

2024 농식품 국가정보조사 브라질

2024.10.

1 국가 및 시장정보

1 국가 개황

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

2 식품 시장규모

3 식품 소비규모

- 3-1 1인당 식품 소비액
- 3-2 1인당 식품 소비량

4 식품 시장전망

5 식품 수출현황

- 5-1 수출국
- 5-2 수출품목

6 식품 수입현황

- 6-1 수입국
- 6-2 수입품목

7 對브라질 한국산 수출현황

- 7-1 부문별 수출현황
- 7-2 수출품목

2 식품 유통현황

1 오프라인 유통현황

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

2 온라인 유통현황

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

3 유통채널 전망

3-1 오프라인 유통채널 전망

3-2 온라인 유통채널 전망

3 수출품목 및 소비트렌드

1 수출품목

- 1-1 수출품목 선정기준
- 1-2 한국산 수출품목

2 소비트렌드

4 수출절차

1 수출입절차

2 통관 및 검역제도

3 수출가능·불가능품목

- 3-1 수출가능품목
- 3-2 수출불가능품목

5 비관세장벽

1 라벨링제도

- 1-1 주요 라벨링 표기사항
- 1-2 라벨링 예시

2 인증제도

3 통관거부사례

4 비관세장벽 이슈

6 요약

1 보고서 소개

1 국가 및 시장정보

1.1 국가 개황

1.1.1 국가 개관

인구 (2024년 추정치)	220,051,512명, 전 세계 7위
민족구성 (2022년 추정치)	백인 47.7%, 혼혈 43.1%, 흑인 7.6%, 아시아인 1.1%, 원주민 0.4%
언어	포르투갈어, 스페인어, 독일어, 이탈리아어, 일본어, 영어 및 다수의 미국 소수 언어
종교 (2023년 추정치)	로마 가톨릭 52.8%, 개신교 26.7% (복음주의 25.5%, 기타 개신교 1.2%), 아프리카계 미국인 컬트/옴반다 1.8%, 기타 3%, 불가지론자/무신론자 0.6%, 무종교자 13.6%, 미상 1.4%
연령구조 (2023년 추정치)	0~14세: 19.6% (남성 22,025,593명/여성 21,088,398명) 15~64세: 69.5% (남성 75,889,089명/여성 77,118,722명) 65세 이상: 10.9% (2024년 추정) (남성 10,251,809명/여성 13,677,901명)
중위연령 (2022년 추정치)	전체: 35.1세, 전 세계 101위 남성: 34.0세 여성: 36.1세

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.2 경제지표

실질GDP (2021년 달러 기준)	\$4.016조 (2023년 추정치), 전 세계 7위 \$3.902조 (2022년 추정치) \$3.788조 (2021년 추정치)
실질GDP 성장률	2.91% (2023년 추정치), 전 세계 112위 3.02% (2022년 추정치) 4.76% (2021년 추정치)
1인당 실질GDP (2021년 달러 기준)	\$18,600 (2023년 추정치), 전 세계 105위 \$18,100 (2022년 추정치) \$17,700 (2021년 추정치)

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.3 농업현황

농업 GDP 비중 (2021년 추정치)	6.2%
주요 생산품 (2022년 추정치)	사탕수수, 대두, 옥수수, 우유, 카사바, 오렌지, 닭고기, 쌀, 소고기, 밀

*출처: CIA Factbook(2024.09.)

1.1.4 FTA 체결현황

<FTA 체결현황>

구분		내용
브라질의 체결현황 ¹⁾	기체결(발효)	해당사항 없음
우리나라와의 체결현황 ²⁾	발효	해당사항 없음
	서명/타결	해당사항 없음
	협상 중	한-Mercosur FTA
	재개·개시·여건조성	해당사항 없음

1): 2024.01. 기준

2) 2024.09. 기준

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

1.2 | 식품 시장규모

1.2.1 식품 시장규모

개요

브라질 식품 시장은 2019년 1,726억 달러에서 연평균 0.7% 감소하여, 2023년 1,680억 달러로 감소했다.

육류

육류 시장규모는 2019년 357억 달러에서 연평균 0.4% 감소하여, 2023년 351억 달러로 감소했다. 2023년 육류 시장규모는 전체 식품 시장의 20.9%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2019년 258억 달러에서 연평균 2.4% 감소하여, 2023년 234억 달러로 감소했다. 2023년 베이커리 및 곡물류 시장규모는 전체 식품 시장의 13.9%를 차지했다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2019년 238억 달러에서 연평균 0.7% 감소하여, 2023년 232억 달러로 감소했다. 2023년 낙농품 시장규모는 전체 식품 시장의 13.8%를 차지했다.

<브라질 품목별 식품 시장규모(2019~2023)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	172.6	140.1	143.7	155.8	168.0	100.0	7.8	-0.7
육류	35.7	28.7	29.3	32.3	35.1	20.9	8.6	-0.4
베이커리 및 곡물류	25.8	20.8	21.2	22.0	23.4	13.9	6.1	-2.4
낙농품	23.8	19.3	19.7	21.6	23.2	13.8	7.5	-0.7
채소류	18.7	15.1	15.5	16.9	18.2	10.8	7.3	-0.7
스낵류	17.8	14.3	14.4	15.6	16.9	10.0	7.9	-1.4
과일 및 견과류	11.9	9.6	9.8	10.7	11.6	6.9	8.5	-0.6
수산물	12.1	9.7	10.0	10.4	11.2	6.7	7.9	-1.8
유지류	8.5	6.8	6.9	7.5	8.1	4.8	7.6	-1.2
편의식품	7.6	6.2	6.4	6.9	7.4	4.4	6.8	-0.6
펫푸드	4.0	4.2	4.8	5.5	6.3	3.7	14.8	11.9
스프레드 및 당류	3.0	2.3	2.2	2.4	2.6	1.5	6.6	-3.9
소스 및 향신료	2.3	1.9	1.9	2.1	2.3	1.4	7.9	0.5
영유아식품	1.5	1.5	1.6	1.7	1.9	1.1	8.1	5.7

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3 | 식품 소비규모

1.3.1 1인당 식품 소비액

개요

2023년 브라질의 1인당 식품 소비액은 2019년 약 815달러에서 연평균 1.2% 감소한 약 776달러로 집계되었다.

육류

2023년 육류 소비액은 2019년 1인당 약 169달러에서 연평균 0.9% 감소한 약 162달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 20.9%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비액은 2019년 1인당 약 122달러에서 연평균 3.0% 감소한 약 108달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.9%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비액은 2019년 1인당 약 113달러에서 연평균 1.2% 감소한 약 107달러로 집계되었으며, 전체 식품 소비액의 13.8%를 차지했다.

<브라질 품목별 1인당 식품 소비액(2019~2023)>

(단위: 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	815.2	657.2	670.3	723.4	776.3	100.0	7.3	-1.2
육류	168.5	134.7	136.7	150.1	162.2	20.9	8.1	-0.9
베이커리 및 곡물류	121.8	97.5	99.1	102.3	108.0	13.9	5.6	-3.0
낙농품	112.6	90.3	91.8	100.3	107.3	13.8	7.0	-1.2
채소류	88.4	70.8	72.1	78.6	84.0	10.8	6.8	-1.3
스낵류	84.3	66.8	67.2	72.5	77.9	10.0	7.4	-2.0
과일 및 견과류	56.1	44.8	45.6	49.7	53.6	6.9	7.9	-1.1
수산물	56.9	45.6	46.5	48.2	51.8	6.7	7.3	-2.3
유지류	39.9	31.9	32.3	34.8	37.3	4.8	7.1	-1.7
편의식품	35.8	28.9	29.7	32.2	34.2	4.4	6.3	-1.1
펫푸드	18.9	19.5	22.5	25.4	29.1	3.7	14.2	11.3
스프레드 및 당류	14.3	10.8	10.3	11.2	11.9	1.5	6.1	-4.5
소스 및 향신료	10.7	8.7	9.1	9.9	10.7	1.4	7.6	0.0
영유아식품	7.1	6.9	7.6	8.0	8.6	1.1	7.3	5.0

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.3.2 1인당 식품 소비량

개요

2023년 브라질의 1인당 식품 소비량은 2019년 약 298kg에서 연평균 0.3% 증가한 약 301kg으로 집계되었다.

채소류

2023년 채소류 소비량은 2019년 1인당 약 70kg에서 연평균 0.8% 증가한 약 73kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 24.1%를 차지했다.

낙농품

2023년 낙농품 소비량은 2019년 1인당 약 52kg에서 연평균 0.2% 증가한 약 52kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 17.2%를 차지했다.

베이커리 및 곡물류

2023년 베이커리 및 곡물류 소비량은 2019년 1인당 약 50kg에서 연평균 1.7% 감소한 약 46kg으로 집계되었으며, 전체 식품 소비량의 15.3%를 차지했다.

<브라질 품목별 1인당 식품 소비량(2019~2023)>

(단위: kg, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	298.2	297.4	295.3	295.5	301.4	100.0	2.0	0.3
채소류	70.4	70.5	70.6	71.3	72.6	24.1	1.9	0.8
낙농품	51.6	51.5	50.8	51.3	52.0	17.2	1.2	0.2
베이커리 및 곡물류	49.5	49.1	48.1	46.1	46.2	15.3	0.4	-1.7
육류	35.2	35.9	36.2	36.9	38.1	12.6	3.3	2.0
과일 및 견과류	34.7	34.0	33.5	33.7	34.5	11.5	2.5	-0.1
스낵류	17.2	15.9	15.3	15.1	15.4	5.1	1.7	-2.8
펫푸드	8.6	9.8	10.5	11.0	12.0	4.0	8.6	8.4
유지류	9.3	9.4	9.4	9.3	9.5	3.1	2.0	0.4
편의식품	8.8	8.8	8.7	8.7	8.8	2.9	1.0	0.1
스프레드 및 당류	5.2	4.8	4.4	4.4	4.5	1.5	0.7	-3.8
수산물	4.1	4.1	4.0	3.8	3.9	1.3	3.1	-0.7
소스 및 향신료	3.2	3.3	3.3	3.3	3.4	1.1	2.4	1.3
영유아식품	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.2	3.5	3.2

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.4 | 식품 시장전망

1.4.1 식품 시장전망

개요

브라질 식품 시장규모는 2023년 이후 연평균 7.6% 성장하여, 2027년 2,248억 달러 규모에 달할 전망이다.

육류

육류 시장규모는 2023년 이후 연평균 5.6% 성장하여, 2027년 437억 달러 규모에 달할 전망이다.

낙농품

낙농품 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.6% 성장하여, 2027년 335억 달러 규모에 달할 전망이다.

베이커리 및 곡물류

베이커리 및 곡물류 시장규모는 2023년 이후 연평균 9.2% 성장하여, 2027년 333억 달러 규모에 달할 전망이다.

