

2022

해외시장조사 보고서



국가 | 파라과이

품목 | 신선농산물 - 사과, 포도, 딸기, 배, 파프리카 등

CONTENTS

I. 생산 현황	3
1. 생산 규모	
2. 소비 및 시장 현황	
3. 수출입 통계	
4. 트렌드	
5. 경쟁 제품	
6. 한국산 진출 현황	
7. 수출 확대 방안	
II. 제도	43
1. 통관	
2. 인증	
3. 라벨링	
4. 주요 이슈	
III. 유통	55
1. 유통 현황	
2. 주요 유통채널 현황	

I

생산 현황



01

생산 규모



■ 농업 개황

파라과이는 남아메리카 대륙 중앙에 위치하며, 연평균 기온 23.9℃, 연평균 강수량 1170.70mm인 고온 다습한 국가임. 국가의 중앙으로 길게 뻗은 파라과이 강 때문에 국토의 동서 기후가 다르며, 북부로 갈수록 적도와 가까워져 스텝 기후와 사바나 기후가 혼재함. 남반구에 위치한 지리적 특성상 겨울은 5월-10월이며, 해안에 접하지 않은 내륙 국가로 폭염과 서리가 자주 발생하는 특징이 있음

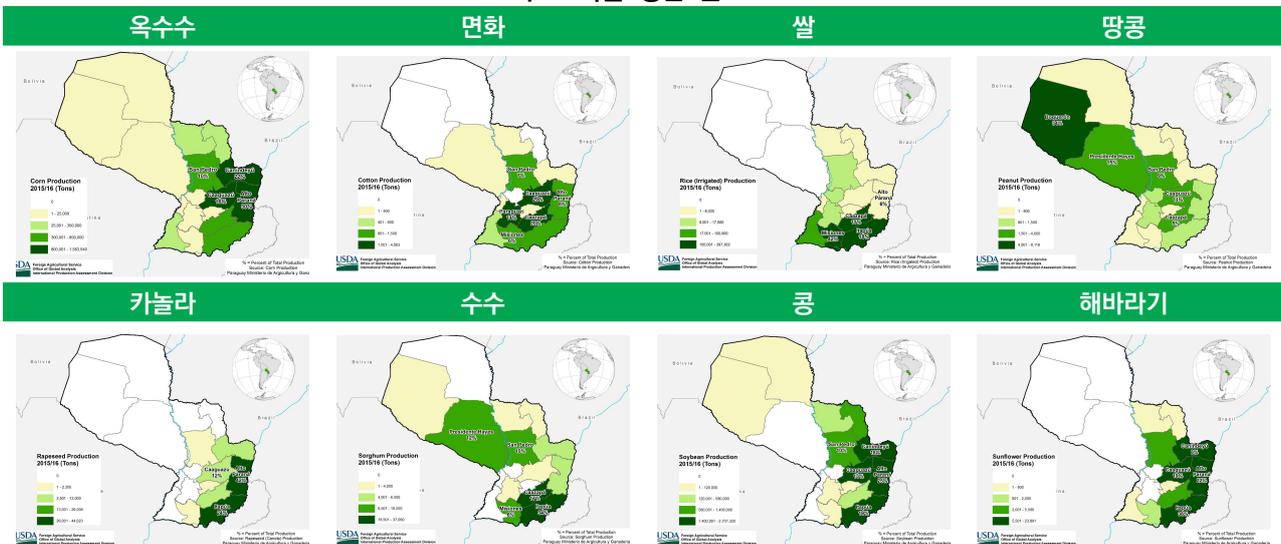
파라과이 지역별 기후 구분

지역	기후 구분	내용
서부 지역	스텝, 사바나 기후	연평균 기온은 약 25℃임. 북쪽으로 갈수록 덥고 습하며, 9월부터 4월까지 는 폭우가 자주 내리는 경향이 있음
동부 지역	아열대 기후	연평균 기온은 약 20℃-24℃임. 온대기후대에 속하기 때문에 거주하기 좋은 환경이며, 강수량이 서부지역보다 동부지역이 많음

자료: The World Bank

작물은 성장 환경이 중요하므로, 기후대에 따라 작물 분포도가 나타나는 특성을 보임. 대부분의 작물이 온 대 기후대에 속하는 남동부 지역에서 수확되며, 땅콩과 같이 열대 지역에서 잘 자라는 작물은 서부 지역 에서 주로 생산 되고 있음

주요 작물 생산 분포도



자료: 미국 농무부

■ 농업 규모

2021년 기준 파라과이의 농업(임업과 어업 포함)의 부가가치는 39억 4,000만 달러로, 전체 GDP의 비중의 10.1%를 차지함

- 2021년 기준, 파라과이는 농업 부문의 GDP 기여율이 10.1% 수준임. 2017년부터 2021년까지 농업 부문의 GDP 비중은 10% 내외를 기록하면서 큰 변화가 없는 양상을 보임. 지난 5개년 동안 전체 GDP와 농업 부문의 GDP가 모두 성장하지 못함
- The World Bank에 따르면 최근 5년간(2017-2021년) 파라과이의 전체 GDP 연평균 증감은 없었으며, 농업 부문은 -1.1%의 연평균 증감률을 기록함

파라과이 농업 부문 국내 총생산액(GDP) 및 비중(2016-2020년)

(단위: 십억 달러, %)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 증감률(%)
전체 GDP	39.0	40.2	37.9	35.4	39.0	-
농업 부문 GDP	4.1	4.1	3.8	3.9	3.9	-1.1
농업 부문 GDP 비중(%)	10.5	10.3	10.0	11.1	10.1	-1.0

자료: The World Bank

■ 농지 면적

파라과이의 국토 면적은 약 39만 7,300km²로 한반도의 약 1.8배 크기이며, 이중 농지 면적은 약 16만 8,091km²로 전체 면적 대비 약 42.3%임

- 2016년 기준 파라과이의 국토 면적에서 삼림 면적이 43.6%로 가장 큰 비중을 차지하고 있음. 그러나 삼림 면적이 점차 감소하고 있으며, 2020년에는 2016년 대비 1만 2,309km²의 삼림 면적이 감소하였음
- 농경지 면적은 유의미한 변화가 없었음. 조사 기간 전체 토지 면적 대비 42.1-42.3% 수준을 기록함

파라과이 농지 면적(2016-2020년)

(단위: km², %)

국가	2016	2017	2018	2019	2020	연평균 증감률(%)
전체 토지 면적	397,300	397,300	397,300	397,300	397,300	-
농경지 면적	167,341	167,231	168,071	168,091	168,091	0.1
삼림 면적	173,331	169,402	166,609	163,816	161,022	-1.8
농경지 면적 비율(%)	42.1	42.1	42.3	42.3	42.3	0.1
삼림 면적 비율(%)	43.6	42.6	41.9	41.2	40.5	-1.8

자료: The World Bank

■ 신선 농산물 생산 규모

2020년 파라과이 신선 농산물 생산 규모는 전년 대비 16.1% 증가한 3,180만 톤을 기록함

- 신선 농산물 생산량은 2016년 이래 꾸준히 성장하다가, 2019년 극심한 가뭄과 홍수로 인해 생산량이 전년 대비 약 170만 톤 감소하였음
- 파라과이 농업축산부는 농업경쟁력 향상, 가족농 발전, 식량안보 개선, 지속가능한 산림 개발, 축산업 발전 등을 목표로 하는 '농업 전략 프레임워크(MEA, 2014-2018)'를 수립하여 농업 발전을 도모하였음



■ 주요 신선 농산물 생산 현황

2020년 주요 신선 농산물 품목별 생산량에서는 사탕수수가 약 1,102만 4,460톤을 기록하여 전체 생산 비중의 34.6%를 차지한 가운데, 상위 10개 품목의 생산 점유율이 96.5%에 달함

- 생산량 1위를 기록한 대두는 파라과이의 주력 수출 작물임. 사탕수수는 주로 파라과이 동남부에서 자라며, 대표적인 생산 지역으로는 Itapua, Alto Parana, Canindeyu, Caguazu 등이 있음. 자국 내 소비는 주로 가축 사료로 활용됨
- 그 외, 생산 비중은 사탕수수(23.3%), 옥수수(18.3%), 카사바(10.5%), 밀(4.1%) 등 순으로 높게 나타남

파라과이 주요 신선 농산물 품목별 생산 현황(2020년)

(단위: 톤, %)

순위	품목명	생산량	생산량 점유율
1	대두	11,024,460	34.6%
2	사탕수수	7,430,975	23.3%
3	옥수수	5,834,593	18.3%
4	카사바	3,329,331	10.5%
5	밀	1,302,870	4.1%
6	쌀	1,187,768	3.7%
7	오렌지	228,160	0.7%
8	기름야자	149,812	0.5%
9	마테 잎	132,739	0.4%
10	수박	118,257	0.4%
합계		30,738,965	96.5%

자료: FAO

파라과이 주요 신선 농산물 10대 품목 중 최근 5년간(2016-2020년) 가장 높은 연평균 성장세를 보인 신선 농산물은 쌀(8.5%)이며, 가장 큰 폭의 감소세를 나타낸 품목은 수박(-0.2%)으로 파악됨

최근 5년간 신선 농산물 생산 추이를 조사한 결과, 주요 신선 농산물 전체 평균(2.1%)보다 높은 성장세를 기록한 품목은 쌀(8.5%), 마테잎(6.1%), 대두(4.7%), 밀(3.3%), 옥수수(3.2%), 사탕수수(2.6%)임. 반면, 수박(-0.2%), 기름야자(-0.1%)는 감소세를 기록함

파라과이 주요 신선 농산물 품목별 생산량 추이 및 연평균 성장률(2016-2020년)

(단위: 톤, %)

순위	품목명	2016	2017	2018	2019	2020	연평균 성장률
1	사탕수수	858,000	924,000	894,600	1,069,200	1,187,768	8.5%
2	마테 잎	104,751	105,005	116,192	126,000	132,739	6.1%
3	대두	9,163,030	10,478,000	11,045,971	8,520,350	11,024,460	4.7%
4	밀	1,144,000	1,020,000	722,400	1,358,000	1,302,870	3.3%
5	옥수수	5,152,320	5,155,900	5,344,650	5,576,900	5,834,593	3.2%
6	사탕 수수	6,708,000	6,608,000	6,160,000	5,819,500	7,430,975	2.6%
7	카사바	3,166,800	3,166,800	3,293,999	3,384,000	3,329,331	1.3%
8	오렌지	223,426	223,426	223,426	225,660	228,160	0.5%
9	기름야자	150,682	148,797	150,611	150,030	149,812	-0.1%
10	수박	119,296	119,858	118,859	118,316	118,257	-0.2%

자료: FAO

2020년 주요 신선 농산물 품목별 생산 면적에서는 대두가 약 363만 1,000ha를 기록하여 전체 생산 면적의 59.2%를 차지하였으며, 이어 옥수수(17.9%), 밀(7.8%) 등의 순을 기록함. 상위 10개 품목의 생산 면적 점유율은 95.9%에 달함

파라과이 주요 신선 농산물 품목별 생산 면적 현황(2020년)

(단위: ha, %)

순위	품목명	생산 면적	생산량 점유율
1	대두	3,631,000	59.2%
2	옥수수	1,100,000	17.9%
3	밀	480,800	7.8%
4	카사바	185,000	3.0%
5	쌀	180,000	2.9%
6	사탕수수	105,000	1.7%
7	마른 콩	72,805	1.2%
8	참깨	55,000	0.9%
9	유채 씨앗	47,850	0.8%
10	수수	31,025	0.5%
합계		5,888,480	95.9

자료: FAO

파라과이에서 대두는 주요 수출 상품으로, 파라과이는 세계 4위 대두 수출 국가임. 생산량과 재배 면적 모두 제일 높은 비중을 차지하고 있음

곡물의 재배 면적이 상대적으로 넓으며 기호품, 과일의 재배 면적은 상대적으로 좁음. 생산 면적이 넓은 주요 10대 작물 중 과일은 없으며, 곡물, 기호식품류에 속함. 또한, 한국에서 인기 있는 사과, 포도, 딸기, 배와 같은 작물은 전부 재배 면적 비중이 1% 미만임

파라과이 주요 신선 농산물 재배 면적 기준 10대 품목 중 최근 5년간(2016-2020년) 가장 높은 연평균 성장세를 보인 신선 농산물은 쌀(8.5%)이며, 가장 큰 폭의 감소세를 나타낸 품목은 유채 씨앗(-13.4%)으로 파악됨

최근 5년간 신선 농산물 재배 면적 증감 추이를 조사한 결과, 재배 면적이 넓은 주요 10대 신선 농산물 전체 평균은 -0.4%로 감소세를 기록함. 성장을 기록한 품목은 쌀(8.5%), 옥수수(3.5%), 대두(1.9%), 마른콩(0.6%), 카사바(0.4%)였으며, 반면 감소를 기록한 품목은 밀(-1.9%), 사탕수수(-3.3%), 유채씨앗(-13.4%)으로 조사됨

파라과이 주요 신선 농산물 품목별 생산 면적 추이 및 연평균 성장률(2016-2020년)

(단위: 톤, %)

순위	품목명	2016	2017	2018	2019	2020	연평균 성장률
1	쌀	130,000	140,000	142,000	162,000	180,000	8.5%
2	옥수수	960,000	940,000	1,070,000	1,085,005	1,100,000	3.5%
3	대두	3,370,000	3,380,000	3,510,000	3,565,000	3,631,000	1.9%
4	마른 콩	71,000	72,000	73,000	72,800	72,805	0.6%
5	카사바	182,000	182,000	183,000	188,000	185,000	0.4%
6	수수	31,000	31,000	31,000	31,040	31,025	0.0%
7	참깨	55,000	55,000	30,000	40,000	55,000	0.0%
8	밀	520,000	510,000	430,000	485,000	480,800	-1.9%
9	사탕수수	120,000	118,000	110,000	103,000	105,000	-3.3%
10	유채 씨앗	85,000	89,000	30,000	40,000	47,850	-13.4%

자료: FAO

■ 수출전략 품목 생산 현황

유엔식량농업기구(FAO)의 가장 최근 통계에 따르면, 한국의 7개 전략 수출 품목 중 현지에서 생산되는 품목은 파프리카, 인삼류와 단감을 제외하고 나머지 4개 품목으로 확인됨

- FAO는 공통적으로 주요 생산 작물 관련만의 통계를 제공하고 있고, 그 외 생산량이 미미한 품목의 경우 기타 과일류 및 채소류로 분류하고 있음
- 따라서 공식적인 통계에 의해 확인 가능한 품목은 파프리카, 단감, 인삼류를 제외한 나머지 4개 과일임

수출전략 품목의 현지 생산 여부

수출 품목	현지 생산 여부
사과	O
포도	O
파프리카	X
배	O
딸기	O
단감	X
인삼류	X

(1) 사과

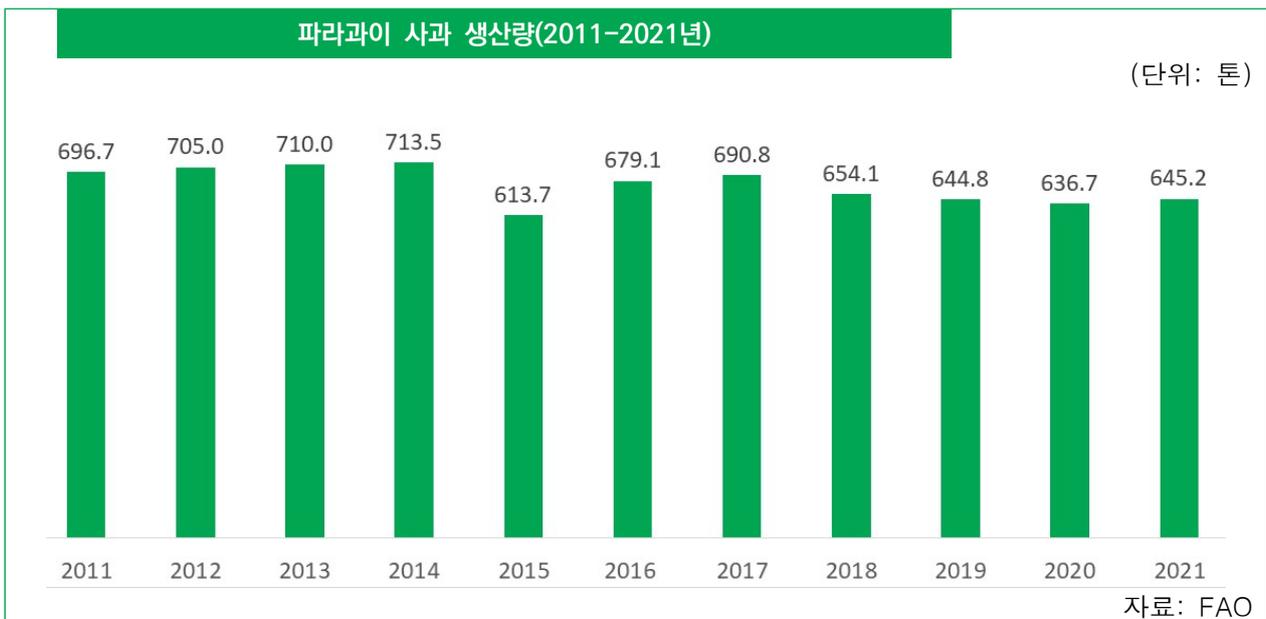
파라과이 대표 사과 품종

품종명	Juliet	Eva
이미지		
설명	<ul style="list-style-type: none"> - 중간 크기의 사과, 녹색과 빨간색이 섞여 있음 - 과육은 하얗고, 식감은 바삭하며, 육즙이 많고 새콤달콤한 특색이 있음 	<ul style="list-style-type: none"> - 중간 크기의 사과, 줄기 주변에 희미한 반점과 노란색 무늬가 있음 - 달콤하고 톡 쏘는 맛이 있으며, 가운데를 횡으로 반을 자르면 별 모양이 드러남

