

남미 주요국 라면시장 현황과
향후 트렌드 분석을 통한
K-라면 기회요인 도출 조사 보고서

- 브라질, 아르헨티나, 칠레 -

2024. 07



목 차

1. 시장 개요 및 현황	03
1-1. Overview: 남미 주요국 경제 규모	
1-2. 남미 주요국의 식 문화	
1-3. 남미 주요국의 라면 시장 규모: 중량 및 금액	
1-4. 라면 판매 순위 [World Instant Noodles Association 자료]	
1-5. 라면 시장 규모 순위	
1-6. 남미 주요국 라면 수입 현황 및 주요 수입국	
1-7. 남미 주요국 라면 수출 현황 및 주요 수출국	
1-8. 남미 주요국 라면 유형별 시장 현황	
1-9. 남미 주요국 라면 시장 경쟁 현황	
1-10. 남미 주요국 라면 시장 선호 맛(Flavor) 순위	
2. 남미 주요국 라면시장 성장동력 및 트렌드 분석	12
2-1. 남미 주요국 라면 시장 성장동력	
2-2. 남미 주요국 선호 라면 스타일	
2-3. 남미 주요국의 라면 관련 주목할만한 트렌드	
2-4. 경쟁사 분석: Nissin	
3. 한국라면의 남미 주요국 진출 및 유통현황 분석	18
3-1. 한국의 남미 주요국 라면 수출 현황	
3-2. 남미 주요국 진출한 한국 라면 브랜드 및 제품	
3-3. 한국 제품 로고	
3-4. 남미 주요국의 식품(주식) 및 라면의 주요 유통 채널 현황	
3-5. 라면 유통 채널 비중 트렌드	
3-6. 남미 주요국의 유통 시장 현황	
3-7. 한국 라면 시장 확대의 걸림돌	
4. 수입절차	30
4-1. 식품 수입절차	
4-2. 라면 수입 인허가 및 통관 시 참고 사항	
4-3. 남미 주요국의 라면 관세 및 내국세	
4-4. 라벨링	
4-5. 남미 주요국의 라면 식품 첨가물 규정	
5. 결론: 한국라면의 시장 확대를 위한 제언	47

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

1. 시장 개요 및 현황

1-1. Overview: 남미 주요국 경제 규모

- 브라질은 남미에서 가장 넓은 국토 면적과 인구로 세계 9위의 경제 규모이며, 아르헨티나와 칠레는 각 24위, 44위임
- 그러나 1인당 국민 소득으로 봤을 때는 세 나라 중 칠레가 가장 높으나, 한국의 약 절반 정도임

	 브라질	 아르헨티나	 칠레
명목 GDP 	9위 약 2조 127억 USD	24위 약 6,218억 USD	44위 약 3,444억 USD
1인당 명목 GDP 	77위 약 10,412 USD	66위 약 13,297 USD	59위 약 17,253 USD
인구 	7위 약 2억 1642만명	34위 약 4,577만명	66위 약 1,963만명
국토면적 	5위 8억 5158만 ha	8위 2억 7804만 ha	37위 7,567만 ha

 대한민국	명목 GDP 13위 [약 1조 7092억 USD]	1인당명목 GDP 31위 [약 33,147 USD]	인구 30위 [약 5,156만명]	국토면적 109위 [1004만 ha]
--	--------------------------------	---------------------------------	-----------------------	-------------------------

자료 출처: IMF, KOSIS 세계속의 한국, 2023년 기준

1-2. 남미 주요국의 식 문화

- 남미 주요국의 식문화는 원주민과 유럽 이민자들의 영향을 받아 다양하고 지역마다 특색이 강함
 - 특히 브라질은 일본인 이민자도 많아 아시아 풍 음식도 친숙하게 받아들이고 있음
- 칠레는 우리나라와 비슷하게 짭짤하고 매운 음식을 즐김
- 남미 주요국은 전반적으로 육류의 질이 좋고 저렴해 섭취가 많은 것으로 보임

브라질
◦ 유럽·아프리카 이민자와 아메리카 원주민 요리의 영향을 받았으며 지역마다 인종 구성이 달라 이에 따른 식 문화 차이도 큰 편 ◦ 북부지역은 원주민이나 아프리카인의 영향을 받아 열대과일이나 옥수수, 콩, 만지오카 등을 활용한 요리가, 유럽문화의 영향을 받은 남부지방은 육류, 유제품을 활용한 음식이 발달 ◦ 주식은 밥과 빵이며 빵은 주로 아침에 우유, 커피 등과 함께 가볍게 먹고 점심, 저녁을 여유 있게 즐김 ◦ 쌀밥에 페이장(검은거북콩 스투)을 곁들인 ‘아호스 이 페이장(arroz e feijão)’은 흔하게 볼 수 있는 기본적인 음식 ◦ 소고기, 돼지고기와 야채 등을 꼬치에 꽂아 구워 먹는 바비큐 ‘슈하스코(Churrasco)’도 대표음식 ◦ 이민자들의 영향으로 리조토나 파스타도 친숙하며, 야키소바나 비풍 등 아시아식 국수 요리도 흔함 ◦ 일본 이민자가 많아 일본 음식, 일본풍 요리도 친숙

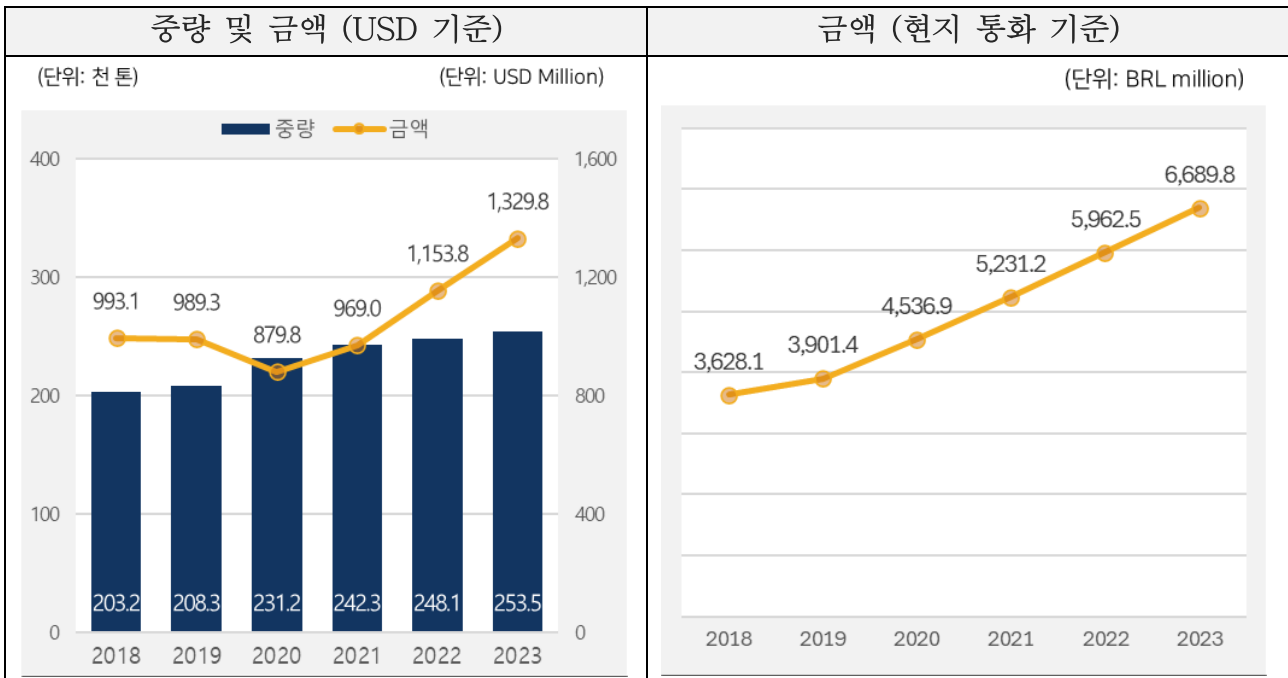
아르헨티나
◦ 팜파스 초원의 유목민이던 gaucho의 소고기 사랑을 물려받아 세계에서 소고기를 가장 사랑하는 나라 ◦ 전체 인구 중 유럽계 이민자 비율이 더 많았던 영향으로 빵이나 파스타 등 밀가루 음식도 즐겨먹음 ◦ 다른 중남미 국가와는 달리 스페인 외에도 다양한 유럽 국가의 식문화를 도입하여 식탁이 좀 더 세련되고 다양함 ◦ 이탈리아 요리의 영향을 많이 받아 스파게티, 피자도 일상적으로 많이 먹고 얇게 저민 소고기나 닭고기, 생선살에 빵가루로 만든 튀김 옷을 입혀 튀겨낸 '밀라네사(milanesa)'도 대중적인 음식 ◦ 육류 특히 소고기 요리가 발달해서 해산물 요리는 이웃 칠레나 우루과이 등과 비교하면 빈약한 편이며 해산물 전문 식당도 그다지 많지 않음 ◦ 축산업이 발달해 유제품도 가격이 저렴하고 다양함

칠레
◦ 스페인과 마뿌체 인디언 음식의 영향을 많이 받음 ◦ 스페인에서 전파된 밀, 돼지, 닭, 소가 인디언들이 식자재로 사용하던 감자, 옥수수, 콩류 그리고 메르켄(Merkén)이라는 훈제고추와 어우러져 칠레만의 독특한 맛을 창조 ◦ 진한 국물과 짭짤한 맛이 특징이고 모든 요리에 양파, 고추를 많이 사용함 ◦ 스페인식 요리가 많고 해산물 요리가 유명한데, 고기, 생선 및 해산물, 가금류 등을 혼합하여 찜이나 국물로 만든 음식이나 구이 요리가 많음 ◦ 풍부한 농산물과 수산물을 활용하여 유럽식 요리에 고기를 줄이고 채소와 해산물을 추가하며, 매운 칠리와 다른 양념을 많이 사용함 ◦ 칠레 요리는 지역마다 그 특성을 달리함: 북부 지역은 해산물이 풍부하며, 중부 해안 지역은 인구 대다수가 거주하는 지역으로 유럽의 영향을 많이 받았으며, 남부지역은 수프와 스투 요리가 특히 인기 있음

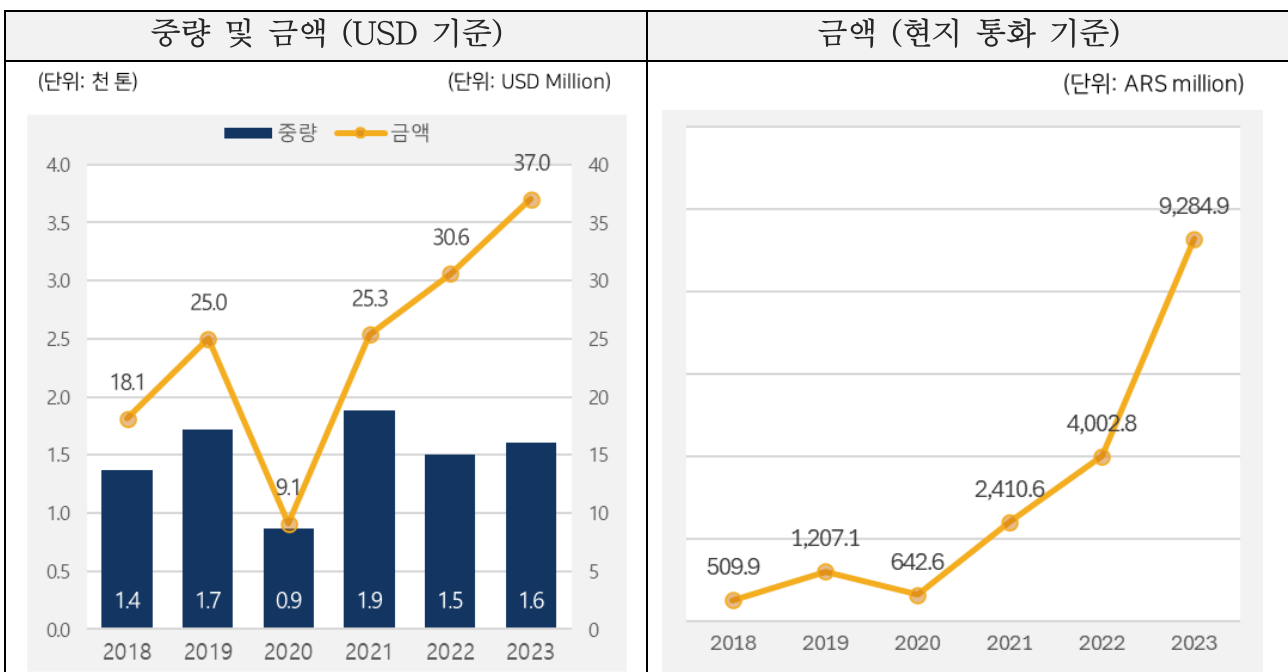
1-3. 남미 주요국 라면 시장 규모: 중량 및 금액

- 브라질은 세계 9위의 높은 경제규모를 기반으로 3개국 중 라면 시장 규모도 가장 크며 다른 두 나라와 규모면에서 수십 배 이상 차이가 날 뿐만 아니라, 최근 5년간 물량과 금액 모두 지속적으로 성장함
- 중량면에서 아르헨티나와 칠레의 라면 시장 규모는 비슷한 편이나 금액면에서는 아르헨티나가 최근 3년간 급격한 성장을 보여 2023년 기준 아르헨티나가 칠레의 약 2배 이상의 시장 규모를 형성함
- 각국 통화로 라면 시장 금액 규모를 살펴보면 높은 인플레이션으로 인해 3개국 모두 성장하였으며, 특히 아르헨티나는 높은 인플레이션으로 인해 18배 넘게 성장함

[브라질]

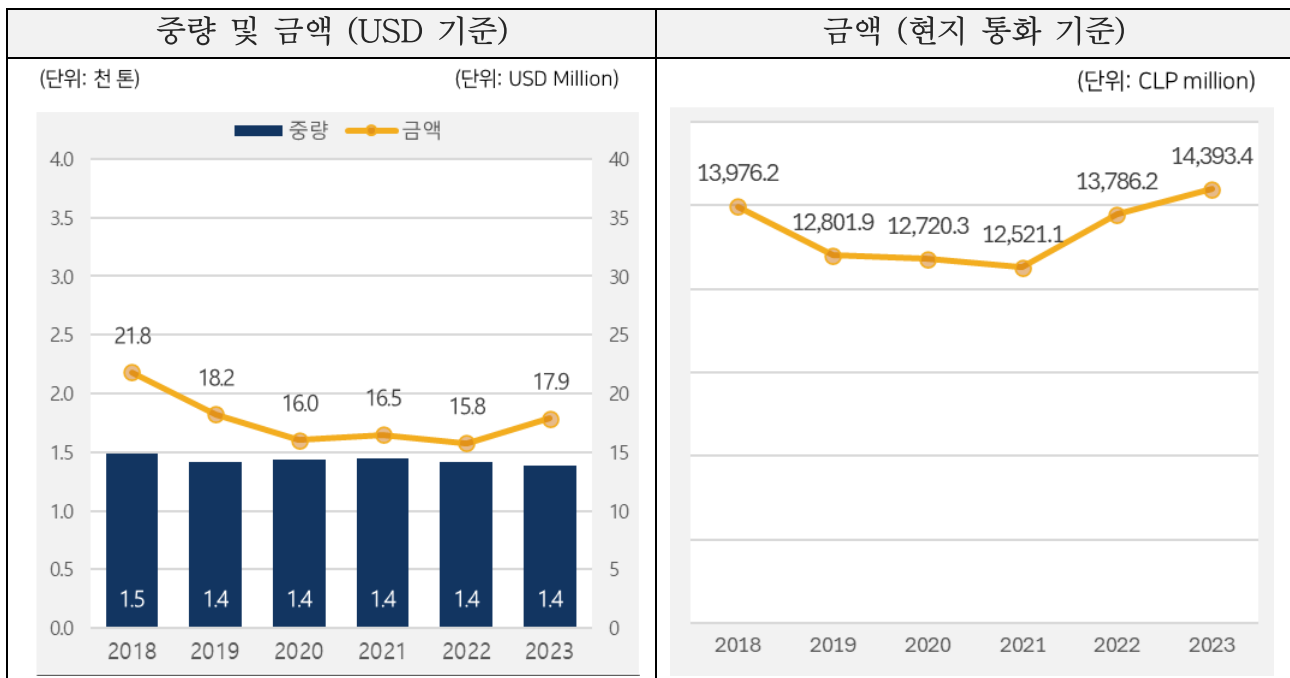


[아르헨티나]



남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

[칠레]



자료 출처: Euromonitor

1-4. 라면 판매 순위 [World Instant Noodles Association 자료]

- 세계 인스턴트 라면 협회에 따르면, 브라질은 세계 11위의 라면 시장으로 남미에서 가장 큰 라면 소비 시장임
- 칠레와 아르헨티나는 각각 45위, 54위로 순위가 낮음

