜롬비아 내에서 영업함. 최초 하이퍼마켓인 Calle 80이 Bogota에서 개점함. 이 회사는 오직 하이퍼마켓 부문에서만 영업하며 현재 59개 점포 네트워크를 운영중임. 2005년, 이 회사는 저소득층을 대상으로 한 새로운 형태의 하이퍼마켓을 개점함. 2007년에는 2명의 콜롬비아 디자이너의 의류 부문을 하이퍼마켓에 도입함. 2004년 이후에는 고객들의 직불카드 사용을 도입함 Carrefour는 현재 4개 분야를 기반으로 하고 있는 사회 정책을 개발했음. 교육, 사회적 배제에 대한 투쟁, 환경 친화적 개발, 환경 보호가 그것임 판매되는 제품의 약 90%는 콜롬비아에서 생산된 것임. Carrefour Colombia는 2,400여개의 중소기업(SME)과 협력하고 있으며, 이는 공급업체의 85%를 차지함. 2008년 말, 이 회사는 콜롬비아의 8위 소매업체인 Mercadefam과 전략적 협력관계를 발표함
전략	합병 가능성을 점치며 2008년 말 콜롬비아 소매업체인 Mercadefam과의 전략적 협력관계를 체결한다는 Carrefour의 발표는 콜롬비아 내에서 상당한 사세 확장을 꾀하고자 하는 이 회사의 야망을 드러내는 것임. 매출 기준으로 콜롬비아의 8위 소매기업인 Mercadefam은 콜롬비아 제5의 도시인 부카라망가(Bucaramanga)에서 7개의 매장을 운영하고 있음. 이 7개의 매장 중에서 3개가 하이퍼마켓이고, 3개는 약국, 1개는 슈퍼마켓임

● Grupo Nutresa

강점	• 고성장 제품 부문에서 강력한 브랜드들로 구성된 포트폴리오를 가진 주도적 시장 참가자 • 해당 지역에서 꾸준히 성장하는 상당한 시장 점유율
약점	• 경쟁력 유지를 위해 지속적인 혁신이 필요한 제품 분야에서 영업활동을 영위함 • 민간회사 라벨이 붙은 제품의 인기가 높아지면 위협을 받는 부문에서 영업활동을 영위함 • 2010년부터 2011년 초까지 상품가격 인상으로 마진에 타격을 받음

기회	• Pozuelo와 Nutresa의 인수합병을 통해 중앙 아메리카뿐만 아니라 미국, 멕시코 및 카리브 해 지역에서 자신의 브랜드와 인프라를 강화할 수 있는 입지를 다짐 • 콜롬비아 국민들의 비만과 당분의 다량 섭취 위험에 대한 인지도 상승에 대응하여 ‘칼로리가 낮은’ 제품군 생산의 확대를 계획중임
위협	• 미국과의 FTA가 체결되면 국제 경쟁이 증가할 것임 • 경쟁력과 판매량 유지를 위해 보다 광범위한 제품군을 개발할 필요가 있음 • 변동환율에 노출되어 있음
회사 개요	Grupo Nutresa는 초콜릿, 커피, 시리얼, 제과류의 주요 제조업체임. 상기 4가지 제품 부문으로 구분됨. 초콜릿 및 초콜릿 부산물은 Rionegro, Bogotá, Manizales에 있는 3개의 공장에서 생산되며, Medellín, Bogotá, Santa Marta, Armenia에 있는 계열사 Colcafé를 통해 4개의 커피 가공 공장이 운영중임 2009년 초 이 회사는 US\$92백만 달러에 멕시코 초콜릿 회사인 Nutresa를 인수할 계획을 발표함. 2011년, 보다 광범위한 제품 포트폴리오를 보다 잘 반영하기 위해 회사이름을 (Grupo Nacional de Chocolates에서) Grupo Nutresa로 변경함 이 회사의 주요 전략은 특히 남아메리카 및 중앙아메리카 그리고 미국 등의 해외 시장에서의 투자 증대를 통해 수익을 확대하는 것임. 결과적으로 이 회사는 국내 및 해외 시장 간 수익 비율이 50 대 50으로 형성되기를 희망함. 또한 지속적인 제품 혁신은 국내 및 해외 시장 점유율 상승을 위해 필수적이라고 여겨짐 이 회사의 궁극적인 목표는 성장 및 수익성, 소비자 밀접성, 고객 서비스, 인적 자산, 브랜드 가치 및 지속적인 혁신과 관련하여 이 지역에서 최고로 평가되는 회사가 되는 것임 2009년 초 이 회사는 멕시코 초콜릿 제조사인 Nutresa를 US\$95백만 달러에 인수함. 이러한 행보는 규모가 상당한 멕시코 시장에서의 영업활동을 확대하고 또한 미국 내에서 점점 증가하는 라틴아메리카 인구를 대상으로 하는 보다 광범위한 전략의 일부로서, 멕시코 제품 포트폴리오를 보충하기 위한 행보로도 여겨짐 2010년 7월 이 회사는 국내 커피 생산업체인 Industrias Aliadas의 최대 주주가 되었음을 발표함. 해당 회사의 주식을 83.3%까지 취득하기

	위해 US\$16.6백만 달러를 투자했으며, 이는 수출을 위해 수용성(인스턴트) 커피와 커피 추출물의 생산에 중점을 두고 Aliadas와 협력하여 국제적인 커피 사업을 증대하기 위한 전략의 일부임 인수는 2010년 9월 승인되었고 그와 동시에 이 회사는 약 US\$84백만 달러에 미국 비스킷 회사 Fehr Holdings를 인수한다고 발표함 2011년 초 이 회사는 도미니카 공화국의 Helados Bon의 인수를 발표함. 이 인수는 약 US\$38.7백만 달러로 평가됨. Bon은 80%에 육박하는 시장 점유율을 가진 도미니카 공화국의 주도적인 아이스크림 사업체임 2010년 Nutresa는 2.8% 수익 감소를 보여 수익이 COP4.46조를 기록함. 이러한 수익 감소는 베네수엘라 시장에서의 판매 수익에 손상을 입힌 베네수엘라 통화의 평가절하가 일부 원인일 수 있음 또한 미국 달러화 대비 콜롬비아 페소화의 평가절상이 원인일 수도 있음. 이로 인해 수입품의 가격이 점점 감소하여 콜롬비아 자국제품의 경쟁력에 큰 타격을 주었기 때문임
회사 데이터	• 2008 총수익: COP4조 (US\$1.58십억); 전년대비 16% 증가 • 2008 순수익: COP299십억 (US\$118.4백만); 전년대비 21% 증가 • 2009 총수익: COP4,5조 (US\$2.5십억); 전년대비 14.4% 증가 • 2009 순수익: COP225.4십억 (US\$127.4백만); 전년대비 22.5% 감소 • 2010 총수익: COP4.46조 (US\$2.5십억); 전년대비 2.8% 감소 • H111 총수익: COP2,34조 (US\$1.32십억); 전년대비 12.6% 증가 • H111 순수익: COP114.5십억 (US\$64.6백만); 전년대비 8.1% 감소 • 직원 수: 29,436 • 설립년도: 1920

4. 농식품 수출입현황

4. 농식품 수출입현황

가. 콜롬비아의 대세계 교역동향

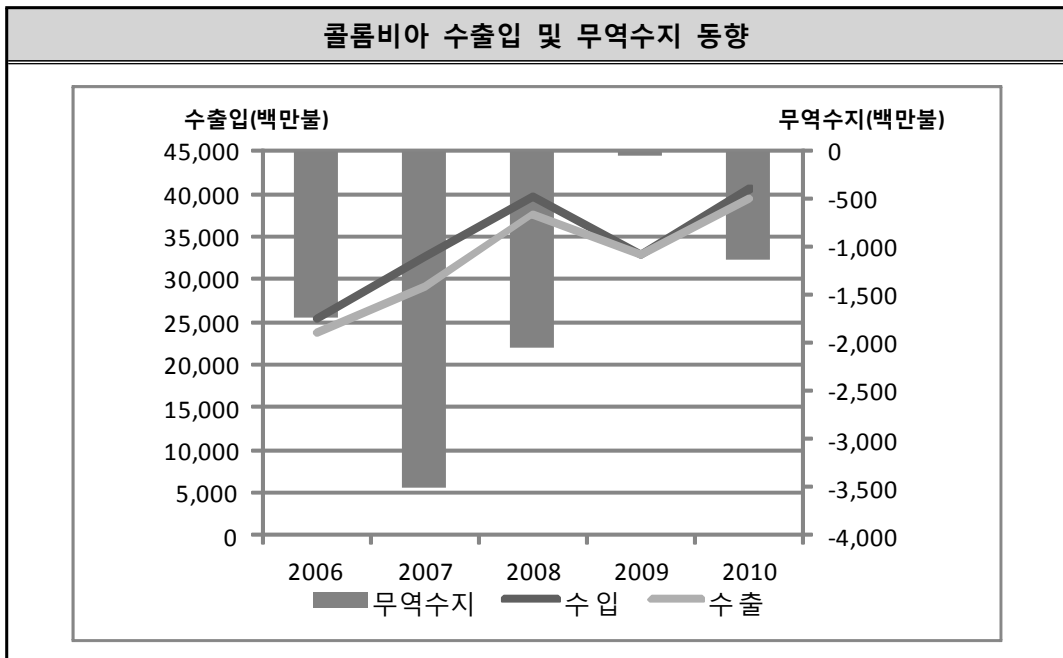
- 콜롬비아의 대세계 교역동향을 살펴보면 수출 및 수입이 증가추세를 보이고 있음. '09년 일시 감소했다가 최근 회복 추세를 보이고 있음
- 다만, 연간 수출액보다 수입액이 많아 '06년 이후 지속적으로 무역수지 적자를 나타내고 있으며, 적자 폭은 변동성이 큼

〈 콜롬비아의 교역동향 〉

(단위 : 백만불)

구 분	2006	2007	2008	2009	2010
수 입	25,468	32,587	39,669	32,898	40,683
수 출	23,730	29,076	37,626	32,853	39,552
무역수지	-1,738	-3,511	-2,043	-45	-1,131

출처 : Global Trade Atlas



- 콜롬비아의 주요 수입대상국은 미국, 중국, 멕시코, 브라질 등이며 한국과 일본으로부터의 수입액도 많은 편임

(단위 : 백만불)

순위	국가명	콜롬비아 상위 10개 수입대상국					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	미 국	5,985	6,738	8,416	11,437	9,456	10,477
2	중 국	1,612	2,158	3,270	4,549	3,715	5,477
3	멕시코	1,751	2,230	3,018	3,126	2,298	3,857
4	브라질	1,379	1,836	2,350	2,328	2,147	2,370
5	독 일	771	909	1,185	1,557	1,338	1,658
6	아르헨티나	410	570	699	920	1,043	1,509
7	일 본	702	919	1,209	1,153	825	1,157
8	프랑스	383	409	509	884	1,457	1,115
9	한 국	592	740	881	920	680	940
10	에콰도르	527	678	720	810	695	835

출처 : Global Trade Atlas

- 주요 수입품목으로는 주로 기계류, 전기기기(HS 84,85,87)로서 ‘10년 기준 총 14,202백만불을 수입하여 전체의 34.9%를 차지하고 있으며, 농식품 분야 중에서는 곡물류(HS 10)의 수입이 가장 높음

(단위 : 백만불)

순위	HS(2)	품 명	주요 상위 10개 수입품목					
			2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	84	보일러,기계류	2,908	3,521	4,891	5,938	5,233	6,031
2	85	전기기기	2,818	3,076	3,611	4,233	3,023	4,091
3	87	일반차량	1,964	2,882	3,922	3,648	2,644	4,080
4	27	광물성연료, 에너지	550	672	898	1,815	1,239	2,081
5	29	유기화합물	1,515	1,685	1,852	2,133	1,481	1,880
6	88	항공기,우주선	706	646	775	1,477	2,638	1,879
7	39	플라스틱류	953	1,127	1,379	1,597	1,315	1,680
8	30	의료용품	544	712	883	1,078	1,280	1,469
9	72	철강류	930	1,037	1,428	1,863	887	1,387
10	10	곡물류	625	845	1,168	1,652	1,180	1,280