자료: Abc 등

파라과이 사과 주요 산지는 La Colmena이며, 과거 일본인들이 집단 이주했던 지역임. 파라과이에서 과일의 수도로 불리고 있으며, 사과 이외에도 포도, 복숭아, 자두 등 다른 작물들도 재배됨

파라과이에서 사과는 12월-1월에 주로 수확되며, 최근 10년 동안 연도별 수확량을 살펴보면 2014년 713.52톤으로 가장 높은 수확량을 기록하였으며, 2021년에는 645.2톤의 수확량을 기록함



(2) 배

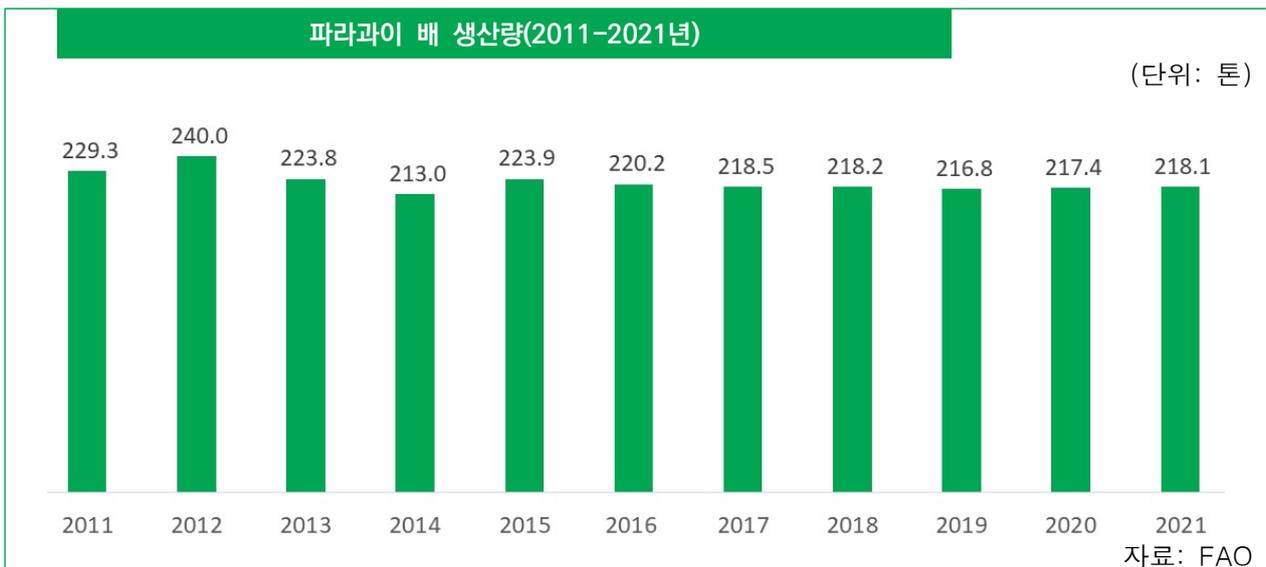
파라과이 대표 배 품종

품종명	Conference	Blanca de Aranjuez
이미지		
설명	<ul style="list-style-type: none"> - 중간 크기이며 상대적으로 길쭉함 - 껍질은 녹색을 띠며 갈색 반점이 있음 - 과즙이 거의 없으나 매우 달고 향이 좋음 	<ul style="list-style-type: none"> - 껍질은 녹색을 띠며 중간 또는 작은 크기의 배 - 내부 열매는 흰색이며, 과즙이 풍부함 - 한여름부터 늦여름까지 재배됨

자료: Botanicalonline 등

파라과이 배는 유럽 배인 *Pyrus Communis*에 속하는 품종이 재배됨. 아시아 배의 품종에 비해 길쭉하고 표주박과 비슷한 모양이 특징임

파라과이에서 배의 최근 10년 동안 연도별 수확량을 살펴보면 2012년 240.0톤으로 가장 높은 수확량을 기록하였으며, 2021년에는 218.1톤의 수확량을 기록함



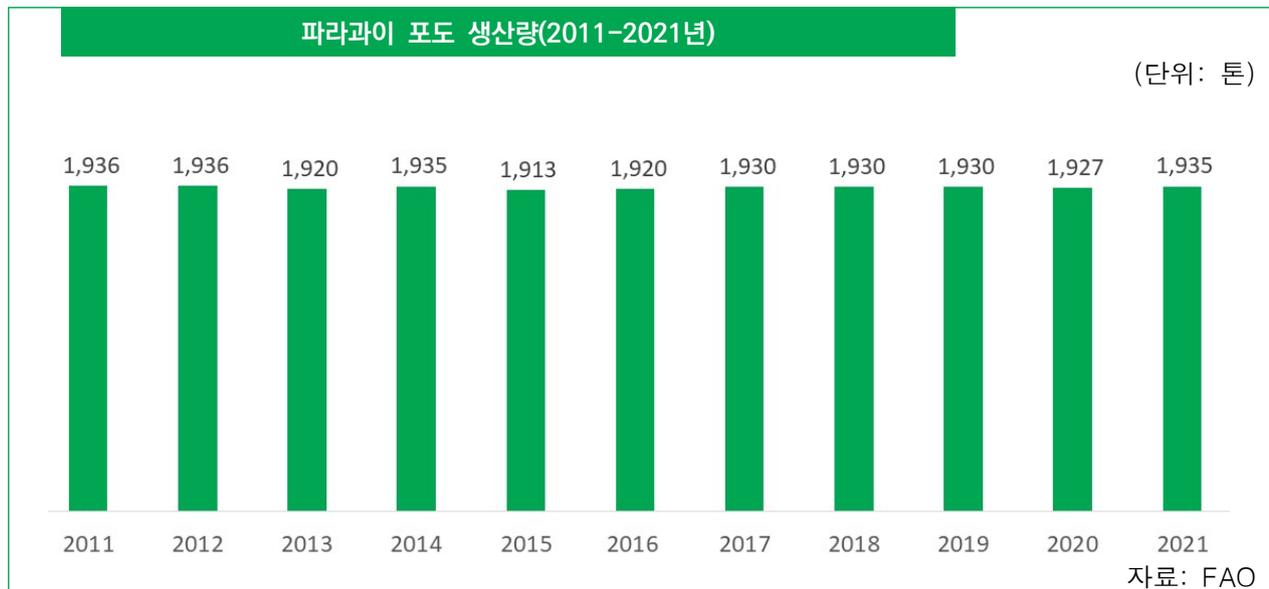
(3) 포도

파라과이 대표 포도 품종

품종명	Niagara	Airen
이미지		
설명	<ul style="list-style-type: none"> - 달콤한 화이트와인 생산에 사용됨 - 늦여름과 초가을에 수확 - 껍질은 녹황색 씨앗이 없는 포도 	<ul style="list-style-type: none"> - 포도주 양조에 사용하는 백포도 - 대중 와인을 생산하며, 생산된 와인은 숙성형 와인이 아니기 때문에 단기간에 마셔야 함 <p>자료: 동아일보 등</p>

파라과이 포도 주요 산지는 La Colmena이며, 연간 약 100ha 이상에서 재배됨. 생산량이 높고 판매량도 높지만, 아르헨티나와 브라질산 포도와 경쟁에서 경쟁우위를 점하지 못하고 있음

지난 10년간 포도 수확량을 살펴보면 꾸준히 1,900톤 대를 기록하여 큰 변화가 없었음



(4) 딸기

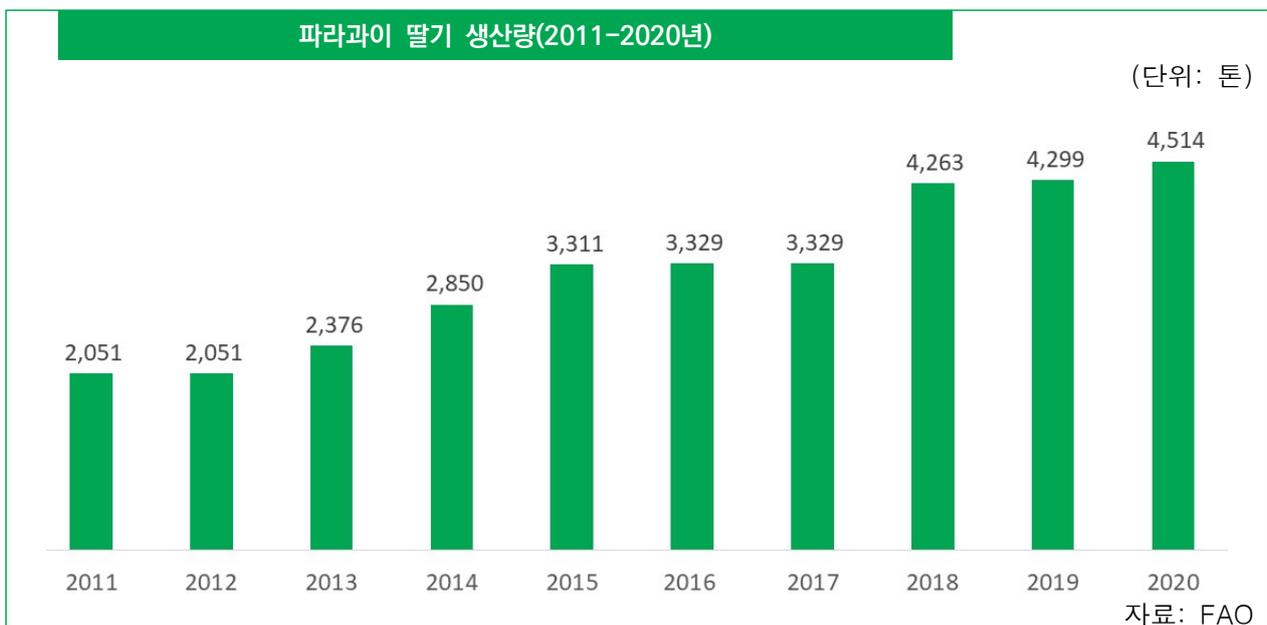
파라과이 대표 딸기 품종

품종명	Dóver	Sweet Charlie
이미지		
설명	<ul style="list-style-type: none"> - 새콤한 맛이 일품임 - 디저트용으로 가공되어 판매됨 - 현재 파라과이에서 가장 많이 출하되는 품종 	<ul style="list-style-type: none"> - 작은 크기의 딸기 - 달고 맛있으며, 따뜻한 기후에서 단기 품종으로 사용하기에 적합함 - 상대적으로 산도가 낮음 <p>자료: Strawberryplants 등</p>

파라과이 딸기는 Dóver와 Sweet Charlie 품종이 가장 많이 재배됨. 가공용으로는 Dóver가 많이 사용되고, Sweet Charlie는 금방 무르는 특징이 있어서 생딸기로 섭취하는 용도로 주로 판매됨

딸기의 주 산지는 Aregua로, 겨울철인 7-9월 사이에는 Aregua에서 딸기 축제가 열려 매년 딸기 농장에서는 대중에게 직접 딸기를 딸 수 있게 하는 체험 상품을 운영함

파라과이에서 딸기의 최근 10년 동안 연도별 수확량을 살펴보면 2011년 2,051톤으로 가장 낮은 수확량을 기록하였으며, 이후 수확량이 지속적으로 증가하여 2021년에는 4,514톤의 수확량을 기록함



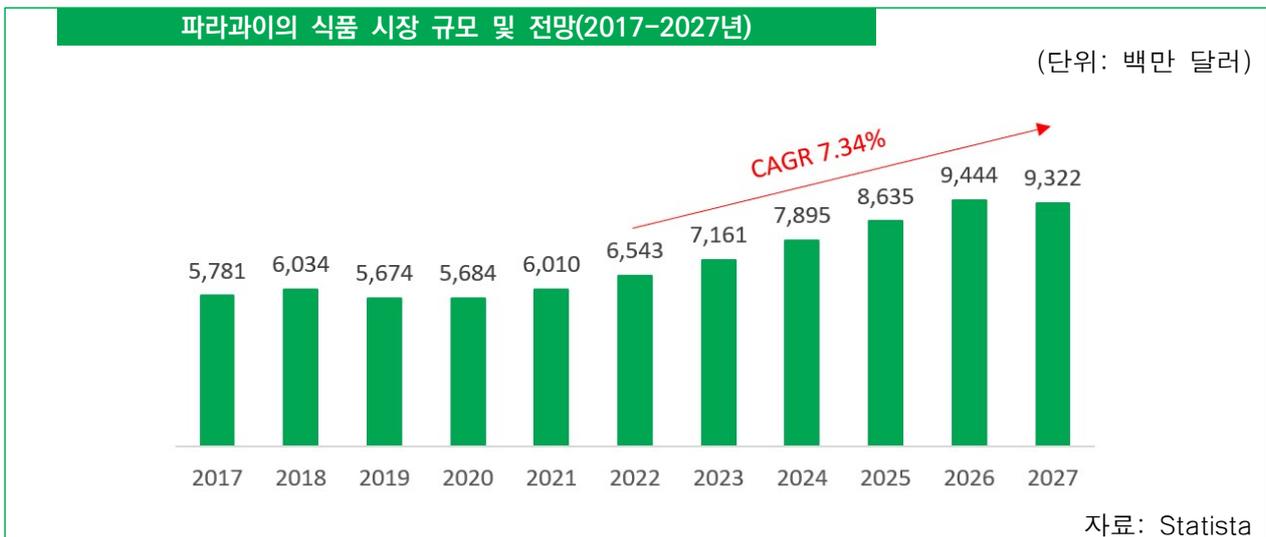
02

소비 및 시장 현황

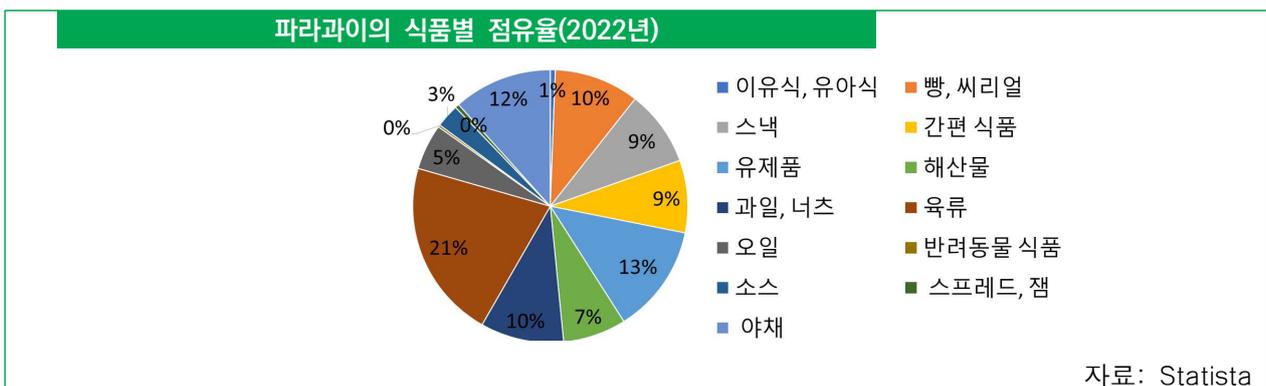


■ 파라과이 식품 시장 규모

파라과이 식품 시장 규모는 2017년 57억 8,100만 달러를 기록하였으며, 2022년 65억 4,300만 달러에서 연평균 7.3% 성장하여 2027년 93억 2,200만 달러를 기록할 것으로 전망됨. 식품 시장 성장에 따라 식품의 각 하위 시장 성장 또한 예상되며, 그 중에서도 육류 시장의 규모가 커질 것으로 전망됨



2022년 파라과이의 식품 시장에서 가장 큰 점유율을 차지하는 분야는 육류 시장(21%)임. 이어 유제품(13%), 야채(12%), 과일(10%), 빵·시리얼(10%) 등의 순을 기록함. 2027년에도 유사한 시장 점유율을 보일 것으로 전망되며, 2022년 대비 분야별로 1-2% 정도의 차이만 있을 것으로 예상됨