국 가 별		라 면 판 매 개 수					단위: 백만 개
	나라	2019	2020	2021	2022	2023	
1	중국/홍콩	41,450	46,360	43,990	45,070	42,210	
2	인도네시아	12,520	12,640	13,270	14,260	14,540	
3	인도	6,730	6,730	7,560	7,580	8,680	
4	베트남	5,440	7,030	8,560	8,480	8,130	
5	일본	5,630	5,970	5,850	5,980	5,840	
6	미국	4,630	5,050	4,980	5,150	5,100	
7	필리핀	3,850	4,470	4,440	4,290	4,390	
8	대한민국	3,900	4,130	3,790	3,950	4,040	
11	브라질	2,420	2,720	2,850	2,830	2,550	
45	칠레	30	20	50	60	60	
54	아르헨티나	10	0	20	10	10	
전체		106,420	116,560	118,180	121,200	120,210	

자료 출처: World Instant Noodles Association (WINA) 2024. 5. 13

1-5. 라면 시장 규모 순위

- 3개국 모두 2020년 이후 금액면에서 성장하고 있으며 브라질은 세계 8위, 아르헨티나는 47위, 칠레는 52위임
- 중량면에서 브라질은 세계 10위, 아르헨티나는 52위, 칠레는 53위임

 금 액 (단위: USD million)						
	지역	2019	2020	2021	2022	2023
	총합	37,411.8	41,887.8	44,812.5	47,706.1	49,821.6
1	중국	13,658.8	15,863.5	17,070.4	18,740.0	18,575.1
2	일본	5,806.9	6,219.7	6,223.9	5,496.4	5,737.3
3	인도네시아	2,821.6	2,922.4	3,243.5	3,413.0	3,509.7
4	미국	1,414.6	1,688.6	1,833.7	2,234.3	2,689.6
5	대한민국	1,918.8	2,078.8	2,067.9	2,054.1	2,250.0
6	인도	985.6	1,159.7	1,360.0	1,525.0	1,721.4
7	베트남	1,092.0	1,318.6	1,566.8	1,623.8	1,635.4
8	브라질	989.3	879.8	969.0	1,153.8	1,329.8
9	필리핀	711.4	873.2	924.2	928.4	1,013.6
10	멕시코	552.6	513.9	636.3	783.3	1,008.7
47	아르헨티나	25.0	9.1	25.3	30.6	37.0
52	칠레	18.2	16.0	16.5	15.8	17.9

 중 량 (단위: 천 톤)						
	지역	2019	2020	2021	2022	2023
	총합	8,323.0	9,321.1	9,497.2	10,062.9	10,193.8
1	중국	3,272.6	3,703.3	3,654.2	4,053.1	3,982.6
2	인도네시아	1,009.1	1,038.8	1,059.5	1,082.7	1,111.3
3	인도	433.8	549.7	611.6	691.6	770.4
4	베트남	351.5	419.1	491.4	465.8	470.4
5	일본	441.1	464.1	482.3	479.4	460.2
6	대한민국	368.6	410.5	384.0	398.2	414.7
7	미국	307.6	346.1	350.8	370.0	403.2
8	필리핀	246.5	282.0	290.0	298.3	305.2
9	나이지리아	193.2	235.6	251.0	263.5	266.4
10	브라질	208.3	231.2	242.3	248.1	253.5
52	아르헨티나	1.7	0.9	1.9	1.5	1.6
53	칠레	1.4	1.4	1.4	1.4	1.4

자료 출처: Euromonitor

1-6. 남미 주요국 라면 수입 현황 및 주요 수입국

- 지난 4~5년간 남미 주요 3개국 모두 대한민국으로부터의 라면 수입이 크게 증가
- 전체적으로 보았을 때, 자체 라면 공장이 있는 브라질은 시장 규모에 비해 수입 규모가 작은 편이며, 칠레의 수입량이 금액과 중량면에서 모두 높은 편임
 - 한국으로부터의 수입은 브라질의 규모가 가장 크나 2023년 칠레의 수입이 금액면에서 큰 폭으로 증가함

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

		금 액 (단위: 천 USD)					중 량 (단위: 천 KG)				
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
 브라질	총합	2,797	2,330	2,920	3,248	3,267	1,574	1,176	1,338	1,664	1,591
	이탈리아	718	837	725	681	885	466	430	414	453	544
	미국	1,091	787	884	804	781	646	378	403	370	362
	대한민국	16	10	263	654	577	5	3	90	233	152
	일본	488	418	342	415	488	147	114	90	126	137
	중국	172	210	237	467	422	161	199	208	382	322
 아르헨티나	총합	2,814	1,325	4,298	5,490	4,646	1,089	498	1,459	1,538	1,086
	미국	1,890	417	2,354	3,743	2,968	718	174	766	964	555
	브라질	238	496	1,372	916	872	68	154	453	258	211
	중국	340	248	195	277	373	97	79	64	89	135
	대한민국	208	87	241	403	316	157	67	127	175	154
	대만	6	25	11	48	55	4	7	4	15	15
 칠레	총합	3,781	4,590	13,094	16,008	12,307	1,789	1,892	4,365	5,701	5,068
	중국	2,088	2,644	9,754	11,673	8,647	865	1,016	2,821	3,456	3,290
	이탈리아	189	255	602	1,135	1,015	118	162	349	670	577
	페루	313	144	335	470	548	220	107	249	285	318
	브라질	279	43	167	485	474	173	23	88	238	226
	대한민국	34	115	167	167	428	14	35	46	58	106
	태국	378	413	622	451	400	195	211	290	211	232

자료 출처: GTA

1-7. 남미 주요국 라면 수출 현황 및 주요 수출국

- 라면 공장이 있는 브라질과 칠레의 경우 라면을 수출하고 있으며 주로 같은 남미 국가로 수출을 하고 있음
- 라면 생산 규모가 큰 브라질의 수출 규모는 수입 규모를 넘어서고 있음

브라질 (금액 기준)						칠레 (금액 기준)					
(단위: 천 USD)	2019	2020	2021	2022	2023	(단위: 천 USD)	2019	2020	2021	2022	2023
총합	3,156	4,563	6,365	10,898	13,955	총합	174	238	706	505	635
콜롬비아	826	1,025	1,241	2,654	4,483	콜롬비아			461	153	309
우루과이	588	804	1,240	2,502	3,448	파라과이	70	107	100	86	167
파라과이	607	747	879	1,560	1,885	과테말라	48	55	50	101	65
칠레	202	114	142	874	1,065	볼리비아	40	36	64	66	65
아르헨티나	172	459	1,296	853	497	온두라스	4	8	6	11	16
미국	163	350	321	442	469						
산 바르톨로메 (카나리 제도)	-	-	33	427	414						
베네수엘라	28	62	122	255	329						

자료 출처: GTA

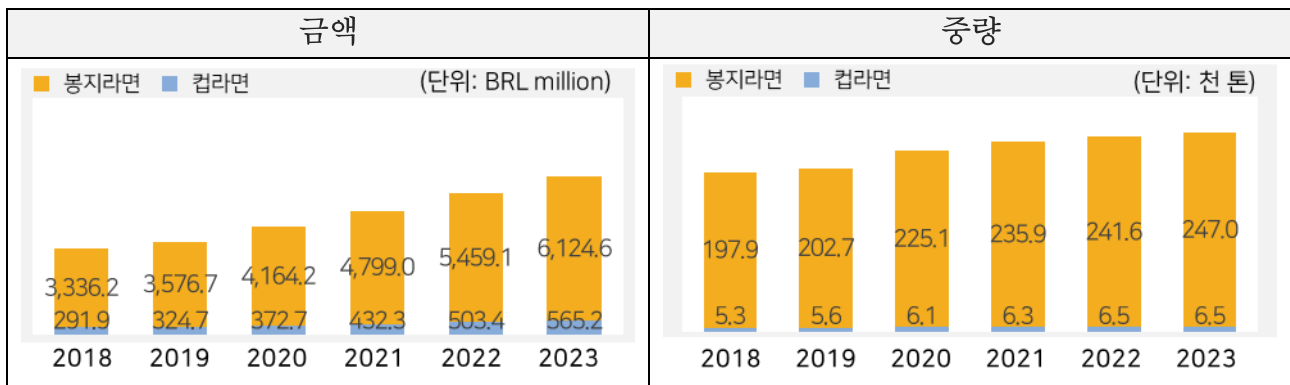
*아르헨티나는 라면 수출 자료가 없음 (라면 수출이 이루어지지 않는 것으로 보임)

1-8. 남미 주요국 라면 유형별 시장 현황

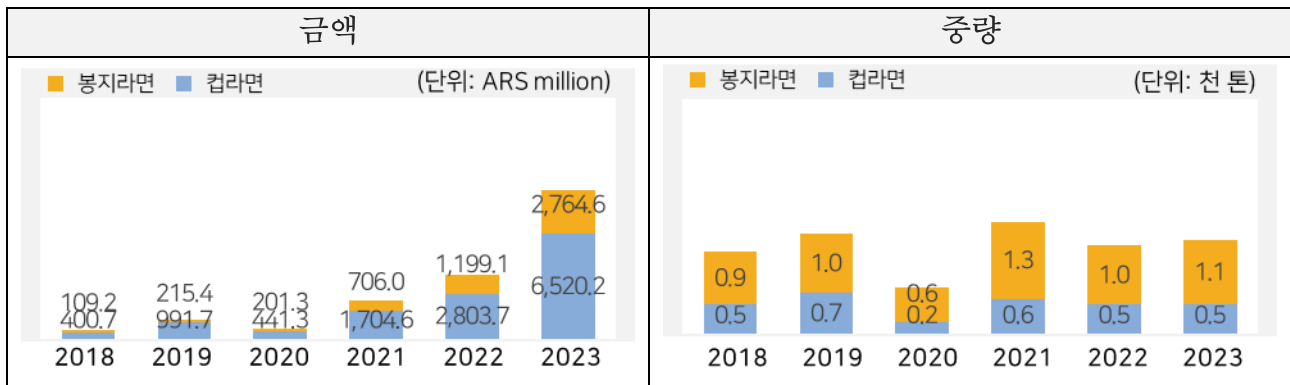
- 브라질이 봉지라면이 주류를 이루고 있다면 아르헨티나와 칠레는 컵라면의 비중이 더 높게 나타남
 - 특히 칠레는 컵라면이 80% 이상으로 주류를 이루고 있음

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

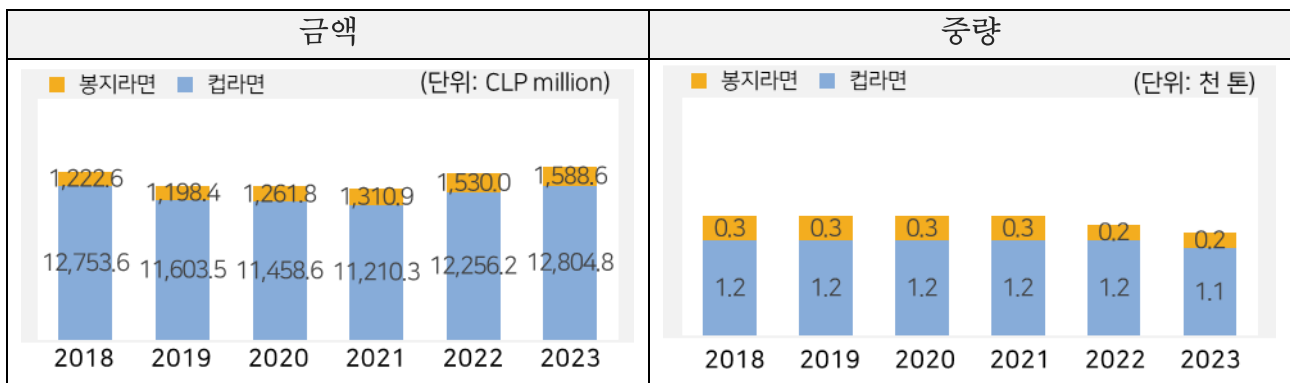
[브라질]



[아르헨티나]



[칠레]



자료 출처: Euromonitor

1-9. 남미 주요국 라면 시장 경쟁 현황

[브라질]

- 일본 라면인 Nissin이 70%에 가까운 M/S로 브라질 라면 시장을 독점하고 있으며 브라질 현지 브랜드인 Renata와 Santa Amália가 그 뒤를 이음

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 농심은 아직 M/S 0.3%로 시장에서 존재감이 미미한 편

점유율순위	No.	브랜드명 (현지)	회사명 (글로벌)	2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
	1	Nissin	Nissin Foods Holdings Co Ltd	57.5	57.8	60.8	63.8	67.7	67.9
	2	Renata	Pastificio Selmi SA	13.6	13.7	13.4	13.8	14.7	14.8
	3	Santa Amália	Camil Alimentos SA	N/A	N/A	N/A	4.4	4.6	4.7
	4	Carrefour	Private Label	1.4	1.4	1.3	1.3	1.4	1.5
	5	Qualitá	Private Label	0.7	0.6	0.6	0.6	0.7	0.7
	6	Nong Shim	Nongshim Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3

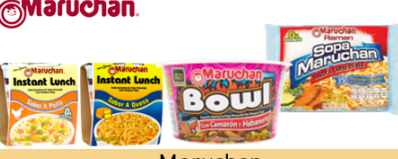
정규 브랜드									
	Nissin 일본 식품회사인 닛신푸드 산하의 인스턴트 라면 전문 브랜드로 9개의 서브 브랜드 제공			Renata Express 135년 전통 브라질 Selmi foods 산하의 식품 브랜드 Renata의 인스턴트 파스타, 라면 브랜드			Santa Amalia 1963년 설립된 브라질 식품 그룹 Camil의 식품 브랜드인 Santa Amalia에서 출시된 라면 제품		

자료 출처: Euromonitor

[아르헨티나]

- 일본라면인 Maruchan이 2023년 기준 약 63%로 가장 큰 시장 점유율을 차지하고 있으나 2018/19년에 비해 영향력이 점점 감소하고 있으며, 반면 Nissin의 점유율이 커지고 있음 - 2020년과 2021년의 경우 코로나로 인한 물류 문제로 인해 Maruchan의 점유율이 급격히 낮아진 것으로 보임
- 농심의 경우 약 2.6%의 점유율을 보이고 있음

점유율순위	No.	브랜드명 (현지)	회사명 (글로벌)	2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
	1	Maruchan	Toyo Suisan Kaisha Ltd	80.3	76.7	39.2	50.9	66.5	63.4
	2	Nissin	Nissin Foods Holdings Co Ltd	8.1	5.3	32.3	31.0	16.9	19.5
	3	Master Kong	Ting Hsin International Group	1.2	2.5	5.4	3.9	5.9	5.7
	4	Nong Shim	Nongshim Co Ltd	2.2	2.0	6.6	2.9	2.7	2.6

정규 브랜드									
	Maruchan 일본 식품기업 도요수산의 인스턴트 라면 브랜드 마루짬, 소용량 컵라면 Instant lunch, 봉지라면 Ramen, 대용량 컵라면 Bowl 등을 제공			Nissin 일본 식품회사인 닛신푸드 산하의 인스턴트 라면 브랜드로 브라질과는 달리 아르헨티나에서는 봉지 닛신 라면과 소형 컵라면 2개의 제품 라인만 제공			Master Kong 중국의 가장 큰 라면 제조사 수입 제품으로 농심과 마찬가지로 온라인 물, 중국/아시아 마트 위주로 유통되는 것으로 보여짐		

자료 출처: Euromonitor

[칠레]

- 일본 라면인 Maruchan과 칠레 브랜드인 Traverso, Walmart의 PB 제품이 경쟁하며 시장 점유율의 대부분을 차지함
- 한국라면은 아직 칠레에서 존재감을 보이지 못하고 있음

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

점유율 순위	No.	브랜드명 (현지)	회사명 (글로벌)	2018 (%)	2019 (%)	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)
	1	Maruchan	Toyo Suisan Kaisha Ltd	33.4	33.5	40.2	45.4	39.7	36.9
	2	Traverso	Traverso SA	21.4	21.8	22.1	22.6	25.4	28.1
	3	Private Label (Walmart Chile SA)	Private Label	19.2	19.9	20.7	21.7	21.8	20.8
	4	Maggi	Nestlé SA	3.1	3.4	4.0	4.6	4.2	4.5
	5	Loveme	Zhejiang Cereals, Oils & Foodstuffs Import & Export Co Ltd	13.0	13.7	5.6	0.5	0.4	0.4
경쟁 브랜드									
	Maruchan			Traverso			Walmart PB		
	일본 식품기업 도요수산의 인스턴트 라면 브랜드 마루짱, 소용량 컵라면 Instant lunch, 봉지라면 Ramen, 대용량 컵라면 Bowl 등을 제공			1896년 설립된 칠레의 식품회사 Traverso의 인스턴트 컵라면, 봉지라면			월마트 산하 슈퍼마켓 Lider의 PB 제품		

자료 출처: Euromonitor

1-10. 남미 주요국 라면 시장 선호 맛(Flavor) 순위

- 남미 주요국에서는 닭고기, (소)고기, 야채, 새우, 치즈 맛 등 맵지 않은 맛들이 인기를 끌고 있음

 브라질		 아르헨티나		 칠레	
1	닭고기 	(소)고기 		닭고기 	
2	(소)고기 	야채 		새우 	
3	야채 	닭고기 		(소)고기 	
4	새우 	새우 		치즈 	