출처 : Global Trade Atlas

- 주요 수출 국가는 미국, 중국, 에콰도르 등이며 미국으로의 수출액이 전체의 40%이상을 차지함

– 아시아 국가 중에서는 중국으로의 수출이 가장 큼

* 대 중국 수출 : 1,967백만불

(단위 : 백만불)

순위	국가명	콜롬비아 상위 10개 수출대상국					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	미 국	8,443	9,391	9,966	14,053	12,879	16,746
2	중 국	236	439	769	443	950	1,967
3	에콰도르	1,318	1,204	1,250	1,500	1,257	1,825
4	네덜란드	438	501	821	752	1,345	1,617
5	베네수엘라	2,089	2,627	5,143	6,092	4,050	1,422
6	페 루	707	673	790	855	788	1,132
7	브라질	141	186	463	649	577	1,040
8	칠 레	295	252	369	849	627	907
9	파나마	263	251	241	319	310	899
10	스위스	139	544	829	945	1,038	854

출처 : Global Trade Atlas

- 주요 수출 품목은 광물성 연료, 에너지, 귀금속, 커피류 등이며, 특히 커피, 차, 향신료의 수출실적이 연간 19억 달러를 상회하고 있음

(단위 : 백만불)

순위	HS(2)	부류명	콜롬비아 상위 10개 수출품목					
			2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	27	광물성연료,에너지	8,283	9,124	10,300	17,295	15,781	22,300
2	71	귀석, 귀금속	746	952	979	1,268	1,702	2,315
3	09	커피,차, 향신료	1,490	1,453	1,706	1,923	1,581	1,920
4	39	플라스틱류	900	1,019	1,210	1,377	1,099	1,257
5	06	화훼류	904	946	1,098	1,101	1,056	1,248
6	72	철강류	884	1,231	1,822	1,105	893	1,193
7	08	과실,견과류	542	549	606	708	886	799
8	17	당류와 설탕과자	454	553	484	398	626	674
9	48	지, 판지	359	419	536	629	570	524
10	33	화장품류	180	238	317	438	429	399

출처 : Global Trade Atlas

나. 콜롬비아 대세계 농식품 수출입동향

- 농식품 수입은 '09년 일시적인 하락을 제외하고는 증가추세에 있음
- 주요 수입품목으로는 옥수수, 밀로 '10년기준 총 1,158백만불을 수입하여 전체의 28%를 차지 하고 있음

<콜롬비아 대세계 농식품 품목별 수입동향>

(단위 :백만불)

품목	2005	2006	2007	2008	2009	2010
전체	1,967	2,348	3,106	4,183	3,523	4,156
옥수수(종자용 제외)	319	447	660	926	663	797
밀(듀럼밀 제외),메슬린	233	255	359	527	341	361
대두유의 추출시에 얻어지는 오일-케이크 및 고형의 유박	151	164	235	371	345	355
대두유와 그 분획물	84	93	105	189	119	183
대두(파쇄한것인지여부 불문)	101	97	116	119	142	156
조제식료품	84	94	105	112	134	139
사탕수수, 사탕무당	18	54	55	64	60	109
채두류	58	47	60	77	71	96
다랑어,가다랑어 및 버니토우	36	32	50	89	75	92
사과(신선)	33	38	54	59	62	77

자료원 : Global Trade Atlas

- 주요 수입국가는 아르헨티나,미국, 캐나다이며 아르헨티나 수입액이 전체의 27%이상을 차지함
- 아시아 국가에서는 중국에서 수입이 가장 큼. 대중국 수입 '10년기준 77 백만불임

<콜롬비아 대세계 농식품 국가별 수입동향>

(단위:백만불)

수입국가						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
전체	1,967	2,348	3,106	4,183	3,523	4,156
아르헨티나	154	299	355	563	719	1141
미국	683	824	1278	1796	847	711
캐나다	149	161	229	255	257	341
브라질	100	142	177	231	340	336
에콰도르	198	246	242	254	282	289
칠레	120	138	190	240	210	277
볼리비아	184	104	132	224	244	267
페루	55	64	65	112	163	170
멕시코	34	43	58	82	92	103
중국	16	37	36	41	42	77

자료원 : Global Trade Atlas

다. 한-콜롬비아 교역동향

▣ 한-콜롬비아 전체 상품 교역동향

- 한-콜롬비아의 교역규모는 상대적으로 적은편이며 한국은 주로 철강류와 커피 등 차류를 수입하고 있으며, 주요 수출 품목은 자동차, 기계류임
 - 대 콜롬비아 수입규모는 4억 3천만불 수준, 수출규모는 14억불 가량으로 수입실적을 크게 상회

(단위 : 백만불)

구 분	2005	2006	2007	2008	2009	2010
수 입	137	206	116	143	125	432
수 출	624	913	1,121	1,091	797	1,389
무역수지	487	707	1,005	948	672	957

자료원 : Global Trade Atlas

- 한국의 대 콜롬비아 주요 수입 부류는 광물성연료, 철강 관련 부류 및 커피, 차, 향신료 부류와 동 제품임
 - 상위 10대 부류 중 커피 부류 이외에도 기타 조제식료품의 수입이 많은 편이며, 이를 제외하면 농식품 관련 품목은 없음

(단위 : 천불)

	HS(2)	품 명	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	27	광물성연료, 광물유	0	0	0	0	183	206,094
2	72	철강류	94,321	132,105	38,874	44,567	27,882	82,587
3	09	커피,차, 향신료	27,319	25,672	31,136	42,338	49,978	65,661
4	74	동류	3,020	18,256	28,272	30,785	17,784	29,728
5	38	화학공업품	0	0	251	153	8,883	11,880
6	76	알루미늄류	418	1,835	3,130	12,122	5,380	11,247
7	41	원피(모피제외)와 가죽	3,426	4,021	3,079	1,076	1,368	6,908
8	21	기타조제식료품	364	813	1,824	3,119	2,756	3,690
9	30	의약품	3	0	3	0	2,301	3,512
10	85	전기기기	276	118	626	27	77	2,318

자료원 : Global Trade Atlas

- 한국의 대 콜롬비아 수출품목은 일반 차량, 플라스틱, 기계류 등 대부분 공산품이며 농식품 분야의 수출은 매우 저조한 상태임

(단위: 천불)

	HS(2)	품 명	2005	2006	2007	2008	2009	2010
1	87	일반차량	313,167	504,742	721,229	568,016	449,045	791,725
2	84	보일러,기계류	58,148	85,515	74,251	98,034	103,843	167,612
3	39	플라스틱류	96,046	103,430	72,389	108,151	64,783	88,983
4	85	전기기기	50,649	77,480	87,474	61,867	29,040	48,154
5	88	항공기,우주선	8	8	0	0	1	46,271
6	72	철강류	8,048	21,884	24,967	85,750	16,670	42,100
7	40	고무	16,112	18,718	20,846	26,506	18,711	33,724
8	29	유기화합물	6,460	8,797	12,458	19,011	11,622	28,687
9	38	화학공업품	5,655	11,608	12,473	25,698	7,658	22,076
10	90	광학,의료, 검사정밀기기	6,370	10,650	12,274	13,427	25,152	21,235

자료원 : Global Trade Atlas

■ 한국의 대 콜롬비아 농림축수산물 수출동향

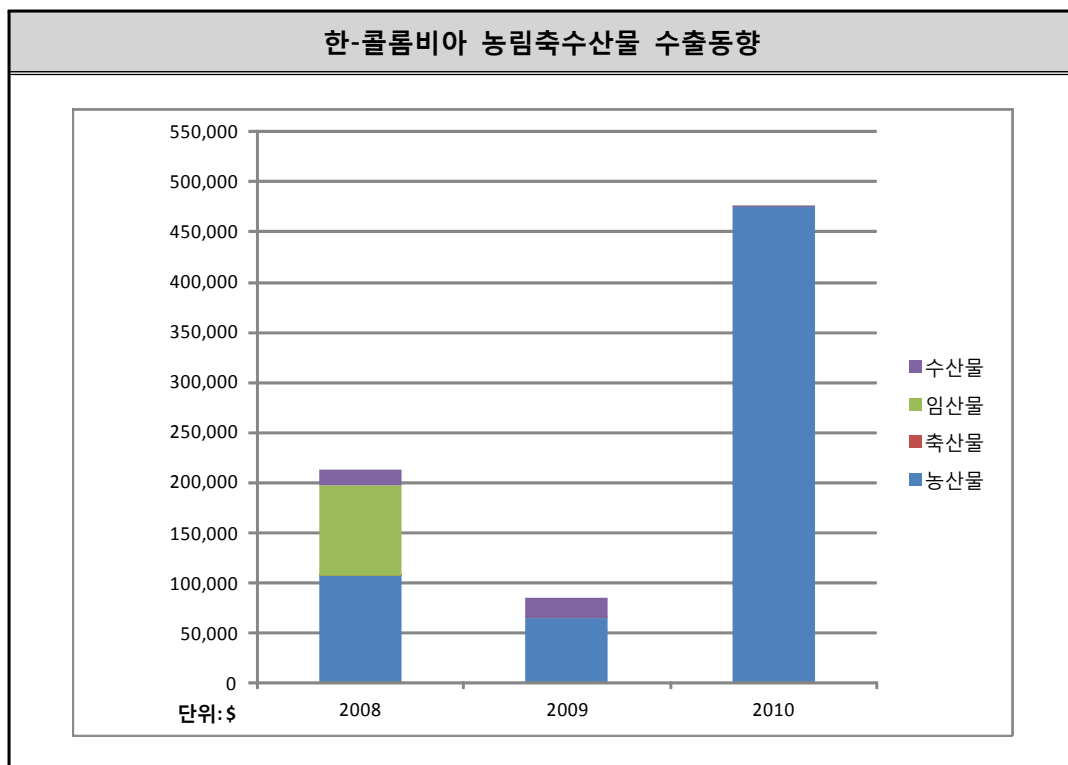
- 한국의 대 콜롬비아 수출동향을 살펴보면 연간 47만불을 약간 상회하는 수준으로 매우 미약한 상황임

－ 주요 수출품목은 물(190천불), 채소주스(99천불), 검(55천불) 등

(단위 : kg, \$)

품 명	2008		2009		2010	
	물 량	금 액	물 량	금 액	물 량	금 액
합 계	155,740	213,408	59,090	85,462	397,053	476,575
농산물	63,906	106,780	58,335	64,584	396,681	474,400
축산물	20	176	0	0	0	0
임산물	91,196	90,571	5	144	38	1,017
수산물	618	15,881	750	20,734	334	1,158

자료원 : 농수산물무역정보, KATI



(단위 : kg, \$)

순 위	품 명	2008		2009		2010	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
1	물	0	0	0	0	172,990	192,438
2	채소주스	47,149	41,962	44,836	42,079	118,980	99,069
3	검	0	0	0	0	13,191	54,556
4	기타음료	0	0	3,580	3,378	60,804	50,872
5	감초엑기스	4	11,737	1	8,950	17	18,600
6	기타단세포미생물	0	0	0	0	100	14,210
7	혼합조제식료품	0	0	0	0	3,260	12,719
8	간장	0	0	0	0	11,228	7,795
9	소주	830	1,320	0	0	2,810	4,600
10	선인장	0	0	300	1,650	85	3,250
11	기타식물성액즙	0	0	35	1,820	35	2,751
12	인삼음료	1,710	1,768	7,330	2,807	4,850	2,749
13	청주	108	250	0	0	1,368	2,570
14	고추장	220	852	0	0	792	1,031
15	리큐르	0	0	0	0	84	900

자료원 : 농수산물무역정보, KATI (소분류 기준)