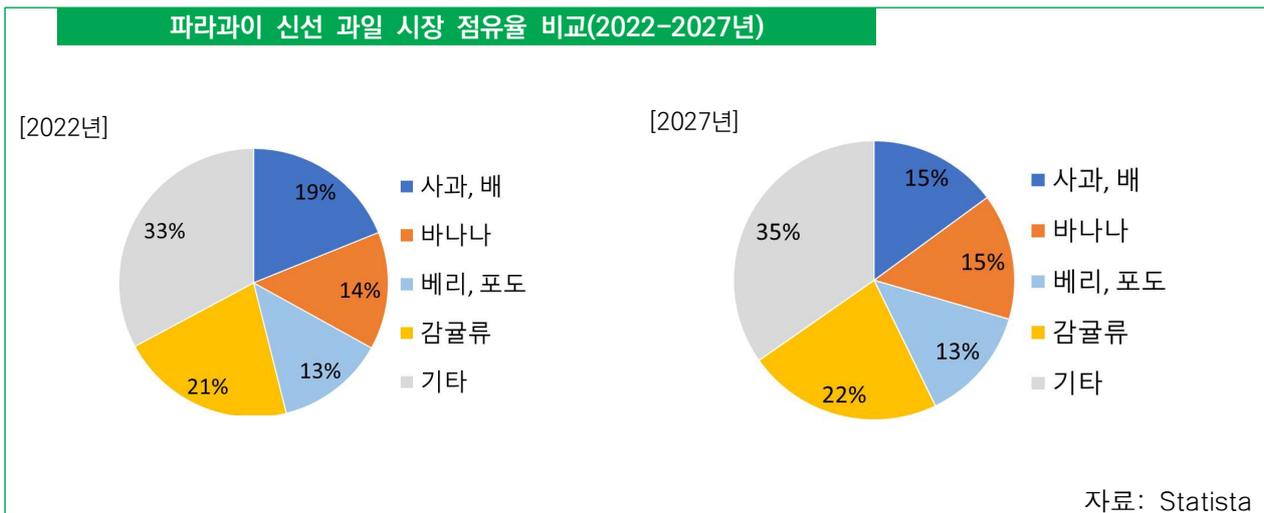


■ 신선 과일 시장 규모

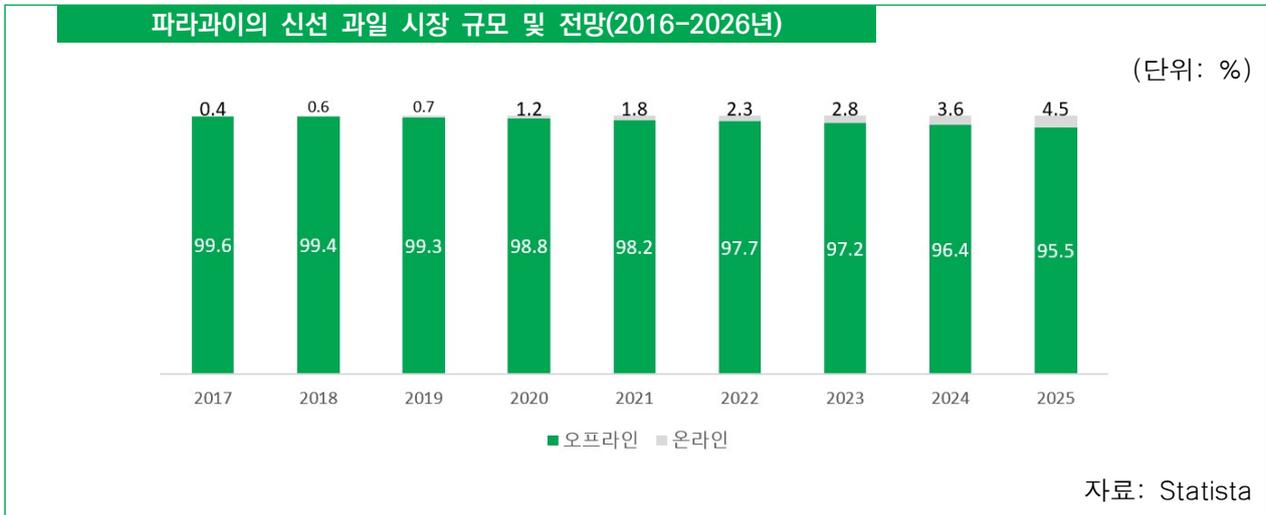
파라과이 신선 과일 시장은 2017년 4억 6,220만 달러를 기록하였으며, 2022년 5억 4,790만 달러에서 연평균 6.2% 성장하여 2027년 7억 3,870만 달러에 달할 것으로 전망됨



2022년 파라과이의 신선 과일 시장에서 기타를 제외하고 가장 큰 점유율을 차지하는 과일류는 감귤류 (21%)임. 이어 사과, 배(19%), 바나나(14%), 베리, 포도(13%), 기타(33%) 순을 기록함. 2027년에도 유사한 시장 점유율을 보일 것으로 전망되며, 감귤류, 사과·배의 비중이 각각 1%, 2%가 감소하고, 베리·포도, 바나나의 점유율이 각각 1%, 2% 상승할 것으로 예상됨

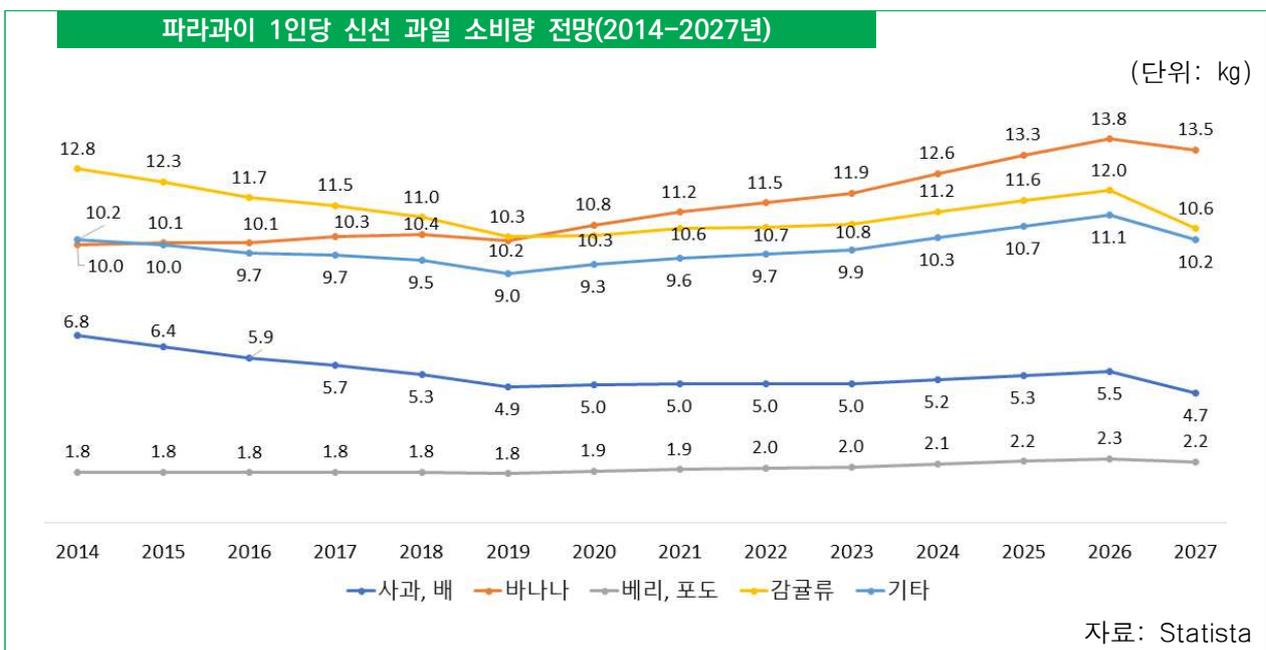


신선한 과일을 구매하는 채널은 오프라인의 비중이 높음. 그러나 글로벌 추세를 살펴보면 온라인 구매 비중이 점점 증가하여 2025년에는 10%에 이를 것으로 전망되는 반면, 파라과이는 2022년 현재 2.3% 수준이며, 2025년에는 4.5%를 기록할 것으로 전망됨. 이는 관련 산업의 발달 속도가 더디며, 신선 식품에 대한 오프라인 구매 선호도가 높기 때문인 것으로 보임



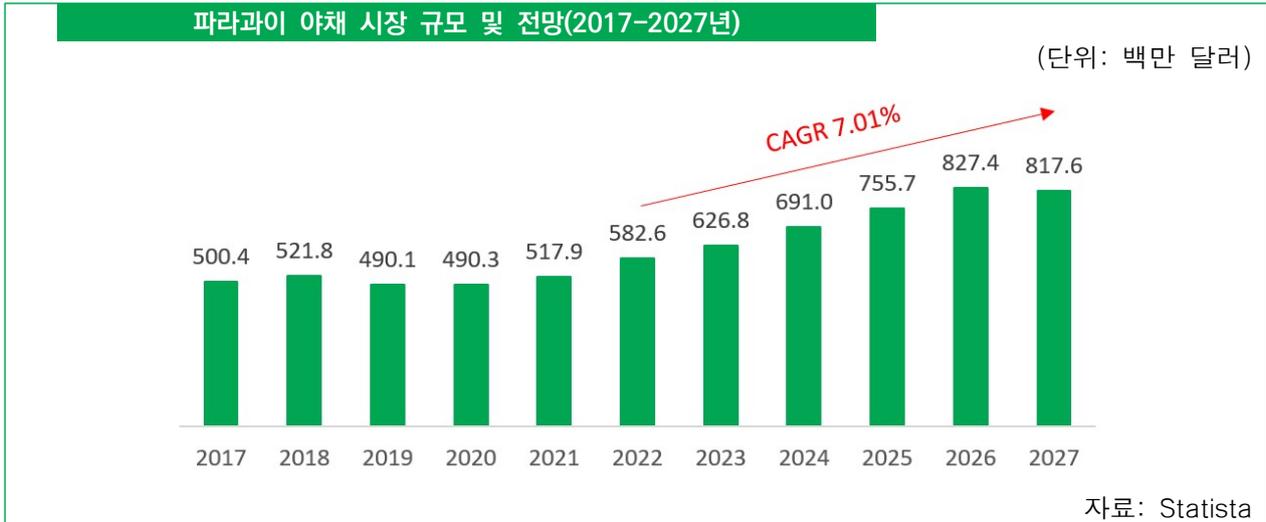
파라과이 1인당 신선 과일 소비량은 2014년 41.6kg을 기록하였으며, 이후 지속적으로 감소하여 2022년 38.9kg에 달할 것으로 전망되며, 2027년에는 소폭 증가하여 41.2kg를 기록할 것으로 예상됨

감귤류와 사과와 배 소비량은 감소할 것으로 예상됨. 감귤류 1인당 소비량은 2014년 12.8kg였으나, 2027년에는 2.2kg 감소한 10.6kg를 기록하고, 사과와 배 소비량은 2014년 6.8kg였으나, 2027년에는 2.1kg 감소한 4.7kg를 기록할 것으로 전망됨



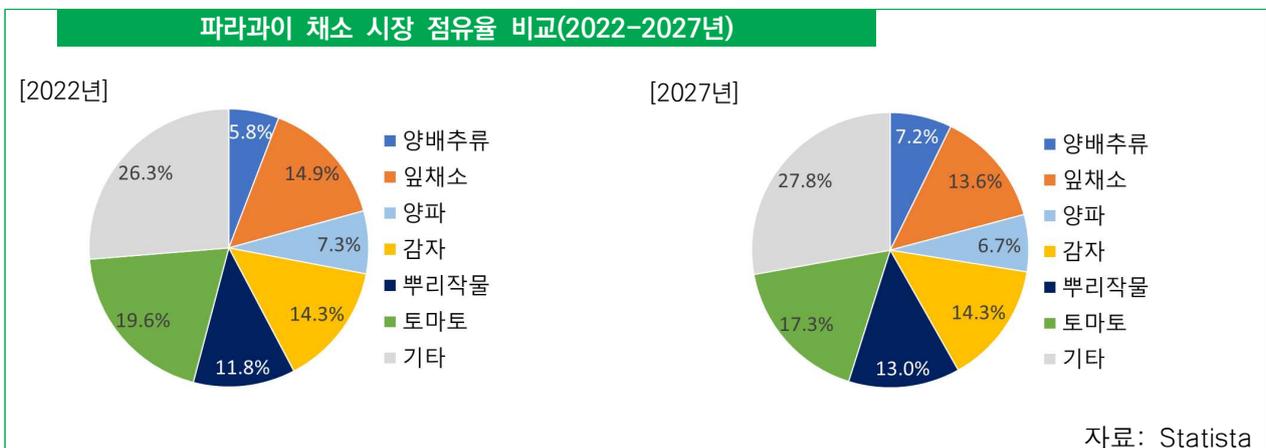
■ 야채 시장 규모

파라과이 야채 시장 규모는 2017년 5억 40만 달러를 기록하였으며, 2022년 5억 8,260만 달러에서 연평균 7.0% 성장하여 2027년 8억 1,760만 달러에 달할 것으로 전망됨. 전통적으로 많이 섭취하는 양배추, 잎채소, 양파, 감자, 토마토, 버섯 외에도 새로운 채소의 수입, 신제품종의 개발 등으로 인해 기타 야채류의 시장 규모가 지속적으로 성장할 것으로 전망됨



2022년 파라과이 신선 야채 시장에서 기타 작물을 제외하면 토마토가 19.6%로 가장 높은 점유율을 차지하였으며, 이어 잎채소(14.9%), 감자(14.3%), 뿌리작물(11.8%), 양파(7.3%), 양배추류(5.8%), 기타 (26.3%) 순을 기록함

2027년에도 신선 야채 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하는 분야는 토마토(17.3%)이지만 2022년 대비 점유율은 2.3% 하락할 것으로 전망됨. 이어 감자(14.3%), 잎채소(13.6%), 뿌리작물(13.0%), 양배추류(7.2%), 양파(6.7%), 기타(27.8%) 순을 기록하였음. 양파, 잎채소는 2022년 대비 점유율이 감소한 반면, 뿌리작물, 양배추류는 점유율이 증가하였음



03

수출입 통계



■ 글로벌 수입 통계

2021년 글로벌 신선 채소(HS CODE 제7류) 수입 규모는 전년 대비 6.5% 증가한 약 822억 5,939만 달러로, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 2.7% 증가함

- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 파라과이(8.6%), 독일(7.0%), 영국(4.6%), 한국(4.6%) 등 순

2021년 한국과 파라과이의 신선 채소 수입 규모는 각각 전체 비중의 1.0%, 0.03%를 차지함

- 2021년 한국의 수입 규모는 8억 1,736만 달러로 전체 비중의 1.0%를 차지하여 글로벌 수입 규모 제24위를 기록함. 최근 5년간 연평균 성장률은 4.6% 기록

- 2021년 파라과이의 수입 규모는 2,715만 9,000달러로 전체 비중의 0.03%를 차지하여 글로벌 수입 규모 제123위를 기록함. 최근 5년간 연평균 성장률은 8.6% 기록

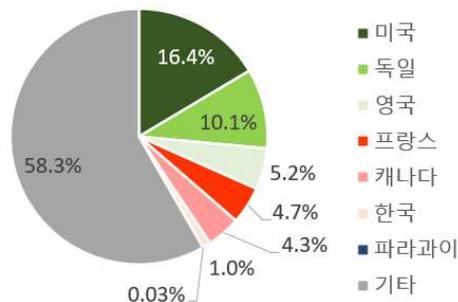
글로벌 HS CODE 제7류 국가별 수입 규모 추이

(단위: 천 달러)

순위	국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률(%)
	글로벌	73,986,450	72,141,382	73,687,935	77,230,362	82,259,388	2.7
1	미국	10,287,245	10,931,576	11,447,020	12,781,380	13,488,095	7.0
2	독일	6,944,417	7,229,192	7,160,764	7,573,673	8,300,510	4.6
3	영국	4,165,521	4,356,521	4,320,342	4,397,236	4,272,197	0.6
4	프랑스	3,551,782	3,506,089	3,499,122	3,609,110	3,897,407	2.3
5	캐나다	3,169,301	3,135,466	3,366,700	3,368,806	3,506,940	2.6
24	한국	683,553	699,642	654,114	692,559	817,358	4.6
123	파라과이	19,511	16,741	19,706	28,262	27,159	8.6

자료: ITC

글로벌 HS CODE 제7류 국가별 수입 비중 현황(2021년)



자료: ITC

2021년 글로벌 신선 과일(HS CODE 제8류) 수입 규모는 전년 대비 7.3% 증가한 1,519억 9,930만 달러로, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 4.6% 증가함

