

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000072-01



상파울루

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in São Paulo

북미·아시아·유럽·중남미·중동·아프리카·대양주



KFF 한국식품재단
KOREAN FOOD FOUNDATION

KFF 한국식품재단
KOREAN FOOD FOUNDATION

발 간 등 록 번 호

11-1543000-000072-01

상파울루

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in São Paulo

발간사

「한식당 창업 및 운영 가이드 북」을 펴내며...

최근 '한류'라는 이름으로 시작하여 전 세계 인들을 뜨겁게 달군 한국 드라마와 대중가요에 대한 관심이 자연스럽게 우리문화로까지 확산되고 있습니다.

이러한 관심은 우리네 먹거리와 식문화로까지 옮겨져 왔으며 많은 내·외국인들에게 '한식'과 '한식문화'에 대한 가치가 재조명받고 있는 추세입니다. 일례로 뉴욕 데일리 뉴스에서 '12년 가장 주목받을 음식으로 '한식'을 꼽을 정도로 앞으로 한식은 세계인과의 소통에 활용하기 좋은 매개로 성장할 수 있을 것이라 확신합니다.

이에 농림축산식품부와 한식재단에서는 높아진 한식의 위상과 우리 식문화의 무한한 잠재성을 활용하여 세계 여러 시장에서 한식의 새로운 가치 창출을 이룰 수 있도록 2010년부터 해외 주요도시의 외식시장을 조사·분석하고 있습니다. 올해는 특히 한식당 유망시장으로 꼽히는 중국 청도와 동남아의 자카르타, 마닐라, 쿠알라룸푸르, 브라질 상파울로의 외식시장과 한식당 운영에 필요한 정보들을 조사하였습니다.

이번 조사는 세계적인 컨설팅 펌인 PwC Global의 Transformation™을 기반으로 현지 통계청과 국제 소비산업 조사업체인 Euromonitor International의 조사 자료 등을 참고하여 한식당을 운영하기 위한 거시 환경과 에스닉푸드 시장의 경쟁 강도 등을 분석하였으며 현지 외식 소비자를 대상으로 한 온라인 설문조사와 소비자 좌담회

등을 개최하여 외식 소비행태와 해당지역에서의 한식·한식당의 인지도와 마케팅 요소들을 파악해보았습니다.

또한 도시 내 한식당 운영에 유리하다고 판단되는 지역들을 직접 관찰하여 해당상권들의 특징을 분석해보고 현재 현지에서 활발히 운영 중인 한식당 경영주들께 한식당 창업과 운영 시 애로사항 및 장애요인, 해소방안 등을 들어보았습니다.

이 외에 각 도시별로 유력한 외식관련 SNS 및 커뮤니티에 빅데이터분석 기법을 활용하여 한식당에 대한 소비태도 등을 예상해 보았습니다.

이런 다양한 조사와 분석 결과물을 엮고 정리하여 일선에 계시는 많은 분들이 보다 쉽게 정보를 접하시고 한식당을 창업·운영하실 때 조금이나마 수고를 덜어드리고자 이렇게 '한식당 창업 및 운영 가이드북'을 발간하게 되었습니다. 아무쪼록 본 가이드북이 한식으로 창업 또는 운영을 하시는 모든 분들께 자그마한 등불이 될 수 있기를 기원합니다.

마지막으로 이 가이드 북을 펴낼 수 있도록 헌신적으로 수고해주신 삼일회계법인의 정준하 부장님 외 관계자분들과 바쁘신 중에도 기꺼이 조사에 응해주신 해외 현지 한식당 경영주 분들께 진심으로 감사 인사를 드리는 바입니다.

2013년 9월 한식재단 이사장 양일선

CONTENTS

I. 상파울루(São Paulo) 시장환경

1. 거시환경 분석
2. 외식시장 현황

II. 상파울루(São Paulo) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해
4. 한식당 설립 실무정보

III. 상파울루(São Paulo) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영 가이드

■ 외식 소비자 설문조사 개요

조사 방법: 온라인 조사(Online Survey) 방식
조사 대상: 상파울루 조사업체 패널 255명
조사 기간: 2013. 1. 25 ~ 2. 11(15일)

“

상파울루 한식당
창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in São Paulo

”

I. 상파울루(São Paulo) 시장환경

1. 거시환경 분석

1.1 정책적 환경	009
1.2 경제적 환경	013
1.3 사회문화적 환경	017
1.4 음식문화적 환경	020

2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해	022
2.2 고객에 대한 이해	026
2.3 경쟁자에 대한 이해	031
2.4 외식상권에 대한 이해	038
2.5 한식산업에 대한 이해	068

1. 거시환경 분석

상파울루(São Paulo)는 브라질 남부 상파울루 주의 주도이자 각종 상공업이 발달한 브라질 경제의 중심지입니다.

상파울루는 리우데자네이루(Rio de Janeiro) 남서쪽 약 500km 지점, 해발고도 약 800m의 고원지대에 위치하고 있습니다.

면적은 1,523km²로 전체 국토의 0.018%를 차지하며 이는 서울의 약 2.5배 크기입니다.

인구는 약 1,100만 명으로 브라질에서 가장 인구가 많은 도시이며 이 중 45%가 상파울루로 일거리를 찾아 이주해온 이민자로 구성되어 있습니다.

브라질은 포르투갈의 지배를 받았기 때문에 스페인어를 사용하는 주변 라틴아메리카 국가들과는 달리 포르투갈어를 공용어로 사용합니다.

상파울루는 고도가 높아 여름에도 더위가 심하지 않으며 1년 내내 비교적 쾌적한 기후를 지니고 있습니다.



그림 1-1: 브라질 상파울루 지도

1.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

현재 브라질 정부는 세계 경제위기로 인한 브라질의 경기 둔화를 막기 위해 많은 부양책을 제시하고 있으나 그 효과는 아직 미미한 수준입니다.

2011년 Dilma(딜마) 정부 출범과 함께 미국 및 유로존 국가를 포함한 선진국 경제의 침체와 불확실성이 높아지면서 브라질 원자재에 대한 해외수요가 급격히 둔화되었고 국내생산 활동을 촉진시키기 위한 정책 도입이 필요하게 되었습니다.

특히 부가가치 산업의 성장 없이는 경제발전이 어렵다는 것을 인식하고 모든 산업부문에 있어서 경쟁력을 높이고 투자확대를 촉진시키기 위해 조세감면 등의 다양한 정책을 도입하여 실시하고 있습니다.

경제 활성화 정책으로 기업에 대한 세금을 최대 80%까지 줄이는 정책을 발표했으며 재정 건전화, 물가안정, 변동환율을 3대 축으로 하여 시장 친화적 경제 정책을 적극 추진하고 있습니다.

특히 물가안정을 위해 물가목표제를 도입했으며 중앙은행의 독립성을 강화 하는 한편 강력한 고금리 정책을 추진하고 있습니다. 다만 금융업계의 거센 금리인하 압박에도 불구하고 고 강도 높은 고금리정책을 실행해왔던 브라질 중앙은행은 해외자본 투자 유치를 위하여 2012년 현재 기준금리를 8%대로 인하하였습니다.

세계 6위 규모의 브라질 경제의 최대 취약점의 하나는 인프라가 열악하다는 점이며 이에 브라질 정부는 적극적인 인프라 확충 사업을 진행하고 있습니다.

브라질 개발은행(BNDES: Brazilian Development Bank)은 2011~2014년 인프라 투자 규모를 2,100억 달러(한화 약 230조 원)로 추정하였으며 정부 또한 인프라 수준 향상 및 수송 관련 비용(Cost of Logistics) 경감을 위해 최근 인프라의 민영화 계획(Private Concession Plan)을 발표했습니다.

2) 투자 정책

브라질 연방정부는 외국인 투자의 기본정책으로 외국인 투자에 대한 제한을 내국인 수준으로 완화하고 다양한 투자 인센티브를 부여하고 있습니다.

석유 및 천연가스분야, 전력 및 수력발전소 건설에 외국자본을 유치하고 인프라 부문의 외국인 기업 참여 허용을 확대하고 있습니다.

투자인센티브는 주체는 크게 연방정부와 주정부로 나뉘며 경우에 따라 2중 혜택 적용도 가능합니다.

브라질 정부는 지역별로 자율적인 투자유치 경쟁을 추구하고 있어 외국기업과 내국 기업 간의 인센티브 차별은 없는 편입니다.

표 1-1: 브라질 외국인 투자 인센티브

구분	연방정부 제공 인센티브	주정부 제공 인센티브
특징	<ul style="list-style-type: none"> 연방정부의 인센티브는 국가정책 목표달성을 위한 거시정책의 일환임 주로 수출증대, 국내민간기업의 투자원조 등 간접적 형태임 주로 조세감면이나 대출 금리 인하 혜택을 제공함 	<ul style="list-style-type: none"> 지방정부의 인센티브는 지역개발, 고용증대 등 특별목적에 대해 직접적 인센티브를 제공하는 형태임 연방정부의 투자인센티브 프로그램을 지원 받을 수 있도록 행정적 지원을 제공함
종류	<ul style="list-style-type: none"> 북동부 지역(ADENE), 아마존지역(ADA) - 지역개발을 위한 투자 인센티브 FINOR, FINAM 등 특별 투자금융지원 농업부문에 대한 조세감면 등의 산업분야별 인센티브 	<ul style="list-style-type: none"> 간접세, 재산세 등 감면 & 분할납부 허용 주(州)의 수세원 중 가장 큰 부분이 유통세(ICMS)이므로 투자기업의 경우 주(州)가 제공하는 투자유치혜택 중 가장 관심을 가져야 하는 부분임

3) 이민 정책

브라질의 기본적인 이민 정책은 외국 이민자들에게 우호적인 편이며 브라질 이민국은 10년에 1번 주기로 불법 이민자들에게 사면령을 시행하고 있습니다.

모든 이민 법안은 2005년 개정으로 인해 '사람' 중심 정책으로 바뀌었으며 현재는 비자나 영주권 발급이 수월한 편입니다.