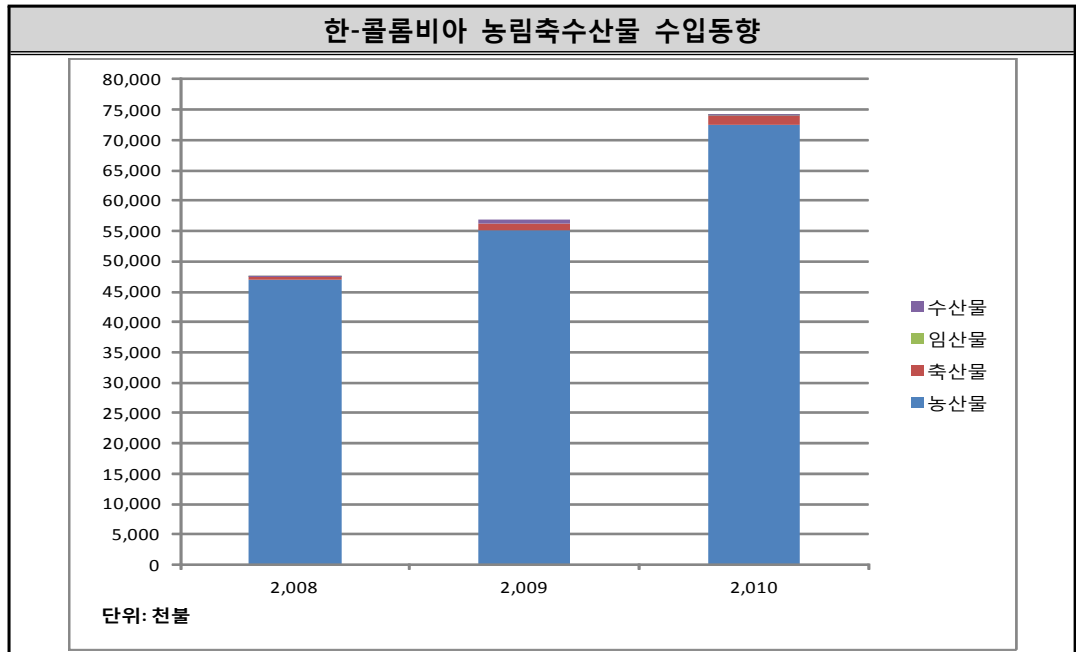
■ 한국의 대 콜롬비아 농림축수산물 수입동향

- 한국의 대 콜롬비아 수입동향을 살펴보면 수출량 대비 수입량이 월등히 높은 것을 알 수 있으며, ‘10년 수입실적이 7천 4백만불을 상회함
- 주요 수입부류는 대부분 농산물 부류이고, 축산물, 수산물, 임산물의 경우 수입이 매우 미미한 실적을 나타냄

(단위 : 톤, 천불)

품 명	2008		2009		2010	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액
합 계	14,986	47,753	15,997	56,823	16,528	74,278
농산물	14,967	47,037	15,984	55,234	16,449	72,479
축산물	0	358	0	1,105	0	1,487
임산물	8	4	0	0	63	24
수산물	11	354	13	484	16	288

자료원 : 농수산물무역정보, KATI



- 주요 수입 품목은 커피, 커피조제품 등 커피류가 가장 높은 실적을 보이고 있으며, 기타과실, 우황 등도 지속적으로 수입되고 있음

(단위 : 톤, 천불)

순위	품 명	2008		2009		2010	
		물량	금액	물량	금액	물량	금액
1	커피	13,379	42,327	13,767	49,978	14,389	65,661
2	커피조제품	339	2,739	283	2,576	357	3,497
3	우황	0	355	0	1,104	0	1,486
4	기타과실	541	746	387	566	562	788
5	기타절화	8	57	26	177	108	757
6	초코렛	21	118	40	225	59	356
7	사탕수수당	278	215	682	555	349	325
8	자당	40	16	0	0	280	238
9	기타설탕과자	161	196	161	209	120	211
10	소화효모	77	380	27	181	16	193
11	코코아분말	4	12	6	16	31	172
12	열대어	7	203	8	264	4	152
13	바나나	17	14	359	310	147	150
14	어류유지	0	0	0	0	11	136
15	카네이션	0	3	3	14	6	49

자료원 : 농수산물무역정보, KATI(소분류기준)

라. 콜롬비아 주요 품목별 수출입동향

● 통조림류

<일부 통조림류 수입동향>

(단위: US\$)

HS 코드	기재 사항	수입 FOB 2009	수입 FOB 2010	수입 FOB 2011 1-6
1604141000	통째로 또는 조각으로 (잘게 썬 것은 아님) 조리된 참치 통조림	78,629,429	85,135,464	51,568,966
1604131000	통째로 또는 조각으로 (잘게 썬 것은 아님) 조리되거나 토마토 소스에 저장된 정어리, 밴댕이 및 청어	38,261,903	28,969,051	13,211,126
1604132000	통째로 또는 조각으로 (잘게 썬 것은 아님) 조리되거나 기름에 저장된 정어리, 밴댕이 및 청어	2,659,661	1,372,148	577,133
1604133000	통째로 또는 조각으로 잘게 다져진 채 조리되거나 소금물에 저장된 정어리, 밴댕이 및 청어	449,290	117,373	28,231

출처: Bacex (콜롬비아 상공부 국가 데이터베이스)

* 집계기관 및 기준에 따라 통계치는 상이할 수 있음

<'10 국가별 수입액 및 비율>

수입국	수입 FOB (US\$)	비율
에콰도르	59,807,383.98	51.48%
FTZ 카르타헤나	54,464,706.19	46.88%
페루	1,444,167.79	1.24%
파나마	150,151.69	0.13%
스페인	144,205.61	0.12%
태국	122,150.00	0.11%
칠레	32,760.00	0.03%
프랑스	3,735.62	0.00%
이탈리아	103.79	0.00%
합계	116,169,364.67	100.00%

출처: Sicex

* 집계기관 및 기준에 따라 통계치는 상이할 수 있음

● 과자류

<과자류 수입동향>

(단위: US\$)

HS 코드	기재 사항	수입 FOB 2008	수입 FOB 2009	수입 FOB 2010	수입 FOB 2011 1-6
1704101000	껌, 당의	12,871,554	7,744,940	6,759,475	3,309,557
1704109000	기타 껌, 당의 제외품	1,188,088	1,176,363	851,772	790,094
1704901000	막대사탕, 사탕, 카라멜, 코코아가 함유되지 않은 알약	3,851,994	4,099,911	4,276,539	3,550,613
1704909000	하얀 초콜릿을 포함하여 코코아가 함유되지 않은 기타 사탕과자	3,723,531	2,483,350	2,856,271	2,193,633

출처: Bacex(콜롬비아 상공부 국가 데이터베이스)

* 집계기관 및 기준에 따라 통계치는 상이할 수 있음

<‘10 국가별 수입액 및 비율>

수입국	수입 FOB (US\$)	비율
에콰도르	8,344,275.93	53.98%
멕시코	2,140,509.30	13.85%
스페인	1,462,076.40	9.46%
미국	791,607.56	5.12%
아르헨티나	498,620.02	3.23%
페루	422,175.34	2.73%
중국	367,869.29	2.38%
브라질	242,832.84	1.57%
스위스	219,280.18	1.42%
과테말라	189,214.03	1.22%
코스타리카	173,274.80	1.12%
프랑스	145,602.73	0.94%
캐나다	129,380.22	0.84%
칠레	70,150.00	0.45%
인도네시아	48,772.70	0.32%
터키	48,177.39	0.31%
대만	35,487.20	0.23%
홍콩	32,788.00	0.21%
독일	27,242.48	0.18%
한국	25,725.00	0.17%
기타	44,144.96	0.29%
합계	15,459,206.37	100.00%

출처: Sicex (HS 코드: 1704101000, 1704109000, 1704901000, 1704909000)

* 집계기관 및 기준에 따라 통계치는 상이할 수 있음

<음주류 수입동향>

(단위: US\$)

HS 코드	기재 사항	수입 FOB 2009	수입 FOB 2010	수입 FOB 2011 1-6
2201100000	설탕이나 기타 감미료가 첨가되거나 가미되지 않은 천연 생수 및 탄산수	517,466	527,261	198,228
2201900000	설탕이나 기타 감미료가 첨가되지 않았으며 얼음과 눈을 포함하는 기타 물	87,946	110,126	15,816
2202900000	과일 주스 또는 채소를 제외한 기타 무알코올 음료	5,687,787	7,310,515	3,866,068
2202100000	설탕이나 기타 감미료가 첨가되거나 가미된 천연 생수 및 탄산수 등의 물	738,527	3,579,674	451,377
2208202900	기타 주정의 와인: 코냑, 브랜디 등	418,024	155,901	94,445
2208300000	위스키	30,133,983	25,138,821	14,783,821
2208400000	사탕수수 제품을 증류하거나 발효하여 얻은 럼주 및 기타 주류	5,992,898	3,351,163	5,416,480
2208500000	진	450,851	464,869	312,678
2208600000	보드카	1,443,944	1,786,885	747,438
2208702000	크림 리큐어	3,521,216	3,273,983	1,702,349
2208902000	용설란 주류 (데킬라 등)	1,670,747	1,493,383	892,120

출처: Bacex(콜롬비아 상공부 국가 데이터베이스)

* 집계기관 및 기준에 따라 통계치는 상이할 수 있음

5. 수출입 통관제도

5. 수출입 통관제도^{주)}

가. 수입제도 및 기본절차

■ 수입

- 관세 규정에 의거하는 수입은 영구적으로든 일시적으로든 특정 목적을 지속적으로 유지하기 위해 세계의 다른 지역 또는 자유 무역 구역에서 국내 관세 구역으로 물건이 들어오는 것을 말함
- DIAN(콜롬비아 관세청)의 수입 절차는 관세정보시스템에 의해 승인되어진 자에 의해서만 수행되어질 수 있으며 이 시스템은 관세당국(이전 관세중개회사) 및 영구적 관세 사용자-UAP에 상응함. UAP는 자신의 수입 신고서에 서명할 수 있음. 단, 수입된 상품은 US\$1,000을 초과해서는 안되며, 초과하는 경우 관세당국의 절차를 거쳐야 함

■ 일반 수입

- 가장 광범위하게 사용되는 수입 방법을 사용함. 이 방법을 거쳐 모든 관세가 납부가 완료되면 콜롬비아의 수입업체는 자유롭게 처분할 수 있도록 물품을 인도받음. 의무사항은 세관에 의해 미리 정해진 형식의 상품에 대한 상품 신고, 관세 및 판매세, VAT를 비롯한 해당되는 관세의 납부, 그리고 마지막으로 물품을 양도하는 것임
- 상품의 평가는 GATT에 의해 수립된 방법에 의거함
- 수입 신고는 3년 동안 유효함

■ 일시적 수입

< 동일 국가에 재수출하기 위한 일시적 수입 >

- 일시적 수입은 특정 제품에 대해 관세(관세 및 VAT)가 면제되는 수입으로 정의되며, 규정된 기간이 종료되면 사용 시 발생한 표준 감가상각을 제외

주) 보고타 KBC

하고 어떠한 변동사항도 없이 국내 관세영역을 통관하여 동일 국가로 수출되는 것을 말함

- 이러한 수입에는 두 가지 종류가 있음

-단기

- 국내에 단기간 체류할 수 있는 특정 요건을 충족시키는 수입 상품의 경우 적용됨. 수입 기한은 6개월이며, 최대 3개월까지 추가로 갱신될 수 있음. 예외적인 경우에는 관세당국의 승인을 얻어 최대 3개월까지 연장될 수 있음
- 이 경우 일시적 수입품의 관세 부과는 수입업자가 해당 상품을 콜롬비아 내에 영속적으로 체류시키기로 결정하지 않는 한 영구적으로 없음

-장기

- 자본재, 부속품, 부품 및 공급품의 수입에 적용되며, 이 경우 단일 선적량을 구성하는 경우에 한함. 이 수입의 기한은 5년임. 관세는 반년마다 거치되며, 어떤 경우이든 상품이 콜롬비아 관세 영역에 있는 기간 동안에 한해 지불해야 함

▣ 국내 가공을 위한 일시적 수입

- 관세 규정을 포함하여 국내 가공을 위한 일시적 수입의 형태는 다음과 같음. 국내 자본재를 위한 일시적 수입
 - 이 방법을 통해 관세 부과가 정지된 일시적 수입품, 수리 또는 업그레이드 이후 재수출되는 자본재가 6개월을 초과하지 않는 기간 이내에 동일 기간 만큼 연장될 수 있음. 재산의 처분은 제한됨
- 산업 가공을 위한 일시적 수입
 - 이 방법을 통해 일시적으로 수입된 원자재 및 가공을 위해 수입된 재료는 대규모수출사용자협회(ALTEX)에 의해 인증되고 관세 당국(DIAN)이 승인한 업체에 의해 가공 또는 산업 제조될 수 있음. 재산의 처분은 제한됨