- 2021년 미국은 신선 과일 수입 규모 222억 3,161만 달러를 기록하여 전체 비중의 14.6%를 차지함. 그 외 국가별 수입 규모 비중은 중국(9.6%), 독일(8.6%), 네덜란드(5.6%) 등 순
- 최근 5년간(2016-2020년) 연평균 성장률은 중국(23.0%), 네덜란드(6.5%), 미국(5.3%), 프랑스(4.3%) 등 순

2021년 한국과 파라과이의 신선 과일 수입 비중은 각각 전체의 1.2%, 0.01%를 차지함

- 2021년 한국의 수입 규모는 18억 8,836만 달러로 전체 비중의 1.2%를 차지하여 글로벌 수입 규모 제17위를 기록함. 최근 5년간 연평균 성장률은 1.9% 기록
- 2021년 파라과이의 수입 규모는 1,886만 1,000달러로 전체 비중의 0.01% 차지하여 글로벌 수입 규모 제19위를 기록함. 최근 5년간 연평균 성장률은 0.9% 기록

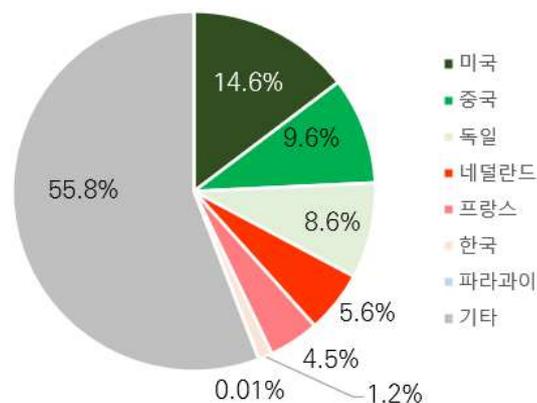
글로벌 HS CODE 제8류 국가별 수입 규모 추이

(단위: 천 달러)

순위	국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률 (%)
	글로벌	127,010,430	134,415,797	137,091,176	141,710,247	151,999,303	4.6
1	미국	18,097,721	18,911,060	19,546,626	19,473,401	22,231,606	5.3
2	중국	6,376,662	8,680,371	11,662,825	12,016,014	14,611,882	23.0
3	독일	11,292,982	11,847,078	11,240,524	12,613,273	13,090,007	3.8
4	네덜란드	6,587,983	7,248,271	7,463,830	8,197,355	8,478,383	6.5
5	프랑스	5,790,111	6,033,612	5,771,581	6,298,585	6,847,650	4.3
17	한국	1,749,464	1,920,930	1,719,209	1,666,975	1,888,358	1.9
127	파라과이	18,217	17,256	14,237	16,971	18,861	0.9

자료: ITC

글로벌 HS CODE 제8류 국가별 수입 비중 현황(2021년)



자료: ITC

파라과이의 HS CODE 제8류 對글로벌 수입 규모 추이(2016-2020년)

(단위: 천 달러)

코드	코드명	2017	2018	2019	2020	2021
0801	코코넛·브라질너트·캐슈너트(cashew nut)(신선한 것이나 건조한 것으로 한정하며, 껍데기나 껍질을 벗겼는지에 상관없다)	979	825	655	494	714
0802	그밖의견과류(신선하거나건조한것으로한정하며, 껍데기나껍질을벗겼는지에상관없다)	856	1,259	1,220	987	791
0803	바나나[플랜틴(plantain)을포함하며,신선하거나건조한것으로한정한다]	87	3	5	2	4
0804	대추야자·무화과·파인애플·아보카도(avocado)·구아바(guava)·망고(mango)·망고스틴(mangosteen)(신선하거나건조한것으로한정함)	312	327	238	490	325
0805	감귤류의과실(신선하거나건조한것으로한정한다)	3,844	2,708	2,477	3,636	3,368
0806	포도(신선하거나건조한것으로한정한다)	1,104	1,239	1,208	1,155	1,088
0807	멜론(수박을포함한다)과포포(papaw)[파파야(papaya)](신선한것으로한정한다)	590	1,144	764	1,409	1,048
0808	사과·배·마르멜로(quince)(신선한것으로한정한다)	9,237	8,065	6,260	7,035	9,376
0809	살구·체리·복숭아[넥타린(nectarine)을포함한다]·자두·슬로(sloe)(신선한것으로한정한다)	479	725	700	730	1,219
0810	그밖의과실(신선한것으로한정한다)	177	288	138	401	256
0811	냉동과실과냉동견과류(조리하지않은것이나물에살거나찐것으로한정하며, 설탕이나그밖의감미료를첨가했는지에상관없다)	409	472	371	383	483
0812	일시적으로보존하기위하여처리한과실과견과류(그상태로는식용에적합하지않은것으로한정한다)	0	0	1	0	0
0813	건조한과실(제0801호부터제0806호까지에해당하는것은제외한다),이류의견과류나건조한과실의혼합물	142	200	202	250	189
0814	감귤류의껍질과멜론(수박을포함한다)의껍질(신선한것,냉동하거나건조한것,염수·유황수나그밖의저장용액으로일시적으로보존하기위하여처리한것으로한정한다)	-	-	-	-	-
합계		18,216	17,255	14,239	16,972	18,861

자료: ITC

파라과이의 2021년 신선 야채(HS CODE 제7류) 對글로벌 국가별 수입 규모는 아르헨티나가 1,537만 5,000달러를 기록하여 전체 비중의 56.6%를 차지함

- 그 외, 중국(24.9%), 브라질(14.0%), 칠레(1.8%) 등 순으로 높게 나타남
- 최근 5년간(2017-2021년) 수입 규모가 가장 높게 증가한 국가는 아르헨티나(18.1%)로 조사된 반면, 브라질은 -12.8%로 상위 국가 중 가장 큰 폭의 감소세를 기록함
- 신선 야채류의 수입 규모에 있어 브라질이 큰 감소폭을 보인 이유는 2021년 감자, 양파 등 덩이줄기 야채류의 출하량이 큰 감소세를 보였기 때문으로 분석됨

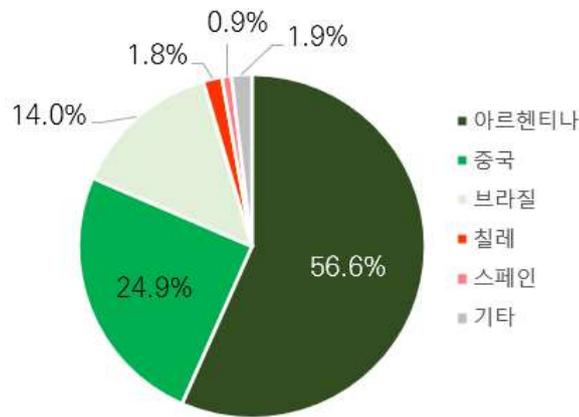
파라과이 HS CODE 제7류 국가별 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률 (%)
글로벌	19,511	16,741	19,706	28,262	27,159	8.6
아르헨티나	7,896	6,530	6,981	12,212	15,375	18.1
중국	4,056	3,162	5,577	7,390	6,763	13.6
브라질	6,545	5,851	5,737	7,647	3,790	-12.8
칠레	698	818	752	460	477	-9.1
스페인	129	150	207	248	240	16.8

자료: ITC

파라과이의 HS CODE 제7류 국가별 수입 규모 현황(2021년)



자료: ITC

파라과이의 2021년 신선과일(HS CODE 제8류) 對글로벌 국가별 수입 규모는 아르헨티나가 1,363만 4,000 달러를 기록하여 전체 비중의 72.3%를 차지함

- 그 외, 브라질(18.3%), 칠레(5.1%), 인도네시아(1.5%) 등 순으로 높게 나타남
- 브라질과 아르헨티나는 모두 파라과이와 국경을 맞대고 있는 국가로, 코로나19 이후 비행기와 배를 이용한 무역량이 감소한 반면 육로로 오갈 수 있는 두 나라의 비중이 상대적으로 증가함
- 상위 3개국 모두 남미 국가로, 전체 수입 규모의 95.7%를 남미에서 수입하는 것으로 나타남
- 최근 5년간(2017-2021년) 수입 규모가 가장 높게 증가한 국가는 싱가포르(42.3%)임

파라과이 HS CODE 제8류 국가별 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률 (%)
글로벌	18,217	17,256	14,237	16,971	18,861	0.9
아르헨티나	13,609	10,204	9,950	11,218	13,634	0.1
브라질	2,270	4,396	2,308	3,953	3,457	11.1
칠레	1,337	1,531	1,366	1,247	958	-8.0
인도네시아	333	301	142	80	288	-3.6
싱가포르	67	79	251	139	275	42.3

자료: ITC

파라과이의 HS CODE 제8류 국가별 수입 규모 현황(2021년)



자료: ITC

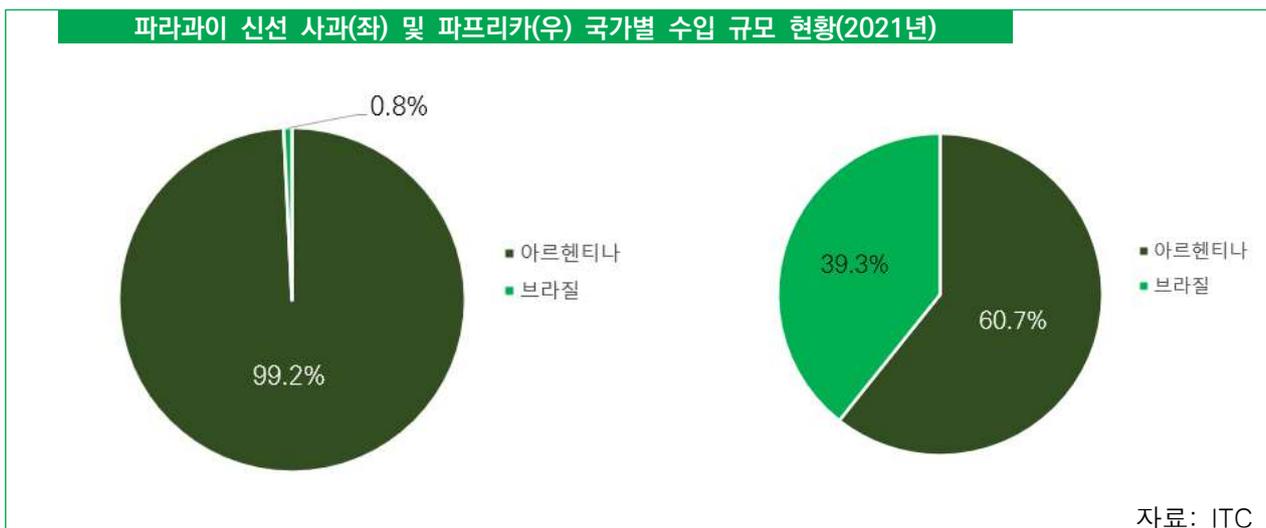
주요 수출전략 품목 7개의 파라과이 수입 규모 총액은 2021년 약 1,058만 1,000달러이며, 신선 사과(64.6%), 신선 배(24.0%), 파프리카(5.9%) 순으로 높은 수입 비중을 차지함

- 2021년 신선 사과(HS CODE 0808.10) 수입 규모는 약 683만 8,000달러로 전체 신선 과일(HS CODE 제8류) 비중의 36.3%를 차지
- 신선 사과의 주요 수입국은 아르헨티나로 전체 수입 비중의 99.2%를 차지함. 그 외, 브라질에서 전체 수입 비중의 0.8%(5만 3,000달러)를 수입함
- 신선 배 수입 물량은 2021년 기준 전량 아르헨티나에서 들어옴
- 파프리카 수입국은 아르헨티나와 브라질로, 2021년 기준 각각 37만 8,000달러, 24만 5,000달러를 기록함

파라과이 HS CODE 주요 품목 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러)

HS CODE	품목	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률(%)
수출 전략 품목	0808.10	5,999	5,335	4,353	5,221	6,838	3.3
	0808.30	3,238	2,730	1,906	1,814	2,538	-5.9
	0709.60	1,107	785	831	908	624	-13.4
	0806.10	304	504	402	380	544	15.7
	0810.10	1	1	23	155	29	132.1
	0810.70	1	94	4	9	8	68.2
	1211.20	2	0	0	0	0	-
수출전략 품목 합계		10,652	9,449	7,519	8,487	10,581	-0.2
기	2005.99.1000 ¹⁾	0	1	1	0	1	-
타	1006.30	567	505	379	416	269	-17.0



1) 페루의 수입용 HS CODE가 아닌 한국의 김치 수출용 HS CODE임

한국의 2021년 對글로벌 신선 야채(HS CODE 제7류) 수출 규모는 1억 9,426만 달러로 최근 5년간 (2017-2021년) 연평균 1.9% 증가함

- 對글로벌 수출 규모는 전년 대비 16.6% 증가한 2019년을 기점으로 2020년과 2021년 각각 전년 대비 10.9%, 5.2% 감소세를 기록함
- 코로나19의 영향으로 전 세계 무역량이 감소함에 따른 것으로 분석됨. 최근 앤데믹 시대로 접어들며 무역량이 다시 회복세를 보임에 따라 수출 규모도 차차 증가할 전망이다

2021년 국가별 수출 규모는 일본이 1억 18만 달러를 기록, 전체 비중의 51.6%를 차지하여 한국의 최대 수출국을 차지함

- 그 외, 국가별 수출 규모 비중은 대만(13.2%), 미국(9.6%), 호주(4.5%), 네덜란드(4.4%) 등 순으로 높게 나타남
- 최근 5년간(2017-2021년) 수출 규모의 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 대만(11.0%)이 차지했고, 일본(-1.7%)과 네덜란드(-1.0%)은 모두 감소세를 기록함
- 파라과이는 2021년 3,000달러의 소규모 실적이 집계된 것 이외 수출실적 없음

2021년 한국의 신선 야채 수출액의 주요 품목별 비중은 파프리카가 약 8,206만 달러를 기록하여 전체 비중의 42.2%를 차지했으며, 그 외 딸기(32.7%), 배추(8.7%), 양배추(1.9%) 등 순으로 높게 나타남

- 상위 5개 품목의 수출 규모 비중 총합은 88.3%에 달함

한국의 HS CODE 제7류 글로벌 수출 규모 추이

(단위: 천 달러)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률 (%)
글로벌	180,043	197,421	230,126	204,954	194,255	1.9
일본	107,469	117,833	111,972	105,024	100,180	-1.7
대만	16,859	14,964	40,308	22,447	25,627	11.0
미국	16,685	18,916	24,518	28,850	18,742	2.9
호주	7,007	8,166	8,712	8,232	8,739	5.7
네덜란드	8,897	11,121	11,826	9,759	8,547	-1.0
파라과이	0	0	0	0	3	-

자료: ITC

한국의 HS CODE 제7류 주요 품목별 수출 현황(2021년)

(단위: 천 달러)

AG CODE	HS CODE	품목명	2021년 수출액	신선 야채 수출 비중(A/B)
121380100	0709601000	단고추(벨타입에 한한다)	30,274,327.2	42.2
121360100	0810100000	초본류 딸기(신선)	4,573,615.0	32.7
121010100	0704902000	배추(신선, 냉장)	24,412,740.3	8.7
121020100	0704901000	양배추(신선, 냉장)	5,989,713.0	1.9
121610102	0709609000	기타(고추류)	509,452.3	1.5
합계(A)			171,586,341.0	88.3
신선 야채 수출 규모 총합(B)			194,250,000	100.0

자료: ITC

한국의 2021년 對글로벌 신선 과일(HS CODE 제8류) 수출 규모는 2억 2,398만 달러로 최근 5년간 (2017-2021년) 연평균 6.6% 증가함

- 對글로벌 수출 규모는 다소 감소세(-2.1%)를 기록한 2020년을 제외하고 매년 양호한 성장세를 기록 중임

2021년 국가별 수출 규모는 홍콩이 약 3,909만 달러를 기록, 전체 비중의 17.5%를 차지하여 한국의 최대 수출국을 차지함

- 2021년 신선 과일의 對홍콩 수출 규모는 전년 대비 19.0% 증가하여 미국을 제치고 1위를 기록함

- 그 외, 국가별 수출 규모별 비중은 미국(16.5%), 대만(14.1%), 베트남(10.9%), 싱가포르(9.8%) 등 순으로 높게 나타남

- 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 베트남이 10.3%를 기록하여 상위 국가 중 가장 높은 성장세를 기록했으며, 홍콩(9.7%)과 싱가포르(7.0%)도 글로벌 평균치를 상회하는 성장세를 기록함

2021년 한국의 신선 과일 수출액의 주요 품목별 비중은 배가 약 7,171만 달러를 기록하여 전체 비중의 32.0%를 차지했으며, 그 외 포도(16.6%), 감귤(2.9%), 단감(2.6%), 사과(1.7%) 등 순으로 높게 나타남

- 상위 5개 품목의 수출 규모 비중 총합은 55.0%에 달함

한국의 HS CODE 제8류 글로벌 수출 규모 추이

(단위: 천 달러)