<브라질 품목별 식품 시장규모 전망(2023~2027)>

(단위: 십억 달러, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	168.0	183.6	198.4	212.2	224.8	100.0	5.9	7.6
육류	35.1	37.1	39.2	41.6	43.7	19.4	5.1	5.6
낙농품	23.2	26.0	28.6	31.1	33.5	14.9	7.9	9.6
베이커리 및 곡물류	23.4	26.4	29.0	31.1	33.3	14.8	6.9	9.2
채소류	18.2	20.5	22.5	24.3	25.6	11.4	5.5	9.0
스낵류	16.9	17.8	18.9	19.9	20.8	9.3	4.6	5.4
수산물	11.2	12.6	13.8	14.7	15.5	6.9	5.4	8.4
과일 및 견과류	11.6	12.4	13.4	14.4	15.0	6.7	4.2	6.6
유지류	8.1	9.2	10.1	10.9	11.8	5.2	7.9	9.9
편의식품	7.4	7.7	8.1	8.4	8.8	3.9	4.3	4.4
펫푸드	6.3	6.9	7.5	8.1	8.7	3.9	7.8	8.4
스프레드 및 당류	2.6	2.7	2.8	3.0	3.1	1.4	4.7	4.9
소스 및 향신료	2.3	2.4	2.6	2.7	2.8	1.3	4.9	5.0
영유아식품	1.9	2.0	2.1	2.2	2.3	1.0	6.5	5.2

*출처: STATISTA(2024.07.)

1.5 | 식품 수출현황

1.5.1 수출국

개요

2023년 브라질의 식품 수출액은 약 1,497억 852만 달러로 전년 대비 7.2% 증가했다. 최근 5년간 수출액은 2019년 약 813억 6,382만 달러에서 연평균 16.5% 증가했다.

對한국 수출

한국으로의 식품 수출 비중은 2.1%로, 수출 상위 8위에 위치한다. 2023년 수출액은 전년 대비 7.6% 증가한 약 31억 8,137만 달러로 집계되었다 한국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 14.7% 증가했다.

주요 수출국

중국으로의 식품 수출액은 37.3%로, 2023년 수출액은 전년 대비 19.1% 증가한 약 557억 9,428만 달러로 집계되었다. 중국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 19.8% 증가했다.

미국으로의 식품 수출액은 4.2%로, 2023년 수출액은 전년 대비 8.3% 증가한 약 62억 4,679만 달러로 집계되었다. 미국으로의 식품 수출액은 2019년 이후 연평균 12.7% 증가했다.

이 외에도, 네덜란드(3.0%), 일본(2.6%), 인도네시아(2.4%) 등으로 식품을 수출하고 있다.

<브라질 수출국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	81,363,822	87,260,210	103,687,426	139,703,801	149,708,519	100.0	7.2	16.5
1 중국	27,098,356	30,456,831	37,341,377	46,833,355	55,794,278	37.3	19.1	19.8
2 미국	3,875,313	3,778,482	4,737,331	5,768,331	6,246,792	4.2	8.3	12.7
3 네덜란드	3,172,767	3,608,075	3,993,296	5,191,927	4,527,744	3.0	-12.8	9.3
4 일본	3,026,488	2,267,555	2,272,510	3,810,278	3,901,773	2.6	2.4	6.6
5 인도네시아	1,151,083	1,792,137	1,872,495	2,897,671	3,549,822	2.4	22.5	32.5
6 베트남	1,662,178	2,021,203	2,258,772	2,999,809	3,359,479	2.2	12.0	19.2
7 스페인	1,944,037	2,010,674	2,867,758	4,513,953	3,212,304	2.1	-28.8	13.4
8 한국	1,835,471	2,020,810	2,092,042	2,955,386	3,181,372	2.1	7.6	14.7
9 태국	1,301,016	1,762,835	2,436,027	3,143,415	3,065,660	2.0	-2.5	23.9
10 사우디아라비아	1,684,215	1,597,083	1,735,026	2,595,992	2,838,763	1.9	9.4	13.9

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

1.5.2 수출품목

개요

2023년 수출액 기준 **대두(기타)**, **옥수수(기타)**, **사탕수수당(기타)**, **대두유 추출 유박**, **냉동 쇠고기** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수출품목

대두(기타) 수출 비중은 35.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 14.1% 증가한 약 532억 3,856만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 19.5% 증가했다.

옥수수(기타) 수출 비중은 9.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 10.8% 증가한 약 134억 6,545만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 16.4% 증가했다.

사탕수수당(기타) 수출 비중은 8.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 40.1% 증가한 약 133억 4,642만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 31.1% 증가했다.

대두유 추출 유박 수출 비중은 7.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 11.2% 증가한 약 114억 9,852만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 18.5% 증가했다.

냉동 쇠고기 수출 비중은 5.7%로, 2023년 수출액은 전년 대비 22.2% 감소한 약 84억 9,651만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 11.0% 증가했다.

이 밖에도, **볶지 않은 커피(4.9%)**, **절단한 냉동 닭고기(4.6%)**, **냉동 돼지고기(1.7%)** 등을 수출했다.

<브라질 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	81,363,822	87,260,210	103,687,426	139,703,801	149,708,519	100.0	7.2	16.5
1 대두(기타)	26,112,403	28,560,588	38,628,923	46,659,054	53,238,561	35.6	14.1	19.5
2 옥수수(기타)	7,344,021	5,786,083	4,097,657	12,154,545	13,465,453	9.0	10.8	16.4
3 사탕수수당 기타	4,518,670	7,378,800	7,955,408	9,527,260	13,346,416	8.9	40.1	31.1
4 대두유 추출 유박	5,825,935	5,909,220	7,342,745	10,339,530	11,498,518	7.7	11.2	18.5
5 냉동 쇠고기	5,592,619	6,662,761	6,956,072	10,917,859	8,496,513	5.7	-22.2	11.0
6 볶지 않은 커피	4,543,771	4,973,689	5,804,673	8,514,137	7,315,354	4.9	-14.1	12.6
7 절단한 냉동 닭고기	4,794,250	4,127,173	5,238,954	6,744,061	6,822,851	4.6	1.2	9.2
8 냉동 돼지고기	1,429,854	2,072,932	2,417,412	2,355,668	2,557,659	1.7	8.6	15.6
9 사탕수수(기타)	718,538	1,362,648	1,229,203	1,475,015	2,401,582	1.6	62.8	35.2
10 대두유(기타)	610,923	589,972	1,732,924	3,579,235	2,246,659	1.5	-37.2	38.5

*주: HS CODE(1201.90, 1005.90, 1701.14, 2304.00, 0202.30, 0901.11, 0207.14, 0203.29, 1701.99, 1507.10)

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

1.6 | 식품 수입현황

1.6.1 수입국

개요

2023년 브라질의 식품 수입액은 전년 대비 5.5% 감소한 약 123억 5,382만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 5.5% 증가했다.

對한국 수입

한국에서의 식품 수입 비중은 0.1%로, 수입 상위 49위에 위치한다. 2023년 수입액은 전년 대비 30.9% 증가한 약 917만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 7.7% 증가했다.

주요 수입국

아르헨티나에서의 식품 수입 비중은 25.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 21.4% 감소한 약 31억 7,693만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 0.3% 감소했다.

우루과이에서의 식품 수입 비중은 11.7%로, 2023년 수입액은 전년 대비 44.7% 증가한 약 14억 4,779만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 21.9% 증가했다.

이 밖에도, 파라과이(8.7%), 미국(4.8%), 칠레(4.6%) 등에서 식품을 수입하고 있다.

<브라질 수입국 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	9,967,566	10,162,649	11,747,035	12,999,061	12,353,822	100.0	-5.0	5.5
1 아르헨티나	3,217,342	3,010,820	3,700,533	4,043,830	3,176,926	25.7	-21.4	-0.3
2 우루과이	656,268	743,569	834,739	1,000,530	1,447,790	11.7	44.7	21.9
3 파라과이	665,222	933,467	1,436,083	1,498,784	1,076,328	8.7	-28.2	12.8
4 미국	1,104,162	1,008,159	643,440	773,384	597,544	4.8	-22.7	-14.2
5 칠레	429,009	459,745	437,100	538,653	563,765	4.6	4.7	7.1
6 포르투갈	416,268	413,909	393,757	440,760	512,557	4.1	16.3	5.3
7 중국	397,719	435,879	394,065	444,275	445,015	3.6	0.2	2.8
8 이탈리아	254,093	257,971	272,587	308,205	390,724	3.2	26.8	11.4
9 인도네시아	218,791	275,088	572,045	650,684	388,319	3.1	-40.3	15.4
10 스페인	306,840	240,383	275,040	303,680	321,687	2.6	5.9	1.2
:								
49 한국	6,822	4,640	8,062	7,007	9,169	0.1	30.9	7.7

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

1.6.2 수입품목

개요

2023년 수입액 기준 **밀(기타)**, **볶지 않은 맥아**, **무첨가 우유·크림**, **엑스트라버진 올리브유**, **포도주(2ℓ 이하)** 등 순으로 큰 비중을 차지했다.

주요 수입품목

밀(기타) 수입 비중은 10.5%로, 2023년 수입액은 전년 대비 36.2% 감소한 약 12억 9,229만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 3.2% 감소했다.

볶지 않은 맥아 수입 비중은 7.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 17.9% 증가한 약 8억 6,062만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 12.4% 증가했다.

무첨가 우유·크림 수입 비중은 5.0%로, 2023년 수입액은 전년 대비 79.3% 증가한 약 6억 2,013만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 35.4% 증가했다.

엑스트라버진 올리브유 수입 비중은 4.1%로, 2023년 수입액은 전년 대비 38.8% 증가한 약 5억 397만 달러로 집계되었다.

포도주(2ℓ 이하) 수입 비중은 3.4%로, 2023년 수입액은 전년 대비 0.8% 감소한 약 4억 2,599만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수입액은 연평균 5.6% 증가했다.

이 밖에도, **감자(2.9%)**, **쌀(정미)(2.8%)**, **조제식료품(2.8%)** 등을 수입했다.

<브라질 수입품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	9,967,566	10,162,649	11,747,035	12,999,061	12,353,822	100.0	-5.0	5.5
1 밀(기타)	1,473,716	1,317,302	1,666,196	2,026,328	1,292,291	10.5	-36.2	-3.2
2 볶지 않은 맥아	539,248	531,954	686,037	730,011	860,615	7.0	17.9	12.4
3 무첨가 우유·크림	184,712	270,990	174,724	345,889	620,129	5.0	79.3	35.4
4 엑스트라버진 올리브유	0	0	0	362,995	503,968	4.1	38.8	N/A
5 포도주(2ℓ 이하)	342,184	400,773	449,211	429,573	425,990	3.4	-0.8	5.6
6 감자	321,120	281,861	292,567	351,943	357,367	2.9	1.5	2.7
7 쌀(정미)	150,232	232,151	187,000	224,592	347,759	2.8	54.8	23.3
8 조제식료품	272,517	249,987	277,242	285,775	345,780	2.8	21.0	6.1
9 옥수수(기타)	188,740	194,428	722,684	603,212	268,588	2.2	-55.5	9.2
10 보리(기타)	189,009	164,742	140,353	237,972	244,766	2.0	2.9	6.7

*주1: HS CODE(1001.99, 1107.10, 0402.21, 1509.20, 2204.21, 2004.10, 1006.30, 2106.90, 1005.90, 1003.90)

**주2: 'N/A'는 해당사항(또는 해당값) 없음을 의미

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

1.7 | 對 브라질 한국산 수출현황

1.7.1 부문별 수출현황

개요

2023년 한국산 식품의 對브라질 수출액은 약 2,593만 달러로 2019년 약 1,572만 달러에서 연평균 13.3% 증가했다.