■ 수입절차단계

(1) 시장 조사

- 국제 시장에서의 상품 가격, 국제 운송비용, 통관비용 및 기타 발생할 수 있는 제반 비용을 분석하여 경제적 실행 가능성을 연구

(2) 제품 식별

- 3.1 수입과 관련하여 정식 절차를 시작하기 전에 다음을 고려할 것
- 3.2 통관 시 관세가 부과되는 제품의 상태를 확인하여 관세(관세, 판매세, VAT)와 기타 수입 요건을 인지할것
- 3.3 해당 제품이 ICA, INVIMA, 광산환경안보부, 민간감독조사부, 상공 감독부 INCODER 등의 기관에서 수입 통관과 등록을 거쳤는지 여부를 확인할 것. 상공업관광부 웹사이트 '표준' 메뉴에 들어가서 2002 중 077을 찾을 것. 제품이 요건에 부합되지 않아도 되는 경우 수입을 위한 규제기관의 승인을 받지 않아도 됨
- 3.4 콜롬비아 수입업체는 납세식별번호 NIT를 신청하기 위해 DIAN에 식별번호(RUT)를 신청해야 함

(3) 기타 절차

- 무역 조건(INCOTERMS)을 확인하여, 국제 운송 비용을 부담해야 하는 경우 가장 편리한 콜롬비아 항구로 상품을 운송하여 통관 전에 상품을 보관하고자 하는 보세 창고에 물품을 보관하기 위해 상기 운송 비용이 지급되는 운송업체를 고용할 것

(4) 통관 과정

- 5.1 일단 제품이 콜롬비아 내 보세 창고에 들어오면 기재 사항, 일련 번호 또는 식별 정보에 관해 문제가 제기되는 것에 대비하여 수입 신고서나 기타 서류를 제출하기 전에 사전 검사를 실시해 줄 것을 당국에 요청하길 권장함

- 5.1.1 식품의 경우 콜롬비아에 입국하기 전에 위생 등록이 의무적임.
동식물 제품의 경우에도 콜롬비아 농업연구소의 허가를 얻어야 함
- 5.2 가치가 US\$5,000 미만인 경우 안데스 관세 신고서를 구매하여 작성할 것(비용: \$ 6000COP). 이는 수입 신고서의 보조 서식으로 수입 상품의 관세(관세 지급의 기초)를 결정함
- 5.3 관세(관세, VAT 등)의 납부는 수입신고서를 통해 이루어짐(비용: \$ 6000) 이러한 관세 납부는 외환 시장 중개자에게 이행됨(상업 은행, 금융 회사 등) 글로벌 시스템인 SIGA가 운영되는 주요 관세의 경우 서식은 전자방식으로 작성됨
- 5.4 관세 규칙(시행령 2685/99)에 따라 DIAN에서 직접 이행할 수 있음
 - 법인은 자체적인 법적 대리인이나 변호사를 통해 직접적으로 행위하여 US\$1,000를 초과하지 않는 FOB 값에 해당하는 수입을 이행할 수 있음
 - 자연인은 US\$1,000를 초과하지 않는 FOB 값에 해당하는 수입을 개인적으로 이행할 수 있으며, 이때 개인이 직접 행위해야 함
 - 수하물 취급소의 여행자들
- ※ 참고 US\$1,000를 초과하는 수입물품의 경우 수입은 세관중개회사 SIA를 통해 처리됨
- 5.5 상품의 인도나 제거 시 일단 취소된 관세는 제품이 위치한 곳의 세관 보증금과에서 처리되며 아래 서류를 제출해야 함. 이 서류는 각각 세관원 검토를 거쳐 최소 5년 동안 보관됨
 - ① 상업용 송장
 - ② II. 포장 목록
 - ③ 요구되는 경우 기록 또는 수입 면허
 - ④ 원산지 증명서(제품 및 원산지에 따라)
 - ⑤ 수입 신고서
 - ⑥ 운송 서류(AWB - 선하 증권)
 - ⑦ 요구되는 경우 기타 증명서 또는 승인
- 5.6 세관 컴퓨터 시스템은 자동적으로 입국될 수 있는지 물리적 검사가 필요한 지 여부를 결정함. 전자의 경우 상품은 세관 보증금과에 의해

승인된 경우 검사를 받지 않을 수 있으며, 후자의 경우 DIAN 검사관이 서류상의 기재 내용과 승인 요청이 된 상품과의 일관성을 확인함

■ 국내입국을 위한 건강 증명서

- 수입되는 식품이나 원재료의 각 로트나 선적량의 경우 제품 통관항에 주재하는 보건 당국이 발행한 건강 증명서를 발급받아야 함. INVIMA는 품질관리심사제도도 실시하며 제품이 보관될 장소도 심사함
- 식품 및 식품 원재료의 국내입국에 필요한 건강 증명서 발급을 위해 아래 사항이 요구됨
 - 생산국에서 발행한 건강 증명서 또는 이에 상응하는 증명서
 - 본 법령에 명시된 본 기준을 준수하는 해당 제품의 의료 기록 사본
 - 제품 검사 행위
 - 해당 제품의 견본에 대한 실험실 테스트 결과
- 건강 증명서의 소유주가 누가 될 것인지 한국 회사가 결정하는 것이 중요함
콜롬비아 회사가 건강 증명서의 소유주가 되기도 하고 외국 회사가 되는 경우도 있음
- 이 증명서 발행에는 필요한 서류, 등록을 위한 검사에 따라 2-6개월이 소요될 수 있음. 이 증명서가 없는 경우 콜롬비아 내 진입이 불가능함

■ 상품 가치가 없는 견본

- 상품 가치가 없는 상품과 견본의 수입은 2가지 방식으로 이루어지며, 모든 경우에서 해당 상품은 관세를 납부해야 함
 - 수입 허가 금지:
 - a) 광고나 홍보 목적을 위해, 판매용이 아닌 상품의 견본으로서 실험, 과학 및 기술 연구를 위해 수입된 경우
 - b) 상품의 단위가격이 US\$50.00를 초과하지 않고 선적량 당 최대 10 단위를 초과하지 않는 경우 이보다 더 큰 양의 상품은 원래 용기나 포장 위에 ‘판매용이 아닌 견본’이라는 표시가 반드시 되어 있어야 하며, 선적량의 총 가치가 US\$1,000.00를 초과해서는 안 됨

– 수입 허가:

상품이 상기 요건을 충족하지 못하는 경우 결의안 001/95 ‘환불 불가’ 표제에 명시된 바에 따라 수입 허가서를 반드시 제출해야 함

■ 금지되는 물품

- 콜롬비아의 경우 일본에서 수입되는 제품과 전 세계에서 수입되는 동물 질병과 관련하여 특정 제한이 있음
- 대부분의 제품의 경우 제한은 세금, 관세, 위생 등록, 통관 인증, 상품 분석, 콜롬비아 내에서의 보관 능력 등을 통해 이루어짐
- INVIMA는 일부 국가들의 경우 일부 제품이 영양, 치료 또는 보충 제품이라는 명칭을 얻고 있으나 콜롬비아의 요건은 각 항목에 대해 다르게 적용되기 때문에 위생 등록을 위한 성분 분석이 매우 중요하다고 설명하고 있음

■ 검역

- 검역은 콜롬비아에서는 그리 흔하게 이행되지 않음. 콜롬비아 환경에 악영향을 미칠 수 있는 위생, 질병, 전염병에 관한 의심이 드는 경우 보통 ICA가 동물, 채소 및 파생물에 대해 검역을 수행함
- 항구에서는 수입업체에 상품의 존속 필요성을 설명함으로써 수입업체가 해당 제품의 분석을 승인하도록 하여 결과가 나올 때까지 해당 제품의 판매나 사용을 피함

나. 라벨링규정

■ 최소 기재사항

- 제품: 예. 설탕, 시럽, 사탕 등
- 실제 이름: 예. 첨채당(beet sugar)이라고 하면 사탕수수 설탕(cane sugar)을 말함, 등
- 구성: 예. 포도당 00%, 자당 00% 등
- 품질: 예. 화학물질 무첨가, 상업용 등

- 과당: 작은 표제를 달아 %로 표시 17.02.60.00.00 17.02.50.00.00
- 용법: 예. 의약품, 식료품
- 콜롬비아 관세청(DIAN)에 제출하는 서류를 발급 받기 위해 수입업체는 해당 기술 기준의 라벨링 조항을 준수하는 해당 수입신고서를 제품의 박스에 표시해야 함. 해당되는 DIAN의 라벨링 규정을 준수하지 않는 경우 상품이 억류될 수 있음
- 자국내로 수입되는 해외 식품회사의 식품 및 원재료에 표시되어야 하는 최소한의 정보는 라벨에 반드시 표시되어 있어야 하며, 생산국의 제조업체가 직접적으로 발급한 것과 동일한 코드나 생산 번호를 부착함으로써 식별되는 것과 본질적으로 동일한 조건에 의거하여 제조되거나 생산된 유사한 식품의 1회분 단위로서 결정된 양으로 정의되는 “1회분 분량”이 표시되어 있어야 함. 나머지 정보는 대중에게 시판되기 이전에 두 번째 표시구역에 표시될 수 있음. 예. 식품회사의 식품 및 원재료는 라벨링 되지 않은 기간 동안 그리고 DIAN이 요구하는 라벨링이 되어 있는 기간 동안 시판되기 이전에 새로운 표시가 부착되어 운송, 저장 및 포장될 수 있음

음주류

- 에너지 드링크의 용기나 포장은 품질의 유지를 위해 필요한 위생 기준을 반드시 준수해야 하며 해당 라벨이나 표시에는 다음 정보가 기재되어 있어야 함
 1. "카페인 함량 높음". 괄호 표시를 하여 카페인 함량을 mg/100ml으로 표시
 2. "알코올성 에너지 드링크와 함께 섭취하지 말 것"
 3. "카페인에 민감한 사람들은 마시지 말 것."
 4. "본 제품의 최대 수용 가능한 일일 섭취량은 250ml 캔 3개임."
- San Andrés에서 수입되거나 판매되거나 또는 이곳에서 수입되어 콜롬비아 나머지 지역으로 유통되는 알코올성 음료, San Andres, Providencia, Santa Catalina 자유 무역항에서 수입되거나 판매되는 알코올성 음료, 그리고 San Andres, Providencia, Santa Catalina 자유 무역항에서 수입되어 나머지 지역으로 유통되는 알코올성 음료의 라벨링은 요구되는 라벨링 규정을 반드시 준수해야 함

▼ 분유

- 봉지에 포장되어 수입되는 분유의 경우 다음의 라벨링 요건을 반드시 준수해야함

1. 상표명 및 우유의 종류
2. 원산지 국가
3. 제조일자 및/또는 생산 로트 번호
4. 유통기한(통관일자로부터 12개월 이상이어야 함)
5. 저장 시 권고사항
6. 그램(g)이나 킬로그램(kg)으로 표시되는 총합량 및 순수합량
7. 원산지 국가에서의 제품의 원래 포장 시 생산일자 또는 로트 번호 및 유통기한이 반드시 기재되어 있어야 함
봉지 분유의 통관 시점에 유통기한은 최소 12개월 이상 남아 있어야 함
제조일자 또는 로트 번호 및 유통기한 표시를 위해 접착제를 사용하는 것은 금지됨

▼ 통조림류

- 밀봉된 가공 식품의 각 팩에는 영구적으로 육안 식별이 가능한 확인 코드가 표시되어 있어야 함. 용기에 확인 코드가 새겨지지 않거나 쓰여진 글씨가 손상되거나 또는 표시가 분명하게 붙어있지 않는 등의 경우에는 해당 라벨을 해당 용기에 단단히 부착해야 함. 요구되는 식별확인증을 통해 해당 제품이 포장된 장소, 포장된 물품, 포장 일자 및 기간을 코드를 통해 확인할 수 있어야 함. 포장 기간 코드는 판매 및 유통 시 로트를 신속하게 확인할 수 있도록 빈번하게 변경됨
- 용기 제조사 및 해당 용기는 건본 추출 계획을 수립하여 검사 과정에서 해당 용기 및 밀봉이 상호 협의를 통해 정해진 명세를 준수한다는 사실이 확인될 수 있도록 해야 함