2005년 이민법 개정에 따라 관광비자와 사업 비자가 통합되고 1년 유효 비자는 5년 동안 갱신이 가능한 비자로 개정되었습니다.

새로운 비자를 통해 외국인들은 수 차례에 걸쳐 브라질을 방문할 수 있고 1년에 180 일까지 거주할 수 있습니다.

투자이민의 경우 기준금액이 기존 최소 20만 달러에서 5만 달러로 하향 조정되었습니다.

따라서 브라질에서 소규모 사업을 하고자 하는 외국인의 비자 발급 제한이 낮아지고 더 많은 외국인 투자자를 끌어들이는 인센티브로 작용하게 되었습니다.

외국인이 브라질 국민이나 영주권자와 결혼을 하면 영주권이 자동으로 주어지며 브라질 내에서 자녀를 출산을 하게 되는 경우에는 자녀에게 브라질 국적이 자동 취득되므로 자녀의 양육권을 보장하기 위하여 부모에게 자동적으로 영주권을 발급됩니다.

4) 식품 및 외식산업 정책

① 위생 강화 정책

브라질 정부는 보건관리 프로그램의 도입으로 안전한 먹을거리와 고품질의 먹을거리 보장을 위해 노력하고 있습니다.

이에 브라질에 수입되는 모든 식품 품질검사는 위생감시국(ANVISA: Agencia Nacional de Vigilância Sanitar)에서 주관하도록 법이 개정되었으며 위생감시국에서 인증을 받아야만 판매 유통이 가능합니다.

품목에 따라 강제인증 또는 비 강제인증으로 구별되며 해당 검사 품목으로는 의약품, 건강 및 미용 관련 제품, 농약, 식품, 화장품, 담배 등이 있습니다.

위생 감시국의 품질검사과정은 브라질 규격(SINMETRO, ABNT, INMETRO, CONMETRO)에 맞춰 진행되어 상당히 까다롭고 많은 시간이 소요됩니다.

ANVISA 허가 취득기간의 경우 제품에 따라 6개월~1년 정도 소요된다고 하지만 실제로는 2~3년 이상 걸리는 경우도 많아 브라질 시장진출을 저해하는 비관세 장벽 중 하나로 인식되고 있습니다.

② 프랜차이즈 정책

프랜차이즈 산업이 높은 성장세를 보이는 가운데 적극적인 정부 지원이 이뤄지고 있습니다.

브라질에서의 프랜차이즈 비즈니스는 94년의 헤알 플랜(Real Plan) 도입에 의한 거시경제의 안정화와 90년대 후반 이후의 외자 진출 증가로 인한 비즈니스모델의 근대화, 철저한 업무관리 등을 통해 브라질에서 기세를 높여왔습니다.

브라질에서의 프랜차이즈 비즈니스는 특히 2000년 이후 성장속도를 높이고 있으며 점포·거점 수도 2001년의 600개에서 2008년에는 약 2.3배(1,397개)로 확대되었습니다.

브라질 프랜차이즈 시장은 현지 기업 비율이 90% 이상으로 매우 높은 것이 특징입니다.

현지기업을 육성할 수 있는 일정 수준 이상의 경제력을 보유하고 있고 영어 이외의 언어가 공용어로 되어 있으며 미국경제에 대한 의존도가 높지 않은 점 등이 현지기업이 강점을 보이고 있는 이유로 꼽히고 있습니다. 또한 종업원 교육 수준 및 고객 대응력 부분에서 브라질 프랜차이즈 시장이 상당히 높은 경쟁력을 보유하고 있는 것으로 전해지고 있습니다.

한편 2014년의 월드컵과 2016년의 리우데자네이루(Rio de Janeiro) 올림픽 개최가 외식업계의 중요한 비즈니스 기회가 될 것으로 보이며 이에 KFC, 서브웨이 등 기존의 '브라질 철수조'가 브라질 시장에 재상륙 하고 있습니다.

1.2 경제적 환경

1) 경제 규모 및 성장률

2009년 글로벌 경제위기에 마이너스 성장률을 보이며 잠시 주춤했으나 2010년 이후 민간 소비 및 투자를 중심으로 빠른 경기 회복세를 보이고 있습니다.

2012년 브라질의 GDP 규모는 약 2조 3,620억 달러(한화 약 2,606조 원)로 세계 8위의 경제 규모를 기록했습니다.

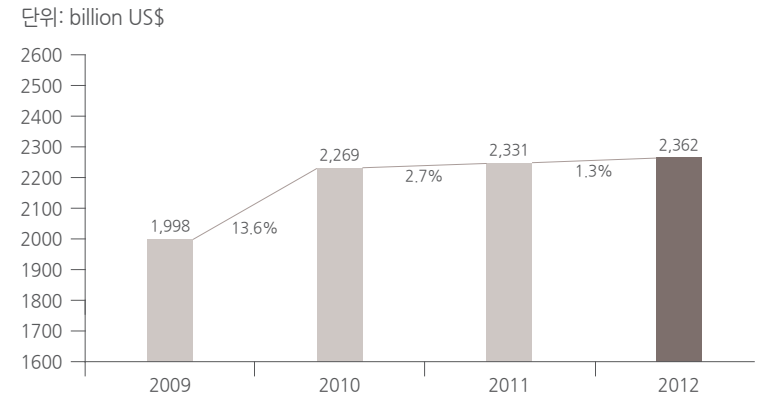
브라질은 내수 중심의 경제 성장 방식으로 민간소비가 전체 국내총생산(GDP)에 60% 이상을 구성하고 있습니다.

섹터(Sector)별 GDP 구성비를 살펴보면 서비스 섹터가 67%, 산업 섹터가 27%, 농업 섹터가 6% 정도로 구성되어 있습니다.

브라질의 1인당 GDP 규모는 1만 2,465달러(한화 약 1,380만 원)로 우리나라의 절반 수준입니다.

상파울루의 1인당 GDP 규모는 3만 2,493달러(한화 약 3,599만 원)로 브라질 전체 GDP의 12.02%를 점유하고 있어 브라질 도시 중 가장 높은 차지하고 있습니다.

그림 1-2: 브라질 연도별 국내총생산(GDP) 규모



출처: CIA World Factbook

2) 외국인 투자 유치

2011년 중남미 지역의 외국인 직접투자(FDI) 유치액은 1,534억 달러였으며 이 가운데 브라질에만 44%에 달하는 투자액이 유치되었습니다.

세계경제위기에도 불구하고 브라질에 해외 투자액이 몰린 대표적인 요인으로는 브라질의 정치, 경제 안정성 향상, 높은 경제성장률 및 소득 증대, 거대 내수시장 및 남미 주변국가 공략을 위한 이점 등을 꼽을 수 있습니다.

2012년 1월~7월 외국인 직접투자 유치액은 전년 동기 대비 소폭 상승한 381억 4천만 달러로 나타났습니다.

한국의 대 브라질 외국인 직접투자(FDI)는 2011년부터 2012년까지 17% 증가했습니다.

3) 물가 상승률 변화

브라질 중앙은행은 2013년 물가상승 압력이 최고조에 달할 것이라고 전망하고 있으며 이에 경기부양보다 인플레이 억제를 우선시 하는 정책을 펼치고 있습니다.

브라질의 2013년 2월까지 최근 12개월 물가 상승률은 6.31%로 집계돼 2011년 11월 이래 가장 높은 수치를 기록했습니다.

브라질 중앙은행은 연간 물가 상승률 억제 기준치를 4.5%로 설정하고 ±2%포인트의 허용 한도를 두고 있습니다.

브라질 금융당국은 2012년 11월 기준금리를 7.25%로 내린 이후 2013년 3월까지 기준금리를 움직이지 않고 있습니다.

2012년 4분기 브라질 경제성장률은 전분기 대비 0.6% 성장하는 데 그쳤지만 물가는 상승하는 추세로 기준금리 동결은 스테그플레이션 우려가 커진 점을 감안한 것으로 풀이됩니다.

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

브라질의 경기가 호조를 보이면서 2012년 가처분 소득은 약 1조 6,210억 달러(한화 약 178조 8,774억 원)를 기록했습니다.

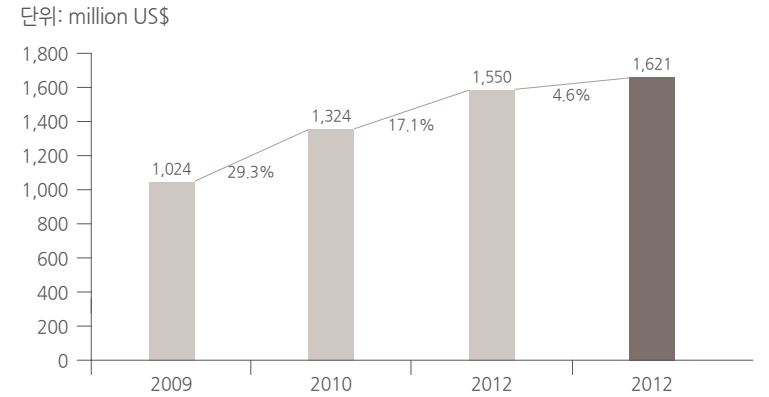
2012년 가처분소득 규모는 전년 대비 약 4.5% 증가한 것으로 브라질 경제가 성장세인 점을 감안하면 앞으로도 계속 증가할 전망입니다.

'Observador Brazil 2012' 보고서에 따르면 최근 7년간 브라질 국민 6,400여만 명이 상위 소득계층으로 이동했으며 이는 이탈리아 전체 국민 수에 해당하는 규모입니다.

브라질 경제소비 중 가처분 소득이 증가함에 따라 식음료 부분의 지출 또한 꾸준히 증가하고 있는 추세입니다.