농산물

농산물 수출 비중은 76.5%로, 2023년 수출액은 전년 대비 23.0% 증가한 약 1,984만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 14.7%의 증가세를 보인다.

수산물

수산물 수출 비중은 21.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 54.1% 증가한 약 559만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 16.9%의 증가세를 보인다.

임산물

임산물 수출 비중은 1.4%로, 2023년 수출액은 전년 대비 67.4% 감소한 약 35만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 21.4%의 감소세를 보인다.

축산물

축산물 수출 비중은 0.6%로, 2023년 수출액은 전년 대비 61.8% 감소한 약 16만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 18.8%의 감소세를 보인다.

<한국산 對브라질 부문별 수출현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	15,720	14,106	18,462	21,232	25,931	100.0	22.1	13.3
농산물	11,445	11,604	13,215	16,121	19,835	76.5	23.0	14.7
수산물	2,997	1,452	3,865	3,627	5,589	21.6	54.1	16.9
임산물	918	714	1,201	1,074	350	1.4	-67.4	-21.4
축산물	360	337	180	409	156	0.6	-61.8	-18.8

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

1.7.2 수출품목

개요

2023년 한국의 對브라질 주요 수출 품목은 수출액 기준 **조미김, 라면, 식물성 점질물, 영유아 맥아 조제품(기타), 베이커리 제품** 등으로 나타난다.

2019년부터 2023년까지 연평균 수출성장률이 높은 품목에는 '영유아 맥아 조제품 기타(230.7% ↑)'와 '기타 리큐르 및 코디얼(125.6% ↑)' 등이 있다.

주요 수출품목

조미김 수출 비중은 21.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 77.7% 증가한 약 544만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 57.6% 증가했다.

라면 수출 비중은 4.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 27.8% 증가한 약 126만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 22.0% 증가했다.

식물성 점질물 수출 비중은 2.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 28.1% 감소한 약 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 7.8% 증가했다.

영유아 맥아 조제품(기타) 수출 비중은 2.0%로, 2023년 수출액은 전년 대비 152.0% 증가한 약 51만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 230.7% 증가했다.

베이커리 제품 수출 비중은 1.9%로, 2023년 수출액은 전년 대비 99.1% 증가한 약 48만 달러로 집계되었다. 2019년 이후 수출액은 연평균 15.8% 증가했다.

<한국산 對브라질 수출품목 현황(2019~2023)>

(단위: 천 달러, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	15,720	14,106	18,462	21,232	25,931	100.0	22.1	13.3
1 조미김	881	839	2,794	3,061	5,439	21.0	77.7	57.6
2 라면	569	732	835	985	1,259	4.9	27.8	22.0
3 식물성 점질물	393	435	106	738	531	2.0	-28.1	7.8
4 영유아 맥아 조제품(기타)	4	11	13	204	515	2.0	152.0	230.7
5 베이커리 제품	269	251	284	243	485	1.9	99.1	15.8
6 스위트 비스킷	108	536	512	452	438	1.7	-3.0	41.9
7 색이 첨가된 음료	109	3	44	138	428	1.6	209.6	40.7
8 아이스크림	152	162	189	208	289	1.1	38.6	17.5
9 기타 리큐르 및 코디얼	11	51	102	172	277	1.1	60.9	125.6
10 비스킷류	884	174	227	184	247	1.0	34.3	-27.3

*주: HS CODE(2008.99-5010, 1902.30-1010, 1302.39-0000, 1901.90-9099, 1905.90-1090, 1905.31-0000, 2202.10-1000, 2105.00-1090, 2208.70-9000, 1905.90-1040)

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

2.1 | 오프라인 유통현황

2.1.1 오프라인 유통채널 규모

개요

2023년 브라질의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2019년 3,300억 8,750만 헤알에서 연평균 5.9% 성장한 4,148억 9,420만 헤알로 집계되었다.

창고형 매장

2023년 창고형 매장의 규모는 2019년 741억 7,420만 헤알에서 연평균 16.5% 성장한 1,366억 6,960만 헤알로, 전체 오프라인 유통채널에서 32.9%를 차지했다.

슈퍼마켓

2023년 슈퍼마켓의 규모는 2019년 808억 700만 헤알에서 연평균 6.9% 성장한 1,053억 6,660만 헤알로, 전체 오프라인 유통채널에서 25.4%를 차지했다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점의 규모는 2019년 719억 2,450만 헤알에서 연평균 3.1% 성장한 811억 1,680만 헤알로, 전체 오프라인 유통채널에서 19.6%를 차지했다.

<브라질 오프라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 헤알, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	330,087.5	344,133.8	353,117.3	383,114.0	414,894.2	100.0	8.3	5.9
창고형 매장	74,174.2	87,868.7	103,460.5	129,063.2	136,669.6	32.9	5.9	16.5
슈퍼마켓	80,807.0	80,428.0	82,524.0	92,426.9	105,366.6	25.4	14.0	6.9
소규모 식료품점	71,924.5	69,529.9	68,398.5	77,198.4	81,116.8	19.6	5.1	3.1
하이퍼마켓	61,037.0	65,822.2	58,724.3	40,708.2	45,837.1	11.0	12.6	-6.9
전문판매점	28,540.0	27,590.0	27,141.0	30,633.0	32,166.3	7.8	5.0	3.0
포코트리테일러	6,289.4	5,330.3	5,525.8	5,398.4	5,462.9	1.3	1.2	-3.5
편의점	2,492.6	2,894.7	3,554.2	4,302.5	4,807.6	1.2	11.7	17.8
할인점	4,822.7	4,669.9	3,789.0	3,383.5	3,467.3	0.8	2.5	-7.9

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

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

2.1.2 오프라인 유통채널 매장 수

개요

2023년 브라질의 오프라인 유통채널 매장 수는 2019년 46만 4,720개에서 연평균 0.2% 성장한 46만 8,189개로 집계되었다.

소규모 식료품점

2023년 소규모 식료품점 매장 수는 2019년 28만 8,487개에서 연평균 0.3% 성장한 29만 1,385개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 62.2%를 차지했다.

전문판매점

2023년 전문판매점 매장 수는 2019년 16만 1,364개에서 연평균 0.2% 성장한 16만 2,680개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 34.7%를 차지했다.

포코트리테일러

2023년 포코트리테일러 매장 수는 2019년 8,199개에서 연평균 3.1% 감소한 7,226개로, 전체 오프라인 유통채널 매장 수의 1.5%를 차지했다.

<브라질 오프라인 식품 유통채널 매장수(2019~2023)>

(단위: 개, %)

구분	2019	2020	2021	2022	2023	비중 (23)	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
전체	464,720	464,201	464,426	467,968	468,189	100.0	0.0	0.2
소규모 식료품점	288,487	288,205	288,319	291,173	291,385	62.2	0.1	0.3
전문판매점	161,364	161,207	161,270	162,867	162,680	34.7	-0.1	0.2
포코트리테일러	8,199	8,068	8,115	7,097	7,226	1.5	1.8	-3.1
슈퍼마켓	2,951	2,965	2,890	2,997	3,049	0.7	1.7	0.8
창고형 매장	847	948	1,044	1,195	1,217	0.3	1.8	9.5
하이퍼마켓	1,388	1,399	1,375	1,238	1,209	0.3	-2.3	-3.4
편의점	524	543	683	791	827	0.2	4.6	12.1
할인점	960	866	730	610	596	0.1	-2.3	-11.2

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

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

2.1.3 오프라인 유통채널 브랜드 점유율

① Atacadão

Carrefour SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 10.8%로 집계되었다.

② Assaí

Casino Guichard-Perrachon SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 7.7%로 집계되었다.

③ Carrefour

Carrefour SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.6%로 집계되었다.

④ Supermercados BH

Supermercados BH Comércio de Alimentos Ltda의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 3.7%로 집계되었다.

⑤ Mix Mateus

Grupo Mateus SA의 유통채널 브랜드로, 전체 오프라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 3.7%로 집계되었다.

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

(단위: %)

구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 Atacadão	8.9	10.5	11.5	10.8	-6.1	6.7
2 Assaí	6.1	7.2	8.3	7.7	-7.2	8.1
3 Carrefour	5.7	5.5	5.3	6.6	24.5	5.0
4 Supermercados BH	2.2	2.6	3.2	3.7	15.6	18.9
5 Mix Mateus	1.7	2.2	2.9	3.7	27.6	29.6
6 Max Atacadista	-	-	1.6	2.3	43.8	N/A
7 Pão de Açúcar	2.1	2.1	2.1	2.1	0.0	0.0
8 Sam's Club	-	-	1.3	2.0	53.8	N/A
9 Maxxi Atacado	-	-	1.3	1.5	15.4	N/A
10 G Barbosa	1.3	1.2	1.3	1.3	0.0	0.0

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

2.1.4 주요 오프라인 유통채널

	브랜드명	Atacadão	창립연도	1962년
	점유율	10.8%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	www.atacado.com.br	매장 수	252개
	- Carrefour SA 산하 창고형 매장(warehouse club) 브랜드 - 온라인 사이트를 운영하는 옴니채널 방식 도입 - 식료품, 청소용품, 개인위생용품, 사무용품, 포장용품 등의 제품을 판매함 - 여러 식재료가 포함된 '식품 바구니(Cestas Alimentícias)'를 판매함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 Atacadão 홈페이지(www.atacado.com.br), Atacadão 소셜미디어 계정

	브랜드명	Assaí	창립연도	1974년
	점유율	7.7%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	www.assai.com.br	매장 수	233개
	- Casino Guichard-Perrachon SA 산하 브랜드 - 사이트 및 모바일 애플리케이션을 통한 구매가 가능한 옴니채널형 유통채널 - 위생 및 청소용품 자체브랜드(PB) 'Econobom'을 출시함 - 식료품, 각종 생활용품, 가전제품 등 9,000개 이상의 품목이 판매되며 고객은 구매량에 따라 소매 혹은 도매 가격으로 선택하여 구매할 수 있음			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 Assaí 홈페이지(www.assai.com.br), Assaí 소셜미디어 계정