다. 관세제도

▣ 농산물 및 비농산물세율

- WTO 세율기준 콜롬비아의 농산물 평균 세율은 16.7%로 비농산물 부류에 비해 높은 세율을 나타내고 있음

구 분	전품목 평균	농산물	비농산물
단순 평균(final bound)	42.8%	91.4%	35.4%
단순 평균(MFN)	12.5%	17.2%	11.8%
무역비중에 따른 평균	11.6%	16.7%	11.0%

자료원 : World Tariff profiles, 2011(WTO)

주) 수산물은 제외

- 농산물 중 가장 높은 세율을 보이는 부류는 낙농품으로 평균세율이 44.3%에 달함. 낙농품 이외에도 곡물제품, 동물제품 등도 높은 세율을 나타내고 있음

부류	품목부류	Final bound		MFN	
		평균	최대치	평균	최대치
농산물	동물제품	97%	209%	24.5%	80%
	낙농품	136.7%	159%	44.3%	98%
	과실, 채소, 화훼류	72.8%	178%	15.3%	60%
	커피 및 차류	70.0%	70%	17.9%	20%
	곡물 및 조제품	108.4%	195%	20.4%	80%
	지방종자, 유지류	131.8%	227%	15.9%	20%
	설탕류	106.8%	130%	16.8%	20%
	음료 및 담배류	92.1%	137%	18.6%	20%
	면(Cotton)류	75.8%	99%	10.0%	10%
	기타	76.5%	151%	9.3%	70%
비농산물	어류제품	37.5%	104%	18.8%	20%
	미네랄 및 철강	35.0%	35%	10.1%	20%
	석유	35.0%	35%	10.0%	15%
	화학제품	35.0%	70%	7.9%	20%
	목재 및 종이류	35.0%	35%	13.1%	20%
	직물	35.6%	40%	17.7%	20%
	의류	40.0%	40%	20.0%	20%
	가죽제품 및 신발	34.9%	35%	13.6%	20%
	기계류(전자제품 이외)	35.0%	35%	8.7%	20%
	전자제품	35.0%	35%	10.4%	20%
	운송 관련품	35.4%	40%	14.0%	35%
	기타 공업품	35.0%	35%	11.2%	20%

자료원 : World Tariff profiles, 2011 (WTO)

■ 관세 장벽

- 콜롬비아는, 원칙적으로, 1990년대 초 이래 원칙적으로 용도별 5개 그룹으로 구분한 다음, 그룹별로 아래와 같이 관세율을 적용하고 있음
 - 1그룹(0%) 국내 미 생산 원부자재 및 자본재
 - 2그룹(5%) 국내 미 생산 원부자재 및 자본재 일부, 산 동물 및 식물
 - 3그룹(10%) 국내 생산되는 원부자재 및 자본재, 산 동물 및 식물 일부
 - 4그룹(15%) 국내 생산되는 원부자재 및 자본재 일부, 야채류
 - 5그룹(20%) 최종 소비재, 육류, 어류, 우유, 버스, 미니버스, 트럭
- 상기 5개 그룹에 속하지 않는 자동차(35%, 전후 관세율)와 농산물(15~20% 전후 관세율) 등 15개 품목에 대해서는 변동관세율을 적용하는 “price-band” 수입관세를 시행함
- 콜롬비아 정부는 2010.11.5 콜롬비아 관세율 구조개혁(New Structural Reform of Tariff System of Colombia)차원에서 Decree 4114, 4115를 제정, 2007.1.1 이후 적용되어 오던 기본 관세율을 부분 수정하여 HS 10단위 기준 7,291개의 관세선의 수입 관세율을 변경하였다. 이에 따라, 변경된 품목의 평균 관세율이 8.25%로 인하되었음
- 한편 관세의 종류로 일반관세와 특혜관세가 있으며, 일반관세는 별도의 협정에 의해 부여되는 특혜관세 대상국 상품을 제외한 외국상품에 적용되며 특혜관세의 경우 경제협력 협정에 의해 당사국간 호혜주의에 입각하여 일정 할인율을 적용한 관세율로서, 콜롬비아가 체결한 주요 경제협정 및 이에 따른 특혜 범위를 보면 다음과 같음
 - ALADI 특혜관세 : 1980년 몬테비데오 협정에 의거, ALADI(ASOCIACION LATINOAMERICANA DE INTEGRACION) 제국(아르헨티나, 브라질, 멕시코, 칠레, 파라과이, 에콰도르, 페루, 볼리비아, 베네수엘라, 우루과이) 상품에 대한 특혜관세임
 - 국가별 관세할인율은, 아르헨티나, 브라질, 멕시코 : 0.88 / 볼리비아 : 0.86 / 에콰도르 : 0.72 / 파라과이 : 0.66/ 칠레, 베네수엘라, 페루, 우루과이 : 0.08 등
 - ANDEAN 특혜관세 : 안데안 공동시장(콜롬비아, 에콰도르, 볼리비아, 페루) 회원국에 대한 특혜관세로 궁극적으로 ANDEAN 회원국 간 자유

무역을 추진하고 있음 현재 상당수 품목에 0% 관세율이 적용되나, 국가별, 품목별 협상을 통해 관세율을 적용함

- G-3 특혜관세 : GRUPO DE LOS TRES(멕시코, 콜롬비아, 베네수엘라) 회원국에 대한 특혜 관세로, 품목별로 특혜관세율 적용(베네수엘라 탈퇴)

■ 비관세장벽

(1) 표준과 규격

- 콜롬비아 상공부는 민간단체인 ICONTEC으로 하여금 콜롬비아 규격을 정하게 하고 동 규격 적합성(conformity)을 가진 외국상품만을 수입허가하고 있으며, 한국상품 규격과의 마찰은 없음

(2) 정부조달

- 2003.6월 콜롬비아 정부는 Law816호를 공포하면서, 정부조달과정에서 자국업체와 자국산 물자 및 서비스에 대한 우대 규정을 명문화하였음
- 상기 법령은 정부조달과정에서 콜롬비아업체에게 콜롬비아 상품 및 서비스에 대해 10~20%의 보너스점수, 외국산 상품 및 서비스에 대하여는 5~15%의 보너스 점수를 부여하도록 규정하고 있음
- 콜롬비아는 WTO 정부 조달 협정 옵서버 국가이나 당사국은 아님. 콜롬비아는 정부 조달에 관한 내국민대우를 멕시코와 안데안 공동체(페루, 에콰도르, 볼리비아), 칠레에 상호주의에 의거하여 부여하고 있음
- 앞으로 미국, EU와의 FTA가 발효되면, 협정 규정에 의거하여 이들에게도 내국민 대우가 부여될 것임

(3) 신규트럭 구입 시 구형차량 폐차 및 관련 보증금 문제

- 콜롬비아 정부는 신규 트럭 구입 시 구형트럭을 폐차하든지 동 폐차를 할 때까지 일정금액을 보증금으로 예치토록 해온 바, 2008.6월부터 폐차 기간을 종전 18개월에서 3개월로 단축하고 보증금을 3배 이상 대폭 인상하도록 하는 교통부장관령(2008년 Decreto 2450)을 발표하였음(동 규정은 국내외산 트럭 모두에 적용되며 덤프트럭, 믹서트럭은 면제)
- 한편, 2009.3.31일 경기 활성화 및 영세자영업자 보호를 위해 10.5톤 미만 트럭은 상기 규정에서 면제조치 되었음

6. 한국식품 수출확대 및 진출방안

6. 한국식품 수출 확대 및 진출방안^{주)}

가. 콜롬비아 주요 식품시장

▣ 통조림류

- 국내 회사라는 이점으로 시장 내 인지도가 매우 높으며 참치를 제외한 다수의 통조림 식품을 판매함



주) 보고타 KBC

제품명	중량	시중가격
Salchichon –소시지	225g	\$2430 COP/US\$ 1,3
Salchicha – 소시지	450g	\$6360COP/US\$3,4
Jamoneta – 햄	180g	\$3850COP/ US\$ 2,06
Carne de Diablo – 고기	80g	\$3030 COP/US\$1,63
Arvejas – 콩	580g	\$3300COP/US\$1,77
Ensalada de Vegetales – 채소 샐러드	580g	\$3310 COP/US\$ 1,78
Chile– 고추	440g	\$5560COP/US\$ 2,98
Albondigas –미트볼	440g	\$8210COP/US\$ 4,41
Frijoles – 콩	580g	\$4690COP/US\$ 2,52

※ 가격은 지역마다 상이할 수 있음

- 또한 상기 제품들의 경우 일부 육류나 채소가 자국 내에 없는 경우 통조림 식품으로 대체 구매하기도 함
- 콜롬비아에서 참치 통조림으로 가장 잘 알려진 브랜드는 Van camps로 Seatech International사에 의해 가공되며 인지도와 선호도가 매우 높음



제품명	중량	시중가격
오일에 저장된 참치	184g	\$3480 COP/US\$1,87
물에 저장된 참치	184g	\$3460 COP/US\$1,85
올리브를 곁들인 참치	320g	\$9480COP/US\$5,08

※ 가격은 지역마다 상이할 수 있음



제품명	중량	시중가격
Maiz- 옥수수	432g	\$2990 COP/US\$ 1.61
Durazno- 복숭아	820g	\$3230COP/US\$1.73
Atun en aceite- 기름에 저장된 참치	170g	\$2700COP/ US\$ 1.5
Sardinas-토마토 소스에 저장된 정어리	425g	\$3740 COP/US\$2.01
Salchichas Viena -소시지 통조림	150g	\$2360COP/US\$1.27
Ensalada de Vegetales -채소 샐러드	580g	\$3310 COP/US\$ 1.78

※ 가격은 지역마다 상이할 수 있음

유제품

- 우유와 일부 관련 상품에는 높은 관세가 부과되기 때문에 시장 진입이 실질적으로 어려운 품목임. 그러나 치즈 등의 제품은 시장 참여가 가능함. 콜롬비아는 우유 생산국이기 때문에 콜롬비아 유제품은 가격경쟁력이 있음

콜롬비아 유제품



제품명	중량	시중가격
Milk cream(우유 크림)	225ml	\$3660 COP/US\$ 1.97
Powder Milk(분유)	900g	\$20850COP/US\$11.19
Condense Milk(응축 우유)	170g	\$5070COP/ US\$ 2.7
Light finesse	1,000ml	\$3070 COP/US\$1.67
Whole milk(전유)	1,000ml	\$1790COP/US\$0.96
Whole milk(전유)	1,000ml	\$2300 COP/US\$ 1.23

※ 가격은 지역마다 상이할 수 있음

▣ 제과류



제품명	중량	시중가격
Jet Chocolatine (50)	600G (각 12g)	\$19700COP/US\$10.57
Jumbo (5)	240g	\$7650COP/US\$4.1
Piazza		\$1150COP/US\$ 0.6
Nesfit (6 팩)	144g	\$2870COP/US\$ 1.54
Tosh		\$4700COP/US\$ 2.52
Panelitas Copelia (12)	276g (23g each one)	\$8920COP/US\$ 4.78
Trululu gums	100g	\$3270COP/US\$ 1.76
Ducales crackers (6)	150g	\$2510COP/US\$ 1.35
Milk caramel	310g	\$3240COP/US\$ 1.74

※ 가격은 지역마다 상이할 수 있음

콜롬비아 회사들도 유사한 제품을 생산하고 있지만 한국제품에도 또한 관심을 가질 수 있음

나. 한국 식품 유통 현황 및 가능성

▣ 한국식품 유통 현황

- 라면, 알로에 음료, 롯데 점 등은 일부 슈퍼마켓에 판매되고 있음
- "Maki roll" 은 보고타내에 한국레스토랑으로 쌀, 라면, 김치, 소주와 같은 한국술을 판매함
- 다른 한국 레스토랑은 한국관, 비원과 아리랑임