자료 출처: Euromonitor

2. 남미 주요국 라면시장 성장동력 및 트렌드 분석

2-1. 남미 주요국 라면 시장 성장동력

- 코로나, 인플레이션의 영향과 간편한 식사 준비에 대한 니즈로 인해 전 세계적으로 라면의 시장이 성장하고 있으며, 특히 남미 주요국의 경우 글로벌 요인 외에도 빠른 도시화로 인한 도시 노동자들의 급격한 증가와 그들의 변화된 라이프 스타일, 로컬의 니즈에 맞춘 다양한 라면 제품의 출시 등으로 인해 라면 시장이 점점 커지고 있음

글로벌 공통 요인
☑️ 코로나 - 락다운으로 인해 외출/외식이 힘들어지고 집에서 요리하는 빈도가 늘어나며 간편식이 확대 - Food supply의 문제로 대체 식품에 대한 니즈 높아짐 ☑️ 인플레이션 - 물가 특히 식품, 생필품 등 가격의 급격한 상승으로 저렴한 식품으로 눈을 돌림 - 장기 보관 가능해 물가 상승시에도 대응 ☑️ 간편함 - 특별한 기술 없이 누구나 빠른 시간에 조리 가능
로컬 요인
☑️ 빠른 도시화로 인한 변화된 라이프스타일 - 도시화가 빠르게 진행되면서 바쁘게 살아가는 도시 노동자들이 늘어남 - 빠르고 간편한 식사 준비의 니즈가 커지며 인스턴트 푸드 시장이 성장 ☑️ 로컬의 입맛, 니즈를 고려한 다양한 제품 출시 - 현지인의 입맛에 맞는 소고기, 닭고기, 치즈, 새우, 야채 등 다양한 맛 출시 - 현지인에게 익숙한 국물이 거의 없는 타입의 제품 제공 - 봉지라면, 컵라면 외에도 즉석 스파게티, 컵 비빔면 등 다양한 타입의 제품 출시 ☑️ 높은 활용도 - 간식, 식사로 단독 섭취뿐만 아니라 다양한 레시피 제공으로 다른 음식과 함께 조리 가능 ☑️ 다양한 문화가 공존하는 사회 - 남미는 다양한 인종, 이민자들이 만든 사회로 특히 브라질은 남미의 멜팅팟으로 일본계 이민자도 많아 일본의 식문화가 자연스레 기존 브라질 식문화에 스며들었고 일본 음식, 일본풍 요리 등에 익숙함

자료 출처: EMR report, The Guardian

2-2. 남미 주요국 선호 라면 스타일

- 세 나라 모두 수분이 적은 라면을 섭취하는 편이며 전자레인지에 조리하는 경우가 많아 면발이 얇음

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 기본적인 맛 외에도 토마토 맛, 치즈 맛, 야채 맛, 베이컨 맛 등 다양한 맛을 선호하며 브라질과 아르헨티나는 매운 맛이 아직 대중적인 인기를 끌고 있지는 못하고 있음

[브라질]

- ☑ 대개 국물이 없는 라면을 즐겨 먹음: 쫄득하고 꾸덕꾸덕한 식감을 선호하기 때문에 수분은 적고 맛이 짭 라면을 섭취함
- ☑ 날씨가 더운 나라이기에 몸의 열을 올리는 매운 맛을 선호하지 않으며 브라질인들의 입맛에 맞게 출시된 토마토 맛, 치즈 맛, 베이컨 맛 라면 등도 쉽게 찾아볼 수 있음
- ☑ 인스턴트 라면 외에도 인스턴트 스파게티와 현지인에게 친숙도가 있는 야키소바 라면도 제공

[아르헨티나]

- ☑ 아르헨티나는 미식을 중요하게 여겨 라면 전문식당은 인기가 많으나 인스턴트라면은 아직 대중화되지는 않음
- ☑ 아르헨티나에서 식사는 중요한 소셜 활동으로 라면은 전통적 식사의 대체보다는 바쁘고 정신없는 생활에서 일종의 보완재로 간단한 한끼, 간식, 야식 등으로 포지셔닝하고 있음
- ☑ 컵라면이 봉지라면 보다 더 많이 팔리고 있으며, 향후에도 취식 상황을 봤을 때 컵라면이 더 성장할 것으로 보임 (들고 다니며 외부에서 식사/간식으로 섭취)
*남미의 컵라면에는 포크가 들어있어 야외에서 취식이 가능
- Maruchan의 소형 컵라면은 남미에서 'Instant Lunch'로 포지셔닝하고 있음
- ☑ Maruchan에서는 염분을 줄인 reduced sodium (닭고기, 소고기 맛) 제품 출시

[칠레]

- ☑ 봉지라면보다 컵라면이 메인으로 이동 중에, 외부에서 취식하는 상황이 많은 것으로 보임: 컵라면도 다양한 종류와 맛을 제공하고 있음
- ☑ 칠리 소스에 익숙한 나라 답게 매운 맛 종류도 다양하게 제공
- ☑ 닭고기 맛, 새우 맛, 소고기 맛, 치즈 맛 외에도 로스트 비프, 토마토 맛, 야채 맛 등 다양한 맛 제공

[공통 사항]

- ☑ 전자레인지에 조리하는 경우가 많아 면발이 얇음
- ☑ 봉지라면은 용량이 한국 라면보다 작음

2-3. 남미 주요국의 라면 관련 주목할 만한 트렌드

젊은 층을 중심으로 한 매운 맛 열풍 (브라질)

: 브라질에서는 최근 젊은 층을 중심으로 매운 맛 섭취가 확대되고 있어 향후 한국 라면에 대한 접근성이 높아지는데 도움이 될 것으로 보여짐

- 최근 몇 년 동안 브라질에서 매운맛과 고추류의 인기가 높아짐
- 특히 Gen Z는 식사뿐 아니라 스낵에서도 이러한 맛을 추구하는 경향으로 매운 맛 음식, 소스 등이 지속적으로 출시됨
 - 브라질 업체 세아라(Seara): 매운맛 제품 ‘슈퍼 피칸테 (Super Picante)’ 라인 출시 (2021. 9): 6가지 제품으로 구성되었으며, 할라피뇨로 만든 볼로네제 라자냐, 치폴테 독 소시지 등이 포함
 - 닛신푸드 브라질: HOT 브랜드에 이어 닛신라면에서도 고추의 매운맛을 결합한 ‘Galinha Caipira Picante’ 제품 출시 (2023. 10)
 - Kraft Heinz: 고품질 제품 포트폴리오인 ‘Taste Elevation’을 브라질 시장에서 확고히 하고자 태국, 한국, 멕시코 각각의 독특한 매운 맛 소스제품을 출시 (2023. 9)



세아라 -
슈퍼 피칸테라인



닛신라면
‘Galinha Caipira Picante’



크라프트 하인즈
Taste Elevation 매운맛 3종

자료 출처: KATI

Healthier Food에 대한 니즈 증가

: 남미 주요국에는 건강한 식품 섭취에 대한 소비자의 니즈가 확대되고 있으며 정부에서도 패키지 영양성분표, 성분표시를 강화하는 등 국민의 건강한 영양 섭취에 신경 씀

- 건강한 식품 섭취에 대한 니즈 증가
 - 비만 인구가 늘어나며 먹거리에 대한 관심 증가
 - ‘신선하고 건강한 식품 소비의 증가’- 2023년 APAS Show*의 3대 트렌드 중 하나 (*APAS Show: 매해 브라질에서 열리는 미주 대륙에서 가장 규모가 큰 식음료 이벤트이자 세계에서 가장 규모가 큰 슈퍼마켓 페어)
- 건강과 영양에 대한 관심이 상승함에 따라 소비자는 식품의 영양 정보를 더욱 중요하게 여기고 있으며 패키지에도 영양성분표 및 성분표시가 강화
- 탄수화물이 주 성분이고 나트륨이 함량이 높은 인스턴트 라면이 건강에 좋지 않다는 기사/보도 많은 상황
- 더 건강한 라면 제품에 대한 니즈 존재: 염분을 줄인 제품, 저지방, 유기농, 합성 보존제 비 포함, 쌀 라면 등
- 채식, 비건 등 식물성 식단에 대한 수요 증가
 - 브라질 채식시장은 2020년 8,280만 USD 규모로, 2025년까지 1억 3,180만 USD에 도달할 것으로 전망되어 식물성 식단에 대한 수요가 점점 높아지는 것으로 보임
 - 닛신 브라질의 Nissin Lámen 중 야채 맛은 인스턴트라면 최초로 ‘브라질 베지테리언 협회(Sociedade Vegetariana Brasileira)’ 인증

자료 출처: 매일안전신문 (ISDN)

한류의 인기로 K-Food에 대한 관심 증가

: 한류의 인기로 인해 한국 음식에 대한 관심도 증가하고 있으며 한국 라면의 현지 주 취식층이 K-culture의 팬이 많아, 향후 라면 시장 진출 시 한류를 적극적으로 활용하는 것이 도움이 될 것임

- 남미에서 한류의 인기가 지속
 - 최근 K-드라마(넷플릭스)가 남미에서 큰 인기를 끌며 꾸준히 시청률 상위권에 랭킹
 - 아르헨티나와 칠레를 중심으로 큰 K-POP 한류 팬덤이 형성되어 있음
 - (한류 동호회 가입회원 수: 세계 7위 아르헨티나(547만명), 17위 칠레(146만명), 22위 브라질 (84만명))
 - 한류의 인기로 한국의 문화, 음식에 대한 관심도 덩달아 커지고 있음
- 김치 등 한국음식이 남미에서 인기를 더해가고 있으며 브라질 상파울루와 아르헨티나에서는 ‘김치의 날’이 제정됨
- 실제 한국라면의 현지인 주 취식층은 K-POP, K-드라마 등의 팬으로 한국 문화/음식에 관심을 가진 젊은 층
 - 상파울루에서는 다양한 한국 라면을 한국 편의점 스타일로 직접 끓여먹을 수 있는 편의점 오픈



자료 출처: KATI, 한국국제교류재단 홈페이지

마케팅에서 가장 중요한 SNS (ft. 틱톡, 인스타그램)

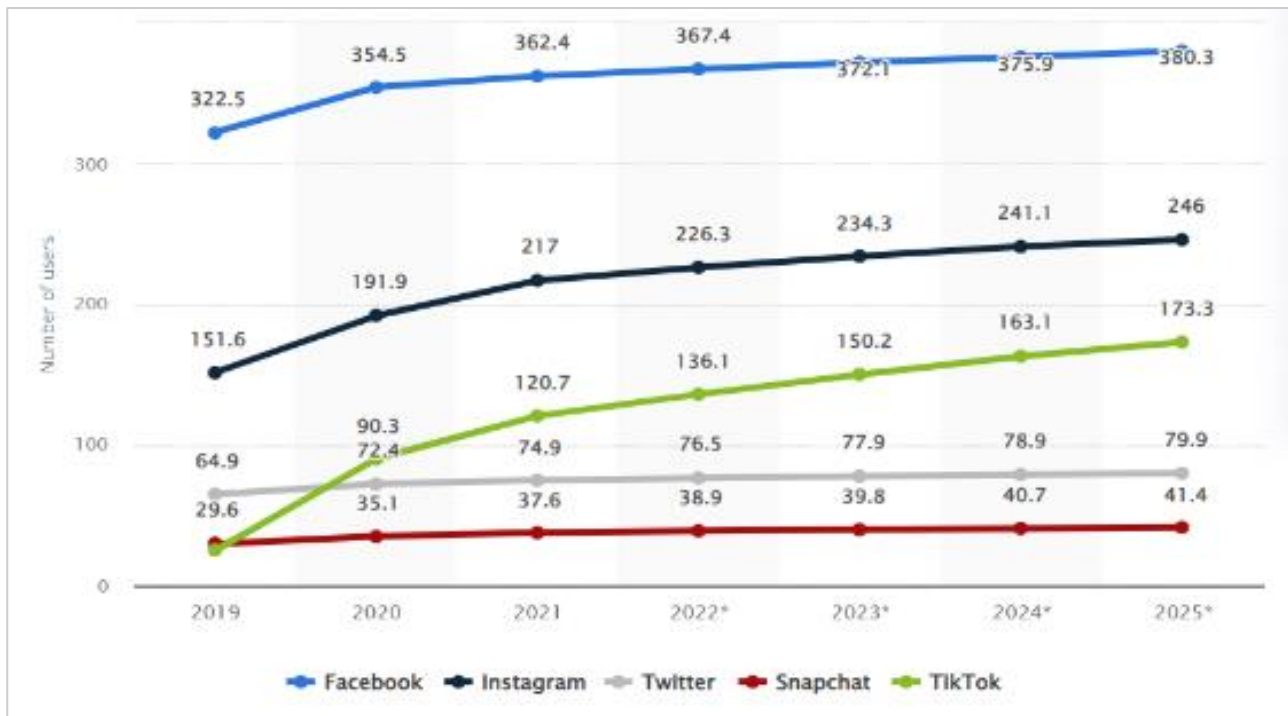
: 남미 주요국의 소비자들은 SNS 이용 시간이 긴 편이며 최근에는 틱톡, 인스타그램의 인기가 커지고 있어 마케팅 활동에서 SNS를 적극적으로 활용하는 것이 필요함

- 남미 주요국의 SNS 이용 시간은 매우 긴 편
 - 브라질 세계 3 위 (하루 평균 3 시간 37분), 칠레 세계 7위 (3시간 22분), 아르헨티나 세계 11위 (3시간 4분)
- 틱톡은 남미에서 가장 빨리 성장하고 있는 SNS
 - 페이스북 이용자가 가장 많으나 젊은 층을 중심으로 틱톡과 인스타그램 이용이 빠르게 증가: 사진, 동영상 등 비주얼 중심의 커뮤니케이션이 중요해짐
- 라면 브랜드들도 SNS를 활용해서 마케팅 활동 진행, 다양한 레시피를 공유하고 있으며 사용자들도 자발적으로 라면 관련 동영상 공유

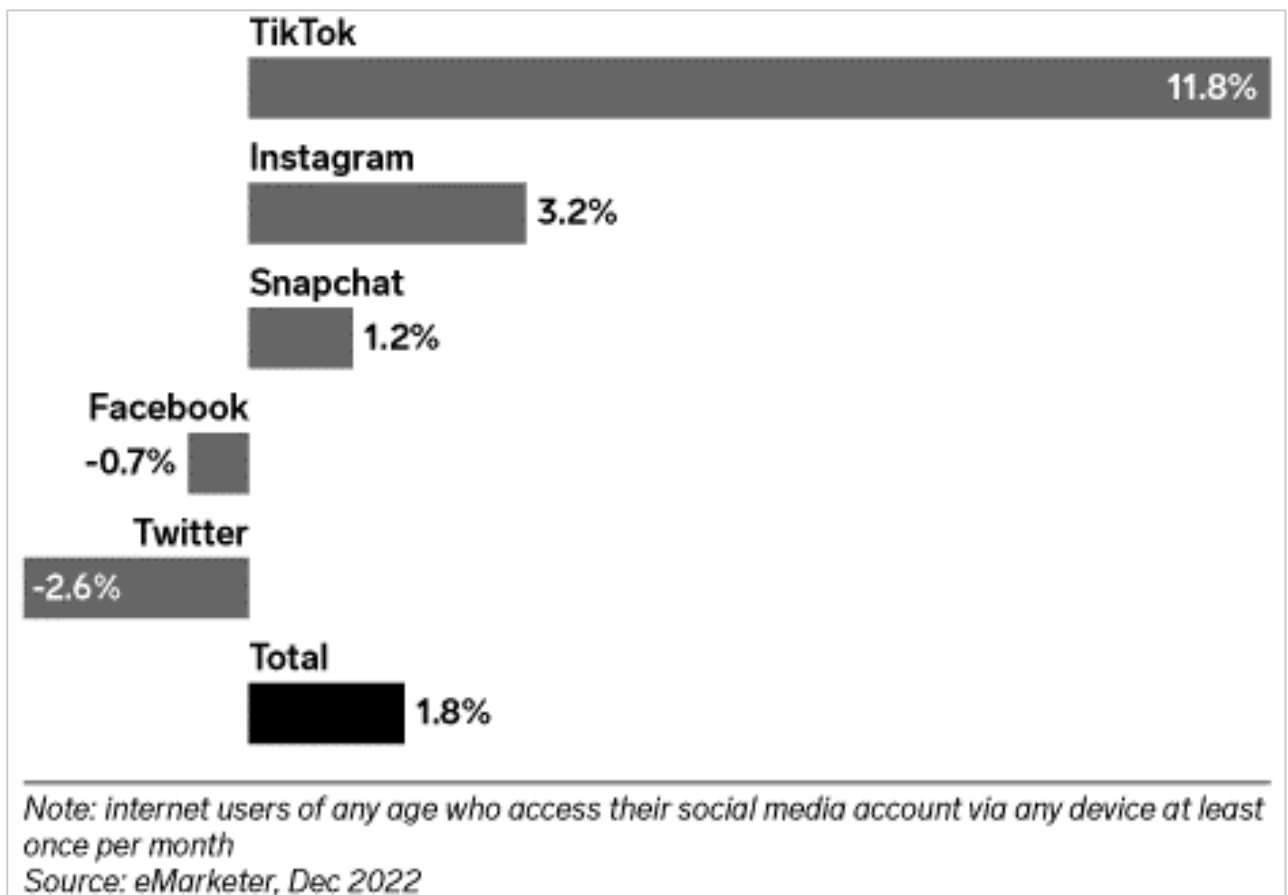
자료 출처: Statista, eMarketer, Dataportal

[남미의 SNS 이용자 수]