	브랜드명	Carrefour	창립연도	1959년
	점유율	6.6%	브랜드 국적	프랑스
	웹사이트	www.carrefour.com.br	매장 수	185개
	- Carrefour SA 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 신선 및 가공, 스낵, 음료 등의 다양한 식료품과 각종 생활용품 및 잡화를 판매하며 온라인 구매 사이트를 운영하는 옴니채널형 유통채널임 - 기존의 기업 간 거래를 통한 온·오프라인 매장 입점이 가능하며 마켓플레이스 형식으로도 온라인몰을 통한 판매가 가능함 - 식료품 프리미엄, 유아위생용품 등의 다양한 카테고리에서 자체브랜드(PB) 출시 - 글루텐프리, 락토오스프리, 무항생제 등의 식품을 판매함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 Carrefour 홈페이지(www.carrefour.com.br), Carrefour 소셜미디어 계정

	브랜드명	Supermercados BH	창립연도	1996년
	점유율	3.7%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	www.supermercadosbh.com.br	매장 수	250개
	- Supermercados BH Comércio de Alimentos Ltda 산하 슈퍼마켓 브랜드 - 신선 및 냉동식품, 가공식품 등 다양한 식료품과 생활용품, 청소용품 등의 잡화를 판매함 - 전단을 통해 할인 정보를 제공하는 등 홍보 프로모션을 진행함			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 Supermercados BH 홈페이지(www.supermercadosbh.com.br), Supermercados BH 소셜미디어 계정

	브랜드명	Mix Mateus	창립연도	1986년
	점유율	3.7%	브랜드 국적	브라질
	웹사이트	mateusmais.com.br	매장 수	145개
	- Grupo Mateus SA 산하 하이퍼 및 슈퍼마켓 브랜드 - 신선 및 냉동식품, 가공식품 등의 식료품과 생활용품, 가전 등을 판매함 - 소셜 미디어를 통해 각종 할인 정보, 이벤트 상품 홍보 등 각종 프로모션 진행			
매장 사진				
	외부 전경		내부 매대 전경	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 Mix Mateus 홈페이지(mateusmais.com)

■ 2.2 | 온라인 유통현황

2.2.1 온라인 유통채널 규모

개요

2023년 브라질의 온라인 식품 유통채널 규모는 전년 대비 13.0% 성장한 82억 1,900만 헤알로, 2019년 이후 연평균 45.6%의 증가세를 보인다.

<브라질 온라인 식품 유통채널 규모(2019~2023)>

(단위: 백만 헤알, %)

2019	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (19/23)
1,827.8	4,900.7	6,060.7	7,272.6	8,219.0	13.0	45.6

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

2.2.2 온라인 유통채널 브랜드 점유율

① MercadoLibre Marketplace

MercadoLibre SRL의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 31.8%로 집계되었다.

② Amazon Marketplace

Amazon.com Inc의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 6.2%로 집계되었다.

③ Shopee Marketplace

Sea Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 5.1%로 집계되었다.

④ AliExpress Marketplace

Alibaba Group Holding Ltd의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 3.8%로 집계되었다.

⑤ Casas Bahia

Via Varejo SA의 유통채널 브랜드로, 전체 온라인 식품 유통채널에서 차지하는 비중은 2023년 2.8%로 집계되었다.

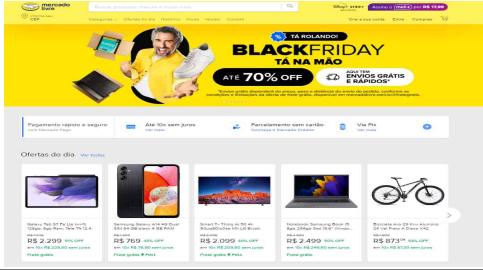
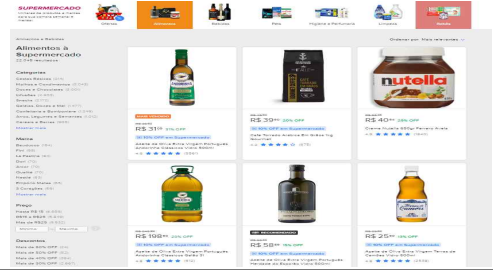
<브라질 온라인 식품 유통채널 브랜드 점유율 순위(2020~2023)>

(단위: %)

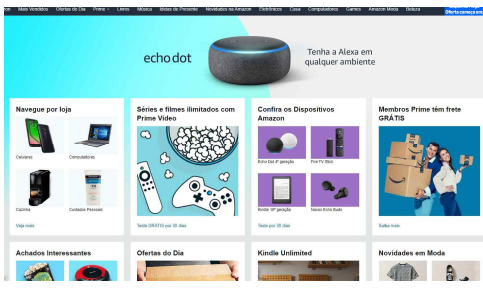
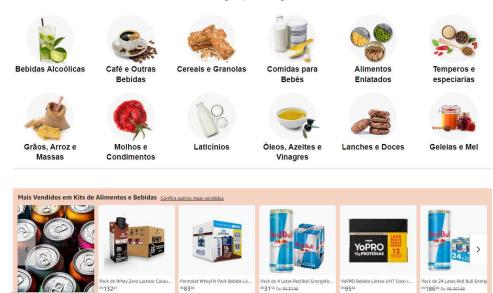
구분	2020	2021	2022	2023	YoY (22/23)	CAGR (20/23)
1 MercadoLibre Marketplace	20.3	23.9	27.7	31.8	14.8	16.1
2 Amazon Marketplace	7.2	6.0	7.0	6.2	-11.4	-4.9
3 Shopee Marketplace	2.7	5.1	5.6	5.1	-8.9	23.6
4 AliExpress Marketplace	3.7	3.8	3.6	3.8	5.6	0.9
5 Casas Bahia	3.6	3.3	2.8	2.8	0.0	-8.0
6 MercadoLibre	1.2	1.7	1.9	2.1	10.5	20.5
7 Extra.com	2.6	2.2	1.8	1.9	5.6	-9.9
8 Casas Bahia Marketplace	1.4	1.8	1.6	1.6	0.0	4.6
9 Americanas Marketplace	-	7.1	3.6	1.4	-61.1	N/A
10 Ponto	-	1.3	1.1	1.1	0.0	N/A

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

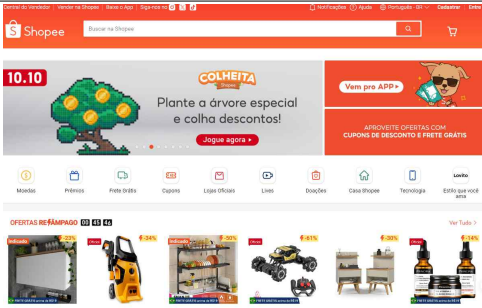
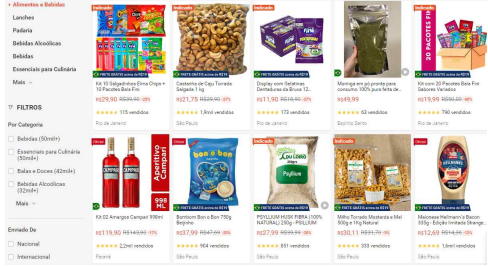
2.2.3 주요 온라인 유통채널

	사이트명	MercadoLibre Marketplace	운영업체	MercadoLibre SRL
	점유율	31.8%	웹사이트	www.mercadolivre.com.br
- MercadoLibre SRL가 운영하는 B2C·B2B·C2C 전자상거래 플랫폼 - 식료품, 자동차, 전자제품, 각종 생활용품, 부동산 매매 등 다양한 카테고리를 보유함 - 멤버십 'Meli+' 구독 시 OTT 서비스 제공, 각종 할인 등의 혜택을 제공함 - 자체 결제수단 'Mercado Pago'를 통해 카드, 현금 등 다양한 방식의 결제 수단 사용 가능, 자체 물류시스템 'Mercado Envios'을 통해 프로세스를 간소화함				
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 MercadoLibre Marketplace 홈페이지(www.mercadolivre.com.br)

	사이트명	Amazon Marketplace	운영업체	Amazon.com Inc
	점유율	6.2%	웹사이트	amazon.com.br
- Amazon.com Inc가 운영하는 B2C 전자상거래 플랫폼 - 커피, 시리얼, 유아식, 파스타 및 곡물, 스낵, 소스류, 오일 및 유지류, 주류로 식품 유형을 분류하여 판매함 - 레토르트 컵 떡볶이 제품, 용기라면 등의 한국 식품이 인기리에 판매되고 있음				
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 amazon Marketplace 홈페이지(www.amazon.com.br)

	사이트명	Shopee Marketplace	운영업체	Sea Ltd
	점유율	5.1%	웹사이트	shopee.com.br
	- Sea Ltd가 운영하는 B2C·C2C 전자상거래 플랫폼 - 스낵류, 베이커리 식품, 주류, 음료, 시리얼, 유제품, 베이킹 재료로 식품 유형을 분류하여 판매함 - 한국 식품의 경우 라면이 주로 판매되고 있으며, 이외에도 냉동 만두, 한국 과자 세트 등이 판매되고 있음			
사진				
	사이트 화면		사이트 내 식품 카테고리	

*출처: 「Retail in Brazil(2024.03.)」(유로모니터), 브라질 Shopee Marketplace 홈페이지(www.shopee.com.br)

■ 2.3 | 유통채널 전망

2.3.1 오프라인 유통채널 전망

개요

브라질의 오프라인 식품 유통채널 규모는 2023년 4,148억 9,420만 헤알에서 연평균 2.1% 성장하여 2027년 4,512억 3,990만 헤알에 이를 것으로 전망된다.

창고형 매장

창고형 매장의 규모는 2023년 1,366억 6,960만 헤알에서 연평균 2.4% 성장하여 2027년 1,503억 3,570만 헤알에 이를 것으로 전망된다.

슈퍼마켓

슈퍼마켓의 규모는 2023년 1,053억 6,660만 헤알에서 연평균 2.5% 성장하여 2027년 1,162억 8,750만 헤알에 이를 것으로 전망된다.

소규모 식료품점

소규모 식료품점의 규모는 2023년 811억 1,680만 헤알에서 연평균 0.2% 감소하여 2027년 805억 4,900만 헤알에 이를 것으로 전망된다.

<브라질 오프라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 헤알, %)

구분	2023	2024	2025	2026	2027	비중 (27)	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
전체	414,894.2	424,720.6	432,839.0	441,871.0	451,239.9	100.0	2.1	2.1
창고형 매장	136,669.6	141,152.4	144,398.9	147,359.0	150,335.7	33.3	2.0	2.4
슈퍼마켓	105,366.6	108,247.8	110,577.9	113,367.0	116,287.5	25.8	2.6	2.5
소규모 식료품점	81,116.8	80,873.5	80,714.6	80,654.0	80,549.0	17.9	-0.1	-0.2
하이퍼마켓	45,837.1	48,319.9	50,699.6	53,589.7	56,686.7	12.6	5.8	5.5
전문판매점	32,166.3	32,135.0	32,186.9	32,305.7	32,414.9	7.2	0.3	0.2
포코트리테일러	5,462.9	5,547.7	5,667.6	5,803.3	5,945.7	1.3	2.5	2.1
편의점	4,807.6	5,057.2	5,289.4	5,514.8	5,736.8	1.3	4.0	4.5
할인점	3,467.3	3,387.0	3,304.2	3,277.4	3,283.6	0.8	0.2	-1.4

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

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

2.3.2 온라인 유통채널 전망

개요

브라질의 온라인 식품 유통채널 규모는 2023년 이후 5년간 연평균 5.7% 성장하여, 2027년 102억 7,260만 헤알에 이를 것으로 전망된다.