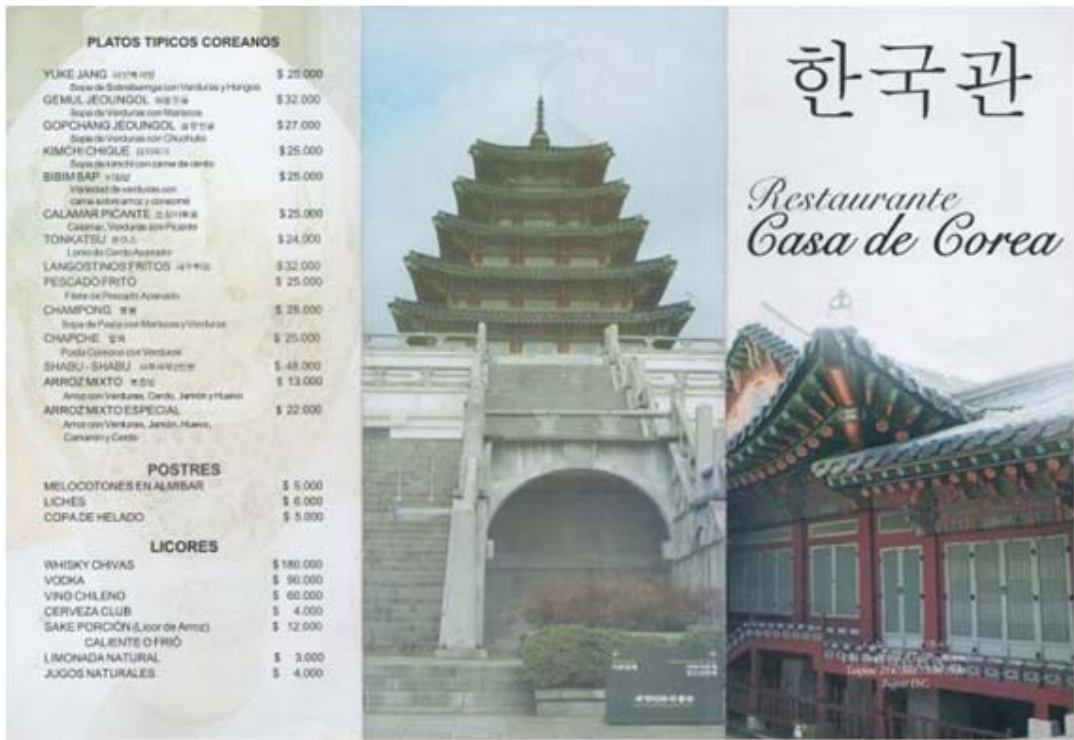
< 한국레스토랑 전경>



< 한국레스토랑 내부>



<한국관 사진>



▣ 통조림류

- 훈제나 바비큐와 같이 맛이 너무 강하지 않은 통조림 식품은 맛이 좋고 가격이 팬층은 경우 색다른 제품을 찾는 경향이 있음. 제품의 시장 진입 시 슈퍼마켓 등에서 시식을 통해 사람들을 유인하여 구매로 이어질 수 있도록 하는 것이 중요함
- 콜롬비아의 몇몇 점포를 방문하여 제품의 판매 과정과 접촉이 이루어지는 방식을 분석하는 것이 중요함
- 참치나 다른 생선 통조림에는 익숙하나 소스에 저장된 채소는 매우 생소함. 물만을 사용하여 통조림에 담은 채소를 저장 식품으로 사용함
- 이 경우 약간의 가능성이 있기는 하나 한국에서 생산되는 통조림 식품의 목록을 확인하여 추가적인 가능성을 분석 및 확인해야 함. 선택 여부는 오직 맛과 선호 형태에 달려 있음

- 또 다른 중요한 점은 포장임. 콜롬비아에서 구성성분과 위생 등록표시는 스페인어로 하도록 되어 있음. 콜롬비아 소비자들은 캔의 모양이 손상되거나 산화되지 않고 라벨이 완벽하게 부착된 완전한 형태의 캔을 매우 중요시함
- 제품을 소개하고 가격 결정 및 향후 영업 분석을 위해 잠재적인 바이어와 접촉하는 것을 권장함

▣ 과자류



- 상기와 같은 한국 제품들은 시장 가능성이 있으며, 양보다는 맛이 가장 중요함. 또한 다양한 맛의 껌이 제공되면 좋을 것임
- 상기 제품들은 국내에서 이미 선보인 일부 사례들이나, 자국내 가능성 여부를 심도 있게 판단하기 위해 보다 많은 카탈로그와 제품군이 필요함
- 콜롬비아에는 건강 식품의 물결이 일고 있으나 그런 제품에 더 많은 돈을 지불할 능력이 있는 소비자군은 매우 소규모에 불과함. 여성들은 몸매를

유지하고 건강상의 이점을 위해 칼로리가 낮은 제품을 구매하는 경향이 있음

- 한국회사가 시식 제공과 같이 매우 강력한 마케팅 전략을 펼치는 경우 진입 가능성이 있는 시장임. 콜롬비아 사람들은 소비자로서 구매하기 전에 제품의 맛을 매우 중요시함. 맛이 좋아야 가격을 비교하고, 예산에 따라 제품이 싼지 비싼지 결정함
- 슈퍼마켓과 언론을 통한 광고가 매우 중요함. 그래야 사람들이 제품의 존재를 인지할 수 있음. 보통 자녀의 점심메뉴, 간식 또는 디저트로 먹을 수 있다고 설명하는 것도 중요함
- 또 다른 중요한 포인트는 포장임. 콜롬비아에서 구성성분과 위생 등록표시는 스페인어로 하도록 되어 있음. 아동, 십대 및 성인에게 어필할 수 있는 콜롬비아 특유의 색깔로 포장하는 것이 중요함
- 제품 소개, 경쟁 가격 결정 및 향후 영업 분석을 위해 잠재적인 바이어와 접촉하는 것을 권장함

■ 유제품

- 콜롬비아의 유제품 부문은 상당량의 국내 제품군들로 인해 진입하기가 매우 어려운 시장임. 우유, 버터, 치즈 생산에 협력하는 많은 회사와 공동체가 있으며, 정부는 높은 세금을 부과하여 외국 회사들의 시장 진입을 제한하고 있어 국내 브랜드가 이미 자리를 잡고 있음
- 콜롬비아 시장에서 판매되지 않으나 콜롬비아 소비자들의 관심을 받을 수 있는 제품이라면 가능성이 있음

■ 음료

- 알코올 제품은 콜롬비아에서 가장 세금이 많이 부과되는 항목임. 부가가치세와 소비세 등이 부과됨.
- 콜롬비아에서는 스포츠 구역, 학교 및 대학 구역, 운송 또는 특정 장소에서 알코올 음료에 대한 마케팅 및 홍보가 제한됨.

- 소주 및 소주 결합 제품은 대다수 콜롬비아 소비자들에게 생소한 제품임
- 알로에 음료는 콜롬비아에서 영향력을 얻고 있으며 맥심 1회용 포장 등 커피류가 진출 가능성 있음



다. 시장 진출 및 수출 확대방안

▣ 현지시장에 대한 선행연구 및 수출유망품목 사전선별

- 수출희망업체와 현지시장 출장조사 등을 통한 현지 식문화 및 선호품목에 대한 사전 조사를 통해 수출전략품목에 대한 선별 추진

▣ 수출상담회 및 시장개척단 등을 통한 현지시장 마켓테스트 추진

- 소규모 수출상담회 또는 시장개척단 파견을 통해 현지 바이어의 한국산 농식품 취급선호도 및 수입형태 등 현지 식품시장 정보와 식품 취급바이어 네트워크 확보

▣ 초기 마켓테스트용 샘플제공을 통한 선호품목 발굴

- 한국산 농식품에 대한 인지도가 아직 낮은 상황으로 초기 시장진출을 위해서는 마켓테스트용 샘플 등의 지속적인 제공을 통해 현지 소비자 및 바이어 반응을 확인한 후 본격적인 수출추진

■ 콜롬비아 식품박람회 참가를 통한 비즈니스 기회 창출

- 현지 농식품시장 트렌드 및 유통업체, 바이어 네트워크 구축을 위해 현지 식품박람회 참가를 통해 한국산 농식품에 대한 홍보강화 및 수출비즈니스 기회의 지속적인 창출노력 필요

■ 소량다품목 패키지 구성을 통한 수출전략 추진

- 한국식품의 인지도가 낮은 남미 등 신규시장의 경우 수입바이어의 경우 리스크 회피를 위해 소량다품목의 수입의향이 높은 상황으로 소량 다품목 패키지 구성을 통한 수출추진 필요

■ 식품 수출입 관련 규정파악

- 시장진입시 수입규정 및 라벨링 등 기본적인 사항의 사전조사와 바이어와의 협의를 통한 라벨링, 성분표시 등 수입식품 관련 규정에 철저한 사전대비 필요

7. 기타

7. 기타

가. 상거래시 유의사항

- 보통 영업일은 월요일부터 금요일까지이며, 일부의 경우 토요일 아침까지인 경우도 있음
- 대부분의 회사가 오전 7:30분이나 8시부터 오후 4:30분이나 5:30분까지 근무함
- 보통 12월 말부터 1월 초까지는 근무일을 줄이거나 휴가를 가기 때문에 그 기간 동안에는 전화를 받거나 이메일을 확인하지 않을 수 있음
- 콜롬비아 사람들은 시간 엄수를 하려고 노력하는 편이긴 하나 일부의 경우 약간 늦기도 함
- 기업가들은 외국인 사업가들이 약속한 것을 지키고, 계약과 배타적 대표권을 존중하는 것을 매우 중요시함
- 콜롬비아 사람들은 자국내 시장 진입 가능성을 위한 무료 견본 확보를 매우 중요시함
- 연간 20일의 휴일이 있고, 그중 일부는 천주교 관련이고 나머지는 시민 관련임. 2012년 휴일은 다음과 같음
 - 1월 1일, 9일
 - 3월 19일
 - 4월 1일, 5일, 6일, 8일
 - 5월 1일, 21일
 - 6월 11일, 18일
 - 7월 2일, 20일
 - 8월 7일, 20일
 - 10월 5일
 - 11월 12일
 - 12월 8일, 25일
- 양당사자와 접촉하여 국내 현실을 알고 그들의 요구를 파악할 수 있도록 박람회와 행사에 참여할 것. 콜롬비아는 Seoul Food 2012에 참여할 예정이며, 이 분야의 주요 기업들과 접촉할 수 있음

나. 바이어, 대형유통업체 리스트

1	SEATECH INTERNATIONAL INC		
사장	Mr Diego Canelos Velasco	직함	CEO
전화번호	(575) 6778900	팩스번호	(575) 6778900
설립 일자	1989	직원 수	
웹사이트	www.seatechint.com		
주소	Mamonal Km. 8 Zona Franca Ind. – Cartagena		
업종	가공		
제품	해산물 제품		
연간 수익	US\$ 131,456,649	연간 수입	US\$10

2	INDUSTRIA DE ALIMENTOS ZENU S.A.S. ZENU S.A.S – IDAZ S.A.S.		
사장	Luis Ignacio Salazar Naranjo	직함	CEO
담당자	Mr Carlos Ignacio Sanchez	직위	구매 과장
전화번호	(574) 4705222 – 2672501	팩스번호	(574) 2677379
설립 일자	2002	직원 수	
웹사이트	www.zenu.com.co		
주소	Cra. 64C # 104-3 B. Pedregal – Medellin		
업종	제조		
제품	식품		
연간 수익	US\$ 352,260,258	연간 수입	US\$10,063,397

3	COLOMBOESPANOLA DE CONSERVAS LTDA.		
사장	Mr Danilo Alejandro Cotrino Ramirez	직함	CEO
전화번호	(571) 2968060 – 2968061	팩스번호	(571) 2968065
이메일1	isabelcolombia@isabelcolombia.com.co	이메일2	
설립 일자	2000	직원 수	25
웹사이트			
주소	Av. 15 # 100–69 Ofc. 407 B. Chico – Bogota		
업종	판매		
제품	저장식품 및 통조림 식품		
연간 수익	US\$ 12,320,158	연간 수입	US\$6,970,772
4	GRUPO ALIMENTARIO DEL ATLANTICO S.A – GRALCO S.A.		
사장	Hugo Domingo Marino Villa	직함	CEO
담당자	Juan Antonio Hadad Lewis	직위	Commercial director
전화번호	(575) 3448495	팩스번호	(575) 3448811
이메일1	informacion@gralco.com.co	이메일2	
설립 일자	1999	직원 수	530
웹사이트	www.gralco.com.co		
주소	Cl. 1 # 38–121 Zona Industrial – Barranquilla		
업종	가공		
제품	참치		
연간 수익	US\$ 48,932,865	연간 수입	US\$15,178,555