(단위:million)



[남미의 SNS 이용자 수 증가율, 2023]



2-4. 경쟁사 분석: Nissin

- 남미 최대의 라면 브랜드인 Nissin은 일본의 식품 기업으로 1965년 브라질에 진출해 라면의 대명사로 자리매김하고 있음
- 총 9개의 브랜드와 52개 맛의 다양한 제품을 제공하고 있으며 철저한 현지화로 인기를 끌고 있음

Nissin 브라질 	◦ 일본의 식품 기업으로 미주에 3개의 법인 진출 (미국, 멕시코, 브라질) ◦ 브라질에서 남미 헤드쿼터 오피스와 2개의 공장 운영, 최근 3번째 공장 건설 (24. 6~26. 3) 계획 발표 [연 혁] • 1965년 브라질에 진출해 인스턴트 라면 생산 및 판매 (진출과 동시에 공장 설립) : 수입 식품의 리스크(통관, 검역 및 적재를 위한 수요) 및 운송비, 관세를 줄이고 싼 값에 라면 제공 • 1971년 브라질 최초로 컵라면 출시 • 사실상 브라질에 라면을 전파한 브랜드로 브라질에서는 인스턴트 라면을 지칭할 때 닛신식품 브랜드인 미오주(Miojo)라고 부르기도 함	
브랜드 및 제품 포트폴리오 대표 제품인 봉지라면 Nissin LÁMEN과 컵라면 Cup Noodles를 비롯해 총 9개의 브랜드 52개의 맛(flavor) 제공 	남미에서의 브랜드 포지셔닝 지향점 "Unique and Variety" ✓ 차별화된 제품 ✓ 다양한 스타일과 맛 제공 ✓ 철저한 현지화	마케팅 커뮤니케이션  • 전세계적으로 닛신 라면 광고는 엽기적이고 기괴한 유머 코드로 젊은 층의 주목 받음 • SNS 및 로컬 인플루언서를 활용한 마케팅

자료 출처: 닛신 홈페이지 (www.nissin.com, www.nissin.com.br) 인터뷰

[Nissin 라면 브랜드 및 제품 포트폴리오]

- Nissin에서 브라질을 포함 남미에 제공하는 9개의 제품 포트폴리오는 아래와 같음

	NISSIN LÁMEN 가장 대중적인 인스턴트 봉지라면 (11개 맛)		NOSSO SABOR 북동부 사람들이 사랑하는 맛 (5개 맛 - 매운맛 포함)
	Turma do Chico Bento/ Turma da Monica 브라질 유명 애니메이션 캐릭터를 활용 어린이용, 어린 시절의 맛 (6개 맛)		TALHARIM 스파게티 스타일 비빔면 3분안에 레스토랑의 맛 제공을 강조 (6개 맛)
	HOT 매운맛 라면 (3개 맛)		CUP NOODLES 닛신의 대표적인 소용량 컵라면 (12개 맛)
	CREMOSO 크리미하고 국물적은 라면 (2개 맛)		UFO 대용량 컵라면 (3개 맛)
	ESPAGUETE INSTANTANEO 인스턴트 스파게티 (4개 맛)		ESPAGUETE INSTANTANEO 인스턴트 스파게티 (4개 맛)

3. 한국라면의 남미 주요국 진출 및 유통현황 분석

3-1. 한국의 남미 주요국 라면 수출 현황

- 한국의 남미 주요국 라면 수출은 지속적으로 증가하고 있으며 라면 시장 규모가 가장 큰 브라질이 중량과 금액 모두 가장 크며, 아르헨티나와 칠레는 비슷한 수준임



자료 출처: KATI

3-2. 남미 주요국 진출한 한국 라면 브랜드 및 제품

- 각 사의 대표라면과 더불어 한국에서는 보기 어려운 곰탕/설렁탕면 및 야채, 해물 맛 라면, 김치라면이 눈에 띈 (한인/아시아 마트를 제외하고 현지 온라인 마켓 (Mercado Libre 등) 에서 판매하고 있는 제품 위주로 정리함)



자료 출처: Mercado Libre 홈페이지

3-3. 한국 제품 로고

- K-food의 인기가 높아지면서 해외에서 한국산 유사 제품 판매가 늘어남에 따라 한국산 식품들은 한국 제품이라는 것을 증명하는 다양한 증빙 로고를 자체적으로 부착

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 라면 또한 'Made in Korea' 로고나 태극 문양을 연상시키는 디자인, 태극기 이미지 추가 등으로 차별화를 두고 있으며, 농림축산식품부가 개발해 상표권 출원 등록이 완료된 K-FOOD 로고를 사용할 수 있음 (현재 브라질은 상표권이 등록되어 사용 가능하며 아르헨티나와 칠레는 상표권 등록이 완료된 후 사용 가능)

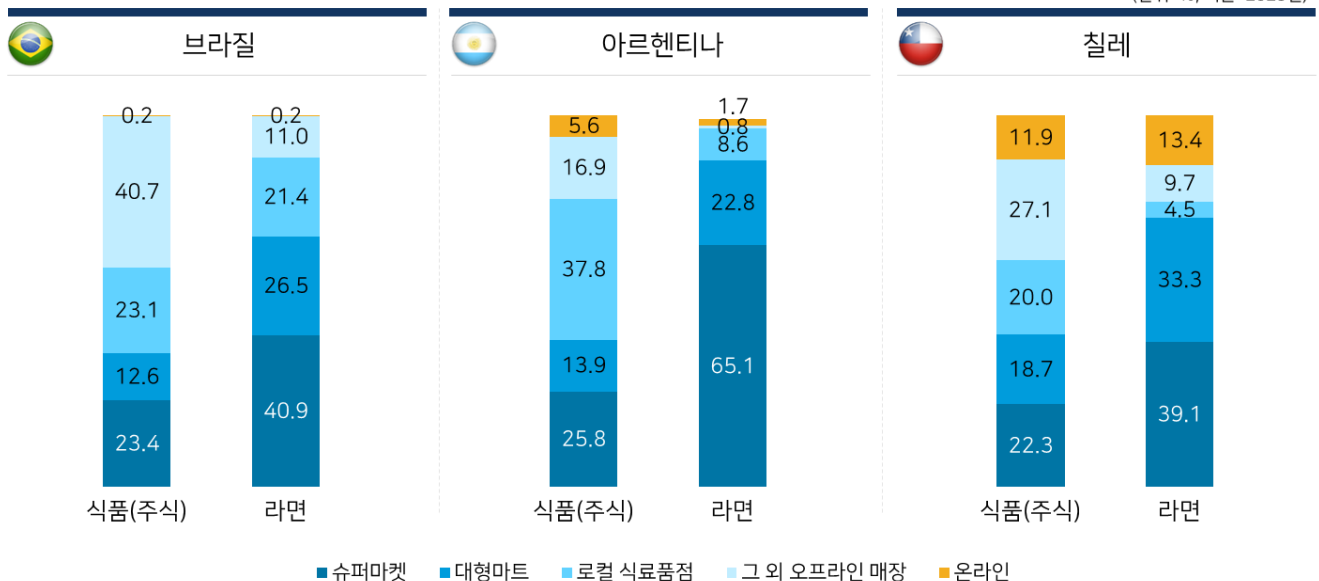
현재 남미 주요국에서 판매되고 있는 한국 제품 로고가 부착된 제품 이미지



3-4. 남미 주요국의 식품(주식) 및 라면의 주요 유통 채널 현황

- 식품 구입 채널은 오프라인이 대세이나, 칠레의 경우 온라인의 비중이 약 12% 정도로 상대적으로 높은 편임
- 라면의 경우 3개국 모두 슈퍼마켓의 비중이 가장 높고 대형할인 마트가 그 뒤를 이음; 아르헨티나의 경우 슈퍼마켓의 비중이 절대적으로 높음
- 브라질의 경우 로컬 식료품점의 비중도 높은 편이며, 칠레의 온라인 채널 구매율이 13%로 눈에 띈다

(단위: %, 기준: 2023년)



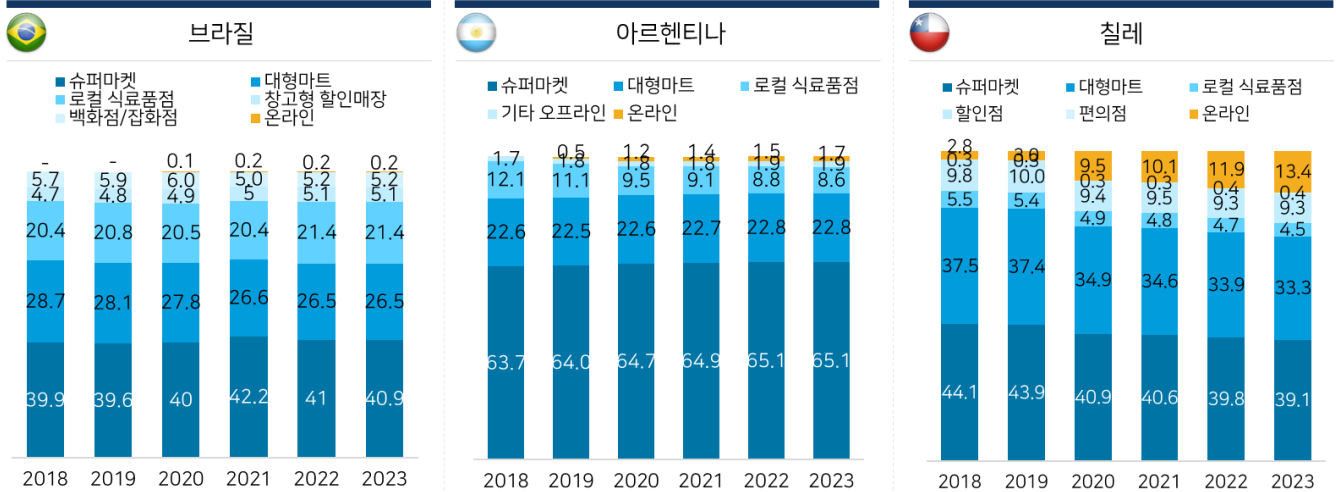
자료 출처: Euromonitor

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

3-5. 라면 유통 채널 비중 트렌드

- 브라질과 아르헨티나가 라면 유통 채널의 변화가 거의 없는 가운데 칠레는 온라인 시장의 빠른 성장이 눈에 띄고 있음
 - 칠레의 온라인 시장 성장으로 인해 슈퍼마켓과 대형마트의 비중이 줄어들고 있음

(단위: %)



자료 출처: Euromonitor

3-6. 남미 주요국의 유통 시장 현황

[브라질]

- 브라질의 유통 채널 규모는 온라인의 비중이 약 20% 정도로 3개국 중 가장 높으며, Mercado Livre가 50% 이상의 점유율로 온라인 시장의 강자로 자리매김
- 오프라인 장보기 채널에서는 Atacadão, Assai, Carrefour등의 브랜드가 경쟁하고 있으며, 슈퍼마켓에서는 Supermercados BH, Mix Mateus, Pão de Açúcar 등이 경쟁하고 있음

브라질
온/오프라인
채널 규모 및
비중

(단위: BRL million)

온라인 채널

오프라인 채널

67,342.8

869,173.9

7.2%

92.8%

83,124.4

901,144.6

145,583.9

865,073.1

213,076.6

904,637.1

235,621.2

973,596.8

254,133.5

1,046,076.7

19.5%

80.5%

2018

2019

2020

2021

2022

2023

주요 오프라인
장보기 채널
점유율

브랜드 명

회사명 (GBO)

2018 (%)

2019 (%)

2020 (%)

2021 (%)

2022 (%)

2023 (%)

Atacadão

Carrefour SA

6.5

7.5

8.9

10.5

11.5

10.8

Assai

Casino Guichard-Perrachon SA

4.2

4.9

6.1

7.2

8.3

7.7

Carrefour

Carrefour SA

5.3

5.3

5.7

5.5

5.3

6.6

Supermercados BH

Supermercados BH Comércio de Alimentos Ltda

1.6

1.8

2.2

2.6

3.2

3.7

Mix Mateus

Grupo Mateus SA

1.2

1.1

1.7

2.2

2.9

3.7

Max Atacadista

Irmãos Muffato & Cia Ltda

-

-

-

-

1.6

2.3

Pão de Açúcar

Casino Guichard-Perrachon SA

2.2

2.1

2.1

2.1

2.1

2.1

Sam's Club

Carrefour SA

-

-

-

-

1.3

2.0

주요 온라인
Marketplace
점유율

MercadoLivre

Amazon

Magazine Luiza

Shopee

MercadoLibre SRL

Amazon.com Inc

Magazine Luiza SA

Sea Ltd

45.9

11.1

1.9

-

39.7

14.0

5.2

0.4

36.7

13.0

7.4

4.8

39.7

9.9

7.6

8.4

45.5

11.5

8.1

9.2

51.5

10.1

9.0

8.2

자료 출처: Euromonitor

[브라질 대표 오프라인 브랜드]

- 대부분의 오프라인 유통사들은 온라인(웹, 앱)과 연동한 옴니채널 방식으로 운영 중이며 앱 회원 전용 혜택 등을 강조하며 온라인 사용을 유도하고 있음

Carrefour	
매장 수	117개
브랜드 국적	프랑스
카테고리	대형마트
웹사이트	www.carrefour.com.br
특징	• 1975년 브라질 시장에 진출 • 최근 디지털화에 역량을 집중하고 있으며 Meu Carrefour 앱을 통해 제품 정보 외에도 구매 리워드와 조리법 정보 등을 제공 • 그룹 전략적으로 대형마트에서 할인점, 미니마켓 등으로 투자 방향을 전환하고 있음: 브라질 소비자들이 보다 저렴하고 편리한 쇼핑 경험을 추구함에 따라 이러한 정책을 시행함
매장 사진	  

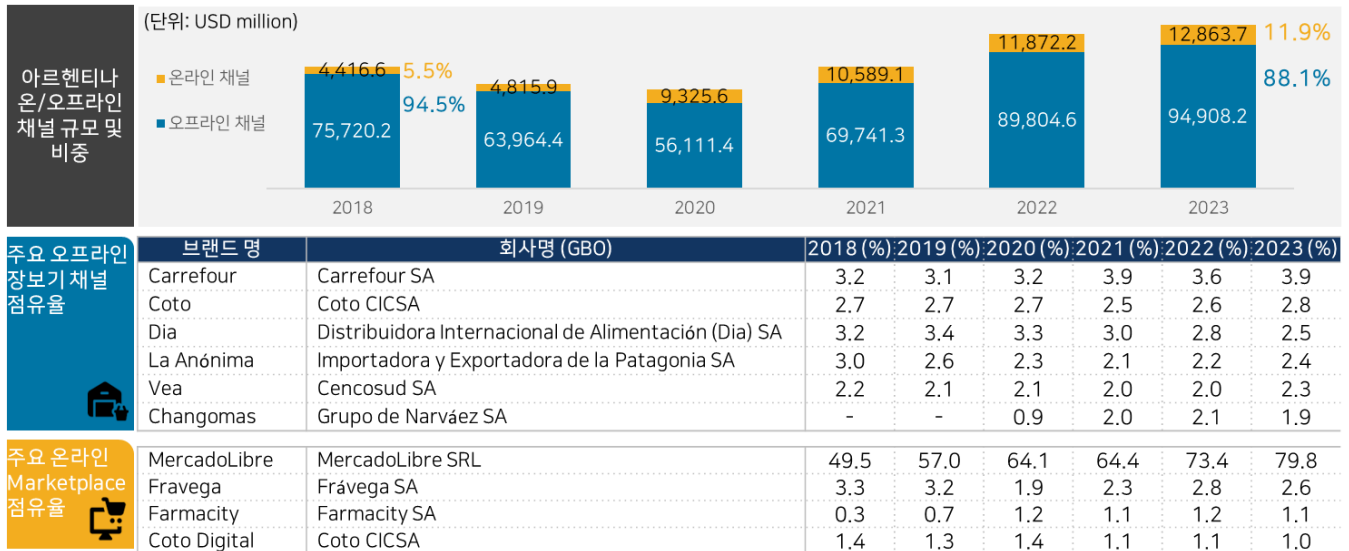
Assai	
매장 수	276개
브랜드 국적	브라질
카테고리	창고형 할인점
웹사이트	www.assai.com.br
특징	• 1974년 설립되었으며 2007년 GPA로 합병됨 • 2010년부터 공격적으로 매장을 늘리며, 대형마트/슈퍼마켓보다 저렴한 가격으로 도매(Wholesale)와 소매(Retail)를 모두 제공 • 2023년 기존의 앱을 개선한 Meu Assai 앱을 론칭하며 전용 할인 및 프로모션 정보를 제공 • 매장 규모가 크기 때문에 신선식품에서부터 공산품, 정육점, 커피숍, 베이커리 등을 갖춘
매장 사진	 