<브라질 온라인 식품 유통채널 전망(2023~2027)>

(단위: 백만 헤알, %)

2023	2024	2025	2026	2027	YoY (26/27)	CAGR (23/27)
8,219.0	8,725.2	9,234.6	9,768.2	10,272.6	5.2	5.7

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

■ 3.1 | 수출품목

3.1.1 수출품목 선정기준

<수출품목 선정 지표 기준>

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

3.1.2 한국산 수출품목

① 스낵(수출상위 품목)

바쁜 일상에서 간편하게 식사를 해결하려는 소비자가 증가하며 브라질 내 스낵의 수요가 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)의 자료에 따르면 2023년 브라질 스낵 시장규모는 55억 7,000만 달러로 집계되었으며, 이후 2028년까지 연평균 8.4% 성장할 것으로 전망된다.

한류 인기에 힘입어 한국 스낵의 선호도가 높아지고 있다. 이에 2023년 한국산 스낵류의 對브라질 수출액은 24만 6,800달러로 전년 대비 34.3% 성장했다. 특히 홈런볼(해태제과)이 브라질 쇼핑센터 카우아이 팔라디움(Catuai Palladium)에 위치한 면세점에 입점할 정도로 현지 시장에서 많은 주목을 받고 있다.

브라질에서는 소비자의 눈길을 끌 수 있는 창의적인 스낵 제품의 인기가 높다. 브라질 감자칩 시장을 선도하는 펩시코(Pepsi Co)의 Ruffles는 소비자에게 다양한 제품을 제공하기 위해 제품군의 다변화와 혁신을 이어나가고 있다. Ruffles는 유명 레스토랑 프랜차이즈 아웃백 레스토랑의 인기 메뉴 Ribs on the Barbie를 감자칩으로 만든 제품을 출시했다. 브라질에서는 다양한 식재료, 향신료를 조합한 이색적인 스낵 제품의 인기가 높아지고 있다. 멕시코 시장에 진출한 독일 스낵 브랜드 Lorenz는 브라질에서 로즈마리 맛 감자칩을 출시했으며, 브라질 스낵 브랜드 Mais Pura는 레몬 후추 맛 팝콘을 출시했다.

		
Ruffles Ribs on the Barbie	한국 새우 맛 스낵	한국산 스낵

*출처: Mercado Livre, Carrefour Brasil, 한국농수산물유통공사

▶ 출처

2024.08.14. 해외시장동향, [브라질] 2024년 브라질 식품 트렌드, 한국농수산물유통공사

2024.07.09. 해외시장동향, [브라질] 과자 브랜드 Ruffles, Outback 레스토랑과 파트너십 체결, 한국농수산물유통공사

Snack Food, Statista

한국인보다 과자에 진심인 브라질인들! 브라질을 강타한 K-과자 TOP3, VODA

해태제과 홈런볼, 브라질 면세점 입점...남미서 홈런 칠까, The Guru

② 라면(수출상위 품목)

세계라면협회(WINA)에 따르면 2023년 브라질의 라면 판매 개수는 25억 5,000만 개로 세계 11위에 올랐다. 빠르고 간편하게 먹을 수 있는 식품의 선호도가 높아지며 라면 소비를 부추기고 있다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2023년 브라질 라면 시장규모는 66억 8,980만 헤알로 2019년 이후 연평균 14.4% 성장했다.

K-팝과 한국 드라마의 인기는 브라질에서도 확산되고 있으며, 이에 한국 라면의 수요 또한 증가하고 있다. 이에 브라질로의 2023년 한국 라면 수출액은 전년 대비 27.8% 증가한 126만 달러에 달했으며 2019년 이후 연평균 57.6%의 높은 성장세를 보였다.

현지 소비자는 빠르고 간편하게 먹을 수 있는 식품으로 라면을 소비하고 있어 전자레인지에 라면을 조리하는 경우가 많으며, 이에 면발이 얇은 제품이 많다. 또한 토마토 맛, 치즈 맛, 베이컨 맛 등의 인기가 높다. 브라질 라면 브랜드 Divina Mesa에서는 3분 만에 조리 가능한 얇은 면발의 고기 맛 라면을 출시했으며 일본 라면 브랜드 닛신(Nissin)에서는 현지 소비자의 입맛에 맞춘 치즈 맛 라면을 출시했다.

남미의 비만 인구가 증가하며 건강한 식품에 대한 관심이 높아지고 있어 저염, 유기농, 쌀라면 등 건강한 라면의 인기도 높아지고 있다. 브라질 시장에 진출한 일본 라면 브랜드 닛신(Nissin)은 건강한 채소 라면을 출시했으며, 브라질 현지 식품기업 Bifum은 쌀 면을 사용한 라면을 출시했다.

		
치즈 맛 용기라면	닛신 채소 용기라면	한국 채식라면

*출처: Amazon, Carrefour

▶ 출처

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

2023.12.11. 해외시장동향, [브라질] 한국 라면문화 체험할 수 있는 편의점 열어, 한국농수산물유통공사

③ 아이스크림(수출상위 품목)

브라질에서는 즐거움, 재미, 달콤한 맛을 즐기기 위해 아이스크림을 주로 섭취한다. 브라질 아이스크림 산업협회(ABIS)에 따르면 2022년 브라질의 아이스크림 소비량은 10억ℓ 이상으로 집계되었으며 연간 140억 헤알 이상의 매출이 발생하는 것으로 나타났다. 글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 브라질의 아이스크림 시장규모는 2023년 181억 2,680만 헤알로 2019년 이후 연평균 4.7% 성장했다.

2023년 한국 아이스크림의 對브라질 수출액은 28만 8,600달러로 전년 대비 38.6% 성장했다. 한국 아이스크림은 브라질에서 프리미엄 식품으로 인식되고 있다. 또한 메로나(빙그레)가 2002년 브라질 시장 진출 후 선풍적인 인기를 끌며 국민 아이스크림으로 자리 잡았다.

최근 건강과 환경에 대한 브라질 소비자의 인식이 높아지고 있다. 이에 설탕과 지방 함량을 줄인 저칼로리 아이스크림과 채식주의자를 위한 비건 아이스크림, 단백질 함량이 높은 아이스크림이 출시되고 있다. 이러한 아이스크림은 건강한 식생활을 추구하면서도 아이스크림 섭취를 이어가고 싶은 소비자들에게 인기를 얻고 있다.

브라질 아이스크림 브랜드 Kibon은 무설탕 아이스크림, 비건 아이스크림을 출시했으며 또 다른 현지 아이스크림 브랜드 LowKo는 타 브랜드 대비 칼로리를 50% 이상 낮춘 저칼로리 아이스크림을 출시했다.

 무설탕 아이스크림	 비건 아이스크림	 한국산 아이스크림
--	---	--

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지

▶ 출처

2024.04.05. 해외시장동향, [브라질] 2024년 아이스크림 시장 동향, 한국농수산물유통공사

Descubra quais são as tendências de sorvete em 2024 com base nas necessidades do consumidor moderno, Food Connection

[K푸드 글로벌 정복기] ④ 세계인이 외치는 "올 때 메로나"..빙그레, K디저트의 역사를 쓰다, Bloter

④ 음료(수출상위 품목)

브라질에서 최근 에너지음료, 기능성 음료의 인기가 상승해 음료 소비가 확대되고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 2023년 브라질 음료 시장규모는 119억 3,000만 달러에 달했으며 2028년까지 연평균 1.95% 성장할 것으로 전망된다.

2023년 한국 음료의 브라질 수출액은 42만 8,000 달러로 2019년 이후 연평균 40.7% 성장했다. 브라질 내 한류 영향으로 한국 음료에 대한 관심이 증가하고 있으며, 또한 2023년 브라질에서 개최된 식·음료 박람회 아파스(Apas Show)에서 한국 과실음료가 큰 주목을 받으며 한국 음료에 대한 인지도가 높아지고 있다.

글로벌 시장조사기관 유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2027년까지 브라질의 에너지 음료 시장은 2023년 규모의 2배로 성장해 무알코올 음료 시장의 10%를 차지할 것으로 예상된다. 젊은 소비자를 중심으로 에너지 음료의 소비가 늘어나고 있으며 운동, 게임, 여행 등 다양한 목적으로 섭취되고 있다. 브라질 소비자들은 자연적인 맛의 음료를 선호하고 있어 글로벌 에너지 음료 브랜드 레드불은 망고 맛 에너지 음료를 출시했다.

건강한 생활방식을 실천하는 소비자가 늘어나며 기능성 음료의 인기 또한 높아지고 있다. 이에 브라질 주스 회사 Natural One에서는 독소 배출, 암 예방, 콜레스테롤 저하를 돕는 야콘을 함유한 기능성 음료를 출시했다. Natural One의 건강 음료는 천연 재료를 사용하고 설탕, 방부제, 첨가물을 함유하지 않아 건강을 중시하는 소비자의 눈길을 끌고 있다.

		
Natural One의 비트 주스	Redbull 망고 맛 에너지 음료	열대과일 맛 에너지 음료

*출처: 해당 제품 브랜드 홈페이지, Amazon Brazil

▶ 출처

2024.07.16. 해외시장동향, [브라질] 주스 회사 Natural One, 기능성 음료 카테고리에 진출, 한국농수산물유통공사

2024.06.13. 해외시장동향, [브라질] 브라질의 무알코올 음료 시장 트렌드, 한국농수산물유통공사

2023.11.15. 해외시장동향, [브라질] 에너지 음료 시장 동향, 한국농수산물유통공사

브라질서 남미 최대 식음료 박람회 개최..."한국 과실음료 따봉", 연합뉴스

⑤ 주류(소주)(수출상위 품목)

경제성장, 가처분소득 증가로 브라질 소비자의 주류 소비가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면 2023년 브라질 주류 시장규모는 284억 달러로 집계되었으며, 2028년까지 연평균 4.3% 성장할 것으로 전망된다.

최근 한류 열풍과 함께 한국 문화에 대한 관심이 높아지면서 브라질 소비자들, 특히 10대와 20대 젊은 세대 사이에서 소주를 맛보려는 수요가 높아졌다. 이에 2023년 한국 소주의 對브라질 수출액은 18만 9,800달러로 2019년 이후 연평균 11.8% 성장했다. 다양한 한국 브랜드의 소주와 과일 맛 소주가 유통되고 있으며 한국 식료품점뿐만 아니라 현지 온라인 유통채널 Mercado Livre에서도 한국 소주를 찾아볼 수 있다.