5	ALMACENES EXITO S.A – XITO – LEY – POMONA – SURTIMAX		
사장	Mr Gonzalo Alonso Restrepo Lopez	직위	CEO
담당자	Mr Dario Jaramillo Velasquez	직위	통상 부사장
전화번호	(574) 3396565	팩스번호	(574) 3314792
이메일1	almacenes.exit@grupo-exito.com	이메일2	
설립 일자	1950	직원 수	19000
웹사이트	www.exit.com		
주소	Cra. 48 # 32BSur-139 Av. Las Vegas – Envigado		
업종	판매		
제품	잡화		
연간 수익	US\$ 4,012,363,517	연간 수입	US\$117,838,730
6	GRANDES SUPERFICIES DE COLOMBIA S.A. – CARREFOUR		
사장	Mr Frank Michel Pierre	직위	CEO
전화번호	(571) 6579797	팩스번호	(571) 6579797
이메일1	Martha_Vargas@carrefour.com	이메일2	
설립 일자	1997	직원 수	
웹사이트	www.carrefour.com.co		
주소	Av. 9 # 125-30 B. Villa Suiza – Bogota		
업종	판매		
제품	잡화		
연간 수익	US\$ 2,164,850,580	연간 수입	US\$33,571,368

7	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A. – OLIMPICA S.A.– SAO		
사장	Mr Antonio Char Chaljub	직위	CEO
담당자	Mr Jimmy Char Navas	직위	통상 부사장
전화번호	(575) 3710100 – 3710101	팩스번호	(575) 3710100
이메일1	servicioalcliente@olimpica.com.co	이메일2	
설립 일자	1977	직원 수	3,000
웹사이트	www.olimpica.com.co		
주소	Cl. 53 # 46–192 L–301 Portal del Prado – Barranquilla		
업종	판매		
제품	대중 소비재		
연간 수익	US\$ 1,546,870,112	연간 수입	US\$44,128,796
8	COLOMBIANA DE COMERCIO S.A. – CORBETA S.A.– ALKOSTO S.A.		
사장	Mr Rafael Juan Mejia Correa	직위	CEO
전화번호	(571) 3649777	팩스번호	(571) 2017981
이메일1	legal@corbeta.com.co	이메일2	
설립 일자	1953	직원 수	
웹사이트	www.corbeta.com.co		
주소	Cl. 11 # 31A–42 – Bogota		
업종	판매		
제품	잡화		
연간 수익	US\$ 1,101,080,262	연간 수입	US\$125,360,463

9	ALMACENES LA 14 S.A.		
사장	Mr Jaime Cardona Parra	직위	CEO
전화번호	(572) 4881414	팩스번호	(572) 6651819
이메일1	servicioalcliente@la14.com	이메일2	
설립 일자	1963	직원 수	4,800
웹사이트	www.la14.com		
주소	Cra. 1 Cl. 70 C.C. Calima P. 7 – Cali		
업종	판매		
제품	잡화		
연간 수익	US\$ 573,939,605	연간 수입	US\$2,185,076
10	ALTIPAL S.A.		
사장	Mr Jorge Humberto Palacio Hoyos	직위	CEO
전화번호	(571) 2948383	팩스번호	(571) 2948370
이메일1	martha.salamanca@altipal.com.co	이메일2	
설립 일자	1993	직원 수	
웹사이트	www.altipal.com.co		
주소	Cra. 69B # 19A-47 Zona Ind. Montevideo – Bogota		
업종	판매		
제품	대중 소비재		
연간 수익	US\$ 371,780,590	연간 수입	US\$191,024

11	COMERCIALIZADORA GIRALDO Y GOMEZ Y CIA. S. – SUPERINTER AUTOSERVICIOS		
사장	Mr Jose Raul Giraldo Gomez	직위	CEO
담당자	Mr Joaquin Giraldo Gomez	직위	구매 과장
전화번호	(572) 5240130 – 3228200	팩스번호	(572) 5240130
이메일1	superinter@superinter.com.co	이메일2	
설립 일자	2003	직원 수	1,500
웹사이트	http://www.superinter.com.co/		
주소	Cra. 56 # 13C-103 B. 1 de Mayo – Cali		
업종	판매		
제품	대중 소비재		
연간 수익	US\$ 217,151,681	연간 수입	US\$2,924,335
12	JOHN RESTREPO A. Y CIA. S.A.		
사장	Mr Orlando Ignacio Jimenez Lopez	직위	CEO
전화번호	(574) 5113840 – 3698100	팩스번호	(574) 3612341
이메일1	johnrestrepoa@une.net.co	이메일2	
설립 일자	1957	직원 수	800
웹사이트	www.johnrestrepoa.com		
주소	Cra. 42 # 86-35 Autop. Sur – Itagui		
업종	판매		
제품	주류 및 대중 소비재		
연간 수익	US\$ 121,447,428.6	연간 수입	US\$ 7,882,621

13	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.		
사장	Mr Renato Minuzzo	직위	CEO
담당자	Mr Javier Sanabria	직위	식품구매 과장
전화번호	(571) 6781616	팩스번호	(571) 6782169
이메일1		이메일2	
설립 일자	2005	직원 수	
웹사이트	www.makro.com.co		
주소	Cl. 192 # 19-12 - Bogota		
업종	판매		
제품	잡화		
연간 수익	US\$ 393,192,347	연간 수입	US\$15,375,707

14	INVERSIONES EURO S.A. - EURO SUPERMERCADO		
사장	Mr Carlos Jaramillo	직위	CEO
담당자	Ms Beatriz Amparo Osorno Galeano	직위	통상 과장
전화번호	(574) 3623366	팩스번호	(574) 3623366
이메일1	compras@eurosupermercado.com	이메일2	
설립 일자	2004	직원 수	
웹사이트	http://www.eurosupermercados.com		
주소	Cra. 47 # 83A-40 Bl. 25 Loc. 13 Central Mayorista - Itagui		
업종	판매		
제품	식품 및 식료 잡화		
연간 수익	US\$ 857,534,653	연간 수입	US\$2,030,957

15	NOVAVENTA S.A.S		
사장	Mr Matias Gaviria Uribe	직위	CEO
담당자	Ms Sandra Victoria Perez Ruiz	직위	통상 부장
전화번호	(574) 3068600	팩스번호	(574) 3068601
이메일1	nrprieto@novaventa.com	이메일2	
설립 일자	2000	직원 수	320
웹사이트	www.novaventa.com.co		
주소	Cra. 52 # 20-124 Av. Guayabal – Medellin		
업종	판매		
제품	카탈로그 식료품		
연간 수익	US\$ 86,629,313	연간 수입	US\$2,109,400
16	COLOMBINA DEL CAUCA S.A.		
사장	Mr Alfredo Fernandez De Soto Saavedra	직위	CEO
담당자	Mr Carlos Ivan Caicedo	직위	공급 과장
전화번호	(572) 8295297 – 8291459	팩스번호	(572) 8295297
이메일1	lestrada@colombina.com	이메일2	
설립 일자	1996	직원 수	1,100
웹사이트	www.colombina.com		
주소	Km. 2 Via San Julian Pq. Ind. El Paraiso – Santander de Quilich		
업종	제조		
제품	식료품		
연간 수익	US\$ 107,448,044	연간 수입	US\$8,200,124

17	SUCESORES DE JOSE JESUS RESTREPO Y CIA. S.A. – CASA LUKER S.A – LUKER S.A.		
사장	Mr Guillermo Restrepo Mejia	직위	CEO
담당자	Ms Luz Adriana Osorio	직위	공급망 과장
전화번호	(576) 8879510	팩스번호	(576) 8759510
이메일1	luker@une.net.co	이메일2	
설립 일자	1935	직원 수	2,500
웹사이트	www.casaluker.com		
주소	Cra. 23 # 64B-33 Trr. A – Manizales		
업종	제조		
제품	식품		
연간 수익	US\$ 245,334,207	연간 수입	US\$3,334,591
18	CADBURY ADAMS COLOMBIA S.A.		
사장	Mr Carlos Ramiro Becerra Sanchez	직위	CEO
담당자	Mr Nancy Narvaez Diaz	직위	회계 및 수입 과장
전화번호	(572) 4310400	팩스번호	(572) 4310240
이메일1	mariaacristina.rojas@krafffoods.com	이메일2	
설립 일자		직원 수	1953
웹사이트	www.cadburyschweppes.com		
주소	Cra. 4Norte # 64-10 B. Calima – Cali		
업종	제조		
제품	과자		
연간 수익	US\$ 160,073,388	연간 수입	US\$22,841,014

19	DISTRIBUIDORA COLOMBINA LTDA		
사장	Mr Cesar Augusto Caicedo Jaramillo	직위	사장
담당자	Mr Henry Posada Torres	직위	통상 부사장
전화번호	(572) 8861999	팩스번호	(572) 8851811
이메일1	lsanchez@colombina.com	이메일2	
설립 일자	1956	직원 수	280
웹사이트	www.colombina.com.co		
주소	Cra. 1 # 24-56 P. 5 Edif. Belmonte B,Piloto – Cali		
업종	판매		
제품	식품		
연간 수익	US\$ 90,186,684	연간 수입	US\$61,206,365
20	COMESTIBLES ALDOR S.A.		
사장	Mr Leonardo Aljure Dorronsoro	직위	CEO
전화번호	(572) 6919600	팩스번호	(572) 6655193
이메일1	claudia.rodriquez@aldoronline.com	이메일2	
설립 일자	1990	직원 수	
웹사이트	www.aldoronline.com		
주소	Cl. 15 # 29-69 Zona Ind. Acopi – Yumbo		
업종	제조		
제품	사탕 및 식료 잡화		
연간 수익	US\$ 77,031,987	연간 수입	US\$2,556,350

21	C.I. SUPER DE ALIMENTOS S.A. – C.I. SUPER S.A.		
사장	Mr Juan Pablo Coppiano Palacio	직위	CEO
전화번호	(576) 8879500	팩스번호	(576) 8748877
이메일1	info@superdealimentos.com.co	이메일2	
설립 일자	1981	직원 수	
웹사이트	www.superdealimentos.com.co		
주소	Km. 10 Via al Magdalena – Manizales		
업종	제조		
제품	제과류		
연간 수익	US\$ 74,945,711	연간 수입	US\$4,199,822
22	CONFITECOL S.A.		
사장	MR Carlos Alfonso Garcia Castro	직위	CEO
담당자	Mr Alberto Zuluaga	직위	통상 과장
전화번호	(571) 6012020	팩스번호	(571) 6014728
이메일1	contabilidad@confitecol.com	이메일2	
설립 일자	1993	직원 수	
웹사이트			
주소	Cl. 108 # 15-41 P. 3 B. San Patricio – Bogota		
업종	판매		
제품	과자		
연간 수익	US\$ 41,747,484	연간 수입	US\$8,543,640

23	DISTRIBUIDORA DE CONFITES S.A. – DISCONFITES S.A.		
사장	Mr Javier Orlando Moreno Munera	직위	CEO
전화번호	(574) 2323060 – 2886494	팩스번호	(574) 3817390
이메일1	omar.rojas@grupodistribucion.com.co	이메일2	
설립 일자	1956	직원 수	300
웹사이트	www.disconfites.com.co		
주소	Cra. 43A # 25A-45 B. Colombia – Medellin		
업종	판매		
제품	대중 소비재		
연간 수익	US\$ 37,480,082	연간 수입	US\$2,084,670
24	COMESTIBLES ITALO S.A.		
사장	Mr Hugo Goggel Imfeld	직위	CEO
담당자	Mr Daniel Ruiz Rodriguez	직위	구매 과장
전화번호	(571) 4055236	팩스번호	(571) 2925231
이메일1	italo@comestiblesitalo.com	이메일2	
설립 일자	1976	직원 수	800
웹사이트	www.comestiblesitalo.com		
주소	Cra. 68D # 15-26 Zona Ind. Montevideo – Bogota		
업종	제조		
제품	과자		
연간 수익	US\$ 30,187,125	연간 수입	US\$2,167,307