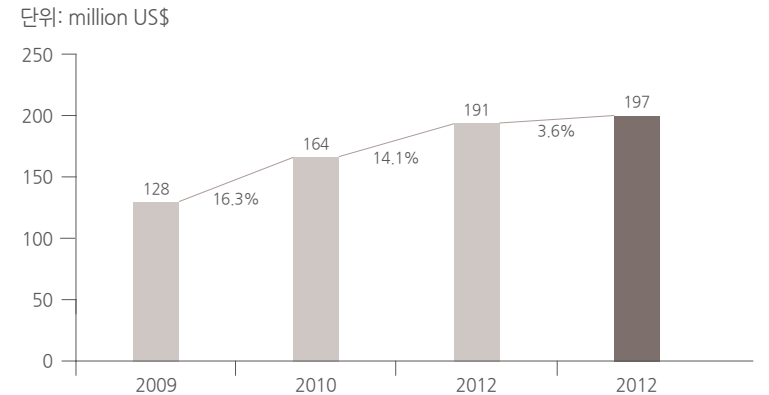
하지만 전체 가처분소득 중 약 26%가 가계 부채에 해당되며 이는 앞으로의 브라질 경제 성장에 부담스런 영향을 줄 것이라는 전망도 존재합니다

그림 1-3: 브라질 연도별 가처분 소득 규모



출처: Euromonitor

그림 1-4: 브라질 연도별 식비 지출액 규모



출처: Euromonitor

5) 경제 동향

브라질 중앙은행 발표에 따르면 브라질의 2013년 잠재 성장률은 약 3.2%~3.5%로 추정되며 중앙은행의 정책 금리는 2013년 중 현재수준(7.25%)으로 동결될 것으로 보입니다.

미국달러에 대한 환율 또한 2.05~2.10헤알 수준에서 변동할 것으로 예상됩니다.

브라질의 성장을 이끌고 있는 산업군은 대두, 철광석, 석유와 같은 1차 산업군의 수출이기 때문에 고부가가치를 지닌 2, 3차 산업은 적자를 보이는 반면 1차 산업의 흑자만 계속 증가하는 전형적인 '네덜란드 병'의 징후가 나타나고 있습니다.

브라질 정부의 산업 정책은 여전히 취약한 부분이 많으며 고평가 된 헤알화와 고금리 때문에 첨단 제조업 분야에 대한 투자는 답보 상태에 머물러 있습니다. 또한 취약한 인프라, 고금리, 저환율 등의 구조적 문제점들은 투자 증대의 걸림돌로 작용하고 있습니다.

하지만 2014년 월드컵, 2016년 올림픽 개최를 앞두고 해외 자본의 브라질 투자는 더욱 늘어날 것으로 전망됩니다.



1.3 사회문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

브라질은 대표적인 다인종 국가로 흔히 백인, 혼혈인(Mulato) 백인과 흑인의 혼혈, 흑인, 황인(Asian) 및 브라질 원주민으로 구분됩니다.

브라질 통계청 조사 결과에 따르면, 2010년 기준 전체 인구 중 유색인종(Non-White) 인구는 약 47.73%를 차지하며 이중 혼혈인(Mulato) 비율이 약 43%로 가장 높게 나타났습니다.

혼혈인(Mulato)은 백인과 흑인의 대립 구조 속에서 완충지대의 역할을 담당하고 있음

브라질에서 최상류층은 대부분 백인, 최하위층은 대부분 혼혈인이나 흑인으로 어느 정도 인종 차별이 존재합니다.

2012년이 되어서야 브라질 연방법원에 최초 흑인출신의 대법원장이 임명될 정도로 인종 차별이 아직도 남아 있는 편이라 볼 수 있습니다.

포르투갈 식민 시절부터 다양한 유럽계 백인종의 이주가 본격화 되었고 포르투갈 뿐 아니라 이탈리아인도 상당히 많이 이주해왔습니다.

같은 시기 흑인은 백인들의 노예로 아프리카에서 주로 이주해 왔으며 이들의 후손 및 사회적 신분이 지금까지도 어느 정도 이어져 내려오고 있다고 볼 수 있습니다.

상파울루 시의 백인 인구 비율은 브라질 평균보다 높은 것이 특징인데 이는 유럽인들의 오랜 이민 역사에 기인한 것으로 풀이됩니다.

또한 브라질의 거주하는 아시아계(Asian)의 대부분이 상파울루에 밀집되어 있으며 특히 일본인이 많이 거주하고 있습니다.

브라질은 과거 포르투갈 지배의 영향으로 스페인어를 사용하는 주변국들과는 달리 포르투갈어를 공용어로 사용하고 있습니다.

영어 교육이 이루어지고 있긴 하지만 대체적으로 영어가 잘 통하지 않는 편이며 주변에 스페인어를 쓰는 나라가 많아 스페인어 사용도 늘고 있습니다.

2) 종교적 배경

브라질은 가톨릭(Catholic) 신자가 64.6%로 가장 많으며 개신교(Protestant)가 두 번째로 많은 22.2%를 차지하고 있습니다. 상파울루 또한 가톨릭(58.2%)과 개신교(22.1%) 신자의 비율이 가장 높게 나타났으나 브라질 전체 평균보다는 적은 것으로 나타났습니다.

3) 사회·문화적 특성

① 인구통계학적 특성

출산율 감소로 부양가족이 줄어들게 되면서 잉여 소득을 개인에게 투자하는 경향이 나타나고 있습니다.

경제 인구에서 여성이 차지하는 비율이 59%로 증가하면서 여성과 관련된 산업들이 성장하고 있으며 2005년 기준 여성 경제 인구수는 9,500만 명이며 2020년에는 1억 2천만 명 수준으로 늘어날 것으로 전망됩니다.

취식이 간단한 인스턴트 식품 관련 산업이 높은 성장률을 보이고 있으며 여성 화장품, 여성 의류, 유아 등의 관련 산업도 꾸준한 성장세를 나타내고 있습니다.

② 소셜 네트워크 & IT트렌드

브라질은 IT산업이 연간 91%의 성장률을 보이며 라틴 아메리카에서 가장 빠른 성장을 보이고 있는 국가입니다.

SNS 분석 업체인 '소셜베이커스(Socialbakers)에 따르면 2012년 브라질의 페이스북(Facebook) 사용자는 전년대비 144%의 폭발적인 성장률을 기록했습니다.

브라질에는 2012년 기준 약 5천만 명의 페이스북 사용자가 있는 것으로 나타났으며 이는 국가별로 보면 미국에 이어 두 번째로 큰 규모입니다.

2012년 5월 기준 브라질에서 사용되는 휴대폰은 2억 5천만대를 넘어섰으며 이는 2011년 대비 약 18.6% 증가한 수치입니다.

이 중 개통된 휴대폰 중 81.78%가 선불제 휴대폰인 것으로 드러났으나 스마트폰 사용 인구가 늘어나면서 선불제 핸드폰의 성장률은 점점 둔화되고 후불제 휴대폰 사용자가 증가하고 있습니다.

월 평균 43만 대의 후불제 휴대폰 개통 중 대부분이 스마트폰인 것으로 나타났습니다.

미국 애플(Apple)사의 모바일 어플리케이션 스토어 '앱 스토어'(App Store)는 2012년 4월부터 브라질에서 서비스를 개시했으며 모바일 어플리케이션 시장 조사 기관 Distimo의 최근 보고서에 따르면 브라질의 어플리케이션 판매량이 2012년 전년 대비 83% 증가한 것으로 나타났습니다.

특히 브라질은 '앱 스토어' 매출 성장률 전 세계 6위를 기록하고 있으며 이러한 성장세는 앞으로도 지속될 전망입니다.

③ 한류의 인기

브라질 사람들은 '한류'를 K-Pop과 한국 문화 뿐 아니라 모든 한국 제품(휴대폰, 자동차, TV 등), 각종 컨텐츠 및 경제이슈까지 아우르는 큰 개념으로 인식하고 있습니다.

K-Pop의 성공으로 브라질 내 한류의 부가가치 유발 효과는 2010년 한화 약 5조 원으로 집계되었으며 이는 2009년 약 4조 원에 비해 20% 상승한 수치입니다.

한국문화산업교류재단에서 브라질 남녀 400명을 대상으로 한류에 대해 조사한 결과에 따르면 새롭고 독특한 느낌과 한국산 제품이 한류의 인기 요인으로 꼽혔습니다.

2013년 2월 11일 리우 데 자네이루(Rio de Janeiro)에서 브라질 한인 이민 50주년을 기념해 한국을 테마로 한 대규모 퍼레이드가 펼쳐졌습니다.

5천년 역사와 한국 문화, 음식, 한글, 88년 서울올림픽과 2002년 월드컵 축구대회 개최, IT 강국 부상 등 한국의 발전상도 압축적으로 전달해 눈길을 끌었습니다.

그림 1-5: 브라질 2013 카니발 한국 테마 페스티벌



1.4 음식문화

1) 식단 및 식습관

브라질 아침 식사 메뉴는 식민 지배시절의 영향으로 생과일 주스와 계란 토스트, 시리얼, 빵, 타피오카 등 유럽스타일의 아침을 즐겨먹으며 가볍게 식사하는 경향이 있습니다.

지역에 따라 지방특색 요리, 파오 드(Queijo: 치즈 롤), 과일(Aça), 치즈 조각, 차, 콘브레드 등을 먹기도 합니다.

브라질 점심식사는 하루 중 가장 풍성한 식사이며 상대적으로 가벼웠던 아침 식사와는 달리 스테이크, 쌀과 콩, 샐러드를 즐겨 먹습니다.

브라질 저녁 식사는 2단계로 나누어 지는데 첫번째 저녁 식사는 'Jantar' 라고 부르며 식사 시간은 밤 9시 정도로 늦은 편입니다.

점심 식사와 비슷하되 양이 상대적으로 적으며 스프와 샐러드, 파스타와 피자, 햄버거와 같은 서양음식이나 쌀과 콩으로 만든 브라질 전통음식을 먹기도 합니다.

두 번째 단계인 저녁 식사는 'Ceia'라고 불리며 저녁 식사가 부족했을 경우나 크리스마스, 카니발 같은 축제기간에 밤 11시쯤 먹는 식사를 말하며 메뉴는 점심식사 및 저녁식사와 비슷합니다.