편리하고 실용적으로 즐길 수 있는 음료를 선호하는 브라질 소비자들의 트렌드에 따라 RTD(Ready to Drink) 음료 시장이 급성장하고 있다. 특히, 증류주 기반 RTD 음료는 다양한 맛과 향으로 소비자들의 입맛을 사로잡으며 인기를 얻고 있다. 영국 주류 브랜드 Beefeater는 진에 레몬과 오렌지를 첨가한 진토닉 RTD 제품을, 네덜란드 맥주 브랜드 하이네켄(Heineken)은 맥주에 딸기와 수박을 첨가한 이색적인 RTD 음료를 출시했다.

		
진토닉 RTD 주류	오렌지 맛 소주	딸기 맛 소주

*출처: Amazon Brazil, Mercado Livre

▶ 출처

2024.04.18. 해외시장동향, [브라질] Z세대 젊은이들의 알코올 음료 소비량 감소, 한국농수산물유통공사

2023.10.28. 해외시장동향, [브라질] RTD(Ready-To-Drink) 음료 수요의 증가, 한국농수산물유통공사

Conheça o soju, bebida típica coreana, e saiba onde prová-lo em SP, Guia Folha

Alcoholic Drinks – Brazil, Statista

3.2 | 소비트렌드

① 브라질, 건강한 영유아 식품 수요 증가

브라질의 출산율이 지속적으로 감소하여 2011년 1.8명에서 2021년 1.64명으로 줄어든 가운데, 영유아식품 소비는 오히려 증가하고 있는 것으로 나타났다. 짧은 출산휴가로 인해 빠르게 일상생활로 복귀해야 하는 부모들이 간편하게 준비할 수 있는 조제분유와 이유식 소비를 확대하며 브라질 영유아식품 시장은 꾸준히 성장하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯ISTA(Statista)에 따르면, 2023년 브라질 영유아식품 시장규모는 18억 6,620만 달러에 달했으며, 2028년까지 연평균 6.4% 성장할 것으로 전망된다.

자녀의 건강과 영양에 대한 브라질 부모 소비자의 관심이 높아지면서 건강한 영유아 식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 2023년 브라질 건강식품 시장조사기관 SaudaBe Group의 조사 결과, 응답자의 44%가 자녀의 건강을 위해 더 높은 가격을 지불할 의향이 있다고 밝혔다. 이에 따라 과일 주스, 채소 스낵 등 건강하고 맛있는 영유아 간식 제품들이 주목받고 있으며, 브라질 소매 유통 기업 까르푸 브라질에서 출시한 유기농 사과 퓨레나, 브라질 영유아 식품 브랜드 Nhami Mami에서 출시한 현미 쌀과자와 같이 건강한 원료를 사용한 제품이 인기를 끌고 있다.

또한 브라질에서는 설탕 함량을 줄인 영유아 간식의 선호도가 높다. 이러한 소비자들의 요구에 맞춰 현지 식품 시장에서는 설탕 함유량을 줄이거나 천연 감미료를 사용한 영유아 간식을 판매하고 있다. 이에 브라질 스낵 브랜드 NutriPleno에서는 설탕 대신 스테비아를 첨가한 통밀 도넛을 출시했다.

		
까르푸 유기농 사과 퓨레	Nhami Mami 현미 과자	Nutripleno 통밀 도넛

*출처: Carrefour Brazil, Snick Snack

▶ 출처

2024.07.12. 해외시장동향, [브라질] 브라질의 베이비 푸드 트렌드, 한국농수산물유통공사

Marca de alimentos para bebês e crianças registra aumento de 400% nas vendas e espera triplicar faturamento em 2024, Ecosistema de varejo

Foodtechs de alimentação infantil surfam brecha da grande indústria, Invest News

② 웰빙 식품 수요 증가

브라질에서 급속한 도시화로 과체중 및 비만 인구가 증가하고 있다. 글로벌 시장조사기관 스탯이스타(Statista)에 따르면 2023년 브라질 성인 인구의 61%가 과체중, 24%가 비만으로 나타났다. 이에 체중 관리와 건강개선에 도움이 되는 건강한 웰빙 식품에 대한 관심이 높아지고 있다.

브라질에서 건강한 웰빙 식품의 인기가 증가하고 있으며 이에 전국적으로 글루텐프리 식품의 수요가 증가하고 있다. 현지 식품기업은 글루텐프리 옵션을 찾는 소비자가 증가하자 밀가루 대신 쌀, 아몬드, 캐슈너트, 땅콩과 기타 전분을 사용한 식품을 개발하고 있다. 브라질 글루텐프리 식품 시장의 주요 기업은 미국의 Bob's Red Mill, Brazi Bites, General Mills Inc, 이탈리아의 Dr. Schär 등이 있으며 음료, 빵, 비스킷, 간식, 조미료 등 다양한 식품을 판매하고 있다.

건강한 단백질 첨가 식품 시장 또한 성장하고 있다. 브라질에서 단백질 식품은 운동, 스포츠를 즐기는 소비자는 물론 건강한 식생활을 추구하는 일반 소비자 또한 보편적으로 소비하고 있다. 현지 매체 Samaisvarejo에 따르면 2018년 대비 2023년 단백질 식품 판매액이 75% 증가한 것으로 나타났다. 단백질 바, 음료뿐만 아니라 최근에는 'Sopa Proteica'라는 단백질 첨가 수프까지 출시되며 제품군이 다양화되고 있다. 단백질 식품의 인기를 반영해 브라질 건강식품 브랜드 Nutrify는 단백질 수프를 출시했으며, 브라질 식물성 식품 브랜드 A Tal da Castanha는 바나나와 치아씨드를 함유한 단백질 음료를 출시했다.

		
Bob's Red Mill 글루텐프리 케이크 믹스	General Mills 글루텐프리 시리얼	Nutrify 단백질 수프

*출처: Carrefour Brazil, 한국농수산물유통공사

▶ 출처

2024.06.17. 해외시장동향, [브라질] 브라질의 글루텐프리 식품시장 현황, 한국농수산물유통공사
Share of adult population considered overweight or obese in Brazil from 2008 to 2023, Statista
Tackling the obesity epidemic: a Brazilian perspective, European Heart Journal
Snacks in Brazil, Euromonitor
Vendas de alimentos proteicos aumentaram 75% nos últimos 5 anos, Samaisvarejo

③ 비건 문화 성장

2019년 기준 세계 3위 육류 소비국이었던 브라질에서 식물성 식단에 대한 관심이 높아지고 있다. 글로벌 시장조사기관 Global Data의 조사 결과, 브라질 소비자의 34%가 육류 소비를 줄이고 있으며, 14%는 육류 대체식품 구매를 늘린 것으로 나타났다. 과도한 육류 섭취가 건강과 환경에 미치는 부정적인 영향이 알려지면서 20-30대 젊은 세대를 중심으로 동물성 제품 대신 식물성 제품을 선택하는 비건 또는 플렉시테리안 라이프스타일이 확산되고 있다.

2021년 기준 브라질 소비자의 46%가 일주일에 한 번 이상 육류를 섭취하지 않는 식사를 하는 것으로 나타났다. 플렉시테리언들은 환경 오염에 대한 우려(35%), 개인 건강 증진(33%), 동물복지에 대한 관심(21%) 등 다양한 이유로 식물성 식품을 섭취하고 있다. 채식 식단으로의 전환을 시작하는 소비자를 중심으로 보다 익숙한 형태의 식물성 대체육류의 소비가 활발하게 이루어지고 있다. 브라질 소비자는 제품의 맛과 식감, 육즙, 그리고 외관을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 이러한 수요를 반영해 햄버거 패티, 너깃 등 동물성 제품을 모방한 식물성 제품이 다수 출시되고 있다. 브라질 식품 스타트업 Fazenda Futuro는 채식 미트볼을 출시했으며 브라질 식품기업 Seara에서는 채식 너깃을 출시했다.

또한 브라질 인구의 60%가 유당불내증을 지녀 식물성 유제품 음료가 우유의 대체재로 인기를 끌고 있다. 브라질 식물성 유제품 브랜드 A tal da Castanha는 캐슈넛, 아몬드 등 식물성 재료를 사용한 대체 유제품을 출시했다.

		
A tal da Castanha의 아몬드유	Fazenda Futuro 채식 미트볼	Seara 채식 너깃

*출처: Carrefour Brazil,

▶ 출처

2024.01.02. 이슈조사보고서, 중남미 비건식품 시장조사, 한국농수산물유통공사

Preocupação com saúde e ambiente impulsiona crescimento do vegetarianismo, VivaBemuol

④ 브라질 음식 배달 로봇 상용화

최근 브라질에서는 고객에게 더욱 특별한 경험을 제공하기 위해 배달 로봇 도입이 활발하게 이루어지고 있다. 배달 로봇은 단순히 음식을 배달하는 것을 넘어, 고객 맞춤형 서비스를 제공하여 만족도를 높이는 데 기여할 것으로 기대된다. 또한 배달 과정의 효율성을 높이고 배달원의 업무 부담을 줄여 전체적인 서비스 질을 향상할 수 있을 것으로 예상된다.

현재 브라질 Mercure Uberlândia Plaza Shopping 호텔에서는 집사 로봇 'W3'이 상용화되었으며, 식사를 배달하거나 그 외 룸서비스 물품을 고객의 객실까지 배달하는 업무를 맡고 있다. W3은 장애물 회피 시스템, 음식을 위한 보냉·보온 기능, 자가 재충전 시스템을 구비하고 있으며 음성, 영상, 애플리케이션을 통한 상호작용이 가능하다.

또한 브라질의 자율 배달 스타트업인 Synkar와 음식 배달 서비스 기업인 iFood가 협력해 배달 로봇 ADA를 선보였다. ADA는 사물 인터넷(Internet of Things, IoT) 기술을 활용해 엘리베이터를 사용할 수 있으며 지정된 장소의 문 앞까지 도달할 수 있다. 또한 인공지능 서비스인 AI Anota와 연결해 사용 편의성을 높였다. 소비자가 메신저 앱인 Whatsapp을 통해 AI Anota에게 주문하는 음식과 배송 장소를 지정하면 그 정보가 ADA에게 전달되어 배달이 이루어진다.

	
Mercure Uberlândia Plaza Shopping의 음식 배달 로봇	iFood의 자율 배달 로봇 ADA

▶ 출처

Meet ADA, the first delivery robot in Brazil to autonomously call and ride an elevator, Prosus
 Robô de delivery? Conheça Ada, a primeira robô a chamar elevador no Brasil, Paladar
 Robô mordomo que usa elevador sozinho chega a hotel no Brasil, Techshake

⑤ 한식 인지도 증가

한국 음식에 대한 인지도가 낮았던 브라질에서도 최근 한국 문화 콘텐츠의 확산으로 한국 음식에 대한 인식이 높아지며 친밀함이 형성되고 있다. 한국의 먹방 콘텐츠를 통해 한국 음식을 접하는 젊은 세대의 소비자가 많아졌고, 한류의 영향으로 자신이 좋아하는 가수나 배우가 즐겨 먹는 한국 음식을 경험해보고자 하는 소비자가 증가하는 추세이다.