Mix Mateus	
매장 수	76개
브랜드 국적	브라질
카테고리	대형마트/슈퍼마켓
웹사이트	mateusmais.com.br (그룹 온라인마켓) www.grupomateus.com.br
특징	• 북부, 북동부 지역을 연고하고 있는 Mateus 유통 그룹 산하의 대형마트/슈퍼마켓 브랜드 • 최근 그룹의 확장 정책에 매장 수를 공격적으로 늘리고 있음 • Mateus Mais 앱을 통해 프로모션, 제품 정보를 얻을 수 있으며 배달 주문, pick-up 주문도 가능
매장 사진	 

Pão de Açúcar	
매장 수	194개
브랜드 국적	브라질
카테고리	슈퍼마켓
웹사이트	www.paodeacucar.com
특징	• 북동부, 동부를 연고로 하는 GPA 그룹 산하의 슈퍼마켓 체인으로 1959년에 설립 • 모든 매장의 입구를 녹색으로 통일하고 매장 입구에 꽃과 과일을 배치하며, 유기농 전용 코너를 운영하는 등 '젊고 건강한 유기농의 이미지'를 내세우는 브랜드 마케팅 • Pão de Açúcar Mais 앱을 통해 할인 정보, 전용 할인 품목 등의 혜택을 제공
매장 사진	 

[아르헨티나]

- 아르헨티나는 남미 주요 3개국 중 온라인 채널의 성장 및 비중이 가장 낮음
 - 단, 온라인 채널에서는 Mercado Libre가 독점적으로 시장을 장악하고 있음
- 오프라인 장보기 유통 채널은 독보적 브랜드나 회사가 없으며 Carrefour와 Coto, Dia, La Anónima, Vea 등이 경쟁하고 있음



자료 출처: Euromonitor

[아르헨티나 대표 오프라인 브랜드]

- 아르헨티나는 소고기로 유명한 나라 답게 많은 마트 체인이 육가공 공장 계열사를 함께 가지고 있으며 이를 통해 양질의 육류를 제공받고 있음
- 브라질과 마찬가지로 온라인 채널을 강화하고 있으며, 전체적으로 PB 브랜드에 주력하고 이를 강화하려는 전략이 눈에 띈다

Coto	
매장 수	123개 (미니 포함)
브랜드 국적	아르헨티나
카테고리	대형마트/슈퍼마켓
웹사이트	coto.com.ar
특징	• 약 50년 전 정육점으로 시작해 성장한 Coto CICSА 산하의 마트 브랜드 • 대부분의 매장이 부에노스아이레스 주에 위치 • 다양한 PB브랜드를 제공하며, 계열사인 육가공 공장을 통해 신선하고 품질 좋은 육류를 제공받음 • Mercado Libre의 QR 결제 시스템인 Mercado pago를 사용함
매장 사진	 

DIA	
매장 수	1029개
브랜드 국적	스페인
카테고리	슈퍼마켓 (할인점)
웹사이트	diaonline.supermercadosdia.com.ar
특징	• 슈퍼마켓 브랜드로, DIA SA산하의 브랜드 • 저렴한 가격을 우선으로 하는 hard-discount store • DIA PB 제품 종류와 품질을 새롭게 업그레이드함 • 최근에 웹사이트와 앱을 리뉴얼하는 등 이커머스에 투자하고 있음 • Club DIA 멤버십을 운영하고 있으며 강화 예정
매장 사진	

La Anónima	
매장 수	182개
브랜드 국적	아르헨티나
카테고리	슈퍼마켓
웹사이트	laanonima.com.ar
특징	• Importadora y Exportadora de la Patagonia SA 산하의 슈퍼마켓 브랜드로 주로 파타고니아 지역 중심으로 매장 운영 • 모기업이 육가공 공장을 함께 운영해 양질의 육류를 제공받음 • 자사앱 PLUS를 제공하고 있으며 온라인 배송을 위한 새로운 물류창고 건립
매장 사진	

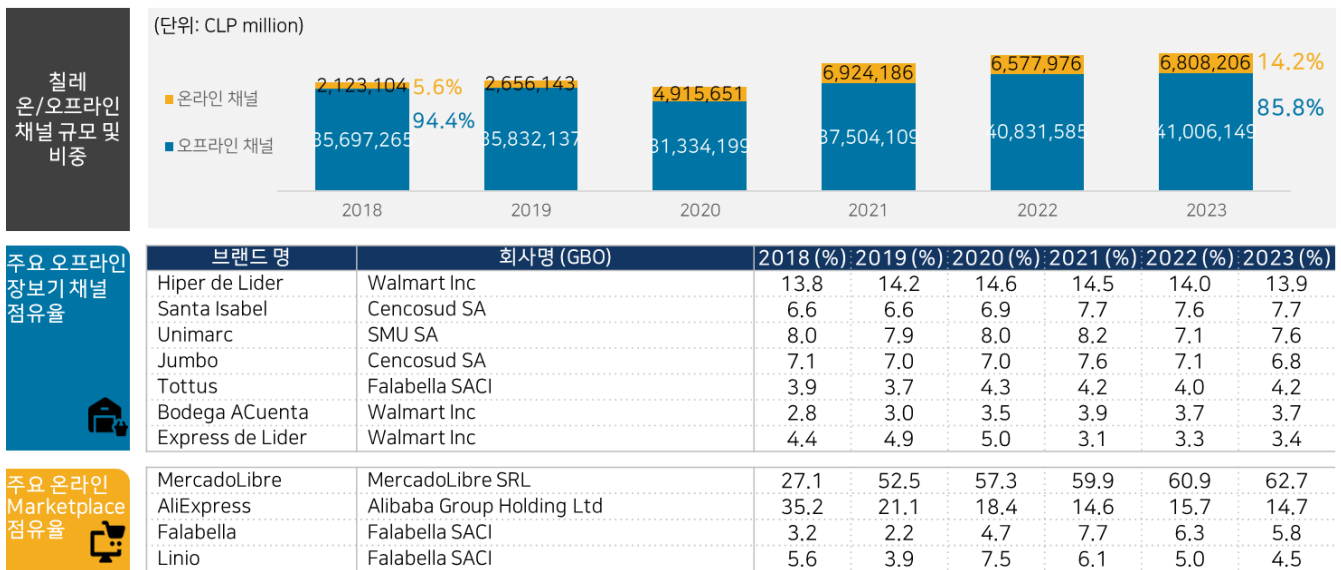
Vea	
매장 수	168개
브랜드 국적	칠레
카테고리	슈퍼마켓
웹사이트	168개

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

특징	• 남미의 유명한 유통그룹인 Cencosud SA산하의 슈퍼마켓 체인이며 18개주에 매장을 보유 • 저렴한 가격을 우선하고 있음 • 신선식품을 저렴한 가격으로 다양하게 제공함 • Cencosud 산하 모든 체인에 적용되는 CencoPay 이용 가능: QR결제, 전용 할인/프로모션 제공, Cencosud 멤버십으로 더 많은 포인트 적립 가능
매장 사진	 

[칠레]

- 칠레도 다른 남미 주요국과 마찬가지로 아직 온라인 시장의 비중이 작은 편임
- 오프라인 장보기 채널에서는 Walmart의 Lider가 가장 큰 점유율을 차지하고 있으며 그 아래에 Santa Isabel, Unimarc, Jumbo가 경쟁하고 있음



자료 출처: Euromonitor

[칠레 대표 오프라인 브랜드]

Hiper de Lider	
매장수	104개
브랜드 국적	미국 (Walmart 산하)
카테고리	대형마트/슈퍼마켓
웹사이트	www.lider.cl
특징	• Walmart Inc. 산하 마트 브랜드 (2009년 합병)

	• ‘All in one place’ 컨셉으로 가전제품, 식료품, 생활 용품 등 여러 종류의 제품과 현지 생산품, 수입품, 미국 월마트 상품 등 다양한 물품 제공 • 매장 내 패스트푸드를 판매하는 별도의 물 운영 • 옴니채널 방식으로 운영되어, 가능한 지역에 한해 배송 및 픽업이 가능하며 2019년부터 픽업 서비스 제공 매장 수를 늘리고 있음
매장 사진	 

Santa Isabel	
매장수	192개
브랜드 국적	칠레
카테고리	슈퍼마켓
웹사이트	www.santaisabel.cl
특징	• Cencosud SA 산하 슈퍼마켓 브랜드 • 대부분의 매장이 대도시 근처에 집중되어 있어 접근성이 강점 • 경쟁력 있는 가격과 타협하지 않는 품질을 내세움 • Cencosud 그룹 차원의 전략 1) Westin Union과 제휴 - Westin Union이 운영되는 모든 국가에 송금 서비스 2) Cencosud 체인에서 사용할 수 있는 CencoPay
매장 사진	 

Unimarc	
매장수	287개
브랜드 국적	칠레
카테고리	대형마트/슈퍼마켓
웹사이트	www.unimarc.cl
특징	• SMU 그룹 산하 마트 브랜드 (2008년 합병) • 1961년 시작한 칠레의 유통점으로 산티아고 동부의 체인으로 출발해 전국적으로 확대

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

	• Nuestra Cocina (Our kitchen) 등 자체 PB 브랜드 활발히 운영 • 2017년 부터 리노베이션을 통해 청과, 축산, 행사 순으로 슈퍼마켓 섹션을 재배치 • 셀프계산대 유니레드(Unired) 제공
매장 사진	 

Jumbo	
매장수	59개
브랜드 국적	칠레
카테고리	대형마트
웹사이트	www.jumbo.cl
특징	• Cencosud SA 산하 마트 브랜드 • Jumbo Prime 멤버십 프로그램 운영: 일정 금액 이상 구매 시 무료 배송, 포인트 2배 적립, 전용 혜택 등을 제공 • 뛰어난 고객 서비스 및 긍정적인 쇼핑 경험 제공 추구: 다양한 종류의 제품, 확실한 품질, 프리미엄 제품 제공 • Westin Union 송금, CencoPay 이용 가능
매장 사진	 

[온라인 대표 채널 Mercado Libre]

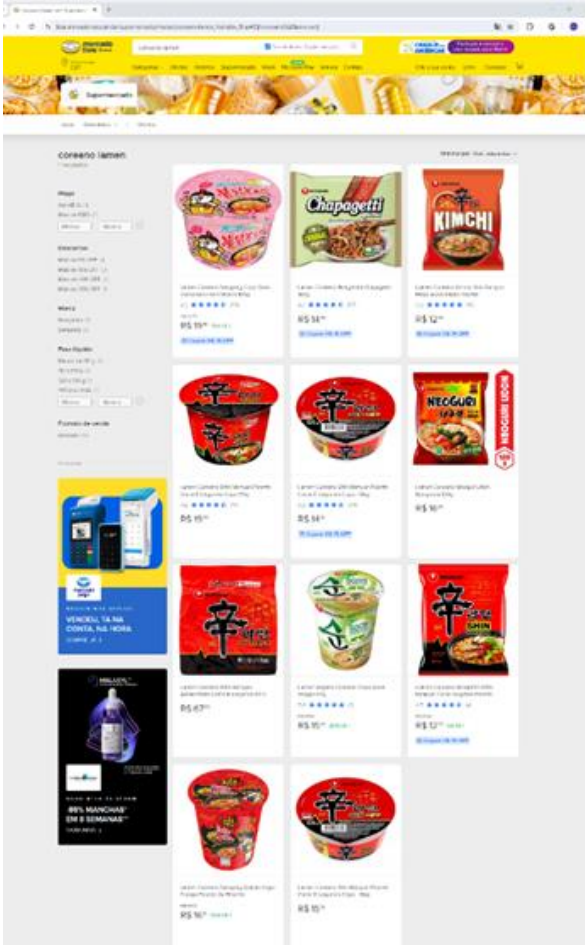
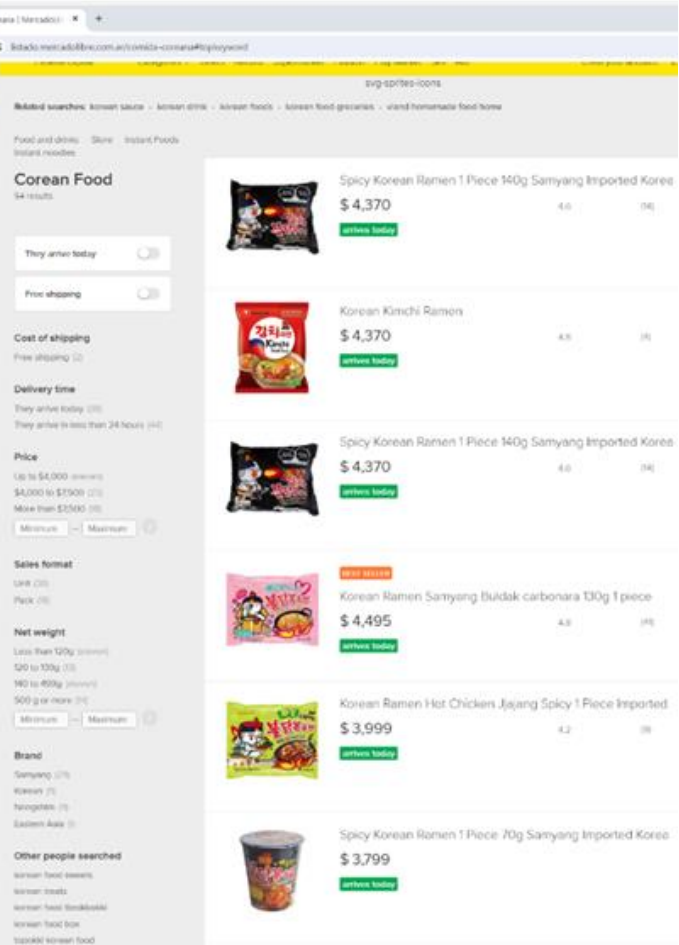
- Mercado Libre는 남미에서 아마존을 제치고 가장 큰 온라인 이커머스 브랜드로 성장하였으며, 남미 주요국에서 독보적인 1위로 자리매김하고 있음
- 주요 오프라인 채널과는 달리 한국 라면도 판매하고 있으며, 다양한 브랜드/제품이 구비되어 있음

웹사이트	www.mercadolibre.com.br (브라질) www.mercadolibre.com.ar (아르헨티나) www.mercadolibre.cl (칠레)
특징	• 1999년에 설립된 전자상거래 유통 회사 • 우루과이에 본사를 둔 아르헨티나 기업

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

	• 멕시코, 브라질, 아르헨티나, 칠레 등 중남미 주요국 이커머스 1위 • 2007년 8월 중남미 기업 최초로 나스닥 상장 • 물류 창고를 직접 운영하지 않고도 Mercado Envios라는 독자적인 물류·배송 시스템을 내세워 빠르게 시장 선점 • 현금결제가 주류이던 시장에서 Mercado Pago라는 전자 결제 시스템을 개발해 중남미 전역 이 커머스 붐을 일으킴 • Supermarket 카테고리도 있어 장보기도 가능 • 각 국 웹사이트 메뉴 구성, UI 동일하게 구현
홈페이지 구성	 브라질 홈페이지  칠레 홈페이지

각 국 사이트에서 판매중인 한국 라면

	
--	---

자료 출처: 홈페이지

3-7. 한국 라면 시장 확대의 걸림돌

- 남미 주요국에서의 한국 라면 시장 확대의 걸림돌은 비싼 가격, 한정된 유통망, 현지 선호 스타일과 다른 맛 등이 꼽히고 있음

비싼 가격	중량은 다소 차이가 있으나 닛신 등 현지 생산라면과 비교했을 때 한국라면의 가격은 2~3배 정도 비쌌 브라질 온라인쇼핑몰 Mercado livre 기준 닛신 닭고기맛 라면 R\$ 3.99 (85g)  VS 신라면 R\$ 13.53 (120g)  닛신 닭고기맛 컵라면 R\$ 5.55 (69g)  VS 신라면 컵라면 R\$ 13.39 (68g) 
유통망 한계	주요 채널인 오프라인 스토어(슈퍼마켓, 대형마트 등)에는 유통되고 있지 않음 일부 온라인 쇼핑몰과 아시아 마켓, 한인 마켓 위주로 유통
현지 선호 스타일과 다른 맛	국물이 많고 매콤한 스타일이 많은 한국라면과 국물이 거의 없고 파스타와 비슷한 식감으로 닭고기, 소고기 등의 육수를 선호하며 짭맛에 좀 더 익숙한 현지라면 스타일이 차이가 있음
건강에 좋지 않다는 인식	한국라면 뿐만 아니라 인스턴트 라면 전체에 해당되는 것으로, 건강과 영양 밸런스를 고려하고 비만을 우려하는 인구가 늘어나면서 탄수화물이 전 부인 인스턴트 라면에 대한 불만족

4. 수입절차

4-1. 식품 수입절차

[브라질]

- 라면은 수입 개시 의사를 전달한 경우 브라질 위생감시국(ANVISA)의 사전 승인이 면제되어 절차가 다소 간소해짐
- 그러나 수입 신고 및 관세 납부 절차가 복잡하고 까다로워 누락되지 않도록 신경을 써야 함