아침과 점심 사이, 점심과 저녁 사이에 티타임을 즐기며 주로 생과일 주스, 과일, 쿠키 등을 먹습니다.

표 1-2: 브라질의 음식문화와 식단

구분	내용
아침	Café-dá-manha • 생과일주스와 계란, 토스트, 시리얼, 빵, 타피오카 등으로 구성된 가벼운 식사를 즐김
오전	Lanche-da-manhã • 주로 생과일주스, 과일, 가벼운 샌드위치, 쿠키 등의 간식을 먹음
점심	Almoço • 스테이크, 쌀과 콩, 샐러드가 기본 형식이며 하루 중 가장 푸짐한 식사임 • 수요일 또는 토요일 점심에는 전통음식인 페이조아다(Feijoada)를 즐겨 먹음
오후	Lanche-da-tarde • 주로 생과일주스, 과일, 가벼운 샌드위치, 쿠키 등의 간식을 먹음
저녁	Jantar • 점심식사와 비슷하되 양이 상대적으로 적고, 스프와 샐러드, 파스타와 피자, 햄버거 같은 서양 음식 또는 브라질 전통음식을 주로 먹음 • 저녁식사가 부족했을 경우나 크리스마스, 카니발 같은 축제기간의 밤 11시쯤 먹는 식사임
별식	Ceia • 메뉴는 점심식사와 저녁식사와 비슷함

2) 주식 및 식품소비

주식은 쌀, 콩, 밀 및 고기이며 브라질은 중남미에서 육류를 가장 많이 소비하는 국가입니다.

브라질은 남미의 육류 수출국답게 육류의 소비가 많은 것으로 나타났으며 특히 닭고기와 소고기에 대한 소비가 많은 편입니다.

브라질의 1인당 옥수수, 밀 소비량은 상당히 높은 편이며 채소 같은 농산품 또한 남미의 다른 신흥 시장에 비해 변동성이 적고 안정적인 편입니다.

브라질의 개인당 설탕 소비량은 세계 상위권 수준이며 이는 브라질의 많은 인구(세계 5위)에 기인한 결과입니다.

3) 전통음식

브라질 요리는 과거 식민지 및 이민 역사로 인해 여러 국가의 요리문화에 영향을 받아 지역별로 굉장히 다르게 발전했습니다.

육류를 즐겨 먹으며 쇠고기, 돼지고기, 양고기 등을 주재료로 한 육류 음식이 많이 발달했으며 음식이 기름지고 열량이 높은 것이 특징입니다. 양념과 소금을 많이 사용하기 때문에 상대적으로 다른 남미국가들과는 달리 매운 음식에 거부감이 적은 편입니다.

브라질의 대표 전통 요리로는 아래 세 가지 메뉴를 꼽을 수 있습니다.

- 바이아 요리(Baia): 해산물과 마니옥가루, 고구마, 코코넛, 파인애플, 야자유 같은 지역적 산물을 많이 사용하며 조미료는 아프리카식의 양념을 코코넛 가루와 섞어 독특한 맛을 내는 것이 특징입니다.
- 추라스코(Churrasco): 1미터나 되는 긴 쇠꼬치에 다양한 고기를 꿰어 숯불에 돌려가며 서서히 구워낸 것으로 담백하고 고소한 맛이 특징입니다. 토마토소스와 양파소스를 곁들여 먹습니다.
- 페이조아다(Feijoada): 돼지고기와 소시지, 훈제고기에 검은콩과 마늘 등을 넣어서 푹 끓여서 만드는 스투로 흑인노예들이 해먹던 음식에서 유래되었습니다. 페이조아다 전문 식당도 있으며 보통 수요일과 토요일 점심으로 먹는 것이 전통으로 남아있습니다.

그림 1-6: 브라질 전통 음식



▲ 바이아 (Baia)

▲ 추라스코 (Churrasco)

▲ 페이조아다 (Feijoada)

2. 외식시장 현황

2.1 시장에 대한 이해

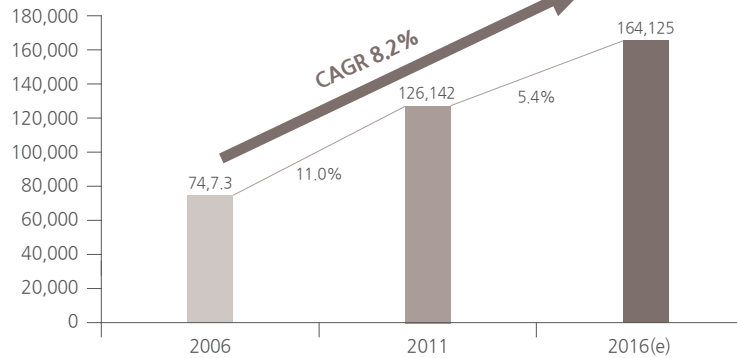
1) 외식시장 규모

2011년 기준 브라질 외식시장 규모는 약 1,260억 달러(약 142조 원) 정도이며 향후 연 평균 5.4%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

유로모니터(Euromonitor) 분석에 따르면 '06~'11년 브라질 외식시장 규모는 연 평균 11.0%의 높은 성장률을 기록하였으며 향후 '16년 까지 연 평균 5.4% 성장률을 기록하며 약 1,640억 달러(약 185조 원) 규모에 달할 것으로 전망됩니다.

그림 2-1: 상파울루 외식시장 규모 및 연 평균 성장률 (CAGR)

단위: million US\$



출처: Euromonitor, 2012

브라질 외식시장의 세부 섹터별 규모를 살펴보면 'Cafes/Bars'가 45.2%로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 그 다음으로 'Full-Service Restaurants (26.4%)', 'Fast Food(17.9%)' 순으로 높은 비율을 보였습니다.

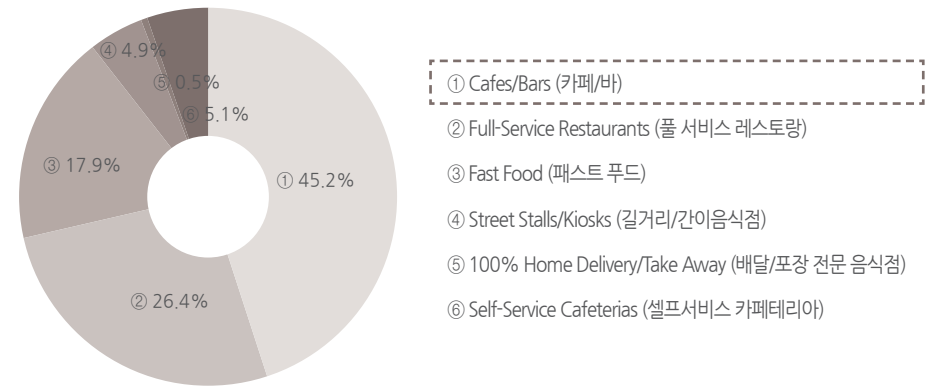
'100% Home Delivery/Take-away'의 비율은 0.5%로 나타나 아직까지 브라질 외식시장에서는 배달문화가 정착하기 않은 것으로 파악됩니다.

대도시권을 중심으로 간편식으로 식사를 해결하는 외식문화가 확산되면서 'Fast Food', 'Street Stalls/Kiosks', 'Self-Service cafeterias' 시장의 성장세가 두드러지고 있습니다. 한편 'Full-Service Restaurants'은 견조한 성장세를 이어갈 것으로 전망됩니다.

'Fast Food'시장은 '06년에서 '11년까지 외식시장 전체 연 평균 성장률(11.0%)을 웃도는 13.1%의 성장률을 기록하며 시장 점유율을 높여가고 있으며 향후 '16년까지 7.4%의 연평균 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.

점유율은 낮지만 'Street Stalls/Kiosks', 'Self-Service Cafeterias' 시장의 약진이 예상됩니다. 대도시권을 중심으로 대형 백화점과 쇼핑센터가 증가하면서 전문 식당가에 입점하는 카페테리아(Cafeterias) 매장과 푸드코트(Food Court) 매장이 급증하고 있습니다.

그림 2-2: 상파울루 외식시장 섹터별 규모 (2011)



출처: Euromonitor, 2012

Categories	시장규모 (million \$)	비율 (%)	성장률 (%)	
			'06~'11	'11~'16
Consumer Food Service	126,142.1	100.0	11.0	5.4
Cafes/Bars (카페/바)	57,023.4	45.2	8.9	4.3
Full-Service Restaurants (풀 서비스 레스토랑)	33,245.1	26.4	12.8	4.8
Fast Food (패스트 푸드)	22,549.1	17.9	13.1	7.4
Street Stalls/Kiosks (길거리/간이음식점)	6,242.6	4.9	15.0	8.4
100% Home Delivery/Take Away (배달/포장 전문 음식점)	668.3	0.5	9.7	3.6
Self-Service Cafeterias (셀프서비스 카페테리아)	6,413.5	5.1	12.7	7.8

업태구분은 리서치 기관 Euromonitor의 구분에 의함

2) 외식시장 트렌드

1억 8천 만 명에 달하는 인구가 대규모 내수시장을 형성하고 있는 브라질 식품시장은 급성장을 거듭하고 있습니다.

브라질의 식품 소매부문 매출액은 약 500억 달러(약 54조 1,750억 원)에 육박하며 이는 브라질 국내 총 소매부문 매출액의 약 30%를 차지하는 규모입니다.

최근 식품유통 채널에서는 하이퍼마켓(Hypermarket)과 슈퍼마켓 (Supermarket) 체인들이 시장 점유율을 높여 나가고 있으며 유수의 글로벌 식품 소매업체들이 브라질 시장 진출을 시도하고 있습니다.

브라질 정부 식품소비 통계에 따르면 2011년 소비가 가장 급증한 제품은 유제품류(요구르트, 아이스크림 등) 32% , 과자류 28%, 주스27%, 초코렛 25%, 치즈류 24% 등 가공식품이 대부분인 것으로 나타났습니다.

브라질에서는 전반적으로 외식이 매우 보편화 되어 있어 외식 빈도가 매우 높은 편입니다.