국가	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률 (%)
글로벌	173,519	197,138	209,841	205,392	223,979	6.6
홍콩	27,037	31,021	30,281	32,843	39,089	9.7
미국	34,799	41,388	39,595	36,366	37,021	1.6
대만	26,480	26,706	31,912	29,906	31,475	4.4
베트남	16,478	27,555	32,381	26,442	24,428	10.3
싱가포르	16,674	17,090	19,601	20,704	21,883	7.0
파라과이	0	0	2	0	3	-

자료: ITC

한국의 HS CODE 제8류 주요 품목별 수출 현황(2021년)

(단위: 천 달러)

AG CODE	HS CODE	품목명	2021년 수출액	신선 채소 수출 비중(A/B)
121380100	0709601000	단고추(벨타입에 한한다)	30,274,327.2	42.2
121360100	0810100000	초본류 딸기(신선)	4,573,615.0	32.7
121010100	0704902000	배추(신선, 냉장)	24,412,740.3	8.7
121020100	0704901000	양배추(신선, 냉장)	5,989,713.0	1.9
121610102	0709609000	기타(고추류)	509,452.3	1.5
합계(A)			171,586,341.0	88.3
신선 채소 수출 규모 총합(B)			194,250,000	100.0

자료: ITC

한국의 신선 야채와 신선 과일 對파라과이 수출 규모는 매우 미미한 수준임

- 채소류의 경우, “건조 야채, 전체, 절단, 슬라이스, 깨짐 또는 분말 상태”(0712)의 수출액이 2021년 3,000달러를 기록했고 이외 수출실적은 없음
- 과일류의 경우, “타마린드 및 기타 식용 과일, 식용 및 건조 과일 또는 식용 견과류의 혼합물”(0813)이 2021년 1,000달러, “껍질 벗기거나 껍질 벗기거나 상관없이 신선하거나 건조된 기타 견과류”(0802)의 수출액이 2020년과 2021년 각각 2,000달러와 1,000달러씩 집계된 것 외 수출실적 없음

한국의 HS CODE 제7/8류 품목별 수출 현황(2017-2021년)

(단위: 천 달러)

HSCODE	품목	2017	2018	2019	2020	2021
0712	건조 야채, 전체, 절단, 슬라이스, 깨짐 또는 분말 상태	0	0	0	0	3
0802	껍질 벗기거나 껍질 벗기거나 상관없이 신선하거나 건조된 기타 견과류	0	0	2	0	1
0813	타마린드 및 기타 식용 과일, 식용 및 건조 과일 또는 식용 견과류의 혼합물	0	0	0	0	1

자료: ITC

04

트렌드



■ 중남미 국가들의 신선식품 섭취 지속 감소세

2000년대 이후 정크 푸드의 유행으로 중남미 국가들의 신선식품(과일, 야채 등) 섭취량은 꾸준히 감소하는 추세임

- Scielo에 따르면, 중남미 국가들에서 곡물, 과일, 야채 섭취는 급격히 감소하는 반면 지방, 동물성 제품, 설탕의 섭취는 증가 추세를 보임
- 중남미 국가들에서는 정부 주도 하에 건강한 식단의 중요성에 대해 교육하고 건강한 식품을 공급하기 위한 여러 정책이 발표되는 동시에, 민간에서도 저소득층에 건강한 식품을 제공하기 위한 각종 커뮤니티가 생겨나고 있음
- 중남미는 특히 코로나19의 유행으로 식량 부족이 심화돼 식량 안보 정책, 농업 지원 정책 등 정부 차원의 다양한 노력을 기울이고 있음

■ 건강한 식단을 장려하는 정책 실시 중

파라과이는 1999년부터 식생활 가이드라인을 위한 국가기술위원회를 구성했고, 2003년부터 가이드라인을 공개함. 현재 배포되고 있는 가이드라인은 국립영양연구소(INAN)와 함께 개발한 2015년 버전임

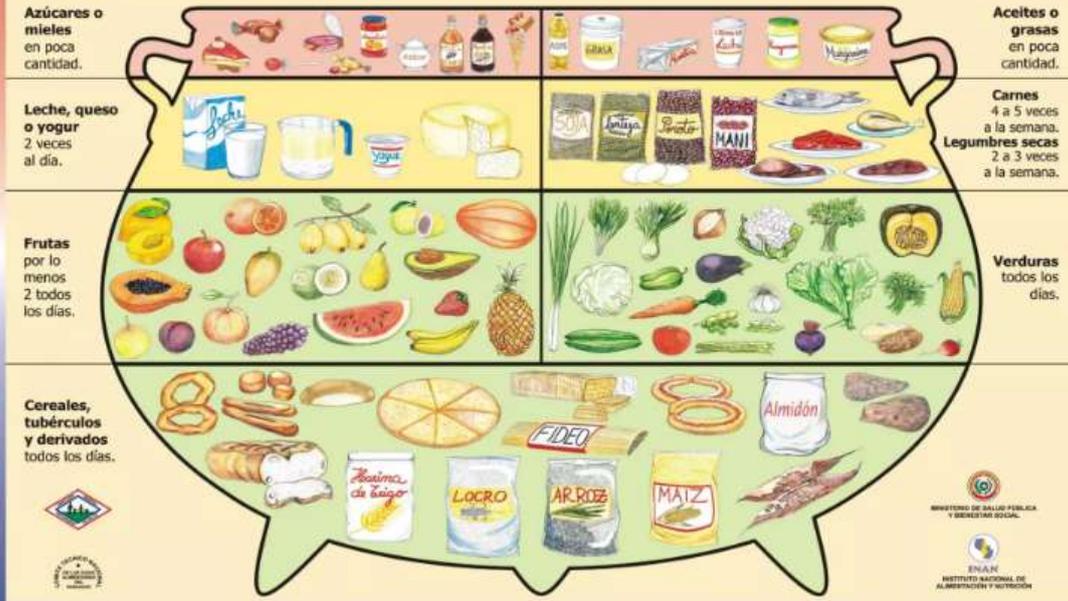
- 파라과이 정부는 공공기관에 가이드라인을 배포하고 특히 어린이를 대상으로 해당 가이드라인을 준수할 것을 권장하고 있음. 가이드라인은 파라과이의 문화적 맥락과 관습, 생산제품을 고려해 만들어짐
- FAO, FIDA, OPS, WFP, & UNICEF이 발표한 보고서에 따르면, 파라과이 전체 인구 중 18%가 건강한 식단에 경제적으로 접근할 수 없는 것으로 조사됨
- 경제적으로 어려움을 겪는 사람들이 정크푸드 등 손쉽게 구할 수 있는 값싼 음식을 섭취하는 경우가 많아, 파라과이는 특히 과체중, 비만 인구의 비율이 높음
- 파라과이 정부는 이러한 식량 문제를 해결하기 위해 국립영양연구소와 함께 식품 가이드라인을 만들어 배포하고 있으며, 해당 가이드라인에서 특히 강조되는 것이 신선 식품(과일, 채소 등)의 섭취임

INAN이 만든 식품 가이드라인에 따르면, 설탕과 꿀이 들어간 가공식품은 '가능한 한 적게', 유제품과 단백질 종류는 '하루에 2-3번 이상', 과일과 야채 등 신선식품은 '최소한 매일 2번 이상', 곡물 종류는 '매일' 섭취해야 함

- 가이드라인과 함께 배포되는 추천사항에는 '비타민과 섬유질이 들어있는 제철 과일 3개를 매일 먹을 것', '심장을 보호하기 위해 지방과 튀긴 음식의 섭취를 줄일 것'을 권장함

GUÍAS ALIMENTARIAS DEL PARAGUAY

Para una alimentación sana todos los días consuma un poco de:



자료: INAN

■ 쌀 유통 현황

현재 파라과이에 유통되고 있는 쌀의 종류는 크게 한국 쌀과 일본 쌀로 크게 분류됨. 파라과이는 쌀이 주식이기 때문에 한국이나 아시아처럼 소비량이 많지는 않지만, 쌀을 이용한 음식을 주 3회 정도 섭취하는 편임

파라과이 라이스 샐러드(좌) 및 스튜(우)



자료: 현지조사원, keeshaskitchen.com, chipabythedozen.com

한국산 쌀은 한국 식품점에서 판매하고 있으며, 항공 및 해상으로 수입되고 있음

일본 쌀은 품질에 따라 등급별로 구분되어 있음. 또한, 대만 쌀도 수입되고 있으며 대만 식품점에서 유통 중임. 참고로, 쌀 가격은 컨테이너 수입 가격에 따라서 매번 변동됨

모든 쌀들은 한 포대(20kg 또는 30kg) 기준으로 판매되고 있으며, 판매 가격은 다음과 같음

- 한국 쌀: 약 2,5달러/kg
- 일본 쌀: 약 1,6달러/kg, 2,2달러/kg
- 대만 쌀: 약 3,6달러/kg

■ 김치 유통 현황

한류 문화와 한국 음식이 전 세계로 확산됨에 따라, 파라과이에서도 김치가 알려지기 시작하는 상황임

한국 식품점에서 구매가 가능하고, 아직까지 김치를 제조하는 공장이나 식품 기업은 없는 것으로 파악됨

한국 식품점에서 개인 단위로 주문을 접수해서 판매하거나, 한국 식당에서 만들어서 식품점에 납품하는 형태로 유통되고 있음

판매 단위는 kg이나 포기임

판매 가격은 배추김치의 경우 5포기에 28달러에 판매되고 있음

배추 김치 외에도 총각김치, 깍두기, 열무김치, 오이김치가 제조 및 유통되고 있음. 배추 가격과 부재료 가격에 따라서 가격은 항상 변동되며, 다른 종류의 김치들도 나오는 철에 따라서 판매되고 있음

05

오프라인 경쟁 제품



■ 개요

경쟁 제품 개요

구분		조사 제품
조사 매장	오프라인 (SUPERSEIS, SALEMMA, GRAN VIA)	① 사과: 현지산(8) ② 포도: 현지산(2), 브라질(5) ③ 배: 브라질(3), 중국(1) ④ 파프리카: 현지산(5), 브라질(1) ⑤ 딸기: 현지산(2)
조사 내용		제품명, 생산 및 유통사, 조사 매장, 가격, 중량, 원산지, 특성

■ 경쟁 제품 선정 기준

파라과이에서 판매 중인 신선 사과, 신선 포도, 신선 배, 신선 파프리카, 신선 딸기 등 신선 농산물 제품을 조사함

■ 분석 기준 및 지표 설정

제품 스펙에서 공통으로 확인되는 가격, 중량, 특성, 원산지 등의 항목을 조사함

■ 오프라인 경쟁 제품

파라과이 오프라인 유통채널에서 판매 중인 신선 사과, 신선 포도, 신선 배, 신선 파프리카, 신선 딸기 등 신선 농산물 제품을 조사함

■ 오프라인 경쟁 제품

1) 사과

제품 이미지
원산지
제품명
가격
중량
조사매장
제품 이미지
원산지
제품명
가격
중량
조사매장



파라과이
사과 콜레지나(COLEGINA)
1만 1,350과라니²⁾(약 2,010원)/1kg
600-700g³⁾
SUPERSEIS



파라과이
사과 슈퍼(SUPER)
1만 1,950과라니(약 2,120원)/1kg
600-700g
SUPERSEIS

2) 2022.12.21. 기준 국제시장 환율 기준 10파라과이 과라니 = 한화 2원

3) 과일을 날개로 판매하거나 6개씩 포장되어 판매하며, 6개 포장 무게는 약 600-700g 내외임

제품 이미지	
원산지	파라과이
제품명	풋사과
가격	2만 9,350과라니(약 5,210원)/1kg
중량	800-900g
조사매장	SUPERSEIS
제품 이미지	 
원산지	파라과이
제품명	사과 콜레지나(COLEGINA)
가격	1만 8,100과라니(약 3,130원)/1kg
중량	1kg
조사매장	SALEMMA
제품 이미지	
원산지	파라과이
제품명	사과 로하(ROJA)
가격	2만 4,500과라니(약 4,240원)/1kg
중량	1kg
조사매장	GRAN VIA
제품 이미지	
원산지	파라과이
제품명	풋사과
가격	2만 9,950과라니(약 5,180원)/1kg
중량	1kg
조사매장	GRAN VIA



파라과이
풋사과
2만 9,350과라니(약 5,210원)/1kg
800-900g
SUPERSEIS



파라과이
사과 로하(ROJA)
1만 8,500과라니(약 3,200원)/1kg
1kg
SALEMMA



파라과이
사과 콜레지나(COLEGINA)
1만 8,100과라니(약 3,130원)/1kg
1kg
SALEMMA



파라과이
풋사과
1만 8,750과라니(3,240원)/1kg
1kg
SALEMMA



파라과이
사과 로하(ROJA)
2만 4,500과라니(약 4,240원)/1kg
1kg
GRAN VIA



파라과이
풋사과
2만 9,950과라니(약 5,180원)/1kg
1kg
GRAN VIA

2) 포도

제품 이미지				
	원산지 제품명 가격 중량 조사매장	브라질 포도 4만 과라니(약 7,100원)/1kg 500g) SUPERSEIS	브라질 청포도 4만 과라니(약 7,100원)/1kg 500g SUPERSEIS	
	제품 이미지			
		원산지 제품명 가격 중량 조사매장	브라질 포도 3만 2,500과라니(약 5,620원)/1kg 700g SALEMMA	파라과이 청포도 1만 5,000과라니(약 2,590원)/1kg 1kg SALEMMA
		제품 이미지		
원산지 제품명 가격 중량 조사매장			브라질 아메리칸 포도 3만 5,000과라니(약 6,050원)/1kg 1kg GRAN VIA	파라과이 포도 1만 4,250과라니(약 2,460원)/1kg 1kg GRAN VIA

4) 포도는 송이 날개로 판매하지 않으며 모두 팩 포장으로만 판매함

제품 이미지
원산지
제품명
가격
중량
조사매장



브라질
이태리 청포도
3만 5,000과라니(약 6,050원)/1kg
1kg
GRAN VIA

3) 배

제품 이미지
원산지
제품명
가격
중량
조사매장



브라질
서양배
8,550과라니(약 1,520원)/1kg
700-800g
SUPERSEIS



중국
동양배
2만 6,650과라니(약 4,730원)/1kg
900g-1kg
SUPERSEIS

제품 이미지
원산지
제품명
가격
중량
조사매장



브라질
서양배
1만 2,500과라니(약 2,160원)/1kg
1kg
SALEMMA



브라질
서양배
1만 4,950과라니(약 2,590원)/1kg
1kg
GRAN VIA

4) 파프리카



제품 이미지

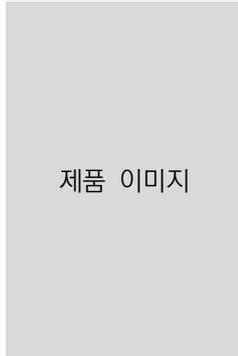


파라과이
빨간 파프리카
1만 5,300과라니(약 2,720원)/1kg
500g
SUPERSEIS



파라과이
노란 파프리카
2만 4,000과라니(약 4,260원)/1kg
500g
SUPERSEIS

원산지
제품명
가격
중량
조사매장



제품 이미지



파라과이
빨간 파프리카
2만 1,250과라니(약 3,680원)/1kg
400g
SALEMMA



파라과이
노란 파프리카
2만 7,500과라니(약 4,760원)/1kg
1kg
SALEMMA

원산지
제품명
가격
중량
조사매장



제품 이미지



파라과이
빨간 파프리카
4만 500과라니(약 7,000원)/1kg
1kg
GRAN VIA



파라과이
노란 파프리카
4만 500과라니(약 7,000원)/1kg
1kg
GRAN VIA

원산지
제품명
가격
중량
조사매장

5) 딸기

제품 이미지
원산지
제품명
가격
중량
조사매장



파라과이
딸기
3만 2,450과라니(약 5,760원)/1kg
300g
SUPERSEIS



파라과이
딸기
1만 5,950과라니(약 2,760원)/1팩
-5)
GRAN VIA

5) 한 팩씩 포장되어 판매중이며, 팩 당 무게는 표시되지 않음

06

온라인 경쟁 제품



■ 개요

경쟁 제품 개요

구분		조사 제품
조사 매장	온라인 (SUPERSEIS)	① 사과: N/A(7) ② 포도: 브라질(2), N/A(3) ③ 배: 아르헨티나(1), N/A(1) ④ 파프리카: 현지산(1), N/A(3) ⑤ 딸기: 현지산(1)
조사 내용		제품명, 생산 및 유통사, 조사 매장, 가격, 중량, 원산지, 특성