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입 요건 파악	수출 품목에 대한 브라질의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선 적	• 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 세관에 제반서류 전자 제출 - 제출서류: 수출신고서, 상업송장, 포장명세서 등 • 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수 리된 날 부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
사전등록 및 수입허가	• 브라질 수입업체는 수입 전 SISCOMEX(무역자동화시스템)를 통해 수입업자 등록 필요 • 수입업체는 지방 자치단체, 주 또는 VISA에서 발급한 식품 수입/보관에 대한 보건면허증 필요 (단, 보관 외주계약시 제품 보관 시설의 보건면허증 대체 가능) • 라면은 VISA를 통해 수입 개시 의사를 전달한 경우 ANVISA(위생감시국)의 사전승인 면제: 그러나 당국이 통관 전 임의로 위생검사 요구 가능 • 수입업체는 '의무적인 등록이 요구되지 않는 제품의 수입 통 보서'를 작성해야 함 • 라면의 경우 필수 취득인증은 없으며 GMP, HACCP, ISO 등 글로벌 식품생산인증 중 선택 취득	브라질 수입업체
수입신고 및 관세 납부	• 화물 도착 후 보세 창고로 이동 및 수입신고 절차 시작 • SISCOMEX를 통해 수입신고서 및 제반서류 제출 - 제출서류: 수입허가서(LI), 선하증권(또는 항공화물운송장), 포장명세서, 원산지증명서, 수입신고서, 보건면허증, 기타 세 관의 요구 서류 • 수입신고와 함께 수입세, 공업제품세, 유통세 납부 필요 • 3가지 기본 세금 외에도 창고세, 터미널 사용세, 상해운세, SISCOMEX 사용료, 화물운송비, 통관 수수료, 은행 수수료 등 추가 지불 필요	브라질 수입업체

물품 검사	- 수입신고 후 수입화물은 무작위로 통관채널에 배치 (일반적으로 위험도가 낮은 화물은 녹색 채널, 위험도가 높은 화물은 적색 채널로 검사) - 통관채널별로 수입검사 내용이 상이 - 녹색채널: 검사 생략, 자동으로 통관 - 황색채널: 서류 검사 - 적색채널: 서류 및 화물검사 - 회색채널: 서류 및 화물 정밀검사 - 필요에 따라 물리적 검사, 샘플 수집 등 현장검사가 진행될 수 있음	브라질 수입업체
물품 반출	화물 검사 및 화주 확인이 끝나면 연방세무국이 SISCOMEX를 통해 수입면장(Comprovante de Importação)발급 후 물품 반출	브라질 수입업체

자료 출처: 2023 브라질의 식품수출입 절차 및 식품 산업 현황 정보자료집(식약처), 2023 농식품 수출국가정보조사 「브라질」 (KATI)

[아르헨티나]

- 아르헨티나 제품 수입 절차는 매우 까다로웠으나 정권 교체 후 신정부에서 2023년 12월 수입허가제를 폐지하고 기존 수입관리 시스템을 SEDI로 개편하면서 절차가 간단해짐
- 수입 업체의 재정, 경제적 능력과 수입 작업 수행 능력이 SEDI승인의 핵심이므로 신뢰할 수 있는 수입업체를 찾는 것이 중요함

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	수출 품목에 대한 아르헨티나의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선 적	- 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 세관에 제반서류를 온라인으로 제출 - 제출서류: 수출신고서, 상업송장, 포장명세서 등 - 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날부터 30일 내에 운송수단에 선적 완료	국내 수출업체
사전등록 및 수입허가	- 관세청에 수입업체 등록, 아르헨티나 상업 공공등기소(PRC)에 무역업자(또는 무역 회사) 등록 2023년 12월 수입허가제 (Licencia No Automatica, LNA)폐지와 수입관리 시스템의 변화로 절차가 간단해짐 - 제품이 아르헨티나에 도착하기 전 수입업체는 SEDI(Sistema Estadístico de Importaciones; 수입 통계 시스템)를 통해 등록과 승인 절차를 완료해야 함 - SEDI의 신고, 등록은 Sistema Informático MALVINA(SIM)을 통해 진행	아르헨티 나 수입 업체

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

	- 수입업체가 SEDI 신고서 제출 후 연방 국세청(AFIP)은 AFIP의 재정 경제 능력 시스템(CEF 시스템)을 사용하여 업체의 납세 상태와 수입 작업 수행의 경제적, 재정적 능력여부 평가 - 그 후 가공식품은 ANMAT(국가의약품식품의료기술청)에서 안전성 등과 관련된 기술적 분석을 거침 (분석 결과 30일 이내 통보) - 수입업체가 이 절차를 통과하면 신청이 승인되고 SEDI 승인은 360일간 유효	
수입신고	- 수입신고서 및 제반서류를 아르헨티나 관세청에 제출 - 제출서류: 수입신고서, 보험증명서, 포장명세서, 선하증권, 상업송장, 원산지증명서, 식품허가서	아르헨티나 수입업체
물품검사	- 수입 식품의 특성 및 원산지에 따라 물품 검사 유형을 구분 - 녹색채널: 검사 생략, 즉시 통관 - 황색채널: 서류 검사, 1~2 일 소요 - 적색채널: 서류 및 실물검사, 3~4 일 소요 - 보라채널: 강도 높은 실물검사, 10 일 내외 소요	아르헨티나 수입업체
관세 납부 및 반출	관세 납부 후 물품 반출 가능	아르헨티나 수입업체

자료 출처: KOTRA, 2023 농식품 수출국가정보조사 「아르헨티나」 (KATI)

[칠레]

- 칠레의 승인, 통관 절차는 남미국가들 중에서 선진화 되어있으며, 대한민국과는 FTA 조약을 맺어 관세가 면제되는 이점을 가지고 있음
- 라면 수입의 경우 농축수산물성(SAG)과 보건부(MINSAL)의 사전 승인을 필요로 함

프로세스	상세내용	주체
품목별 수입요건 파악	수출 품목에 대한 칠레의 위생기준, 검역 요건, 포장 및 라벨링 요건 등 관련 요건을 사전에 파악	국내 수출업체
수출신고 및 운송수단 선적	- 관세청 UNI-PASS 시스템을 통해 세관에 제반서류를 온라인으로 제출 - 제출서류: 수출신고서, 상업송장, 포장명세서 등 - 수출신고 완료 후 '수출신고필증'이 교부되며, 수출신고가 수리된 날부터 30 일 내에 운송수단에 선적 완료 - 칠레 수출 시 한-칠레 FTA 협정을 활용하고자 하는 수출업체는 사전에 원산지 증명서 발급 필요 - FTA 관세율을 활용할 경우 원산지증명서 제출 필수	국내 수출업체

	- 대한상공회의소 및 세관을 통해 자율 발급할 수 있으며, 수출업체나 생산업체가 자율적으로 발급	
사전승인 취득	• 라면은 농축수산물성(SAG)과 보건부(MINSAL)의 사전승인 취득 필요 - 제출서류: 원산지증명서, 자유판매증명서, 위생증명서(동식물 제품에 한함) • 식품반입 전 보건부의 식품표지 검토 및 승인 필수 - 수입업체는 입국항의 보건서비스사무국에서 식품표지 샘플을 제출하고 사전 승인을 받아야 함	칠레 수입업체
수입신고	• 수입 신고 금액 미화 1,000 달러 이상 시 관세사 고용 의무 • 수입업체는 수입신고서 및 제반서류를 세관에 제출하여 수입허가 및 통관승인을 요청해야 하며, 보건부 산하 위생서비스사무국에서 수입신고서 점검 및 물품검사 여부 결정 - 제출서류: 수입신고서 원본과 사본 5 부, (수입국 내) 창고 위생증명서, 선하증권, 상업송장, 원산지증명서	칠레 수입업체
물품검사	• 세관은 수입신고서 및 제출서류를 검토해 물품검사 여부를 결정 • 검사대상으로 분류된 식품은 1)기술심사 면제 2)정밀검사 3)샘플채취 정밀검사 진행 1) 기술심사 면제: 과거 수입기록과 서류 검사 후 이상이 없는 경우 즉시 통관 2) 정밀검사: 보건부가 직접 서류, 라벨, 보관상태, 저장환경 검사 후 샘플검사 진행 여부 결정 3) 샘플채취 정밀검사: 샘플 채취 후 연구소에서 검사	칠레 수입업체
관세 납부 및 반출	• 관세 납부 후 물품 반출 가능 - CIF 기준으로 관세율 산정, 전자납부시스템(TGR) 통해 관세 납부 • 통관 후 물품은 90 일 이내 반출해야 하며, 지연 시 창고 보관료 누적 적용되며, 반출 기한이 경과할 경우 물품 소유권을 상실할 수 있음	칠레 수입업체

자료 출처: KOTRA, 2023 농식품 수출국가정보조사 「칠레」 (KATI)

4-2. 라면 수입 인허가 및 통관 시 참고 사항

- 남미 주요국은 MERCOSUR 회원국으로 NCM코드에 따라 품목을 분류하고 있어 품목 분류에 유의해야 하며, 남미 수출을 위해서는 무엇보다도 수입바이어 선정이 중요
- 아르헨티나는 수입 승인/허가 절차가 다소 간단 해졌으며, 브라질은 조세개혁안이 상원을 통과한다면 향후 복잡한 세금체계가 간단해질 것

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 칠레는 한국과 함께 APFRAS 회원국이 되면서 식품안전기준과 규제 현황을 상시 공유하여 식품 기업이 칠레의 규제정책에 신속히 대응할 수 있을 것으로 기대

브라질
• 통관절차 및 기간이 가장 많이 소요되는 국가 중 하나 • 2023년 7월 하원을 통해 조세개혁안이 통과되어 향후 세금 납부 절차가 간단해질 전망 - 연방정부 세금인 IPI(공업세)와 PIS/Cofins(사회기여세), 주 세금 ICMS(유통세), 시 세금 ISS(서비스세)를 2가지의 부가가치세(IVA)로 통합 - ‘상품/서비스 기여세 (CBS-Contribuição sobre Bens e Serviços)’가 기존의 IPI와 PIS/Cofins를 대체하고 ‘상품/서비스 세금(IFS: Imposto sobre Bens e Serviços)’은 ICMS와 ISS를 대체 - 제품의 세후 금액에 세금을 다시 적용하는 ‘누진’ 방식의 세금 계산이 중단되어 제품가격 인하 기대

아르헨티나
• 신정부 이후 수입관련 승인/허가 간단해짐 - 2023년 12월 수입허가제(LNA) 및 수입승인 시스템(SIRA, SIRASE) 폐지 - 기존 대비 절차가 간단해지고 세계무역기구(WTO) 기준에 부합하는 신규 수입 관리 시스템(SED) 도입 - SED에서 승인된 물품은 FOB 단가 대비 +/-7% 오차 허용, 승인일 이후 360일 내에 수입·통관 진행 가능 • 기초생필품 수입촉진 조치 시행 - 아르헨티나 중앙은행(BCRA)은 2024년 3월 2,936개 생필품(라면 포함)에 대한 수입 대금을 현지 세관 등록 후 30일 후에 송금할 수 있도록 허용 - 국세청(AFIP)은 해당 생필품 수입 시 부과되는 소득세, 부가가치세에 대해 120일간 징수 유예

칠레
• Covid-19로 인해 수출입에 관한 내용을 2020년 3월부터 온라인 SMDA (Solicitud de Modificación a Documento Aduanero)를 통해 처리할 수 있음 • 모든 식품은 보건부(MINSAL)의 승인, 가공식품은 추가로 농축수산청(Servicio Agrícola y Ganadero, SAG)의 허가/인증이 필요 • 한국과 함께 APFRAS(Asia Pacific Food Regulatory Auditory Summit) 회원국으로 향후 한국 식품 수출에 도움이 될 것으로 보임 - 회원국 간 ‘식품 규제정보 데이터베이스’를 구축하여 각국의 최근 식품안전기준과 규제 현황을 상시 공유 - (對 칠레) APFRAS를 통한 기관 간 식품안전 협력 강화

공통
• 남미 주요국은 MERCOSUR 회원국으로 HS코드 대신 NCM코드에 따라 품목 분류 (라면은 19023000(Other pasta)에 해당) • 남미 수출을 위해서는 수입 바이어 선정이 중요

- 제품 허가/인증 작업, 수입 및 유통 모두 현지에 등록된 기업만이 할 수 있기 때문에 해당 분야에서 경험과 노하우를 갖춘 현지 파트너를 발굴하는 것이 매우 중요
- 현지 거래선을 발굴하더라도 언어장벽으로 장애가 많아 인내심을 갖고 바이어와 교신하는 것이 필요하며 실제 수출까지 시간이 다소 소요됨
- 최근 한식 및 한국산 가공식품에 대한 인지도가 높아졌지만 여전히 비주류 문화에 속하기 때문에 대중적인 한계가 존재: 따라서 아직까지는 현지 마트/슈퍼마켓 등 대형 유통망에서 한국가공식품 취급에 큰 관심을 보이지 않고 있음

자료 출처: KOTRA, 메디컬뉴스

4-3. 남미 주요국의 수입 라면 관세 및 내국세

- 브라질과 아르헨티나에서는 높은 수입제품 관세로 인해 한국 라면 가격이 경쟁력이 낮아짐

수입 라면 관세 NCM code 19023000 (Other pasta)	
브라질	14% (수입세)
아르헨티나	16% (수입세), 3% (통계세)
칠레	한-칠레 FTA로 관세 없음

- 관세와 내국세를 합친 최종 상품 비용 -

[브라질]

분류		세율	비고	예시(CIF = 100)
대외세	관세 (II)	14.0%	CIF 가격 * 관세율	14 (100*14%)
	공업제품세 (IPI)	0%	(CIF+ II) * 공업제품세율	0
대내세	주 유통세 (ICMS)*	18.0%	(CIF+ II+ IPI) * 주유통세율	20.52 (114*18%)
	사회기여세 (PIS)	0%	(CIF+ II+ IPI+ ICMS) * 사회기여세율	0
	사회보장세 (COFINS)	0%	(CIF+ II+ IPI+ ICMS) * 사회보장세율	0
계(CIF+ II+ IPI+ ICMS+ PIS+ COFINS)				134.52

* 주 유통세는 주 마다 7~18%로 상이하며 상파울루주의 경우 18% 부과

[Note] 브라질 조세 제도 개혁으로 세금 체계는 향후 변경될 것으로 예상

[아르헨티나]

분류		세율	비고	예시(CIF = 100)
대외세 (A)	수입세	16.0%	CIF 가격 * 관세율	16 (100*16%)
	통계세	3.0%	CIF 가격 * 통계세율	3 (100*3%)
대내세 (B)	부가세	21.0%	(CIF+ A) * 부가세율	24.99 (119*21%)
	추가부가세	20.0%	(CIF+ A) * 추가부가세율	23.8 (119*20%)
	소득세	6.0%	(CIF+ A) * 소득세율	7.14 (119*6%)
	이득세	3.0%	(CIF+ A) * 이득세율	3.57 (119*3%)
계(CIF+ A+ B)				178.5

[칠레]

모든 제품은 19%의 부가가치세(impuesto al valor agregado, IVA)가 부과
CIF = 100일 때 세금 포함 119

자료 출처: KOTRA, KATI

4-4. 라벨링

[브라질]

- 브라질 라면 수출 시 패키지를 포르투갈어 라벨로 변경할 필요는 없으나 필수 항목을 포함한 포르투갈어 기재 스티커를 부착해야 함
- 스티커 부착 시 필수 표시사항 크기는 최소 1mm이상 (순중량 제외)

- 라벨 표기 사항 -

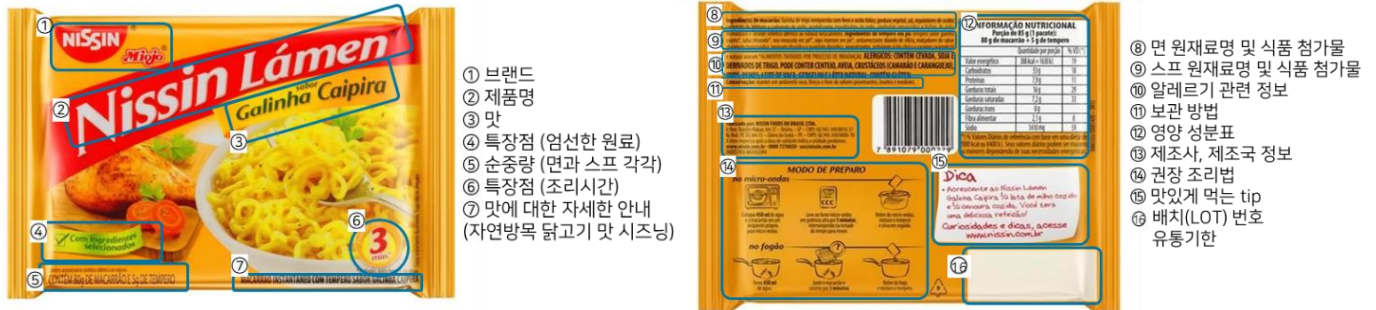
필수 항목	가이드
제품명	식품의 실체와 특성을 나타내는 구체적인 명칭
순중량	내용물의 순중량 또는 순부피 표시
원재료명 및 식품 첨가물 정보	• 원재료 모두 기재 • 식품 첨가물 정보 (역할, 필수 기능, 명칭 전체 또는 INS번호) • 식품 첨가물은 원재료명 목록 끝에서부터 표시함 • 식품 첨가물은 함량 비율의 하향순서로 기재
제조사 및 수입업체 정보	제조사 혹은 수입업체의 명칭 및 주소
원산지	최종 가공 단계가 이루어진 국가를 기준으로 표기
알레르기 유발 성분/음식 정보	알레르기를 일으킬 수 있는 주요 성분/음식 관련 정보
영양 경고 라벨	돋보기 모양을 사용한 포장지 앞면의 경고 라벨 높은 함량의 설탕, 포화지방, 나트륨 표시 (2022년 10월 시행)