브라질 가정에서는 아침, 점심, 저녁을 불문하고 외식으로 간단하게 끼니를 해결하는 경우가 많습니다. 특히 도시권에 거주하고 있는 젊은이들과 직장인들 사이에서 일상적인 외식 소비가 크게 증가하고 있는 추세입니다.

저소득층의 외식 소비가 증가하면서 패스트 푸드 프랜차이즈 시장이 급성장하고 있습니다.

브라질 외식 프랜차이즈 시장은 2000년 이후 급성장하고 있으며 점포·거점 수도 2001년의 600개에서 2008년 1,397개로 약 2.3배 확대되었습니다.

브라질 외식 프랜차이즈 시장 규모는 2000년 이후 높은 성장세를 보이고 있습니다.

브라질 프랜차이즈협회(ABF)에 따르면 '08년 프랜차이즈 총 매출 규모는 브라질 전체 GDP 총액의 2.5%를 차지했습니다.

프랜차이즈 지점 수는 '01년 600개에서 '08년 1,397개로 무려 2.3배 증가하였습니다.

또한 전반적인 실질 소득 증가에 따라 저렴한 패스트 푸드를 중심으로 저소득층의 외식 소비가 늘어나는 추세입니다.

최근에는 국민소득의 증가로 저소득층이 새로운 외식 소비자로 부상하면서 저렴한 가격대의 패스트 푸드 수요가 급증하고 있습니다.

외식시장의 '고급화', '규모화' 트렌드가 가속화되고 있습니다.

외식 소비가 보편화되고 소비자들의 기대수준이 높아지면서 최근 들어 인테리어 리모델링을 하는 식당들이 증가하고 있습니다. 특히 상파울루에서는 젊은 층 고객을 유치하기 위해 인테리어를 새롭게 단장하는 브라질 전통 바(Bar)가 급증하고 있습니다.⁽¹⁾

새로운 음식을 경험하길 원하는 젊은 층 고객이 증가하면서 다양한 종류의 에스닉 식당이 생겨나고 있습니다.

젊은 층을 중심으로 맛집을 찾아 다니며 새로운 음식과 문화를 체험하는 것을 즐기는 신(新) 소비 트렌드가 부상하면서 에스닉 음식에 대한 수요가 높아지고 있습니다.

1억 8천 만 명에 달하는 인구가 대규모 내수시장을 형성하고 있는 브라질 식품시장은 급성장을 거듭하고 있습니다.

브라질의 식품 소매부문 매출액은 약 500억 달러(약 54조 1,750억 원)에 육박하며 이는 브라질 국내 총 소매부문 매출액의 약 30%를 차지하는 규모입니다.

최근 식품유통 채널에서는 하이퍼마켓(Hypermarket)과 슈퍼마켓 (Supermarket) 체인들이 시장 점유율을 높여 나가고 있으며 유수의 글로벌 식품 소매업체들이 브라질 시장 진출을 시도하고 있습니다.

브라질 정부 식품소비 통계에 따르면 2011년 소비가 가장 급증한 제품은 유제품류(요구르트, 아이스크림 등) 32% , 과자류 28%, 주스27%, 초코렛 25%, 치즈류 24% 등 가공식품이 대부분인 것으로 나타났습니다.

(1) 브라질 전통 바(Bar)에서는 주류 뿐만 아니라 간단한 식사 메뉴도 판매하고 있음

2.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

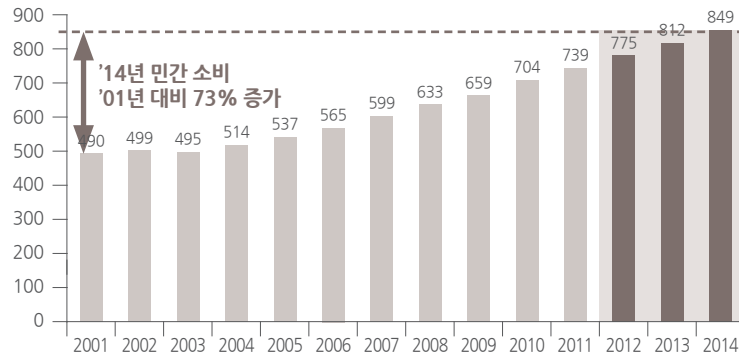
안정적인 경제 성장과 함께 브라질은 인구가 약 2억 명(2010년)에 이르는 중남미 최대 소비시장으로 주목 받고 있습니다.

브라질 경제의 중장기 성장이 지속되면서 고용여건이 개선되고 소득수준이 향상되어 소비 시장의 구매력이 크게 증가하고 있습니다.

브라질의 연도별 민간 소비시장 규모는 '01년부터 '11년까지 연평균 성장률 4.2%를 기록하며 꾸준한 성장세를 유지해 왔습니다. 향후 '14년까지 연평균 성장률 4.7%를 기록하며 지속적인 성장세를 이어갈 것으로 예측되며 '14년 민간 소비시장은 '01년 대비 무려 73% 확대될 전망입니다.

그림 2-3: 브라질 연도별 민간 소비 규모

단위: 십억 헤알(R\$)



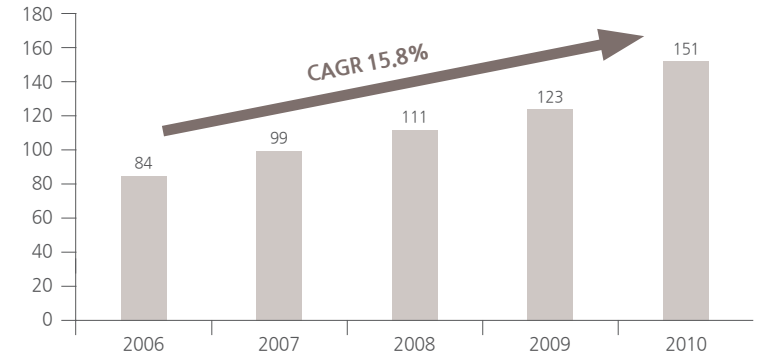
출처: Economist Intelligence Unit

꾸준한 임금인상과 소득분배로 중산층이 2억 인구의 절반 이상을 차지할 정도로 견고해졌고 저소득층의 소비 역시 빠르게 증가하면서 전체적인 구매력을 높이고 있습니다.

이러한 가운데 고소득층 소비자가 증가로 고가의 '프리미엄 제품' 시장도 갈수록 규모가 커지고 있습니다.

그림 2-4: 브라질 연도별 민간 소비 규모

단위: 억 헤알(R\$)



출처: Economist Intelligence Unit

고가의 제품과 해외 명품 구입이 증가하면서 관련 분야 글로벌 기업들이 현지투자를 통한 브라질 시장 진출을 서두르고 있습니다. 프리미엄 제품 가운데 가장 큰 성장이 예상되는 분야는 고급 레스토랑, 호텔, 스파, 리조트 등이며 미용, 자동차, 부동산 등의 분야도 괄목할 만한 성장세를 보일 것으로 전망됩니다.

GM을 비롯한 자동차 판매 대리점들은 고소득층 소비자들을 위해 VIP 전용 라운지를 설치하는 등 프리미엄 고객 확보에 열을 올리고 있습니다.

또한 BMW는 고급차 브랜드로는 유일하게 현지 신공장을 건설하여 브라질 고급차 시장 선점에 나설 계획입니다. '14년 말 가동을 목표로 브라질 남부 산타 카타리나 주에 2억 6,100만 달러를 투자하여 연산 3만 대 규모의 신공장을 건설, 고급 소형차 브랜드 미니 모델을 포함한 5개 신모델을 생산할 방침입니다.

쇼핑센터들은 프리미엄 제품을 찾는 VIP 고객의 만족도를 극대화하기 위해 '컨시어지(Conierge)' 서비스를 앞다퉈 도입하고 있습니다. 컨시어지란 쇼핑센터를 찾는 고객들에게 각종 정보를 안내해주고 불편을 해결해주는 업무를 맡는 전문 인력으로 최근 유명 쇼핑센터마다 컨시어지가 등장하고 있는 추세입니다.

현지 컨설팅 업체(MCF) 따르면 현재 상파울루와 리우 데 자네이루를 중심으로 형성돼 있는 프리미엄 제품 시장이 앞으로는 대도시를 중심으로 빠르게 확산될 것으로 전망됩니다.

2) 외식소비 특성

① 외식빈도

상파울루의 외식소비자들은 주당 평균 4.0회 정도 외식을 하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 1~2회 외식을 한다고 응답한 비율이 42.4%로 가장 높게 나타났으며 3~4회라고 응답한 비율은 28.8%, 5~10회라고 응답한 비율도 16.2%에 달했습니다.

② 외식 지출비용 (기준환율: 100헤알 당 약 54,800원)

상파울루의 외식소비자들은 주당 평균 외식비용으로 116.2헤알(약 65,051원) 정도를 지출하는 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비용으로 40~80 헤알 정도를 지출한다고 응답한 비율이 19.2%로 가장 높게 나타났으며 80~120 헤알 정도를 지출한다고 응답한 비율이 그 뒤를 이어 11.4%로 나타났습니다.

120~160 헤알과 160~200 헤알을 지출한다고 응답한 비율도 각각 9.2%, 11.1%에 이르러 외식비로 적지 않은 금액을 지출하는 것으로 파악됩니다.

③ 식당 선택 속성

상파울루의 외식소비자들은 외식당을 선택할 때 '식당의 위생 및 청결'과 '식당의 서비스' 항목을 가장 최우선적으로 고려하는 것으로 나타났습니다.

'식의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자가 58.5%, '서비스'가 가장 중요하다고 응답한 고객이 10.7%로 나타났습니다.

'식당의 위생 및 청결'이 가장 중요하다고 응답한 소비자 중 44.5%가 세부 속성으로 '식당 내부의 위생 및 청결성'을 24.6%가 '종업원의 개인위생'을 최우선 고려사항으로 선택하였습니다.