■ 경쟁 제품 선정 기준

파라과이에서 판매 중인 신선 사과, 신선 포도, 신선 배, 신선 파프리카, 신선 딸기 등 신선 농산물 제품을 조사함

■ 분석 기준 및 지표 설정

제품 스펙에서 공통으로 확인되는 가격, 중량, 특성, 원산지 등의 항목을 조사함

■ 온라인 경쟁 제품

파라과이 온라인 유통채널에서 판매 중인 신선 사과, 신선 포도, 신선 배, 신선 파프리카, 신선 딸기 등 신선 농산물 제품을 조사함

■ 온라인 경쟁 제품

1) 사과

제품 이미지			
원산지	N/A	N/A	N/A
제품명	MANZANA 1 KG VERDEVERDE	MANZANA 1 KG ROJA	MANZANA COLEGIALA
조사 매장	SUPERSEIS	SUPERSEIS	SUPERSEIS
가격	2만 1,550과라니 (약 3,820원)	1만 2,950과라니 (약 2,300원)	1만 8,550과라니 (약 3,300원)
중량	1kg	1kg	1kg
제품 이미지			
원산지	N/A	N/A	N/A
제품명	MANZANA FUJI	MANZANA VERDE EXTRA EN BANDEJA	MANZANA EN BANDEJA BANDEJA
조사 매장	SUPERSEIS	SUPERSEIS	SUPERSEIS
가격	3만 1,950과라니 (약 5,670원)	2만 4,750과라니 (약 4,390원)	2만 1,950과라니 (약 3,900원)
중량	1kg	1kg	1kg
제품 이미지			
원산지	N/A		
제품명	MANZANA COLEGIALA EN BANDEJA 6		
조사 매장	UNIDADES SUPERSEIS		
가격	2만 1,300과라니 (약 3,780원)		
중량	1kg		

2) 포도

제품 이미지			
원산지	브라질	브라질	N/A
제품명	UVA 1 KG NEGRA BRASIL	UVA 1 KG BLANCA BRASIL	UVA EN BANDEJA BANDEJA 1 KG BLANCA
조사 매장	SUPERSEIS	SUPERSEIS	SUPERSEIS
가격	3만 5,400과라니 (약 6,280원)	3만 4,050과라니 (약 6,040원)	3만 8,100과라니 (약 6,760원)
중량	1kg	1kg	1kg
제품 이미지			
원산지	N/A	N/A	
제품명	UVA RED GLOVE	UVA ROSADO IMPORT	
조사 매장	SUPERSEIS	SUPERSEIS	
가격	3만 6,650과라니 (약 6,500원)	3만 8,200과라니 (약 6,800원)	
중량	1kg	1kg	

3) 배

제품 이미지		
원산지	N/A	아르헨티나
제품명	PERA DE AGUA EXTRA EN BANDEJA SUPERSEIS	PERA ARGENTINA SUPERSEIS
조사 매장		
가격	1만 3,900과라니 (약 2,470원)	1만 2,100과라니 (약 2,150원)
중량	1kg	1kg

4) 파프리카

제품 이미지			
원산지	파라과이	N/A	N/A
제품명	LOCOTE 1 KG ROJO NACIONAL SUPERSEIS	LOCOTE VERDE SUPERSEIS	LOCOTE 1KG AMARILLO SUPERSEIS
조사 매장			
가격	1만 1,800과라니 (약 2,100원)	6,500과라니 (약 1,160원)	2만 4,000과라니 (약 4,260원)
중량	1kg	1kg	1kg
제품 이미지			
원산지	N/A		
제품명	LOCOTE ROJO IMPORTADO SUPERSEIS		
조사 매장			
가격	2만 3,350과라니 (약 4,140원)		
중량	1kg		

5) 딸기

제품 이미지	
원산지	파라과이
제품명	FRUTILLA 1 KG NACIONAL
조사 매장	SUPERSEIS
가격	3만 2,450과라니 (약 5,760원)
중량	1kg

07

수출 확대 방안



■ 개요

파라과이의 GDP는 2017년 이후 정체된 모습을 보이고 있으며, 전체 GDP에서 농업부문이 차지하는 비중은 10%대를 유지하고 있음. 또한, 농지 면적은 전체 국토의 약 42.3%를 차지하였으며, 신선 농산물 생산 규모는 2020년 3,180만 톤을 기록함. 전체 수출 규모 중 농축산물이 차지하는 비중이 가장 높게 나타나 농업의 비중이 매우 높은 경제구조를 가지고 있음

- 하지만, 주요 10대 생산물이 대두, 사탕수수, 옥수수, 카사바, 밀, 쌀, 오렌지, 기름야자, 마테 잎, 수박 등이며, 2020년 전체 신선 농산물 생산 규모의 96.5%를 차지함
- 반면, 2020년 기준 파라과이의 신선 과일 시장에서 가장 높은 비중을 차지한 품목은 감귤류로 21.0%를 차지하였으며, 이어서 사과, 배가 19.0%, 바나나가 14.0%, 베리, 포도가 13.0%를 차지함
- 따라서, 파라과이 내 생산량이 많은 10대 작물을 제외한 신선 농산물의 경우 한국의 수출 기회가 존재하는 것으로 판단되며, 한국의 7개 수출전략 품목에 해당하는 사과, 포도, 배, 딸기 등이 파라과이 과일 시장의 주요 품목에 해당함

■ 수출입 분석

HS CODE를 기준으로 한 수출입 통계 분석 결과, 파라과이는 세계 123위의 신선 채소 수입국으로 2021년 수입 규모는 2,715만 9,000달러를 기록하였으며, 127위의 신선 과일 수입국으로 2021년 수입 규모는 1,886만 1,000달러를 기록함

- 가장 많은 신선 채소를 수입한 국가는 아르헨티나로, 2021년 기준 1,537만 5,000달러를 수입하여 전체의 56.6%를 차지함. 이어서 중국이 24.9%, 브라질이 14.0%, 칠레가 1.8%, 스페인이 0.9%로, 상위 5개 국가로부터의 수입 규모 합계가 전체의 98.2%를 차지함
- 가장 많은 신선 과일을 수입한 국가 역시 아르헨티나로, 2021년 기준 1,363만 4,000달러로 전체의 72.3%를 차지함. 이어서 브라질이 18.3%, 칠레가 5.1%, 인도네시아가 1.5%, 싱가포르가 1.5%로, 상위 5개 국가로부터의 수입 규모 합계가 전체의 98.7%를 차지함

■ 결론

한국의 7개 수출전략 품목 중 파라과이에서 가장 수요가 높은 품목은 사과, 포도, 배, 딸기로, 이들 품목에 대한 수출 투자 집중이 효율적일 것으로 판단됨. 하지만 중남미 국가들의 신선 식품 섭취는 지속 감소하고 있는 반면 지방, 동물성 제품, 설탕의 섭취가 증가하고 있어, 상대적으로 값비싼 수입 신선 식품

수요는 더욱 감소할 것으로 전망됨. 또한, 경쟁 제품 분석 결과, 현지에서 주로 유통 중인 포도, 배, 딸기 등은 한국 품종과 차이가 있어 소비자들의 접근성이 다소 제한될 것으로 예상됨

- 대표적으로 포도도 맛과 크기, 색상 등에 많은 차이가 있어 처음 접하는 중남미 소비자들에겐 제품 선택에 거부감을 줄 수 있음
- 반면, 딸기의 경우 모양과 향은 비슷하지만, 한국 딸기는 해외 딸기에 비해 단맛이 훨씬 강하다는 장점이 있어 어필할 수 있을 것으로 판단됨. 하지만 현지 딸기에 비해 높은 가격이 걸림돌이 될 수 있음

수출입 분석 결과, 파라과이의 주요 신선 식품 수입국은 아르헨티나, 브라질, 칠레 등 지리적 인접국이지만, 중국, 인도네시아, 싱가포르 등 아시아 국가로부터의 수입도 상당 비중을 차지하고 있어 이들 아시아 국가들이 점유하고 있는 시장 수요를 공략하여 접근할 필요성이 있음

이들 아시아 국가 중 인도네시아와 싱가포르는 우리나라와의 기후적 차이로 주력 수출 신선 식품의 품종 및 품목이 다를 것으로 판단되지만, 중국의 경우 우리나라 신선 식품과 유사한 품목이 많아 중국 채소 및 과일 수요를 타깃으로 삼는 것이 가장 효율적일 것으로 판단됨

- 특히, 배를 예로 들면, 서양배와 동양배의 차이가 확연히 드러나며 한국 배가 중국 배보다 크기가 크고 맛에서도 뚜렷한 차이가 있음. 하지만 파라과이 현지 조사 결과 동양배가 수입되고 있어, 이를 찾는 소비자들에게 한국의 배가 중국의 배보다 뛰어난 점을 포인트로 홍보하면 중국 신선 식품 수요를 잠식할 수 있을 것으로 기대됨

결론적으로, 신선식품 가격 상승과 가처분 소득 감소로 수요가 줄고 수입시장에 진입하기에는 많은 어려움이 따를 것으로 예상되나, 한류 열풍 등에 따라 한국산 농식품 수출액은 증가 추세인 수출 신흥국가에 해당됨. 따라서 해당 국가에서 생산되지 않는 사과, 아오리, 홍로, 양광, 후지 등의 품종과 포도의 캠벨, 머루, 샤인머스켓, 거봉 등의 품종, 그리고 배의 신고 품종, 딸기의 설향 품종 등을 수출하여 기존 현지에서 생산되는 품종을 대체할 수 있는 품목 위주로 진입하여 신선식품의 수출 확대 노력이 필요함

II

제도



01

통관 절차



■ 관세 제도

1. 관세 종류

수입 시 파라과이 관세청에 납부해야 할 세금은 다음과 같음

- 일반관세(Derecho Aduanero)
- 서류영사확인세(Arancel Consultar)
- INDI(파라과이 원주민 지원세)
- 관세평가세(Servicio de Valoracion)
- 부가세(IVA)
- 소비특별세(Impuesto Selectivo al Consumo)

2. 관세 제도

MERCOSUR 공동관세율

파라과이는 1995년부터 HS Code 상품분류에 근거한 남미공동시장 대외 공동관세율(AEC: Arancel Externo Comun)을 적용하고 있음

공동관세율은 0%에서 30%까지 정해져 있음(평균 관세율은 14~20%)

이 공동관세율은 남미공동시장 회원국이 아닌 원산지 국가에서의 수입품에 공통으로 부과됨. 파라과이는 수입 의존국이기 때문에 현지에서 생산되지 않는 제품에 대한 수입에 관대한 편임. 일부 품목에 대해서는 현행국가관세율(ANV: Arancel Nacional Vigente)을 공동관세율 대신 적용함

수입 관세

수입품에 대한 관세는 면세품으로 고시된 경우를 제외하고, 수입 원가에 대해 최대 30%까지 부과될 수 있음. 통관세 및 과태료는 관세율에 따라 적용하고, 자국 화폐(Gs)로 은행을 통해서 지불해야 함

관세율 분류는 국제 규정에 따르며, 과세 표준액 산정도 국제관례에 따름

수입품이 국내 자유경쟁 조건을 해칠 수 있다고 판단될 경우 임시로 수입금지 및 제한될 수 있음.

다. 통관 수수료

파라과이의 통관 수수료는 세관법률 제220/93호-3조항에 따라 책정됨. 물품 금액을 기준으로 한 수수료는 다음과 같음

통관 수수료 (단위: 과라니, %)

~부터	~까지	기본 통관 경비	부가세
1	10,000,000	50,000	2
10,000,001	50,000,000	250,000	1
50,000,001	100,000,000	750,000	0.80
100,000,001	250,000,000	1,550,000	0.50
250,000,001	그 이상	2,800,000	0.30

■ 통관 종류 및 절차

1. 통관 종류

파라과이로의 수출입은 크게 소비수입(IC04 consumo), 소비수출(EC04 consumo), 마킬라 제도 (Regímenes de Maquila), 외부제도(Regímenes de perfeccionamiento pasivo), 내부제도 (Regímenes de perfeccionamiento activo), 관세청 감독 하 처리(Transformación bajo vigilancia aduana)를 통해 이루어짐

수출입을 위한 파라과이 통관의 종류는 크게 약식통관, 정식통관, 우편통관, 방치된 화물로 나뉨

세관의 조사 항목 중량, 금액, 품목으로 나뉨

통관 종류

통관 종류	내용
약식통관	약식통관은 주로 마킬라 제도를 통한 수출입에서 이루어짐. 상업송장(factura comercial)만 구비하면 됨
정식통관	수증, 원산지증명서, 통관사증명서, MIC(트럭 운송), BL(해상 운송), AL(항공 운송) 등이 필요함. MIC은 트럭 운송, BL은 해상운송, AL은 항공운송의 경우 필요한 서류이다.
우편통관	1,000달러 이하일 경우 특별한 서류 없이도 바로 통관이 가능함. 1,000달러 이상일 경우 상업 송장(factura comercial) 및 통관사 증빙서류가 필요함
방치된 화물	창고에 1년 보관 후 소각

2. 통관 절차

가. IC04 - 소비수입/일반통관(Canal Rojo)

소비수입/일반통관(Canal Rojo) 절차

순서	내용	담당부서	진행 상태
1	통관 준비	KIT SOFIA(관세정리시스템)	임시
2	금액 지불 IVA 발송을 위한 금액 지불	은행(Banco)	-
3	통관국 공인	KIT SOFIA (관세정리시스템)	공인(OFIC)
4	통관 담당자 지정	사무국(Registro)	공인
5	서류 제출 원자재의 경우, 원자재 등록	사무국(Registro) 감사원(Contraloría)	공인 공인
6	명세서 제출 명세서 내용 등록 검사 결과 등록	사무국(Registro) 검사국(Vistoría)	체크(PRES) - -
7	7.1 검사 7.2 검사장 재검증의 경우	검사국(Vistoría)	검증(VERI) 허가(AUTO)/ 재검증(REVE) -
8	통관국의 재검증 명세서 내용 등록 평가	통제국(Fiscalización) 평가국(Valoración)	- - -
9	9.1 약식 평가의 확인 9.2 통관국장의 사전확인	평가국(Valoración) 평가국(Valoración)	평가 허가
10	명세서 내용 등록 행정처리 마무리	보증국(Resguardo) 보증국(Resguardo)	- 마무리
11	명세서 내용 등록 출구	검사국(Contraloría) 보증국(Resguardo)	- -

나. IC04- 소비수입 / 간편통관(Canal Verde)

파라과이 관세청을 지속적으로 통과하는 등, 관세청이 수입 물품에 대한 신뢰가 있다고 판단할 경우 간편 통관(Canal verde)이 가능함. 간편통관의 경우 일반통관보다 절차가 훨씬 빠르고 간편함

소비수입/간편 통관(Canal Verde) 절차

순서	내용	담당부서	진행 상태
1	통관 준비	KIT SOFIA (관세 정리 시스템)	임시
2	금액 지불 IVA 발송을 위한 금액 지불	은행(Banco) 은행(Banco)	- -
3	통관국 공인	KIT SOFIA (관세 정리 시스템)	공인
4	통관 담당자 지정 명세서 제출	관리국(Registro) 관리국(Registro)	- 허가/재검사
5	재검사의 경우 통관국의 재검사	통제국(Fiscalización)	- -
6	명세서 등록 행정절차 마무리	보증국(Resguardo) 보증국(Resguardo)	- 마무리
7	명세서 등록 출구	검사국(Contraloría) 보증국(Resguardo)	- -

3. 통관에 필요한 선적 서류

파라과이 통관에는 상업 송장, 상업영수증, 통관 기본서류, 원산지 증명서, 포장리스트(packing list)가 필요함

■ 관련 기관

파라과이 관세청(DNA, Direccion Nacional de Aduanas): 통관 절차 안내 및 문의

- 공식 웹사이트: www.aduana.gov.py
- El Paraguay Independiente y Colon, Asuncion
- 이메일: car@aduana.gov.py
- 전화번호: (+595) 416-2100

■ 검역 타결 여부

식물 등을 수출하기 위해서는 그 식물 등이 수입국의 요구 사항 충족 여부에 관해 식물방역관에게 검사를 받아야 하며, 그 검사에서 합격하지 못하면 수출하지 못하도록 규정되어 있음. 검사 결과 수입국의 요구조건에 부합하면 검사합격증(식물위생증명서, Phytosanitary Certificate) 발급

- 검사 절차: 재배지 검사 요구→ 검사 신청 접수→ 재배지 검사→ 재배지 검사 합격증 발생→ 검사신청 접수→ 수출검사→ 합격증명서(PC) 발급
- 검사 신청서는 농림축산검역본부 웹사이트⁶⁾에서 다운로드 가능함

신선 과일(사과, 포도, 배, 단감, 딸기 등) 중 파라과이와 검역이 타결된 품목은 아직 없으나, 블루베리 검역 타결 신청이 접수되었음. 단, 현재로서는 진행 계획 없음

- 타 신선류 품목에 대하여 해당국으로의 수출 요건, 검역 협상 진행 상황 등 수출 가능 품목에 대한 정보는 농림축산검역본부 '수입식물 검역 정보'⁷⁾에서 찾을 수 있음