한식에 대한 인지도 확대로 한식당을 찾는 소비자도 증가하는 추세이다. K-팝의 인기와 함께 브라질에서 한식에 대한 관심이 급증하며, 한식당이 젊은 세대들의 새로운 만남의 장소로 자리 잡고 있다. 2024년 상파울루시에 새로 오픈한 한국식 베이커리 카페 Komah는 한식에서 영감을 받은 요리를 제공해 현지에서 인기를 얻고 있다. Komah는 아직 생소한 한국 식품인 김치를 현대식으로 재해석 하거나 현지 입맛에 맞춘 음식을 개발해 제공하고 있다. 특히 김치와 치즈를 접목한 김치 치즈 토스트(Kimchi Grilled Cheese), 브라질 전통 빵을 접목한 김치 치즈 빵(Pão de queijo com kimchi), 달고나 라떼가 많은 주목을 받았다.

	
Komah의 치즈 토스트(Kimchi Grilled Cheese)	Komah의 달고나 라떼

▶ 출처

2024.07.01. 해외시장동향, [브라질] 한국 카페에 영감을 받은 베이커리 오픈, 한국농수산물유통공사

Roteiro para os "dorameiros" e fãs da cultura sul-coreana em São Paulo, CNN Brasil

Culinária coreana: onde comer pelo Brasil, Vogue

O sucesso da culinária coreana graças ao k-pop e aos k-dramas, Splash Uol

4

수출절차

4.1 수출입절차

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	· 수출 품목에 대한 브라질의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	· 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 전자적으로 세관에 제반서류 제출 · 제출서류: ①수출신고서 ②상업송장 ③포장명세서 등 · 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날로부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
사전등록 및 수입허가	· 브라질 수입업체는 식품 수입 전 SISCOMEX를 통해 수입업자 등록 필요 · 일부 품목은 브라질 위생감시국에 사전등록 진행 필수 - 대상품목: ①건강기능식품 ②유아용 식품 ③신소재 포장 식품류 ④신개 발·신재료 식품류 ⑤프로바이오틱스 식품류 · 동물성 식품의 경우 제반서류를 제출해 수입허가 취득 필요 - 제출서류: ①브라질 수입법인 공인인증서(e-CNPJ) ②수출입허가서 ③인증된 라벨 사본 ④수출국 위생검사 확인서류	브라질 수입업체
수입신고 및 관세 납부	· SISCOMEX를 통해 수입신고서 및 제반서류 제출 필요 · 제출서류: ①수입허가서 ②선하증권(또는 항공화물운송장) ③포장 명세서 ④원산지증명서 ⑤수입신고서 ⑥기타 세관의 요구 서류 · 수입신고와 함께 관세 납부 필요	브라질 수입업체
수입검사	· 수입신고 후 수입화물은 무작위로 통관채널에 배치 · 통관채널별로 수입검사 내용이 상이 - ①녹색채널: 검사 생략. 자동으로 통관 - ②황색채널: 서류 검사 - ③적색채널: 서류 및 화물검사 - ④회색채널: 서류 및 화물 정밀검사 · 필요에 따라 물리적 검사, 샘플 수집 등 현장검사가 진행될 수 있음	브라질 수입업체
물품 반출	· 물품 반출 가능	브라질 수입업체

4.2 | 통관 및 검역제도

① 국내 수출 통관 절차

▶ 수출 전 준비사항

품목별 수입요건 파악	● 수출 품목에 대한 브라질 위생기준·검역 요건·포장 및 라벨링 등 관련 요건을 사전에 파악 필요 · 일반 사전포장식품, 신선 농산물, 축산물 제품 등에 요구되는 위생기준·라벨링·식품첨가물 규정 등 수입요건이 상이하므로, 국내 수출업체는 원활한 수출을 위해 품목별 수입요건을 사전에 파악해야 함
----------------	---

▶ 국내 수출통관 절차

수출신고	● 수출업체는 상업송장, 포장명세서 등을 기반으로 수출신고서 작성 후 관세청 UNI-PASS를 통해 수출신고 필수 · 수출신고는 수출업체(화주)와 수출업체를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 신고할 수 있음 · 접수 결과에 따라 ①서류 심사 후 수리 ②현품 검사 후 수리 ③자동수리로 구분해 수출통관 진행 <수출신고 수리 유형> <table border="1"> <tr> <td>· 서류 심사 후 수리</td><td>실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인</td></tr> <tr> <td>· 현품 검사 후 수리</td><td>우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인</td></tr> <tr> <td>· 자동 수리</td><td>세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급</td></tr> </table> · 수출신고 수리 후 수출업체는 '수출신고필증'을 수령함 · 수출업체(화주)는 관세법에 따라 ①수출신고필증 ②수출품 가격결정에 관한 자료 ③수출거래관련 계약서 및 이에 갈음하는 서류 ④반송신고필증 등을 수리일로부터 3년간 보관해야 함	· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인	· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인	· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급
· 서류 심사 후 수리	실제 신고내용과 수출신고 근거 서류상의 일치 여부 확인						
· 현품 검사 후 수리	우범성이 높은 물품을 대상으로, 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부를 확인						
· 자동 수리	세관의 심사 없이 자동 수리 후 수출신고필증 발급						
수출검역	● 브라질과의 합의된 요건이 있거나 수입업체가 요구하는 경우 수출검역 신청 필요 · 브라질로 △채소종자(8종) 등 수출 시 농림축산검역본부에 수출검역을 신청해야 함 · 수출검역 신청 시 수출검사신청서 및 제반 서류를 제출해야 함 <수출검역 신청 시 제출 서류> <table border="1"> <tr> <td>식물검역</td><td> ①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우) </td></tr> <tr> <td>축산물검역</td><td> ①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우) </td></tr> </table> · 수출검역은 수출 상대국의 검역요건 적합 여부를 검사함 · 수출식물검역은 일반적으로 신청인이 희망하는 장소·시간에 실시하며, 수출축산	식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)	축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)		
식물검역	①수출식물검사신청서 ②검사대상식물명세서(수출검사 대상품목이 2개 이상인 경우) ③수입허가증명서(상대국의 사전허가가 필요한 경우) ④수출검역요령에 명시된 수입국 요구사항을 준수했음을 증명하는 서류(수입국이 검사증명서에 부기를 요구할 경우)						
축산물검역	①수출 검사신청서 ②선적관련 서류 ③수출상대국 요구사항(상대국의 요구사항이 있는 경우)						

	물검역의 경우 검역시행장으로 지정된 장소에서 진행됨 · 수출검역 결과 합격 시 검역증명서가 교부되며, 불합격 시 신청자가 소독하거나 선별한 후 재검역을 신청할 수 있음
운송수단 선적	● 수출업체는 수출신고 수리일로부터 30일 내에 선박 등 운송수단에 적재 필요 · 단, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

② 브라질 수입제도 및 통관·검역 절차

▶ 브라질 수입통관·검역 절차

사전등록 및 수입허가	● 브라질 수입업체는 SISCOMEX를 통해 수입업자 등록 필요 ● 일부 품목은 브라질 위생감시국에 사전등록 필수 · ①건강기능식품 ②유아용 식품 ③신소재 포장 식품류 ④신개발·신재료 식품류 ⑤프로바이오틱스 식품류의 경우 사전등록을 진행해야 함 ● 동물성 식품의 경우 수입허가 취득 필요 · 수입허가 취득 시 ①브라질 수입법인 공인인증서(e-CNPJ) ②수출입허가서 ③인증된 라벨 사본 ④수출국 위생검사 확인서류를 제출해야 함
수입신고	● 화물이 보세창고에 이동한 후, 수입신고 절차 시작 · 무역자동화시스템(SISCOMEX)을 통해 진행되며 관세를 납부해야 함 ● 수입신고 제출 서류는 다음과 같음 <수입신고 시 제출 서류> ①수입허가서 ②선하증권(또는 항공화물운송장) ③포장명세서 ④원산지 증명서 ⑤수입신고서 ⑥기타 세관의 요구 서류
관세 납부	● 브라질 수입업체는 수입신고와 함께, 관세 납부 필요 · 통관 시 수입세, 공업 제품세, 유통세 등이 부과됨 - 수입세(Imposto de Importacao): 수입품에 부과하는 세율로 제품에 따라 평균 0%~35%까지 분포됨 - 주 유통세(Imposto sobre Circulacao de Mercadorias e Servicos): 수입품과 국내 제품에 모두 적용, 주마다 7%, 12%, 18% 등 세율을 다르게 책정함 - 3가지 기본 세금 외에도 창고세, 터미널 사용세, 상해운세, 세관사용인조합 기여금, 무역자동화시스템(SISCOMEX) 사용료, 화물운송비, 통관 수수료, 은행 수수료 등을 추가로 지불해야 함
수입검역	● 브라질은 병해충의 유입 방지 및 확산을 예방할 목적으로 수입되는 식물과 식물성 부산물, 살아있는 동물과 동물성 제품의 검역을 수입신고 전 실시 · 항구에 도착한 화물은 보세창고로 이동 후 검역이 시작됨

	· 수입업체는 검역관에게 수입허가서를 제출해야 하며, 검역관은 화물의 승인 여부, 제출된 서류와 물품 대조(팔레트 개수, 유통기한, 제조일 등)를 실시함 · 제품의 물리적 검사, 샘플 수집 등은 현장에서 진행될 수 있음. 채취된 샘플은 세관이 지정한 실험실에서 성분 분석을 실시함 ● 검역관의 대조 검사 이후, 필요 시 추가적인 검사 절차 진행 · 서류와 화물 간의 대조 검사 이후, 필요에 따라 물리적 검사, 샘플 수집 등의 현장 조사가 진행됨 ● 수입신고 후 무작위로 녹색, 황색, 적색, 회색 4개의 채널로 배정되는 화물 검사 시행 · 녹색채널을 제외하고 나머지 채널은 검사 여부와 세관 인력 상황, 통관 대기 건수 등에 따라 통관 소요 시간이 결정됨 <table border="1" data-bbox="584 696 1236 896"> <caption><채널별 화물 검사 유형 구분></caption> <tr> <td>녹색채널</td><td>검사 생략. 자동으로 통관</td></tr> <tr> <td>황색채널</td><td>서류 검사</td></tr> <tr> <td>적색채널</td><td>서류 및 화물검사</td></tr> <tr> <td>회색채널</td><td>서류 및 화물 정밀검사</td></tr> </table>	녹색채널	검사 생략. 자동으로 통관	황색채널	서류 검사	적색채널	서류 및 화물검사	회색채널	서류 및 화물 정밀검사
녹색채널	검사 생략. 자동으로 통관								
황색채널	서류 검사								
적색채널	서류 및 화물검사								
회색채널	서류 및 화물 정밀검사								
물품반출	● 모든 세금과 비용 납부 및 화물검사 완료 후, 물품 반출 가능 · 세무국은 무역자동화시스템(SISCOMEX)을 통해 수입증명서를 발급함								