'식당의 서비스'를 가장 중요하게 생각한다고 응답한 소비자들은 '종업원의 친절도'와 '서비스 속도'를 최우선적으로 고려하고 있으며 그 비율은 각각 26.9%와 24.4%로 나타났습니다.

그림 2-5: 주당 평균 외식 빈도

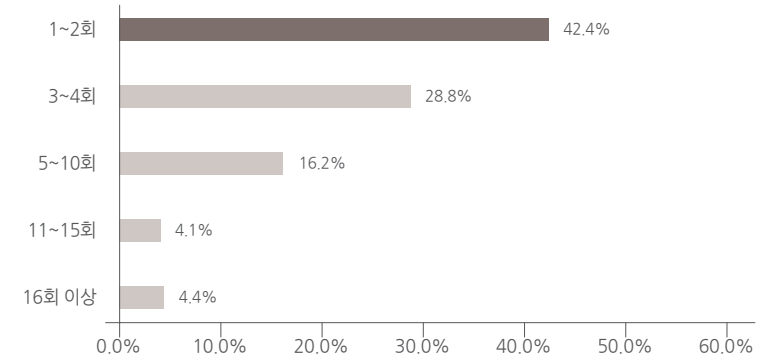


그림 2-6: 주당 평균 외식 지출비용

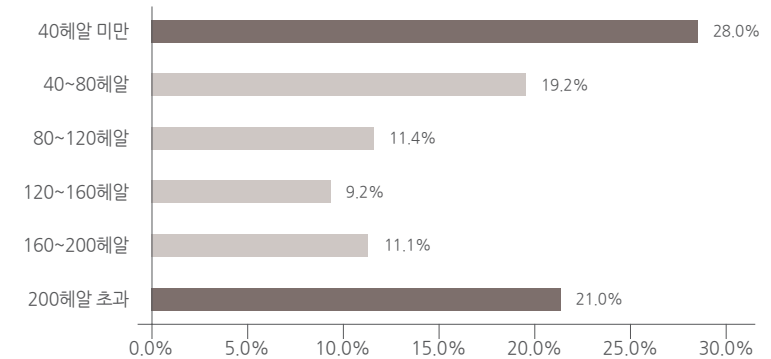
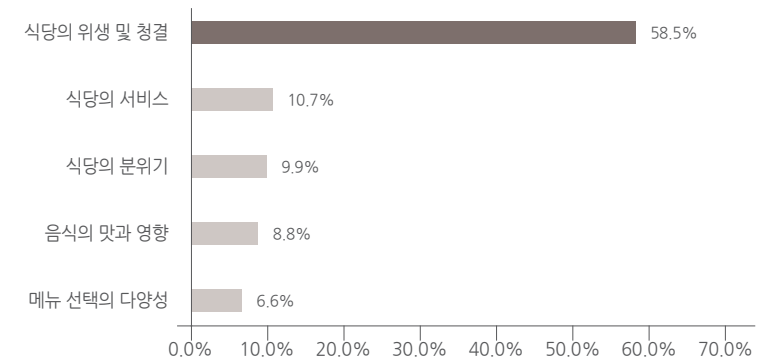


그림 2-7: 식당 선택 시 최우선 고려사항 상위 5개



④ 선호 에스닉 식당 vs 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 비교

상파울루 외식소비자들이 가장 선호하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형은 이탈리아식(Italian)으로 나타났습니다.

이탈리아식과 일식을 선호하는 외식 소비자의 비율이 각각 44.9%, 26.8%로 월등히 높게 나타났습니다. 이탈리아식과 일식을 제외한 타 에스닉 음식의 선호도는 10%대에 못 미치는 낮은 수준을 보였습니다. (특히 중식의 선호도가 4.8%로 다소 낮게 나타남)

한편 가장 자주 방문하는 에스닉(Ethnic) 식당 유형도 이탈리아식 (Italian)이 가장 높게 나타났습니다. 이탈리아 식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자는 약 41.5%로 브라질의 대중음식으로 자리 잡은 이탈리아 음식 문화의 영향력이 반영된 결과입니다.

일식당을 가장 자주 방문한다고 응답한 소비자도 27.2%에 달해 오랜 이주 역사를 가진 일본인들의 사회·문화적 영향력을 반영하고 있습니다.

그림 2-8: 선호 에스닉 식당 상위 5개

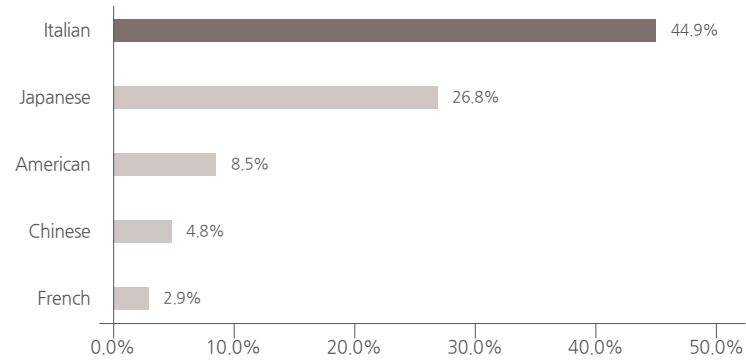
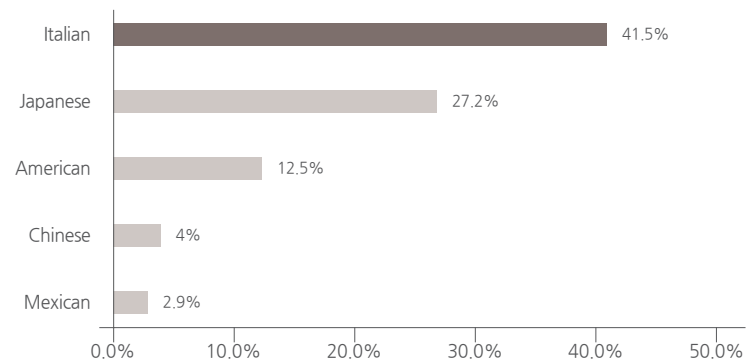


그림 2-9: 가장 자주 방문하는 에스닉 식당 상위 5개



2.3 경쟁자에 대한 이해

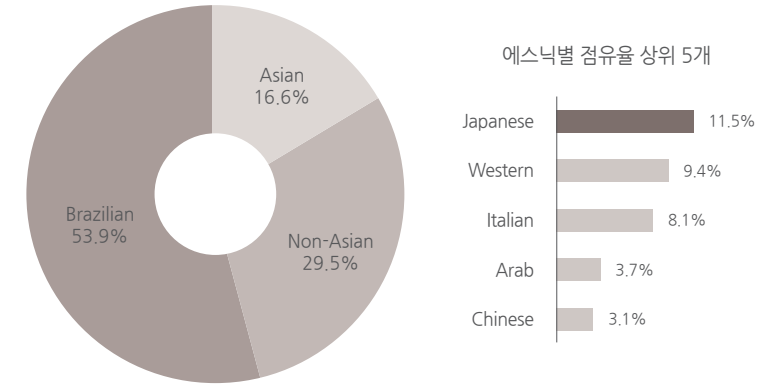
1) 에스닉별 점유율

매장 수 기준 상파울루 내 에스닉별 점유율을 살펴보면 브라질 식당이 절반이 넘는 53.9%, 아시안 에스닉(Asian Ethnic) 식당이 16.6%의 점유율을 차지하고 있는 것으로 나타났습니다.

에스닉 식당 중에서 일식당(Japanese) 점유율이 11.5%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 서양식당(Western) 9.4%, 이탈리아식당 (Italian) 8.1% 순으로 나타났습니다.

한식당(Korean) 점유율은 1.8%에 그쳐 일식에 비해 대중화 수준이 현격히 떨어지는 것으로 파악됩니다.

그림 2-10: 레스토랑별 점유율 (매장 수 기준)



출처: 레스토랑 평가사이트(Kekanto.com) 등록 식당 기준

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 일식(Chinese) 진출 현황

상파울루는 브라질의 '작은 일본(Little Japan)'이라 불려질 정도로 많은 일본인들이 거주하고 있습니다. 일본인들은 오랜 이주 역사를 바탕으로 상파울루 사회·문화에 지대한 영향력을 행사하고 있습니다.

상파울루에는 약 75만 여명의 일본인들이 거주하고 있는 것으로 추정됩니다.

100년이 넘는 오랜 이주역사로 일본인들은 상파울루 사회의 일원으로 받아들여지고 있으며 일본문화는 상파울루 대중문화의 한 부분을 차지하고 있습니다.

주요 외식 상권인 '리베르다지(Liberdade)'는 상파울루 시(市) 정부에서 공식 지정한 '일본인 타운(Japanese Town)'으로 일본인이 운영하는 각종 상점과 일식당이 밀집해 있습니다.

관광 명소로 자리 잡은 리베르다지 '동양인의 거리(Barrio Oriental)'를 따라 일본 식료품점, 공산품 판매점, 일식당이 즐비하게 들어서 있습니다.

일식은 상파울루에서 가장 인기 있는 외식메뉴 중 하나로 자리매김 하면서 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태에서 최고급 파인 다이닝(Fine Dining) 식당에 이르기까지 업태 세분화가 진행된 상태입니다.

'야끼소바(Yakisoba)' 메뉴를 판매하는 길거리 간이형 식당에서부터 최고급 시설을 갖춘 스시(sushi) 전문점에 이르기까지 다양한 업태의 식당이 영업 중입니다.

인기 메뉴로는 스니(Sushi), 사시미(Sashimi), 덴뿌라(Tenpura) 등이며 브라질인의 입맛에 맞춰 일식 특유의 단맛을 강조한 메뉴가 많습니다.

많은 일본 이주민들이 농장을 운영하고 있어 일식 조리엔 필요한 대부분의 식재료를 현지에서 재배하여 원활하게 공급하고 있습니다.

② 이탈리아식(Italian) 진출 현황

상파울루는 1800년대 후반 유럽 이민자들이 정착하여 오랜 기간 동안 뿌리를 내려온 곳으로 특히 이탈리아 이주민들의 비율이 높습니다. 이러한 영향으로 이탈리아의 대표적 메뉴인 피자와 파스타는 상파울루의 대중음식으로 자리를 잡았습니다.