6) www.qia.go.kr/plant/exQua/plant_exp_test_form.jsp

7) www.qia.go.kr/plant/imQua/plant_fruit_cond.jsp

02

인증



■ 상표 등록

상표등록(Registro de Marca)은 지식재산관리청(DINAPI)에서 담당함. 절차는 화주(수출자 혹은 대리인)가 직접 할 수 있고, 수입업자가 대행할 수도 있음. 수출입 컨설턴트회사에서 대행하는 경우가 일반적임

신청서에는 기업명, 소재지, 신청자 또는 법정 대리인 서명, 상호 및 복합적인 상표는 상표 사본, 분류별 상품 명세, 품명 또는 상표 구분 방법 등이 포함되어야 함. 법적 대리인 임명 시 산업통상부 (MIC)에 대리인으로 등록돼 있어야 하며, 대리인은 지적재산관리청(DINAPI) 직원이 아니므로 수수료와 서비스 제공 조건 등을 직접 계약해야 함

산업통상부에서 신청서 등록을 진행하며, 필수 서류 제출 후 검토하여 문제가 없을 시 중복 등록을 방지하기 위해 주요 지면 매체를 통해 상표 정보를 게재함

상표 등록 비용은 약 50달러이며, 등록자가 선택한 신문사에 연속 3일간 게재해야 함. 신문에 게재 시 선임변호사가 등록하여야 하며, 변호사 선임비는 약 500달러임. 단, DINAPI 홈페이지에 게재된 허가받은 변호사만이 등록할 수 있음(www.dinapi.gov.py/index.php/agentes-con-matriculadas 참고)

신문에 마지막 게재 이후 근무일 기준 60일간 타사가 본인들의 상표권 침해에 대해 이의제기를 할 수 있도록 기다려야 함. 법적 요구 사항이 모두 충족되고 상표법에 표기된 마감 기한이 만료되면, 상표 준수 여부 실질 검사가 이루어짐. 이상이 없을 시 DINAPI(지적재산관리청)에서 상표 등록 허가증을 발급함

상품등록증 유효기간은 상표 발급 후 10년이며, 만기 전 상표 유지비 납부 시 간단한 절차를 통해 갱신이 가능함

담당 기관: 국립 지적재산관리청(DINAPI)

- 업무시간: 월요일-금요일(오전 7시~오후 3시)
- 주소: ESPAÑA 323 CASI ESTADOS UNIDOS
- E-mail : dinapi@dinapi.gov.py
- 전화: +595 21 210 977

■ 식품 위생 등록

법률 836/80에 의거, 판매를 목적으로 한 식품을 제조 및 수입할 경우 의무적으로 보건복지부 산하기관인 국립식품영양청(INAN)에 식품위생등록(RSPA)을 해야 함(상표권 등록과 별개)

외국 회사가 직접 등록할 수 없음. 따라서 다음과 같은 조건을 충족하는 기업을 공식대리인(Authorized Representative)으로 지정해야 함

- INAN에서 발행하는 설립등기(Registro de Establecimiento)가 있어야 함
- 식품용 저장창고를 보유하고 있어야 함

1. 제품 등록 사전절차

파라과이 수입업체와의 계약 체결

한국 수출업체는 파라과이 대행 판매업체와 계약을 맺고 등록 책임 위임장을 작성해 국가 공증소에서 공증을 받아야 함

위임장에는 위임 업체명, 위임 유효기간, 등록·판매 책임기업명, 위임 제품 범위, 판매범위, 위임권한 등이 포함되어야 함

위임장에는 “(수출업체명)사는 (수입업체명)사가 파라과이 내에서 제품을 수입, 판매, 유통, 식품위생등록(RSPA)을 허용한다.”라는 문구가 필수적으로 기재되어야 함

2. 수출·수입 업체별 제출 서류

제출 서류

한국 수출 기업	파라과이 수입 기업
- 원산지의 식품 관련 기관에서 발행한 자유판매증명서 (Certificate of Free Sale)	- RSPA 신청서
- 식품의약품안전처 발행 자유판매증명서	- 수입업체 대표자 또는 담당자의 서명이 포함된 RSPA 등록신청확인서
- 분석확인서	- 식품의 일부 혹은 전체를 아웃소싱하는 경우 계약 당사자 간의 책무가 보증된 확인서수입업체 대표자 또는 담당자의 서명이 포함된 RSPA 등록신청확인서
- 현지 수입업체와의 계약 위임장	- 현행설립등기 또는 재발급 영수증
- 제품 상표명, 성분이 포함된 기술설명서(Ficha Tecnica)	- 파라과이 산업통상부에서 발행한 상표등록증
- 오리지널 라벨 샘플 및 초안 라벨	- 스페인어로 번역된 오리지널 라벨 샘플 및 초안 라벨
- 글루텐이 함유되지 않은 제품을 등록할 경우 해당 진술서 제출	- 상업영수증
	- 선하증권
	- 통관 완료 증명서류

3. 등록 일반 조항

해외에서 발급된 모든 서류는 사전에 해당국가에서 인증을 받은 후 파라과이 영사관에서 인증을 받아야 함

한국과 파라과이는 아포스티유 협약가입국이므로, 공공기관에서 발급된 서류는 주한대사관의 영사확인 없이 외교통상부가 발행하는 아포스티유를 발급받아 제출하면 효력을 인정받을 수 있음. 단, 공공기관이 아닌 기업에서 발행되는 모든 문서는 영사확인이 필요함

외국어로 발행된 서류는 공식 등록된 번역업체를 통해 스페인어로 번역해야 함. 번역이 원산지에서 행해진 경우 사전에 원산지에서 공증을 받아야 함

모든 제출 서류는 원본이어야 함

4. 비용 및 소요기간: 신청자 서류 제출 완료 후 최대 180일(유효기간 5년). 품목에 따라 비용이 다름

5. 등록 불요 품목

- 첨가물, 조미료가 함유돼 있지 않은 과일, 야채, 콩, 달걀, 냉동 육류 등 냉동 및 자연식품
- 음식 판매업체에서 사용하는 재료
- 현지에서 생산된 원재료 및 식품 첨가물
- 약초
- 자선 목적으로 기관에서 기부한 식품
- 시판 목적이 아닌 수입식품

6. 유의사항

INAN 등록을 완료해야 유통이 가능하므로, 사전에 INAN 등록 절차와 소요비용 및 기간을 고려해 빠른 시일 내에 서류 및 공증을 완비하는 것이 좋음

현지 규정상 제출되는 모든 서류의 페이지마다 친필서명 및 회사 날인이 필수적으로 추가해야 함. 한국 기관에서 발행하는 문서는 대부분 전자문서이기 때문에 친필서명이 빠져있는 경우가 있음. 이 경우 친필 서명이 없다는 이유로 등록이 반려될 수 있음

수출업체에서 자체적으로 발행하는 문서에는 대표자 친필서명 및 날인이 기재해야 함

INAN에 제출하는 문서는 반드시 원본이어야 하며, '서명자는 (수출업체)사의 대표자이며 기재된 내용은 모두 (수출업체)사의 결정사항이다.'라는 내용이 공증되어야 함

03

라벨링



■ 라벨링 규제 개요

파라과이에는 정부 및 민간 인증기관이 운영되고 있으며, 필수 인증 및 자율인증으로 나누어져 있음. 국가 기술인증연구소(INTN: Instituto Nacional de Tecnología)에서 자국산 및 수입품의 라벨에 원산지를 기록함. 상표 및 라벨링 관련 기준은 산업통상부(Ministerio de Industria y Comercio) 소비자보호국에서 관리함. 수입 식품이나 음료에는 자세한 제조정보 및 내용물에 대한 정보를 스페인어로 적어야 함

파라과이의 국가 인증기관인 INTN의 인증이 의무적으로 필요한 제품군으로는 식료품, 건축자재, 산업안전, 연료 및 화학제품, 인력 및 시스템 관리 등이 있음

■ 새로운 라벨링 규정 발표

1. 제도 개요

파라과이의 국가통신위원회(CONATEL, Comisión Nacional de Telecomunicaciones)는 2017년 9월부터 승인 절차에 라벨링 요구 사항을 추가하는 새로운 결의안(No. 1193)을 발표함. 새로운 규제는 제품 라벨에 명확하게 보이는 위치에 다음과 같은 정보가 포함되어야 한다고 규정하였음

- 제조업체 이름
- 브랜드 및 모델 번호
- CONATEL 로고 및 인증서/등록 번호

CONATEL 로고는 빨간색 배경에 흰색이어야 하며, CONATEL은 파란색 배경 위에 흰색으로 작성해야 함. 등록 번호는 흰색 바탕에 검은색이어야 함

CONATEL 로고



새로운 결의안은 제품 라벨에 제조회사의 상호 및 주소, 수입자의 성명 또는 상호 및 주소, 유통업체의 상호 및 주소를 포함하도록 규정함. 회사/협회 또는 제품 이름의 일부로 "nacional"(국가)이라는 단어는 금지됨

인증 시점에 귀하의 수입자/현지 유통업체에 대한 정보를 아직 사용할 수 없는 경우, 수입업체/유통업체 정보가 배치될 위치를 명시한 신고서를 제시할 수 있음

제품 라벨에 정보를 표시할 수 없는 경우, 사용 설명서 또는 대체 위치에 모든 정보를 표시하는 것을 허용함. CONATEL 로고와 등록 번호가 표시된 라벨은 수입 전에 제품에 부착해야 함

건강에 위해를 끼치는 물질(예: 인간 또는 동물 호르몬, 살충제 잔류물, 항생제, 동물용 살충제 잔류물, 항생제, 수의학용 물질, 마약, 향정신성 또는 중독성 물질)은 금지됨

2. 관련 기관

가. 국가기술인증연구소(INTN: Instituto Nacional de Tecnología)

- 산업통상부 산하기관으로, 과학 기술 활동 분야의 연구 및 기술 지원을 위한 독립적이고 분산된 조직임. 파라과이 영토 전체에 자체 법적 지위와 관할권을 가짐
- 현지 및 수입 원료 및 가공 제품의 품질에 대한 검증 및 규제의 방법과 규범을 정의하고 제안함
- 제품, 시스템, 서비스 및 인력의 국내 및 국제 기술 표준에 따라 적합성을 인증함

나. 국가통신위원회(CONATEL, Comisión Nacional de Telecomunicaciones)

- 국토 전체의 통신 서비스 및 인프라 관리
- 공식 웹사이트: www.conatel.gov.py/conatel

04

주요 이슈



■ 라벨링 관련 규정 강화 예정

코로나19가 비만에 심각한 영향을 미친다는 것이 밝혀지면서 중남미 국가들의 식품 라벨링이 최근 중요한 정부 정책으로 대두되고 있음

식품 경고 라벨링은 과체중, 비만, 당뇨, 고혈압 등과 같은 만성 질환 문제를 해결하기 위한 정책의 일환으로, 라벨링에 설탕, 나트륨, 트랜스지방 등의 섭취에 대한 경고를 부착함으로써 소비자들이 식품의 영양 정보를 인지하도록 하는 것을 목표로 함

이미 멕시코는 2020년 10월부터, 우루과이는 2021년 2월부터 식품 경고 라벨링 정책을 시행했음. 파라과이 정부 역시 관련 정책을 검토 중인 것으로 알려짐. 따라서 향후 식품 라벨링 관련 정책의 변동에 주목해야 함

■ 독점계약과 관련된 법률

파라과이 수입업체들은 작은 내수시장에서의 경쟁을 최소화하기 위해 독점권을 요구하는 경우가 있음. 독점계약 관련 법률은 법률 194/93호에 의거함. 이 중 유의해야 하는 조항은 다음과 같음

수입업체의 독점권과 관련된 법률 조항

조항	세부 내용
제1조	<ul style="list-style-type: none"> - 외국 수출업체는 제품이나 서비스의 국내(이하 "파라과이"를 의미함) 혹은 특정 지역 내 홍보·판매 또는 처분을 위해 파라과이에 소재지를 두고 있는 대리점, 에이전시 또는 유통업체와 계약관계를 맺을 수 있으며, 이는 법적 효력이 있다. - 법률제도를 통해 계약 철회 상황에서 합리적인 이유 없는 계약 철회에 대한 보상 기준을 정해야 한다.
제2조: 거래체결의 유형	<ul style="list-style-type: none"> - 대리점: 제조업자 혹은 외국 회사가 제공하는 제품 및 서비스를 국내외 지정 구역에 홍보, 판매 또는 처분 등의 상업 거래를 하기 위해 파라과이에 거주하는 자연인 또는 법인에 권한을 부여하는 계약관계이다. - 에이전시: 제조업자나 외국 회사가 파라과이에 거주하는 자 또는 법인에게 국내외 지정 구역에서의 제품 및 서비스의 홍보, 판매 또는 처분을 위해 사업 혹은 고객과의 계약 관리, 행사, 종결, 수수료 지불을 중개하도록 권한을 부여하는 합법적 계약관계이다. - 유통업체: 국내 혹은 그 외 지정된 범위 내에서의 제품의 재판매를 목적으로 제품을 구매하거나 위탁하기 위해 맺는 거래 계약관계로, 제조업자나 외국기업 그리고 파라과이에 거주하는 자 사이에서 합법적인 계약으로 맺어지는 관계이다.
제3조: 독점권 체결	<ul style="list-style-type: none"> - 대리점, 에이전시, 유통업체는 독점권을 체결할 수 있으며, 이 외 기타 계약 방식으로 합의한 조건에 따라 계약할 수 있다.
제6조: 거래체결 내역 취소 시 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> - 제 2조에 명시된 유형별 업체는 합리적인 사유가 있는 경우 취소, 수정, 연장 또는 거부할 수 있다. - 수출기업에서 특정 사유로 거래 체결을 취소할 경우 필수적으로 120일 내 문제 원인 해결을 요청해야 한다.
제8조: 계약 취소 시 배상금 및 재고 처분 책임	<ul style="list-style-type: none"> - 수출기업이 독점권을 정해진 기간을 준수하고 특정 사유가 있을 경우 파기할 수 있으나 재고상품에 대해서는 판매권은 박탈할 수 없다. - 만일 동일제품에 대한 독점권을 다른 현지 기업에 부여하더라도 재고상품에 대해서는 판매를 금지할 수 없으므로, 지속적인 판매를 진행할 수 있다. - 신규 독점계약 회사에서 판매권에 대한 이의제기를 하고 현지 판매를 중단하기 원할 경우 과거 거래처에게 배상을 해야 하며, 구매 가격보다 더 높은 가격을 책정해 (시중가에 맞는 금액으로) 신규 계약사에 판매할 수 있고, 이를 거절할 수 없다.