■ 4.3 | 수출가능·불가능 품목

4.3.1 수출가능품목

농산물	- 식용버섯류 및 배 *상기 품목 이외의 수출가능 여부는 품목별로 확인이 필요함 - 채소 종자 : 주키니호박(<i>Cucurbita pepo</i>) 종자, 한국에서 재배된 브로콜리(<i>Brassica oleracea</i> var. <i>italica</i>), 케일(<i>Brassica oleracea</i> var. <i>acephala</i>), 배추(<i>Brassica campestris</i> var. <i>pekinensis</i>), 방울양배추(<i>Brassica oleracea</i> var. <i>gemmifera</i>), 콜리플라워(<i>Brassica oleracea</i> var. <i>botrytis</i>), 콜라비(<i>Brassica oleracea</i> var. <i>gongylodes</i>), 양배추(<i>Brassica oleracea</i> var. <i>capitata</i>), 무(<i>Raphanus sativus</i>) 종자
-----	---

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

4.3.2 수출불가능품목

농산물	- 현재 딸기 생과실과 채소종자 9품목(상추, 토마토, 오이, 호박, 당근, 파, 양파, 수박, 메론)은 수출허용을 요청하여 상대국이 PRA 절차를 진행 중임
-----	--

*출처: 2023 수출검역 요건, 농림축산검역본부

5.1 라벨링제도

5.1.1 주요 라벨링 표기사항

라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 원산지 · 성분 목록 · 순중량	· 수입·제조사 정보 · 배치 번호 · 보관방법 · 유통기한	· 식품 조리 및 사용 방법 · 영양 정보
라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	- 포르투갈어 사용이 원칙 - 외국어로 표기된 제품은 반드시 포르투갈어 기재 스티커를 부착해야 함	
	제품명	식품의 실체와 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 작성해야 함	
	원산지	최종 가공 단계가 이루어진 국가를 기준으로 표기	
	성분 목록	- 식품 첨가물의 역할, 필수 기능 - 식품 첨가물의 명칭 전체 또는 INS 번호 - 식품 첨가물은 원재료명 목록 끝에서부터 표시함 - 식품첨가물은 함량 비율의 하향순서로 기재	
	순중량	내용물의 순중량 또는 순부피 표시	
	수입·제조사 정보	수입업체 혹은 제조업체의 명칭 및 주소	
	배치 번호	동일한 조건 하에 일정 시간 내, 동일한 제조사 또는 배분업체가 가공한 유형의 집합물별로 부여한 번호	
	보관방법	제품의 보관방법 안내	
	유통기한	3개월 미만의 유통기한은 최소한 일·월을 표시해야 함 3개월 이상의 유통기한은 최소한 월·년을 표시해야 함	
	식품 조리 및 사용 방법(필요 시)	제품을 소비하는 데에 있어 특정 지침이 필요할 경우 조리법 및 사용방법을 기재할 수 있음	
	영양성분	열량, 탄수화물, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 식이섬유, 나트륨을 필수 기재	

*출처: KATI농식품수출정보

5.1.2 라벨링 예시

과자류

라벨링 사진																																																														
																																																														
표기항목	표기내용																																																													
제품명	FRONTERA TEXMEX	프론테라 텍스멕스																																																												
순중량	PESO LIQ : 125g	순중량 : 125g																																																												
영양성분	INFORMAÇÃO NUTRICIONAL - Porção 25g (1/2 xícara) <table border="1"> <thead> <tr> <th>Quantidade por porção</th><th colspan="2">%VD(*)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Valor Energético</td><td>118kcal =469kJ</td><td>6%</td></tr> <tr> <td>Carboidratos</td><td>16g, dos quais:</td><td>5%</td></tr> <tr> <td>açúcares</td><td>0.2g</td><td>**</td></tr> <tr> <td>Proteínas</td><td>1.7g</td><td>2%</td></tr> <tr> <td>Gorduras totais</td><td>5.0g</td><td>9%</td></tr> <tr> <td>Gorduras saturadas</td><td>2.3g</td><td>10%</td></tr> <tr> <td>Gorduras trans</td><td>0.0g</td><td>**</td></tr> <tr> <td>Fibra alimentar</td><td>1.0g</td><td>4%</td></tr> <tr> <td>Sódio</td><td>90mg</td><td>4%</td></tr> </tbody> </table> - % Valores diários com base em uma dieta de 2000kcal ou 8400kJ. - Seus valores diários podem ser maiores ou menores dependendo de suas necessidades energéticas. - ** VD não estabelecido	Quantidade por porção	%VD(*)		Valor Energético	118kcal =469kJ	6%	Carboidratos	16g, dos quais:	5%	açúcares	0.2g	**	Proteínas	1.7g	2%	Gorduras totais	5.0g	9%	Gorduras saturadas	2.3g	10%	Gorduras trans	0.0g	**	Fibra alimentar	1.0g	4%	Sódio	90mg	4%	영양정보 - 제공량 25g (1/2)컵 <table border="1"> <thead> <tr> <th>1회 제공량</th><th colspan="2">%VD(*)</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>열량</td><td>118kcal =469kJ</td><td>6%</td></tr> <tr> <td>탄수화물</td><td>16g, dos quais:</td><td>5%</td></tr> <tr> <td>당</td><td>0.2g</td><td>**</td></tr> <tr> <td>단백질</td><td>1.7g</td><td>2%</td></tr> <tr> <td>총 지방</td><td>5.0g</td><td>9%</td></tr> <tr> <td>포화지방</td><td>2.3g</td><td>10%</td></tr> <tr> <td>트랜스지방</td><td>0.0g</td><td>**</td></tr> <tr> <td>식이섬유</td><td>1.0g</td><td>4%</td></tr> <tr> <td>나트륨</td><td>90mg</td><td>4%</td></tr> </tbody> </table> - %일일 기준치는 2000kcal 또는 8400kJ을 기반으로 합니다. - 귀하의 일일 기준치는 에너지 요구사항에 따라 더 높거나 낮을 수도 있습니다. - **VD(일일 기준치)가 설정되지 않음	1회 제공량	%VD(*)		열량	118kcal =469kJ	6%	탄수화물	16g, dos quais:	5%	당	0.2g	**	단백질	1.7g	2%	총 지방	5.0g	9%	포화지방	2.3g	10%	트랜스지방	0.0g	**	식이섬유	1.0g	4%	나트륨	90mg	4%
Quantidade por porção	%VD(*)																																																													
Valor Energético	118kcal =469kJ	6%																																																												
Carboidratos	16g, dos quais:	5%																																																												
açúcares	0.2g	**																																																												
Proteínas	1.7g	2%																																																												
Gorduras totais	5.0g	9%																																																												
Gorduras saturadas	2.3g	10%																																																												
Gorduras trans	0.0g	**																																																												
Fibra alimentar	1.0g	4%																																																												
Sódio	90mg	4%																																																												
1회 제공량	%VD(*)																																																													
열량	118kcal =469kJ	6%																																																												
탄수화물	16g, dos quais:	5%																																																												
당	0.2g	**																																																												
단백질	1.7g	2%																																																												
총 지방	5.0g	9%																																																												
포화지방	2.3g	10%																																																												
트랜스지방	0.0g	**																																																												
식이섬유	1.0g	4%																																																												
나트륨	90mg	4%																																																												
원재료	milho moido, óleo de palma e sal. NAO CONTEM GLUTEN.	옥수수 가루, 야자유, 소금, 글루텐 프리																																																												
보관 방법	Conservar em local seco, fresco e livre da ação de agentes externos.	건조하고 서늘한 곳, 외부 요인으로부터 자유로운 곳에 보관하십시오.																																																												
제조사 정보	Produzido por NV Snack Food Poco Loco Rumbeeksegravier 157 B 8800 Roeselare-Belgium. PRODUTO DA BELGICA	생산자 NV 스낵푸드 포코로코 Rumbeeksegravier 157 B 8800 Roeselare-Belgium. 벨기에 제품																																																												

수입·유통업체 정보	Importado e distribuido por Latinex Imp. Exp. de Alimentos Ltda - CNPJ : 05.540.409/0001-14 - Av. JK, 4661, CIC, Curitiba / PR, Brasil. - SAC: 0800-3022727 *sac@fronterabrasil.com.br - www.fronterabrasil.com.br - /FronteraBrasil/ @FRONTERA.BRASIL	수입 및 유통업체 - 라티넥스 Imp. 식품 Exp. 주식회사 - 사업자등록번호 : 05.540.409/0001-14 - Av. JK, 4661, CIC, Curitiba / PR, Brasil. - 고객센터 : 0800-3022727 *sac@fronterabrasil.com.br - www.fronterabrasil.com.br - /FronteraBrasil/ @FRONTERA.BRASIL
------------	---	--

■ 5.2 | 인증제도

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.3 | 통관거부사례

정보원에서 제공하지 않음

■ 5.4 | 비관세장벽 이슈

[규정·제도]

수입식품 행정 절차 개정 (2024년 8월 1일 시행)

2024년 7월 3일, 브라질 식품의약품감시국(ANVISA)은 위생 감시 및 통제 대상 제품 수입에 대한 새로운 행정 절차를 시행한다고 밝혔다. 브라질로 수입되는 대부분의 제품은 수입허가가 필요하지 않지만, 특정 식품 및 의약품은 수입허가를 받아야 했다. 이에 따라 관련 제품의 수입자는 ANVISA 수입허가를 받아야 하며, 관련 정보를 세관시스템(SISCOMEX)에 입력해야 한다. 해당 조치는 2024년 8월 1일부터 시행된다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=101014&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B8%8C%EB%9D%BC%EC%A7%88&page=1&srchGubun=427

[규정·제도]

동물성 사료 및 사료 원료의 수입 요건 발표 (2024년 8월 7일 발효)

2024년 8월 7일, 브라질 농업축산부(MAPA)는 동물성 사료 및 사료 원료의 수입에 관한 일반 동물 건강 요건 (RIG.RAÇÃO.MAR.24)을 발표했다. 이 요건은 2024년 8월 7일에 발효된다. (기존에 동물성 사료 및 사료 원료 수입과 관련하여 양국 간 합의된 요건이 있는 국가의 증명서는 WTO에 통보된 후 60일 동안 유효함(WTO 통보일 : 2024년 8월 9일))

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=100906&menu_dept2=35&menu_dept3=427&dateSearch=year&srchFr=&srchTo=&srchTp=3&srchWord=%EB%B8%8C%EB%9D%BC%EC%A7%88&page=1&srchGubun=427

[라벨링]

새로운 라벨링 기준에 부합하는 영양 라벨 부착 필요

브라질은 2022년 10월 9일부터 포장 식품에 새로운 영양 라벨 규칙을 시행하였으며, 일반 식품은 2023년 10월 9일까지 새로운 규칙에 맞는 신규 라벨을 부착해야 한다. 영양성분 및 정보 표시 방법, 제품 앞면의 영양표시 방법이 변경되었다.

▶자세한 내용은 하단 링크 참조:

http://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=97822