이탈리아 음식은 고급 파인 다이닝(Fine Dining)에서부터 패스트 푸드(Fast Food)에 이르기까지 다양한 업태로 진출해 있으며 소득 계층에 상관없이 피자와 파스타는 상파울루의 대표적 외식 메뉴로 꼽힙니다.

상파울루에는 이탈리아 상업회의소 연맹이 수여하는 '오스피탈리타 이탈리아나(Ospitalita Italiana)' 인증을 수여 받은 이탈리아 레스토랑이 29곳에 달할 정도로 이탈리아식의 매우 높습니다. (전 세계 도시 중 가장 많은 인증 레스토랑이 영업 중임)

[참고정보] 상파울루 일본인 타운 '리베르다지(Liberdade)'

- 1900년대 초반 많은 일본인들이 농업이민을 통해 브라질에 진출했으며 현재는 약 75만 여 명의 일본계 브라질인들이 상파울루 도심지역과 근교에 거주하고 있음
 - 100년이 넘는 이민 역사를 거치면서 일본 이민자 2세, 3세들이 상파울루 주류사회에 진출하여 정·재계에서 막강한 영향력을 행사하고 있음
- 리베르다지는 상파울루 중심부에 자리잡은 우리나라 '동' 단위의 행정구역으로 통상적으로 관광 명소인 '동양인의 거리(Barrio Oriental)' 주변 지역을 지칭함
 - 전 세계에서 가장 규모가 큰 재외 일본인 거주지역으로 상파울루 시(市) 정부에서 공식 지정한 '일본인타운(Japanese Town)'임
 - '일본인타운'을 상징하는 일본풍 가로등이 '동양인의 거리' 따라 세워져 있으며 아시아인 이주민들이 운영하는 각종 상점과 식당이 밀집해 있어 이국적인 분위기를 연출함
 - 식료품점, 보석 상점, 공산품 판매점, 식당 등 다양한 업종의 상점이 즐비하게 들어서 있으며 일본인 정원과 박물관도 위치하고 있음
 - 매주 일요일마다 리베르다지 광장에서 열리는 일본식 야외 장터가 유명세를 타면서 지역을 대표하는 관광 명소로 부상함
 - 야외 장터에는 일본 인형, 기념품, 장식품을 판매하는 200여 개의 좌판이 들어서며 다양한 일식 메뉴를 판매하는 간이형 음식 판매대도 들어섬



▲ 세계 최대 재외 일본인 거주지역 '리베르다지'

3) 주요 식당 사례 소개

① 파사노 (Fasano)

홈페이지: www.fasano.com.br/gastronomia

파사노는 이탈리아 이민자와 그 자손이 대대로 50여 년을 이어온 전통 있는 이탈리아인 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑입니다.

브라질 5개 도시에 총 15개 지점을 운영하고 있으며 상파울루에는 8개의 지점을 운영하고 있습니다.

현지인의 입맛에 맞춘 수준급 요리를 제공하며 상파울루 최고급 이탈리아 레스토랑으로 손꼽히는 곳입니다. 고급스러운 실내 분위기에서 품격 있는 서비스를 받을 수 있어 현지 상류층 고객들과 구매력 높은 외국인들이 즐겨 찾고 있습니다.

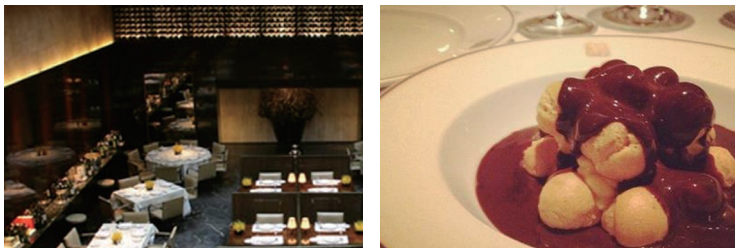
한편 전통 이탈리아식 조리법이 아니라는 이유에서 이탈리아 상업회소 연맹이 수여하는 '11년 '오스피탈리타 이탈리아나 (Ospitalira Italiana)' 인증을 받는 데는 실패했습니다.

주요 메뉴로는 피자, 파스타 등이 있으며 평균 객단가는 약 100헤알(약 5만 원) 내외로 고가에 해당합니다.

[고객 평가] ★★★★★

- “가격이 매우 고가이지만 수준급 요리와 품격 있는 서비스를 생각한다면 합리적이라는 생각이 든다.”
- “결점이 없는 최고의 레스토랑이라고 생각한다. 화려한 담음새의 수준급 요리와 최상의 서비스는 나를 만족시키기에 충분했다.”

그림 2-11: '파사노' 레스토랑 전경



② 기노시타 (Kinoshita)

홈페이지: www.restaurantekinoshita.com.br/

기노시타는 '09년부터 '11년까지 3회 연속 상파울루 외식 관련 협회로부터 '최고의 일식 레스토랑(Best Japanese restaurant)'을 수상한 최고급 일식당입니다.

브라질 주요 언론인 'Bazar', 'Gula' 같은 브라질 주요 언론에 최고의 일식당으로 여러 차례 소개된 바 있으며 고위층 유명 인사들에게 인기 있는 외식장소로 손꼽히고 있습니다.

기노시타의 운영을 맡고 있는 무라카미(Murakami)씨는 1968년 일본 도쿄에서 일식 셰프를 시작하여 이후 미국 뉴욕(New York), 스페인 바르셀로나(Barcelona) 최고급 일식당에서 셰프 경력을 쌓아 왔습니다.

브라질에서는 일본인 밀집 거주지역인 리베르다지(Liberdade) 지역에서 30년 동안 일식당을 운영해오다 6년 전에 외식 기업가인 페르난데스(Fernandes)와 동업을 시작하면서 고급 상권인 이타임비비(Itaim Bibi) 지역으로 이전하였습니다.

이타임비비 지역은 새롭게 부상하는 고급 외식상권으로 기노시타에서 목표 고객으로 정한 상류층이 많이 거주하고 있습니다.

상류층을 공략하기 가족적인 편안한 분위기를 강조하면서 고급스러움이 느껴지도록 인테리어 디자인에 많은 비용을 투자했습니다. 또한 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑의 품격에 맞는 최상의 서비스를 제공하기 위해 엄격한 직원 교육을 실시하고 있습니다. 매일 점심시간 이후에 정기적으로 경영주가 직접 서비스 교육을 실시하고 있으며 직급체계를 도입하여 총 책임자(매니저)가 교육 내용을 관리하도록 위임하였습니다.

주요 메뉴로 스시(Sushi), 사시미(Sashimi), 사케(Sake) 등을 취급하며 간단한 메뉴와 함께 사케를 마실 수 있는 바(Bar)를 운영하고 있습니다. 평균 객단가는 100헤알(약 5만 원) 이상으로 매우 고가에 속합니다.

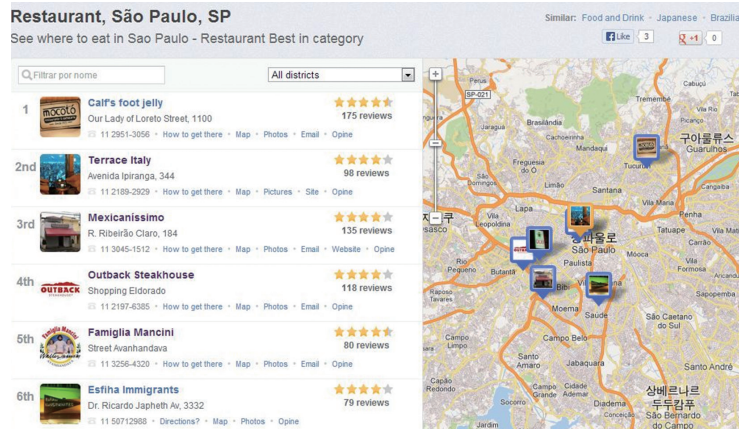
[고객 평가] ★★★★★

- “상파울루 최고의 일식당이다. 특별한 날 소중한 사람에게 음식을 대접할 때는 반드시 기노시타를 찾게 된다.”
- “위치, 가격, 메뉴, 서비스 모두 마음에 들었다. 특히 경영주인 무라카미의 세심하고 친절 한 서비스가 인상적이었다. 그는 고객 테이블을 일일이 찾아가 인사를 건네고 메뉴에 대한 설명을 해줬다.”

그림 2-12: '기노시타' 레스토랑 전경



■ 브라질 최대 레스토랑 평가사이트 'Kekanto' (br.kekanto.com)



③ 차이나 인 박스 (China In Box)

홈페이지: <http://www.chinainbox.com.br>

1992년에 설립된 차이나 인 박스는 퓨전 중식 테이크아웃(Take-Out) 전문점으로 라틴 아메리카에서 가장 큰 성공을 거둔 아시안 에스닉(Aisan Ethnic) 프랜차이즈 기업입니다.

일상식은 간편하게 해결하는 것을 선호하는 브라질인들의 외식소비 니즈에 부합하면서 큰 성공을 거두었습니다. 주로 대도시권 시내 중심지에 위치한 오피스 상권이나 유동인구가 많은 변화가 상권에 입점하여 목표 고객을 공략하고 있습니다.

브라질 전역에 약 160여 개의 체인점을 운영 중이며 상파울루에는 약 37개의 매장이 분포해 있습니다.

레스토랑 평가사이트(br.Kekanto.com) 중식 카테고리에서 매우 높은 평가를 받고 있으며 특히 대도시인 상파울루 외식 소비자들로부터 호평을 받고 있습니다.

주요 메뉴는 중식 볶음국수, 볶음밥 등이며 평균 객단가는 25헤알(약 1만 원) 내외로 저렴한 편입니다.