III

유통



01

유통 현황



■ 개요

파라과이의 소매업 규모는 2022년 59억 1,890만 달러에서 2026년까지 연평균 8.7% 성장하여 82억 5,130만 달러를 기록할 것으로 전망됨



2020년 코로나19의 영향으로 사람들이 집에 머무는 시간이 늘어나면서 식료품 수요를 증가시키는 요인이 증가하였지만, 동시에 기업들의 폐업이 이어지고 실직률이 높아지면서 전체 구매력 감소로 이어지고 소매시장 규모가 줄어들음

- 2021년 사회적 거리두기가 해제되면서 시장 규모가 회복되었지만 높은 실업률로 인해 구매력이 2019년보다 낮게 유지됨
- 특히, 비식료품 소매업의 경우 2020년 수익 감소를 경험한 이후 2021년 반등에 성공하였지만, 매출액 규모는 2019년보다 낮은 수준을 기록함. 또한, 파라과이의 공중보건 시스템 미비로 소비자들이 비필수 제품 구매를 대폭 감소시킴
- 코로나19 기간 저렴한 가격, 잦은 할인 및 프로모션 등으로 창고형 클럽의 매출이 증가하였으며, 이는 슈퍼마켓 소매점에 타격을 줌

파라과이의 쇼핑 행태는 경제적 지위에 따라 다르게 나타남. 일정 소득 이상의 소비자는 일주일에 2회 정도 식료품을 구매하지만, 저소득층 소비자는 소득이 일정치 않아 매일 쇼핑하는 경향이 있음

- 또한, 저소득층 소비자는 전통적인 식료품 소매업체인 소규모 지역 소매점을 선호하는 반면, 일정 소득 이상의 소비자는 현대식 식료품 소매업체인 슈퍼마켓을 선호함
- 중산층 이상을 제외한 대부분의 소비자는 주로 필수품 위주로 쇼핑을 하며, 비식료품 및 비필수품에 적은 돈을 지출함. 또한, 대다수 소비자가 제품 구매에 있어 브랜드나 제품의 품질보다는 제품 가격을 가장 중요시함

인구의 약 63%가 도시에 거주하며, 도시 거주자들을 중심으로 온라인 쇼핑의 인기가 높아지고 있음

- 많은 중산층 및 도시 거주 소비자들이 미국에 기반을 둔 전자상거래 소매점에서 제품을 구매하고 있으며, 이러한 제품들은 파라과이로 배송되기 전 미국의 사서함으로 배송되어 구매자가 세금을 회피할 수 있음
- 농촌 소비자 및 저소득 계층은 온라인 쇼핑을 이용할 수 없는 대신, 전통적인 소매점에서 쇼핑하는 횟수가 높으며, 비공식 소매점이나 밀수 등의 소비도 상당 부분을 차지함
- 대도시 거주자들은 편의점, 슈퍼마켓, 쇼핑센터에서 제품을 구매하며, 인구의 상당수가 신용카드를 가지고 있지 않아 현금을 주로 사용하고 있음
- 소매업체들은 매장 및 제품을 홍보하기 위해 주로 소셜 네트워크 서비스를 이용한 마케팅을 펼치고 있으며, 인구의 상당 부분을 차지하는 젊은 세대에게 홍보하기 위한 가장 효과적인 수단임

코로나19 이전부터 비공식 소매업이 활성화되어 있었으며, 2021년 밀수품의 수입이 역대 최고치를 기록함

- 코로나19 이전 이러한 불법 행위가 감소하고 있었지만, 저렴한 가격이 소비자들에게 지속적으로 어필하였으며, 코로나19로 인한 경제활동 및 수입 감소로 다시 규모가 커진 것으로 파악됨
- 비공식 소매업에서 가장 많이 거래되는 품목은 식품 및 홈 케어 제품으로, 현대적 유통업체와 전통적 유통업체 모두에게 피해를 끼치고 있음
- 이러한 비공식 소매업은 저소득 국민의 생계와 밀접히 관련되어 있어 근절하는 것이 쉽지 않음

파라과이의 전자상거래 시장은 미국을 비롯한 다른 국가의 홈페이지를 통해 이루어지며, 현지 소매업체가 규모의 경제에 기반한 미국의 전자상거래 유통업체와의 가격경쟁에서 불리하기 때문인 것으로 분석됨

- 점점 더 많은 매장 기반 유통업체들이 온라인 판매 페이지를 개설하고 있으며 결제 및 배달 서비스를 제공하지만, 낮은 카드 사용률이 시장 성장에 가장 큰 제한요소임

■ 유통채널 현황

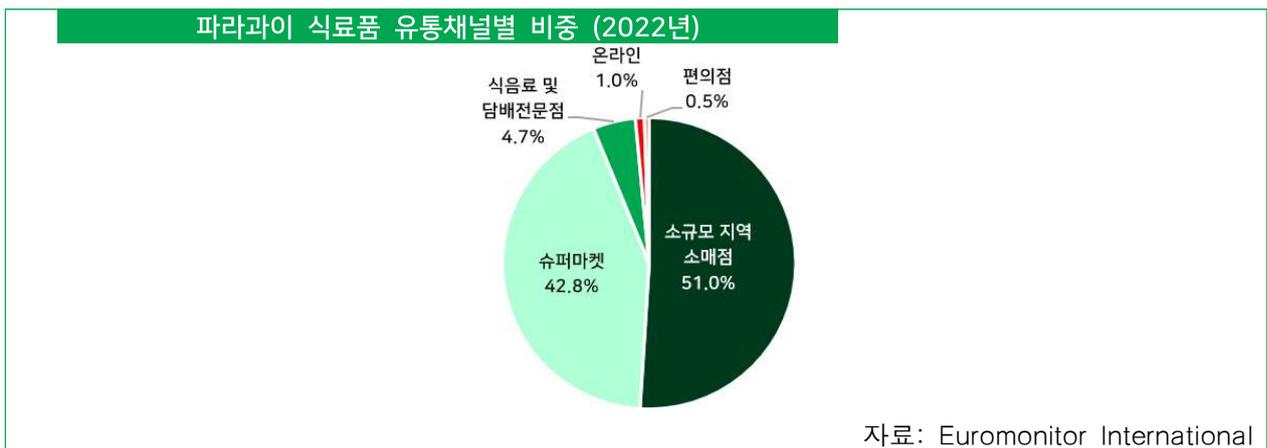
- 파라과이의 식품 유통은 2022년 기준 식료품 소매점이 98.9%, 온라인이 1.0%의 점유율을 차지함
- 가장 높은 점유율을 차지한 유통채널은 소규모 지역 소매점으로 2022년 51.0%를 차지하였으며, 이어서 슈퍼마켓이 42.8%, 식음료 및 담배전문점이 4.7%의 점유율을 차지함

파라과이 식품 유통채널별 점유율(2017-2022년)

(단위: %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022
식료품 소매점	100.0	100.0	99.8	99.0	99.0	98.9
- 편의점	0.5	0.5	0.5	0.4	0.5	0.5
- 슈퍼마켓	45.0	45.0	44.9	46.1	44.8	42.8
- 식음료 및 담배전문점	4.9	4.9	4.8	4.2	4.5	4.7
- 소규모 지역 소매점	49.6	49.6	49.6	48.4	49.2	51.0
온라인	-	-	0.2	0.9	1.0	1.0
전체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



파라과이 소매업 브랜드별 점유율에서 2021년 기준 가장 상위 5개 브랜드가 전체 11.2%의 점유율을 차지함

- 가장 높은 점유율을 차지한 브랜드는 Luisito로, 2021년 기준 3.6%를 차지하였으며, 이어서 Stock이 2.3%, Punto Farma가 2.0%, Pueblo가 1.7%, Fortis Mayorista가 1.6%를 차지함
- 또한, 상위 21개 브랜드가 차지한 점유율은 18.5%인 반면, 기타 기업의 점유율은 81.5%를 기록하여 파라과이 소매업의 브랜드 간 경쟁이 매우 치열한 것으로 분석됨

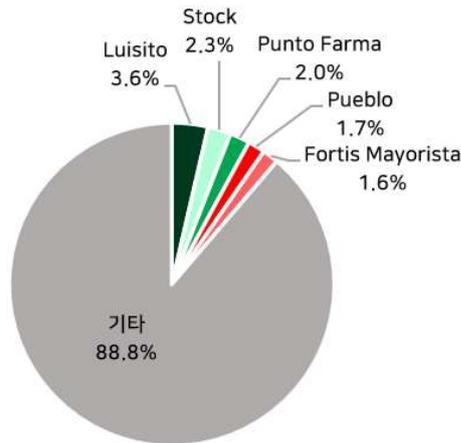
파라과이 소매업 브랜드별 점유율

(단위: %)

순위	브랜드명	기업명	2017	2018	2019	2020	2021
1	Luisito	Diaz e Hijos SA	3.0	3.2	3.3	3.9	3.6
2	Stock	Retail SA	1.7	1.7	1.7	2.3	2.3
3	Punto Farma	Farma SA	1.1	1.0	1.5	1.8	2.0
4	Pueblo	Supermercados Pueblo SA	1.7	1.7	1.8	1.8	1.7
5	Fortis Mayorista	Cogorno Grupo	0.2	0.4	0.8	1.6	1.6
6	Superseis	Retail SA	1.2	1.3	1.3	1.0	1.1
7	Box Mayorista	Box Mayorista SA	0.1	0.3	0.3	0.7	0.8
8	Biggie Express	Biggie SA	0.3	0.3	0.3	0.4	0.7
9	España	Supermercados España SA	0.6	0.6	0.7	0.7	0.7
10	Virgen del Rosario	Comercial Virgen del Rosario SRL	-	-	0.2	0.2	0.5
11	Hiperseis	Retail SA	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5
12	Supermercado Real	Cadena Real SA	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
13	Sax	Fenicia Group SA	0.5	0.5	0.5	0.4	0.4
14	Monalisa	Monalisa SRL	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4
15	Copemarket	Copetrol SA	0.3	0.4	0.4	0.3	0.3
16	Rapidito	Barcos y Rodados SA	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
17	San Cayetano	San Cayetano Comercial SRL	-	-	0.2	0.3	0.3
18	Seltz	Seltz SA	0.3	0.2	0.2	0.3	0.3
19	Spacio	Petróleo Brasileiro SA - Petrobrás	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
20	Puma	Puma Energy Paraguay SA	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
21	Salemma	Salemma Retail SA	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2
기타			86.9	86.1	84.4	82	81.5
합계			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

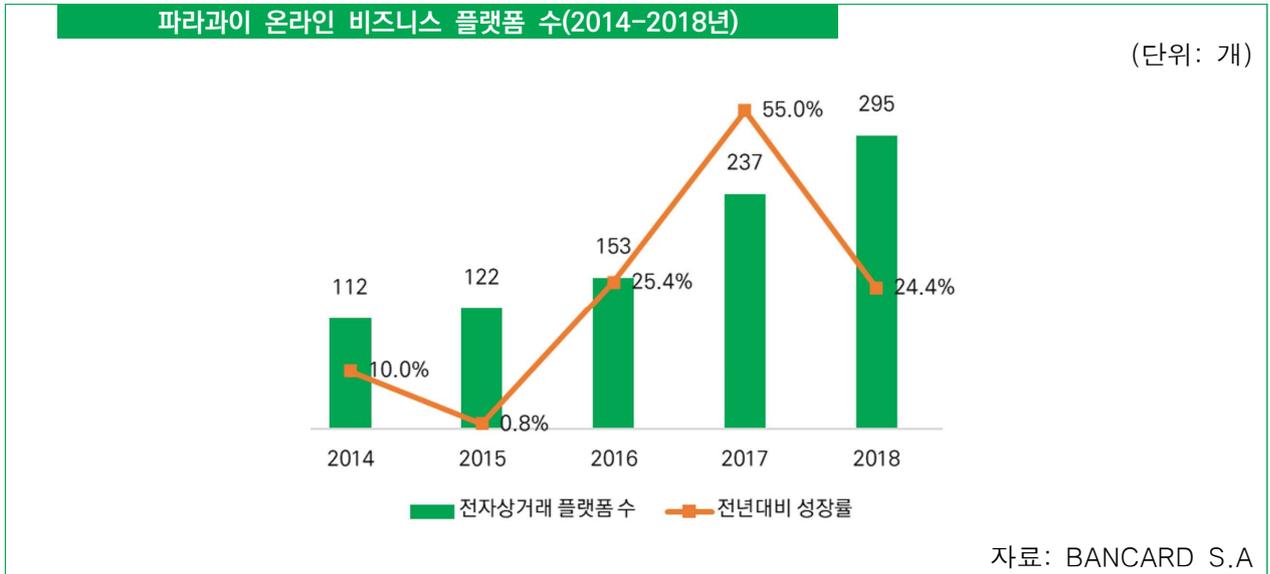
파라과이 소매업 주요 브랜드별 점유율(2021년)



자료: Euromonitor International

■ 온라인 유통채널

파라과이의 전자상거래 시장은 2017년 약 1억 2,500만 달러를 기록하였으며, 매년 성장하는 추세를 보이고 있음. 파라과이의 온라인 비즈니스 플랫폼 수는 2017년 전년 대비 55% 증가한 237개를 기록하였으며, 2014년부터 5년간 약 163%의 증가세를 기록함



전자상거래 이용 금액이 가장 높은 분야는 여행, 항공권 구매, 슈퍼마켓 온라인 구매, 운송 및 전자제품 구매 분야로, 특히 2018년 운송 분야의 성장률이 두드러짐

파라과이 전자상거래 분야별 성장률(2018년)

(단위: %)

구분	여행	항공	슈퍼마켓	운송	전자제품
성장률	40	47	18	245	38

자료: BANCARD S.A

한편, 현지 슈퍼마켓, 인터넷 쇼핑 사이트, 모바일 앱 등에서 온라인 주문 서비스를 제공하는 회사가 증가하고 있음

파라과이 주요 온라인 유통채널

구분	SUPERSEIS	Conti Market	SALEMMA Online	Gran Via
이미지				
홈페이지	www.superseis.com.py	www.contimarket.com	www.salemmaonline.com.py	www.granvia.com.py

자료: 각 업체 홈페이지

02

주요 유통채널 현황



■ 주요 오프라인 및 온라인 유통채널

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 51년 전통의 파라과이에서 가장 오래된 유통업체 중 하나이며, 파라과이의 수도 아순시온을 비롯하여 전국에 32개의 매장을 보유함 - 파라과이에서 최초로 QR코드 서비스, 픽업 서비스를 도입한 유통업체임
유통채널명	SUPERSEIS		
연락처	(021)414-1960	본사 소재지	Avda Santísimo Sacramento esq. Avda Mcal Lopez - S6 Gran Unión
홈페이지	www.superseis.com.py	종업원 수	-
매출액	-	입점 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 사과: 현지산 - 포도: 브라질산 - 배: 브라질산, 중국산 - 파프리카: 현지산 - 딸기: 현지산

과채류 판매 현황



한국산 유통 진출 현황

- 한국산 신선 농산물은 발견되지 않음



간략
소개

- 1979년 10월 11일에 설립되어 현재까지 43년의 전통을 이어옴
- 파라과이에 5개 지점을 보유하고 있으며, 모두 백화점 안에 입점되어 있음
- 가장 최근 시우닷 델에스테-라고 백화점에 입점함
- 온라인, 오프라인 구매가 가능함
- 살레마 카드 신청시 20% 할인가로 구매 가능

유통채널명	SALEMMA		
연락처	+595-994-874-276	본사 소재지	Avda Mcal. Jose Felix Estigarribia KM9, San Lorenzo
홈페이지	www.salemmaonline.com.py	종업원 수	-
매출액	-	입점 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 사과: 현지산 - 포도: 현지산, 브라질산 - 배: 브라질산 - 파프리카: 현지산, 브라질산

과채류 판매 현황



한국산 유통 진출 현황

- 한국산 신선 농산물은 발견되지 않음

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 1995년 시우닷 델에스테-알토 파라나주에서 설립하여 27년의 전통을 가지고 있음 - 시우닷 델에스테 1호점을 시작으로, 현재 파라과이에 11개의 지점을 보유함 - 온라인, 오프라인 구매 가능
유통채널명	GRAN VIA		
연락처	+595-985-267-701	본사 소재지	Avda. San José entre Guyra Campana y José Martí de la ciudad de Ciudad del Este
홈페이지	www.granvia.com/py	종업원 수	-
매출액	-	입점 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 사과: 현지산 - 포도: 현지산, 브라질산 - 배: 브라질산 - 파프리카: 현지산 - 딸기: 현지산

과채류 판매 현황

한국산 유통 진출 현황

- 한국산 신선 농산물은 발견되지 않음



간략
소개

- Joaquin Gonzalez, Rodrigo Mendelzon, Giuliano Caligaris가 설립한 마트로, 2013년 파라과이에서 24시간 운영하는 최초의 슈퍼마켓 체인이 됨
- 파라과이의 아순시온, 그레이터 아순시온 등 전략적 요충지에 150개 이상의 매장을 보유하고 있음

유통채널명	Biggie	본사 소재지	Casa Central: San Benigno Nro.880, e/ Ntra. Sra. del Carmen y Federación Rusa
연락처	+595(21)729-0300		
홈페이지	biggie.com.py	종업원 수	약 2,000명
매출액	-	입점 현황	-

매장



한국산 유통 진출 현황

- 한국산 신선 농산물은 발견되지 않음



간략
소개

- 고품질 제품을 도매가로 제공하는 비즈니스 모델
- 파라과이 전역에 6개 매장을 운영하고 있음
- 2020년 600대의 차량을 주차할 수 있는 넓은 부지에 새로운 매장을 여는 등, 넓은 매장을 운영하는 것이 특징임

유통채널명	FORTIS MAYORISTA		
연락처	0986-110-230	본사 소재지	Avda. Gral. Elizardo Aquino esq/ Avda. Gral. Bernardino Caballero
홈페이지	fortis.com.py	종업원 수	약 800명
매출액	-	입점 현황	-

매장



한국산 유통 진출 현황

- 한국산 신선 농산물은 발견되지 않음



간략 소개

- 식품, 음료, 청소용품, 부패하기 쉬운 제품 등의 대량 소비 제품에 대한 도소매업을 운영함
- FILIPPO BERIO, Lar, NISSIN, MAGUARY, PAIRDEER 등의 브랜드 제품을 판매함
- Mariano, Capiata, Fernando de la Mora 등에 매장을 운영함
- 전화로 주문하고 매장에서 지불이 가능함

유통채널명	BOX MAYORISTA	본사 소재지	Avda. Defensores del Chaco와 Dr. Montanaro
연락처	(021)50-10-14	종업원 수	-
홈페이지	boxmayorista.com.py	입점 현황	-

매장



한국산 유통 진출 현황

- 한국산 신선 농산물은 발견되지 않음



1. 미국 농무부
2. FAO
3. The World Bank
4. ABC.com
5. 동아일보
6. Statista
7. CONATEL(www.conatel.gov.py)
8. ITC



보고서 기획 및 작성 NICE D&B

발행일 2022

발행처 서울특별시 마포구 마포대로 217
크레딧센터 14층 (주)나이스디앤비
(04117) Trade사업실