25	CIA, NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S. – CNCH– NACIONAL DE CHOCOLATES S.A.S. part of GRUPO NUTRESA		
사장	Ms Sol Beatriz Arango Mesa	직위	CEO
담당자	Mr Enrique Escobar Uribe	직위	재정 부장
전화번호	(574) 2661500	팩스번호	(574) 2682872
이메일1	eescobaru@chocolates.com.co	이메일2	
설립 일자	2002	직원 수	
웹사이트	www.chocolates.com.co		
주소	Cra. 43A # 1ASur-143 Edf. Santillana B. Poblado – Medellin		
업종	제조		
제품	식료품		
연간 수익	US\$ 393,401,812	연간 수입	US\$44,573,479
26	MEALS MERCADEO DE ALIMENTOS DE COLOMBIA S.A.S – MEALS DE COLOMBIA S.A.S		
사장	Mr Mario Alberto Nino Torres	직위	CEO
담당자	Ms	직위	
전화번호	(571) 6439120	팩스번호	(571) 6439172
이메일1		이메일2	
설립 일자	1964	직원 수	1,600
웹사이트	www.meals.com.co		
주소	Av. Cra. 70 # 98-09 B. La Floresta – Bogota		
업종	제조		
제품	유제품		
연간 수익	US\$ 136,487,088	연간 수입	US\$6,346,656

27	DANONE ALQUERIA S.A.		
사장	Mr Padro Silveira	직위	CEO
담당자	Ms Ana Maria Marulanda	직위	구매 과장
전화번호	(571) 4942000	팩스번호	(571) 4942000
이메일1		이메일2	
설립 일자	2007	직원 수	400
웹사이트	www.danone.com		
주소	Km. 5 Via Cajica – Tabio		
업종	제조		
제품	유제품		
연간 수익	US\$ 21,742,507	연간 수입	US\$756,568
28	COOPERATIVA COLANTA LTDA. – COLANTA LTDA. – COOPERATIVA AGROINSO LTDA. – COOPERATIVA ISO LTDA. – COOPERATIVA LECASA LTDA.		
사장	Mr Jenaro Perez Gutierrez	직위	CEO
전화번호	(574) 4455555	팩스번호	(574) 2570576
이메일1	colanta@colanta.com.co	이메일2	
설립 일자	1964	직원 수	5,100
웹사이트	www.colanta.com.co		
주소	Cl. 74 # 64A–51 B. Caribe – Medellin		
업종	저온 살균 및 조제		
제품	우유 및 파생물		
연간 수익	US\$ 793,259,198	연간 수입	US\$15,493,071

29	ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A. – ALPINA COLOMBIA S.A.		
사장	Mr Julian Jaramillo Escobar	직위	CEO
담당자	Mr Juan Pablo Fernandez Gonzalez	직위	마케팅 부사장
전화번호	(571) 4238600	팩스번호	(571) 4238630
이메일1	alpina@alpina.com.co	이메일2	
설립 일자	1969	직원 수	
웹사이트	www.alpina.com.co		
주소	Cra. 63 # 14–97 – Bogota		
업종	제조		
제품	식품		
연간 수익	US\$ 600,292,086	연간 수입	US\$16,841,930
30	ROSMI LTDA.		
사장	Ms Michael Rosemberg Rosenbaum	직위	CEO
전화번호	(571) 6114100 – 6101630	팩스번호	(571) 6101630
이메일1	asist.gerencia@rosmiltda.com	이메일2	
설립 일자		직원 수	1997
웹사이트	http://www.rosmi.net/		
주소	Cra. 14 # 93B–45 Ofc. 301 – Bogota		
업종	판매		
제품	Gerente		
연간 수익	US\$ 10,171,969	연간 수입	US\$4,081,600

31	PARMALAT COLOMBIA LTDA.		
사장	Mr Luiz Guilherme De Gusmao Ribeiro	직위	CEO
담당자	Ms Clemencia Bello Forero	직위	해외무역 과장
전화번호	(571) 6799998	팩스번호	(571) 6701494
이메일1	angela_acuna@parmalat.com.co	이메일2	
설립 일자	1994	직원 수	800
웹사이트	www.parmalat.com.co		
주소	Diag. 182 # 20-84 B, Verbenal – Bogota		
업종	제조		
제품	유제품		
연간 수익	US\$ 116,445,748	연간 수입	US\$583,626
32	DAIRY PARTNERS AMERICAS MANUFACTURING COLOMBIA LTDA. – DPA COLOMBIA LTDA.		
사장	Mr Julio Fausto Franco Geraldo	직위	CEO
전화번호	(575) 5748050	팩스번호	(575) 5748050
이메일1		이메일2	
설립 일자	2004	직원 수	217
웹사이트			
주소	Cra. 9 # 6C-01 – Valledupar		
업종	제조		
제품	유제품		
연간 수익	US\$ 91,931,404	연간 수입	US\$755,184

33	QUALA S.A		
사장	Mr Andres Leal Fernandez	직위	CEO
전화번호	(571) 7700100	팩스번호	(57) 5633733
이메일1	quala@quala.com.co	이메일2	
설립 일자	1980	직원 수	2500
웹사이트	www.quala.com.co		
주소	Cra. 68D # 39F-51Sur B. Talavera – Bogota		
업종	Manufacture		
제품	식음료		
연간 수익	US\$ 264,592,320	연간 수입	US\$45,602,702
34	GASEOSAS POSADA TOBON S.A. – POSTOBON S.A.		
사장	Mr Hector Fernando Garcia Ardila	직위	CEO
담당자	Mr Cesar Vallejo Alzate	직위	통상 부장
전화번호	(574) 5765100	팩스번호	(574) 5765222
이메일1		이메일2	
설립 일자	1933	직원 수	
웹사이트	www.postobon.com.co		
주소	Cl. 52 # 47-42 Edf. Coltejer P. 18 al 32 – Medellin		
업종	제조		
제품	청량음료, 주스 및 물컵		
연간 수익	US\$ 436,427,280	연간 수입	US\$39,757,905

35	ALPINA PRODUCTOS ALIMENTICIOS S.A. – ALPINA COLOMBIA S.A.		
사장	Mr Julian Jaramillo Escobar	직위	CEO
담당자	Mr Juan Pablo Fernandez Gonzalez	직위	마케팅 부사장
전화번호	(571) 4238600	팩스번호	(571) 4238630
이메일1	alpina@alpina.com.co	이메일2	
설립 일자	1969	직원 수	
웹사이트	www.alpina.com.co		
주소	Cra. 63 # 14-97 – Bogota		
업종	제조		
제품	식품		
연간 수익	US\$ 600,292,086	연간 수입	US\$16,841,930
36	BAVARIA S.A.		
사장	Mr Richard Rushton Mark	직위	CEO
전화번호	(571) 6389000 – 6389382	팩스번호	(571) 6389375
이메일1		이메일2	
설립 일자		직원 수	1930
웹사이트	www.bavaria.com.co		
주소	Cl. 94 # 7A-47 B. Chico – Bogota		
업종	제조		
제품	맥주 및 엿기름		
연간 수익	US\$ 1,015,365,628	연간 수입	US\$109,892,208

37	PROMOTORA DE CAFE COLOMBIA S.A. – PROCAFECOL S.A.		
사장	Mr Hernan Mendez Bages	직위	CEO
담당자	Mr Adriana Ochoa Calderon	직위	통상 부사장
전화번호	(571) 3136700	팩스번호	(571) 2176556
이메일1	juan.valdez@juanvaldezcafe.com	이메일2	
설립 일자	2002	직원 수	714
웹사이트	www.juanvaldezcafe.com		
주소	Cl. 73 # 8-13 P. 3 Trr. A – Bogota		
업종	판매		
제품	커피 및 음료		
연간 수익	US\$ 45,190,935	연간 수입	US\$88,975
38	INDUSTRIAS ALIADAS S.A.S.		
사장	Mr Miguel Hunda Cleves	직위	CEO
전화번호	(571) 2630866	팩스번호	(571) 4160190
이메일1	fabrica@ialiadas.com.co	이메일2	
설립 일자	1988	직원 수	
웹사이트	www.ialiadas.com.co		
주소	Av. Cl. 26 # 69D-91 Ofc. 504 – Bogota		
업종	가공 및 판매		
제품	커피		
연간 수익	US\$ 87,936,310	연간 수입	US\$114,683

39	DIAGEO COLOMBIA S.A. – DIAG		
사장	Mr Pedro Manuel Gil Nogueira	직위	CEO
전화번호	(571) 6405606	팩스번호	(571) 6420172
이메일1	jose.m.quiroga@diageo.com	이메일2	
설립 일자	1995	직원 수	
웹사이트	www.diageo.com		
주소	Cl. 100 # 13-21 Ofc. 502 – Bogota		
업종	판매		
제품	알코올 음료		
연간 수익	US\$ 87,492,807	연간 수입	US\$ US\$32,866,644
40	DISTRIBUIDORA DE VINOS Y LICORES S.A. – DISLICORES S.A.		
사장	Mr Jose Antonio Echeverri Aristizabal	직위	CEO
전화번호	(574) 2323060	팩스번호	(574) 2622268
이메일1	omar.rojas@grupodistribucion.com.co	이메일2	
설립 일자	1976	직원 수	270
웹사이트	www.dislicores.com.co		
주소	Cra. 43A # 25A-45 B. El Poblado – Medellin		
업종	판매		
제품	와인, 주류 및 대중 소비재		
연간 수익	US\$ 43,936,053	연간 수입	US\$5,918,534

41	FABRICA DE LICORES Y ALCOHOLES DE ANTIOQUIA – FLA		
사장	Mr Andres Isaza Perez	직위	CEO
담당자	Ms Ana Milena Viillada Palacios	직위	담당자
전화번호	(574) 3837000	팩스번호	(574) 3837076
이메일1	compras@fla.com.co	이메일2	
설립 일자	1920	직원 수	243
웹사이트	www.fla.com.co		
주소	Cra. 50 # 12Sur-149 Autop. Sur – Itagui		
업종	증류 및 제조		
제품	주류 및 알코올 음료		
연간 수익	US\$ 402,345,973	연간 수입	US\$1,183,165

참고사이트

자료의 출처

- DIAN(콜롬비아 관세청) www.dian.gov.co
- INVIMA(콜롬비아 식약품관리청) www.invima.gov.co
- 상공관광부 www.mincomercio.gov.co
- ICA(콜롬비아 농업 연구소) www.ica.gov.co
- 농업부 www.minagricultura.gov.co

콜롬비아 식품시장 진출여건 조사

발행처 : 농수산물유통공사

발행일 : 2011년 12월

주 소 : 서울시 서초구 강남대로 27(양재동 aT센터)

조사참여 : Business Monitor International

- Colombia Agribusiness Report Q3 2011
- Colombia Food & Drink Report Q4 2011
- Colombia Retail Report Q3 2011

Kotra 보고타 무역관

총괄 및 조사 - 식품수출정보팀(강하연 대리)

문의처 : 농수산물유통공사 식품수출정보팀

02) 6300-1408

본 자료는 KATI(www.kati.net) > 무역정보 > 발간책자를 통해서도 보실 수 있습니다.

※ 우리 공사는 임직원에 대한 부정비리 신고 편의를 도모하고자 수신자부담 「24시간 부정비리 신고 모바일 핫라인(080-112-2580)」을 개설 하였습니다. 신고내용은 비밀이 절대 보장되오니 안심하시고 신고하여 주시기 바랍니다.

☞ 우리는 열린사회의 일원으로서 윤리적 가치관에 따라 “**공정하고 투명한 경영**”을 실천하여 국민기업으로서 우리의 농식품과 식품화가 세계화와 더불어 국내외 시장에서 경쟁력을 갖추 지속적으로 성장할 수 있도록 공익적 사명과 사회적 책임을 다하는 농수산물유통공사를 구현하고자 합니다.