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

배치(LOT) 번호	생산과 관련된 특정 특성(생산 시간, 날짜, 식별 코드 등)을 공유하는 동일한 제품 그룹을 식별하기 위해 지정되는 번호 또는 문자
보관 방법(온도)	제품의 보관방법/온도 안내
유통기한	연, 월, 일 표시
영양 성분표	열량, 탄수화물, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 식이섬유, 나트륨 필수 기재
식품 조리 및 사용방법 (필요 시)	제품을 소비하는 데에 있어 특정 지침이 필요할 경우 조리법 및 사용방법을 기재할 수 있음

자료 출처: 2023 브라질의 식품수출입 절차 및 식품 산업 현황 정보자료집(식약처), 2023 농식품 수출국가정보조사 「브라질」 (KATI)

- 현지 라면의 라벨링 -



- 영양 라벨 규칙 변경 -

- 브라질은 2022년 10월 9일부터 모든 포장 식품에 새로운 영양 라벨 규칙을 시행함
- 해당 규정은 영양 정보를 소비자가 이해하기 쉽게 하고, 정확한 정보를 통해 올바른 식품 선택을 할 수 있도록 하기 위한 것임
 - 쉬운 영양 성분 정보 습득과 함께 건강에 좋지 않은 원료(첨가당, 포화지방 및 나트륨)가 과다 포함된 경우 직관적으로 인식할 수 있게 패키지 앞면에 표시하게 함

앞면 경고 라벨 표시기준 변경사항		
• 포장지 앞면에 높은 함량의 설탕, 포화지방, 나트륨에 대한 경고 라벨이 표기되어야 함 (칼로리가 없는 감미료는 대상에서 제외) • 경고 라벨은 돋보기 그림을 사용해 가시성을 높이고 ‘ALTO EN(높음)’이라는 문구 뒤에 함량이 높은 성분 이름을 검정색 배경의 흰색 대문자로 표기함		
[표시 기준 함량]		
포함 성분	고체 또는 반고체 식품	액체 식품
첨가당	15g 이상 (식품 100g 당)	7.5g 이상 (식품 100ml 당)
포화지방	6g 이상 (식품 100g 당)	3g 이상 (식품 100ml 당)
나트륨	600mg 이상 (식품 100g 당)	300mg 이상 (식품 100ml 당)

[표시 방법]



- ① 한 개 성분이 포함된 경우 표시방법
 ② 두 개 성분이 포함된 경우 표시방법
 ③ 세 개 성분이 포함된 경우 표시방법



앞면 경고 라벨링 예시

영양 성분표 표시기준 변경사항

- ① 흰색 바탕에 검은색 글씨만 사용
 ② 올바른 제품비교를 위해 총 당류, 첨가당, 열량 등 함량을 100g 또는 100ml 기준으로 표시해야 하며, 패키지별 내용량도 표시해야 함
 ③ 영양성분표는 원재료 표시인 성분 목록과 가까운 위치에 서로 이어지게 붙어있어야 함
 ④ 영양성분표는 소비자들이 읽기 어려운 곳에 위치할 수 없음 (100cm² 미만의 작은 포장지에는 예외적으로 허용됨)

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL			
Porções por embalagem: 12			
Porção: 12 g (1 unidade)			
	100 g	12 g	%VD*
Valor energético (kcal)	515	62	3
Carboidratos (g)	49	5,9	2
Açúcares totais (g)	49	5,9	
Açúcares adicionados (g)	39	4,7	9
Proteínas (g)	7,5	0,9	2
Gorduras totais (g)	32	3,8	6
Gorduras saturadas (g)	15	1,8	9
Gorduras trans (g)	0	0	0
Fibras alimentares (g)	3,2	0,4	2
Sódio (mg)	51	6,1	0

*Percentual de valores diários fornecidos pela porção.

영양 강조 (Nutrition claims) 표시기준 변경사항

영양 강조 표시는 자발적 표시 사항으로, 신규 포장지 앞면 성분표시 라벨링이 의무화됨에 따라 영양 강조는 다음의 변경된 표시방법을 지켜야 함

- ✓ 영양표시가 식품 앞면에 있으면 영양 강조 표시는 앞면 상단에 표시할 필요 없음
- ✓ 앞면에 나트륨 라벨이 있는 식품은 나트륨, 소금에 대한 영양 강조 표시 필요 없음
- ✓ 앞면에 포화지방 라벨이 있는 식품은 총 콜레스테롤, 포화지방, 트랜스 지방 및 콜레스테롤에 대한 영양 강조 표시가 필요 없음
- ✓ 앞면에 첨가당 라벨이 있는 식품은 당류, 첨가당에 대한 영양 강조 표시 필요 없음

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 한국 수입라면의 라벨링 스티커 -



[포함 정보]

- 영어 제품명/포르투갈어 제품명
- 원재료
(면/스프/야채 후레이크 등 각각)
- 식품첨가물 및 INS 번호
- 알레르기 정보
- 배치(LOT) 번호
- 유통기한 해석 안내 (년/월/일)
- 제조사
- 순중량
- 수입업체 및 연락처
- 영양 성분표

[아르헨티나]

- 아르헨티나 라면 수출 시 패키지를 스페인어 라벨로 변경할 필요는 없으나 필수 항목을 포함한 스페인어 기재 스티커를 부착해야 함

필수 항목	가이드
제품명	식품의 실체와 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 사용해야 함
순중량	내용물의 순중량 또는 순부피 표시
원재료명 및 식품첨가물 정보	원재료 모두 기재 식품 첨가물의 정보 (역할, 필수 기능, 명칭 전체 또는 INS번호) 식품 첨가물은 원재료명 목록 끝에서부터 표시함 식품 첨가물은 함량 비율의 하향순서로 기재
제조사 및 수입업체 정보	제조업체 혹은 수입업체의 명칭 및 주소
원산지/제조국	최종 가공 단계가 이루어진 국가를 기준으로 표기
알레르기 유발 성분/음식 정보	• 알레르기 유발 성분이 함유된 경우 라벨의 성분 목록에 이를 표기해야 하며 알레르겐 정보가 잘 보이도록 대비되는 색 사용 • 알레르기 성분에 관한 문구는 '포함 (성분명)' 혹은 '미량의 (성분명)'으로 분명히 표기해야 하며, 식품에 알레르기를 일으킬 수 있는 성분이 포함되었다는 문구는 허용하지 않음
영양 경고 라벨	검은 팔각형 라벨로 당, 나트륨, 포화지방, 열량 중 1가지 이상이 과도하게 함유될 경우 식품에 각각의 과다 성분 라벨을 반드시 부착해야 함 (아르헨티나는 2022년 3월부터 시행)
배치(LOT) 번호	생산과 관련된 특정 특성(생산 시간, 날짜, 식별 코드 등)을 공유하는 동일한 제품 그룹을 식별하기 위해 지정되는 번호 또는 문자
보관 방법(온도)	제품의 보관방법/온도 안내
유통기한	연, 월, 일 표시
영양 성분표	열량, 탄수화물, 단백질, 총 지방, 포화지방, 트랜스지방, 식이섬유, 나트륨 필수 기재

자료 출처: 2023 농식품 수출국가정보조사 「아르헨티나」 (KATI)

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 현지 라면의 라벨링 -



8 **Cualquier Tiempo...Oficina-Casa-Escuela-Campo**

9 **Información Nutricional / Información Nutricional**
Tamaño de la porción preparada: 364 g
(64 g de pasta con sazónador + 300 ml de agua)
Porciones por envase: 1

	Por 100 g	Por porción preparada	%VD*
Valor / Contenido energético / 319 kJ (76 kcal)	1 163 kJ (277 kcal)	14%	
Energía (kJ / kcal)	76 kcal		
Proteínas (g)	1.7	6.3	8%
Grasas Totales (lípidos) (g)	3.3	12	22%
De las cuales:			
De Grasa Saturada (g)	1.6	6.0	27%
De Grasa Monosaturada (g)	1.3	4.6	
De Grasa Polinsaturada (g)	0.44	1.6	
Ácidos Grasos Trans (g)	0	0	
Coolesterol (mg)	0	0.16	
Carbohidratos Disponibles			
hidratos de carbono disp.) (g)	9.9	36	12%
De los cuales:			
De Azúcares Totales (g)	0.66	2.4	
Fibra Dietética /			
Fibra Alimentaria (g)	0.69	2.5	10%
Sodio (mg)	324	1 180	49%

10 Nutrientes / Nutrientes

Nutrientes	Porcentaje del VNR (RDI) (%)
Vitamina B1	9%
Ácido Fólico	5%
Vitamina B2	6%
Hierro	16%

*% Valores diarios de referencia de un 2000 kcal a 4000 kcal (varios países / Surinamese).
Cada envase contiene 25% de Vitamina A y Vitamina C y Calcio.
El contenido de la NUTRICIÓN Y LA SALUD (NUTRIENT INFORMATION) puede variar.
Sus valores diarios pueden ser diferentes o menores dependiendo del país.

RECOMENDACIONES PARA PREPARAR

1. Levante la tapa hasta la mitad. Lléve con agua hirviendo hasta la línea interior.
2. Cierre bien la tapa y deje reposar 3 minutos.
3. Quite la tapa. ¡Mezcle bien! Use un tenedor.

PRECAUCIÓN: EL PRODUCTO ESTÁ MUY CALIENTE. TENGA CUIDADO ESPECIALMENTE CUANDO SERVA A NIÑOS.

NO COMPRA EL PRODUCTO SI EL VASO ESTÁ ABIERTO O ROTO.

INGREDIENTES: HARINA DE TRIGO ENRIQUECIDA (HARINA DE TRIGO, MACINA, HIERRO REDUCIDO MONOTRATADO DE FOSFATO, RIBOFLAVINA, ACIDO FOLICO, ACETATE VEGETAL CONSERVADO CON TRIGO, SAL, VEGETALES DESHIDRATADOS EN POLVO (ZANAHORIA, MAIZ, CHICHAROL, AJO, CEBOLLA, PULVERA DE AJO, MALTODEXTRINA, SULTAMATO MONOSODICO, AZUCAR, PROTEINA HIDROLIZADA, MALT TRIGO, SOJA, GRASA DE POLLO, CARBONATO DE POTASIO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, CARBONATO DE SODIO, HUEMO IMPREGNADO DE SODIO, CUCURBITA, TRIPOLIFOSFATO DE SODIO, GUANILATO DE SODIO, INSOLUBLE DE SODIO, FOSFATO MONOSODICO, LACTOSA, DIOXIDO DE SILICIO (AGENTE ANTUMESCENTE), CALDO DE POLLO.

CONTIENE TRIGO (GLUTEN), SOJA Y PRODUCTOS LACTEOS.

INGREDIENTES (Netherlands): HARINA DE TRIGO ENRIQUECIDA (HARINA DE TRIGO, MACINA, HIERRO REDUCIDO MONOTRATADO DE FOSFATO, RIBOFLAVINA, ACIDO FOLICO, ACETATE VEGETAL CONSERVADO CON TRIGO, SAL, VEGETALES DESHIDRATADOS EN POLVO (ZANAHORIA, MAIZ, CHICHAROL, AJO, CEBOLLA, PULVERA DE AJO, MALTODEXTRINA, SULTAMATO MONOSODICO, AZUCAR, PROTEINA HIDROLIZADA, MALT TRIGO, SOJA, GRASA DE POLLO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO, POLVO COCIDO EN POLVO, ESPECIAS SEMILLA DE AJO, PIMIENTA BLANCA, SALASAS DESHIDRATADAS, TRIGO, FIDEOS DE SOJA, SAL, EXTRACTO DE LEVADURA, SAL DE AZÚCAR DESHIDRATADO

- ① 브랜드
- ② 제품명
- ③ 영양 경고 라벨
- ④ 맛: 소고기 맛
- ⑤ 실제 소고기 제품이 함유되지 않음 안내
- ⑥ 제품 특징 설명: 소고기 맛 스프와 섞여먹는 반조리 된 밀가루 파스타
- ⑦ 순중량
- ⑧ 제품 특징점 (언제나.. 사무실-집-학교-야외)
- ⑨ 영양 성분표
- ⑩ 권장 조리법
- ⑪ 전자레인지 조리불가 안내
- ⑫ 구입 시 유의사항 (뚜껑이 열려있거나 부서진 제품 구입 금지)
- ⑬ 원재료명: 면, 스프, 야채 플레이크 각각 식품첨가물 및 INS 번호
- ⑭ 제조사, 수입업체 정보, 제조국
- ⑮ 알레르기 유발 성분/음식 정보
- ⑯ 유통기한

- 한국 수입라면의 라벨링 스티커 -



PAN RELLENO DE CARNE DE CERDO AL VAPOR
ALIMENTO A BASE DE HARINA DE TRIGO RELLENO CON CARNE DE CERDO COCIDA AL VAPOR
INGREDIENTES: HARINA ENRIQUECIDA SEGUN LEY ARGENTINA 75 830 CON HIERRO 820MG/KG, ACIDO FOLICO 17.2MG/KG, TIAMINA 5.3MG/KG, RIBOFLAVINA 1.3MG/KG Y NIACINA 1.3MG/KG.
RELLENO: CARNE DE CERDO, VERDE, SALSA A BASE DE SOJA, ACEITE VEGETAL Y PIMIENTA
CONTIENE SULFITOS DERIVADOS DE TRIGO Y DE SOJA

INFORMACION NUTRICIONAL

PORCION 50G (3 UNIDADES)	VALOR	%VD*
VALOR ENERGETICO	174 Kcal	9
CARBOHIDRATOS	37G	12
PROTEINAS	4.3G	6
GRASAS TOTALES	1.0G	2
FIBRA ALIMENTARIA	0G	0
SODIO	120MG	5

*VALORES DIARIOS EXPRESADOS EN UNA UNIDAD DE 2000 Kcal U 8400 KJ. SUS VALORES DIARIOS PUEDEN SER MAYORES O MENORES DEPENDIENDO DE SUS NECESIDADES FISIOLOGICAS.

ELABORADO POR: SALSAL CUT. 30-7076294-6
REG. EN 000191 REG. A N 001458
ARROBES 2257/59 CABA
INDUSTRIA ARGENTINA
FECHA DE VENCIMIENTO VER ENVASE
PESO APROX 400G
CONSERVAR FRESCO Y SECO

[라벨링 스티커 포함 정보]

- 스페인어 제품명(제품 설명)
- 원재료 및 식품첨가물
- 알러지 정보
- 영양 성분표
- 제조사
- 수입업체 및 연락처
- 등록번호
- 유통기한 해석 안내 (년/월/일)
- 순중량
- 보관 방법/온도

- 아르헨티나 라벨링 규정 개정 -

가공·포장 식품 및 음료의 영양, 기능을 표현하는 건강 강조 표시(DPS) 규정 개정 발표 (2023. 9 발효)

아르헨티나 식품의약품의약기술청(ANMAT)은 일반 소비자를 대상으로 한 광고에서 지켜야 하는 가공·포장 식품 및 비알코올 음료에 대한 건강 강조 표시(DPS, DECLARACIONES DE PROPIEDADES SALUDABLES) 요건을 정하고, 기존 규정 「7730/2011」을 「8095/2023」로 개정

1. 배경: 아르헨티나는 소비자가 건강 강조 표시가 된 식품 및 음료의 광고를 오인하지 않고 과학적이고 사실적인 정보를 바탕으로 제품 소비를 결정할 수 있는 정보를 제공하고자 함 (미국, 유럽 및 캐나다 등 다른 국가들의 건강 강조 표시 규제 현황과 국제적으로 인정된 참고 문헌 및 국제식품규격(Codex) 가이드라인을 검토)

2. 주요 내용:

1) 건강 강조 표시(DPS)는 표시 형태와 상관없이 식품의 성분이 건강과 관계가 있음을 주장하거나 암시하는 모든 표현을 의미함

2) DPS 표시 사항은 A. 영양소의 기능 설명, B. 기타 기능 설명, C. 질병 위험 감소를 설명하는 세 가지 형태로 구분됨

3) 주요 사항

① DPS 불가 품목: 영유아용 액상 식품 및 가루형 분유, 식품보충제, 특수의료용 식품, 주류

② DPS를 적용하고자 하는 사업자는 본 조항의 부록에 명시된 ‘건강 강조 표시의 발표 및 과학적 평가’ 요구 사항을 충족하는 제품별 신청서 제출 및 인증이 필요

③ 제품 성분이 변경될 때마다 신규 신청서를 제출해야 함

④ DPS가 적용된 제품은 검사 및 모니터링 프로그램의 대상이며, 부정확한 정보 또는 허위 사실을 명시한 경우 국가 행정청에 의해 규제 조치의 대상이 됨

DPS의 세가지 구분에 대한 설명 및 표기 (예시)

구분	내용	표시 (예시)
영양소 기능 설명	성장, 발달, 그리고 정상적인 신체 기능에 있어서 영양소의 생리적인 역할을 설명	[영양소 ‘A’에 대해] • 몸에서 영양소 ‘A’의 생리적인 역할은 건강을 유지하고 정상적인 성장과 발달을 촉진합니다 • 식품 “X”는 영양소 ‘A’의 원천입니다
기타 기능 설명	식품 또는 그 구성요소의 소비가 유기체의 정상적인 생물학적 기능 또는 활동에 미치는 특정한 유익한 효과를 설명	[식품의 구성 요소 ‘A물질’에 대해] • A물질은 (건강과 관련된 생리학적 기능 또는 생물학적 활동의 개선에 대한 물질A의 효과에 대해 서술) 합니다 • 식품 Y는 A를 Xg포함합니다
질병 위험 감소 설명	식품 또는 식품 구성 요소의 섭취가 질병 또는 건강 관련 상태의 위험 감소와 관련됨을 설명	• 영양소 물질 또는 영양소 A가 포함된 건강한 식단은 D질병의 위험을 감소시킬 수 있습니다 • 영양소 A가 풍부한 식단은 D질병의 위험을 감소시킬 수 있습니다 • 식품 X는 높은 함량의 영양소 물질/영양소 A를 가지고 있습니다

자료 출처: 2023 농식품 수출국가정보조사 「아르헨티나」 (KATI)

[칠레]

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 칠레 라면 수출 시 패키지를 스페인어 라벨로 변경할 필요는 없으나 필수 항목을 포함한 스페인어 기재 스티커를 부착해야 함

항목	가이드
제품명	식품의 실체와 특성을 나타내는 구체적인 명칭을 사용해야 함
순중량	내용물의 순중량 또는 순부피 표시
원재료명 및 식품첨가물 정보	원료는 함량 비율의 하향순서로 기재
제조사 및 수입업체 정보	제조사 혹은 수입업체의 명칭 및 주소
원산지/제조국	최종 가공 단계가 이루어진 국가를 기준으로 표기
알레르기 유발 성분/음식 정보	알레르기를 일으킬 수 있는 주요 성분/음식 관련 정보
영양 경고 라벨	• ALTO EN으로 시작하는 검은 팔각형 라벨 • 당, 나트륨, 포화지방, 열량 중 1가지 이상이 과도하게 함유될 경우 식품에 각각의 과다 성분 라벨을 반드시 부착해야 함
배치(LOT) 번호	생산과 관련된 특정 특성(생산 시간, 날짜, 식별 코드 등)을 공유하는 동일한 제품 그룹을 식별하기 위해 지정되는 번호 또는 문자
보관 방법(온도)	제품의 보관방법/온도 안내
유통기한	연, 월, 일 표시
영양성분표	열량, 단백질, 탄수화물, 지방, 당, 기타 영양소, 식이섬유, 콜레스테롤 등이 표기

자료출처: 2023 농식품 수출국가정보조사 「칠레」 (KATI)

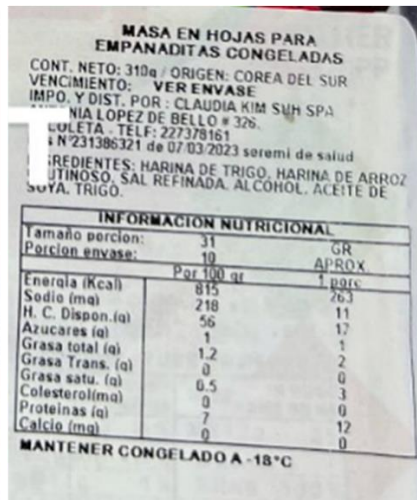
- 현지 라면의 라벨링 -



- ① 포크 포함 표시
- ② 브랜드
- ③ 제품명
- ④ 조리 시간
- ⑤ 맛: 소고기 맛
- ⑥ 순중량
- ⑦ 권장 조리법
- ⑧ 원재료명(면, 스프 각각), 식품첨가물 및 INS 번호
- ⑨ 알레르기 관련 정보
- ⑩ 보관방법(온도)
- ⑪ 영양 성분표
- ⑫ 수입업체, 연락처, 등록번호 면제 결의안, 제조국
- ⑬ 배치(LOT) 번호, 유통기한

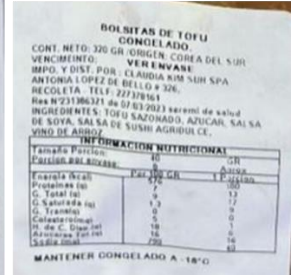
남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

- 한국 수입라면의 라벨링 스티커 -



[포함정보]

- 제품명
- 순중량
- 원산지
- 유통기한
- 수입업체 (유통업체)
- 수입등록번호, 등록기관, 등록날짜
- 원재료 및 식품첨가물
- 영양 성분표
- 보관 방법(온도)



4-5. 남미 주요국의 라면 식품 첨가물 규정 (GMP 기준의 첨가물은 포함하지 않음)

[브라질]

- 브라질의 식품 첨가물 규정은 아래와 같음 (제품 기준: 06.4.1.2, 06.4.1.4)

구분	INS No.	식품 첨가물	최대허용량 (mg/KG)
색소	100(i)	Curcumin	500
	160b(i)	Annatto extract, bixin base	100
	160b(ii)	Annatto extract, norbixin base	100
	161b	Lutein	500
	322(i)	Lecithin	5000
유화제	471	Mono and diglycerides of fatty acids	30000
	339(i)	sodium dihydrogen phosphate	2000
	450(i)	disodium diphosphate	2000
	450(iii)	Tetrasodium diphosphate	2000
	450(v)	tetrapotassium diphosphate	2000
	451(i)	Pentasodium triphosphate	2000
	452(i)	Sodium Polyphosphate	2000
	452 (ii)	Potassium polyphosphate	2000
	297	Fumaric acid	600
안정제	472e	Esters of mono- and diglycerides of fatty acids with diacetyl tartaric acid	5000
	500(i)	Sodium carbonate	3000
	501(i)	Potassium carbonate	3000
	516	calcium sulfate	5000
	170	calcium carbonates	10000
유화제/안정제	405	Propylene glycol alginate	5000
	407a	Processed Euchema seaweed (semi-refined carrageenan)	8000
	415	xanthan gum	10000
	430	Polyoxyethylene stearate (8)	5000
	432	Polyoxyethylene (20) sorbitan monolaurate, polysorbate 20	5000

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

	433	Polyoxyethylene (20) sorbitan monooleate, polysorbate 80	5000
	434	Polyoxyethylene monopalmitate (20) sorbitan, polysorbate 40	5000
	435	Polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate, polysorbate 60	5000
	436	Polyoxyethylene (20) Sorbitan Tristearate, Polysorbate 65	5000
	466	Sodium carboxymethylcellulose (cellulose gum)	50000
	477	Mono diesters of 1,2-propylene glycol, esters of fatty acids with propylene glycol	5000
	481(i)	Sodium stearoyl lactate	5000
	482(i)	Calcium stearoyl 2-lactylate	5000
	485	Sodium Stearoyl Fumarate	5000
	491	sorbitan monostearate	5000
	492	Sorbitan Tristearate	5000
	494	sorbitan monooleate	5000
	495	Sorbitan monopalmitate	5000
유화제, 증점제, 응고제, 안정제	407	Carrageenan	8000

자료 출처: KATI

[아르헨티나]

- 아르헨티나의 식품 첨가물 규정은 아래와 같음 (제품 기준: 06.4.1.2, 06.4.1.4)

구분	INS No.	식품 첨가물	최대 허용량 (mg/KG)
색소	100(i)	Curcumin	500
	160b	Annatto extract, norbixin base	100
	161b	Lutein	500
유화제	339(i)	Monobasic Sodium Phosphate	2000
	450(i)	disodium diphosphate	2000
	450(iii)	Tetrasodium diphosphate	2000
	450(v)	tetrapotassium diphosphate	2000
	451(i)	Pentasodium triphosphate	2000
	452(i)	Sodium Polyphosphate	2000
	452(ii)	Potassium polyphosphate	2000
	472e	Esters of mono- and diglycerides of fatty acids with diacetyl tartaric acid	5000
안정제	477	Mono diesters of 1,2-propylene glycol, esters of fatty acids with propylene glycol	5000
유화제/ 안정제	430	Polyoxyethylene stearate (8)	5000
	432	Polyoxyethylene (20) sorbitan monolaurate, polysorbate 20	5000
	433	Polyoxyethylene (20) sorbitan monooleate, polysorbate 80	5000
	434	Polyoxyethylene monopalmitate (20) sorbitan, polysorbate 40	5000
	435	Polyoxyethylene (20) sorbitan monostearate, polysorbate 60	5000
	436	Polyoxyethylene (20) Sorbitan Tristearate, Polysorbate 65	5000
	481(i)	Sodium stearoyl lactate	5000
	482(i)	Calcium stearoyl 2-lactylate	5000
	485	Sodium Stearoyl Fumarate	5000
	491	sorbitan monostearate	5000

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

	492	Sorbitan Tristearate	5000
	494	sorbitan monooleate	5000
	495	Sorbitan monopalmitate	5000

자료 출처: ANMAT

[칠레]

- 칠레의 식품 첨가물 규정은 아래와 같음 (제품 기준: 06.4.3 Pastas y fideos precocidos y productos similares)

구분	INS No.	식품 첨가물	최대허용량 (mg/KG)
색소	100(i)	CURCUMIN	500
	101(i), (ii), (iii)	RIBOFLAVINS	300
	102	TARTRAZINE	300
	110	SUNSET YELLOW FCF	300
	120	CARMINES	100
	123	AMARANTH	100
	141(i), (ii)	CHLOROPHYLLS AND CHLOROPHYLLINS, CUPRIC COMPLEXES	100
	150b	CARAMEL II - SULFITE CARAMEL	50000
	150c	CARAMEL III - CARAMEL WITH AMMONIA	50000
	150d	CARAMEL IV - CARAMEL WITH AMMONIUM SULFITE	50000
	160a(i), a(iii), e, f	CAROTENIDS	1200
	160a(ii)	BETA CAROTENE	1000
	161g	CANTAXANTHIN	15
보존제	200, 202, 203	SIPRES	2000
	210-213	BENZOATES	1000
유화제	430, 431	POLYOXYETHYLENE STEARATES	5000
	477	PROPYLENE GLYCOL ESTERS OF FATTY ACIDS	5000
	476	POLYGLYCERIDE ESTERS OF INTERESTERIFIED RICINOLEIC ACID	500
	474	SUCROGLYCERIDES	2000
산화방지제	304, 305	ASCORBYL ESTERS	500
	310	PROPYL GALATE	200
	320	BUTYLHYDROXYANISOL	200
	321	BUTYLHYDROXYTOLUENE	200
유화제/안정제	491-495	SORBITAN ESTERS OF FATTY ACIDS	5000
	475	POLYGLYCERIDE ESTERS OF FATTY ACIDS	2000
	432-436	POLYSORBATES	5000
증량제, 운반제, 유화제, 발포제, 겔형성제, 안정제, 증점제	405	PROPYLENE GLYCOL ALGINATE	5000
운반제, 안정제, 증점제	459	CYCLODEXTRIN, BETA-	1000
고화 방지제, 발포방지제, 유화제	900a	DIMETHYLPOLYSILOXANE	50
유화제, 밀가루개량제, 발포제, 안정제	481(i), 482(i)	STEAROYL LACTYLATE	5000
유화제, 안정제,	472e	DIACETYLTARTHARIC AND FATTY ACIDS	10000

남미 주요국 라면 시장 조사 보고서

금속이온붕쇄제		ESTERS OF GLYCEROL	
산도조절제, 산화방지제, 유화제, 유화제염류, 습윤제, 팽창제, 증점제, 안정제, 금속이온붕쇄제	338; 339(i)-(iii); 340(i)-(iii); 341(i)-(iii); 342(i)-(ii); 343(i)-(iii); 450(i)-(iii), (v)-(vii), (ix); 451(i), (ii); 452(i)-(v); 542	PHOSPHATES	2500
운반제, 유화제, 피막제, 습윤제	1520	PROPYLENE GLYCOL	10000
유화제, 발포제, 피막제, 안정제	473	SUCROSE ESTERS OF FATTY ACIDS	2000
	473a	SUCROSE OLIGOESTERS, TYPE I AND TYPE II	2000
산화방지제, 표백제, 밀가루개량제, 방부제	220-225, 539	SULPHITES	20
안정제, 산도조절제, 산화방지제, 향미증진제, 금속이온붕쇄제,	334, 335(ii), 337	TARTRATES	7500
증량제, 운반제, 유화제, 발포제, 겔형성제, 안정제, 증점제	405	PROPYLENE GLYCOL ALGINATE	5000
운반제, 안정제, 증점제	459	CYCLODEXTRIN, BETA-	1000
고화 방지제, 발포방지제, 유화제	900a	DIMETHYLPOLYSILOXANE	50
유화제, 밀가루개량제, 발포제, 안정제	481(i), 482(i)	STEAROYL LACTYLATE	5000
유화제, 금속이온붕쇄제, 안정제	472e	DIACETYLTARTHARIC AND FATTY ACIDS ESTERS OF GLYCEROL	10000

자료 출처: MINSAL

5. 결론: 한국 라면의 시장 확대를 위한 제언

- 한국 라면의 수출 확대를 위한 전략적 고려사항은 아래와 같음

I. 현지 유통망 공략

- 한국에 대한 위상이 높아지고 한국 음식에 대한 니즈가 증가하고 있으나 한국 식품은 아직 현지에서 대중적인 위상을 가지고 있지 못하며, 남미 주요국 식품의 주 구매 채널인 슈퍼마켓/대형마트는 한국 라면에 큰 관심을 보이고 있지 않음
- 따라서 슈퍼마켓/대형마트 체인은 아직 공략이 쉽지 않을 것으로 보이며 오프라인 체인 공략을 시도해 보더라도, 쉽게 진출이 가능한 온라인 마켓 위주의 시장 공략도 필요할 것으로 보임

II. SNS 마케팅

- 남미 주요국의 SNS 이용 시간은 매우 긴 편으로 남미 소비자들은 SNS 마케팅에 자연스럽게 많이 노출이 되고 있음
- 따라서 기업이나 브랜드 입장에서는 SNS 마케팅이 필수이며, 특히 인스타그램과 틱톡은 젊은 층을 중심으로 빠른 성장을 보이는 SNS임
- 따라서 남미 주요국 진출 시 인스타그램과 틱톡을 통한 적극적인 SNS 마케팅이 필요할 것으로 보이며 챗린지, 레시피 공유, 먹방, 광고 등 흥미롭고 소비자의 관심을 끌 수 있는 콘텐츠를 제공하는 것이 중요함

III. 한류의 적극적 활용

- 남미 주요국에서는 K-POP뿐만 아니라 K-드라마/영화 또한 인기를 끌며 한국 문화에 관심을 가지는 K-CULTURE 팬들이 늘어나고 있음
- 실제 현재 한국라면의 현지인 주 취식층은 K-POP, K-드라마 등의 팬으로 한국 문화/음식에 관심을 가진 젊은 층이 대다수임
- 따라서 시장확대를 위해서는 한국 음식/라면에 익숙하지 않은 소비자를 대상으로 한국 문화를 매개체로 접근하는 것이 필요할 것
- 특히 현지에서 인기가 좋은 K-POP, 드라마 및 한류 스타를 활용한 마케팅이 효과적일 것

IV. 다양한 맛(Flavor)의 제품 제공

- 남미 주요국은 다양한 맛의 라면이 제공되고 있으며 일반적인 국물 라면 외에도 스파게티, 야키소바 등 다양한 타입/맛의 라면이 제공되고 있음

- 한국의 매운 맛 라면은 Korean signature라는 특징으로 젊은 층에게 어필하고 있으나 매운 맛에 익숙하지 않은 대중들에게는 어필하기 어려울 수 있음
- 따라서 매운 맛 외에도 맵지 않은 야채 맛, 해물 맛, 치즈 맛 등을 다양하게 제공하는 것이 필요함

V. Clean Label/비건 등 건강한 제품 고려

- 남미 주요국에서 건강한 식품 섭취에 대한 소비자의 니즈가 확대되고 있으며 정부에서도 패키지 영양성분표, 성분표시를 강화하는 등 국민의 건강한 영양 섭취에 신경 쓰는 트렌드임
- 라면은 과도한 염분과 탄수화물 위주의 영양소 구성으로 건강에 좋지 않다는 인식이 높아 건강을 신경 쓰는 트렌드에 맞춰 건강한 제품인 쌀 라면, 비건 라면 등도 추가로 고려

VI. 프리미엄 포지셔닝을 위한 차별화 요소 강조

- 한국 수출라면은 현지 제품에 비해 가격이 비싼 편으로 높은 가격이 시장 확대의 걸림돌이 되고 있음
- 따라서 현지라면과 차별화된 프리미엄 요소, 예를 들어 Made in Korea 제품, 동남아/북미 등에서의 가장 핫한 트렌드, 한류 배우가 좋아하는 제품 등에 대한 홍보/커뮤니케이션이 필요함

VII. 아르헨티나, 칠레 대상 소용량 컵라면 위주의 제품 공급

- 아르헨티나와 칠레는 컵라면 시장이 봉지라면 시장보다 더 크게 형성되어 있으며, 간단한 간식, 한끼 식사로서 강하게 포지셔닝하고 있음
- 따라서 아르헨티나, 칠레를 대상으로 컵라면 중심의 제품 공급이 필요함