[고객 평가] ★★★★★

- "야키소바(Yakisoba)는 내가 먹어 본 것 중에 최고였다. 경제적인 가격과 신속한 서비스도 마음에 들었다."
- "가장 좋아하는 중식 패스트 캐주얼 체인점이다. 음식을 주문하면 조리 과정을 지켜볼 수 있어서 좋다. 배달 주문 서비스를 이용할 수 있다는 점도 매력적이다."

그림 2-13: '차이나 인 박스' 레스토랑 전경



2.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

분석 대상 상권은 정성적·정량적 평가 기준을 활용하여 6~7개 후보지를 선정하고 후보 지역 중에서 상가권 활성화 정도가 높은 상위 4개 지역을 우선 선정하였습니다.

상파울루 중심가에 위치한 주요 외식 상권으로는 센트로(Centro), 리베르다지(Liberdade), 자르딴(Jardim), 이타임비비(Itaim Bibi) 4개 지역을 꼽을 수 있습니다.

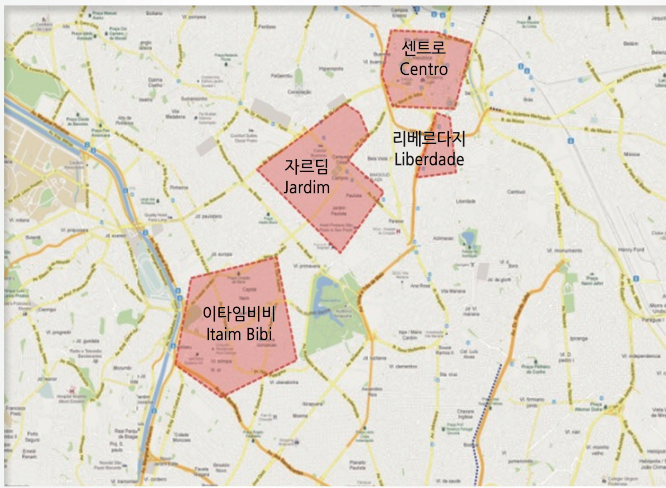


그림 2-14: 상파울루 주요 외식상권

상권명	현장조사 평가결과	상권 선호도	임차료 수준
센트로	●	25.7%	Low
리베르다지	●	20.6%	Mid
자르딴	●	31.6%	High
이타임비비	●	22.1%	High

● 매우우수 ● 우수 ● 보통 ● 나쁨 ○ 매우나쁨

과거와 달리 상권의 수준이 임차료(건물가)에 모두 반영되어 있는 요즘 상권은 분석의 문제이기 보다는 오히려 선택과 극복의 대상으로 받아들여야 합니다. 따라서 본 가이드북에서는 창업자(창업기업)가 보유하고 있는 가용자원을 고려하여 여러 상권(입지) 중에서 최선의 안을 선택하고 상권의 단점을 극복하기 위한 전략을 구상할 수 있도록 주요 상권의 요소별 매력도를 측정하여 종합적인 정보를 제공합니다.

표 2-1: 상권분석 결과 요약

상권개요	종합평가 결과
<p>센트로(Centro) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 상파울루 시청사를 비롯한 주요 관공서, 주식 거래소, 오피스 빌딩 등이 들어서 있어 도시의 중요한 행정·비즈니스 기능을 담당하고 있음 ‘트리앙글루’지역을 중심으로 주요 관공서와 금융기관 등이 밀집해 있는 전통적인 상업지구가 발달해 있으며 인근에 현지인들을 대상으로 하는 중저가 브랜드 상점과 식당이 분포해 있음 	
<p>리베르다지(Liberdade) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 리베르다지 상권은 최대 재외 일본인 거주지역으로 상파울루의 관광명소 중 하나인 ‘동양인 거리’ 거리를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있음(다양한 업태의 일식당 다수) 매주 일요일 ‘리베르다지 광장’에서 일본 공산품과 일식 먹거리를 판매하는 야외 장터가 열려 현지인들과 관광객들로 인산인해를 이룸 	
<p>자르딴(Jardim) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 상파울루의 ‘월 스트리트’로 불리는 ‘파울리스타’ 거리를 중심으로 주요 관공서와 고층 오피스 빌딩이 밀집해 있는 비즈니스 중심 상권이 발달해 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 비율이 높음 * 주중 낮 시간대 약 90만 명이 넘는 유동인구가 통행하는 것으로 파악됨 산토스 거리와 오스카 프레이레 거리를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있음 	
<p>이타임비비(Itaim Bibi) 상권</p> <ul style="list-style-type: none"> 이타임비비 상권은 파울리스타 지역에 이어 새롭게 부상하는 비즈니스 중심지로 파리아 리마 대로를 따라 글로벌 기업의 오피스 빌딩, 대형 백화점, 최고급 호텔 등이 들어서 있어 구매력 높은 고소득층 유동인구의 유입이 많음 비즈니스 중심지 인근에 위치한 페드로소 알바렌가 거리를 중심으로 상파울루에서 가장 고급스러운 외식 상가권이 발달해 있음 	

2) 상권 별 상세분석

① 센트로(Centro) 상권

가장 역사가 오래된 지역으로 신시가지가 발전하기 이전부터 도시의 핵심 비즈니스 지구로 자리매김해 왔습니다. 현재까지도 상파울루 시청사를 비롯한 주요 관공서, 주식 거래소, 오피스 빌딩 등이 들어서 있어 도시의 중요한 행정 비즈니스 기능을 담당하고 있습니다.

쎄(Sé)역, 상벤토(São Bento)역, 안헨가바우(Anhangaba)역으로 이어지는 ‘트리앙글루(Trianglu)’지역에 주요 관공서와 금융기관 등이 밀집해 있는 전통적인 상업지구가 발달해 있으며 인근에 현지인들을 대상으로 하는 중·저가 브랜드 상점과 식당이 분포해 있음

‘트리앙글루(Trianglu)’ 지구에는 인근 관공서와 오피스에서 종사하는 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 관광명소인 쎄(Sé) 성당 주변에는 관광객 유동인구의 유입이 많음

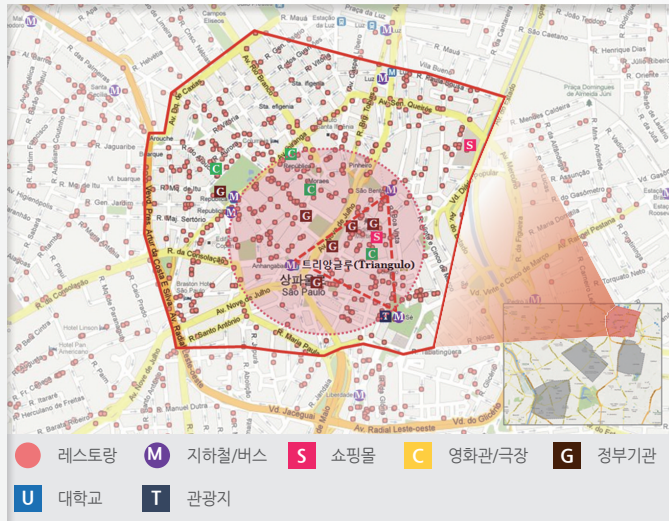


그림 2-15: 센트로 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

센트로(Centro)에는 총 81,743명이 거주하고 있으며 30~59세 인구가 37,573명으로 전체 인구의 약 46.0%를 차지하는 것으로 나타났습니다. 한편 20대 이하 인구가 34,006명으로 전체의 약 41.6%를 차지해 타 상권 대비 젊은 층의 비율이 높게 나타났습니다.

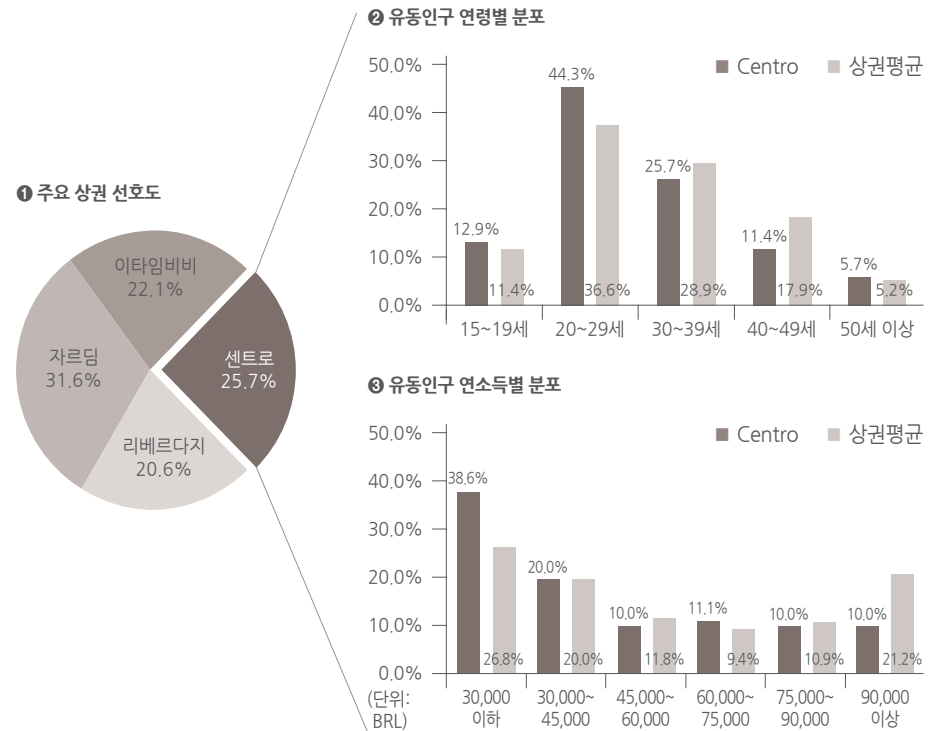
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 25.7%의 응답자가 센트로 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 44.3%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 10~20대 청년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 30,000헤알(약 1,680만 원) 이하 인구비율이 38.4%, 30,000~45,000헤알(약 1,680~2,530만 원) 인구비율이 20.0%로 높게 나타나 타 상권 대비 저소득층 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

그림 2-16: 센트로 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 4.0회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.8회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

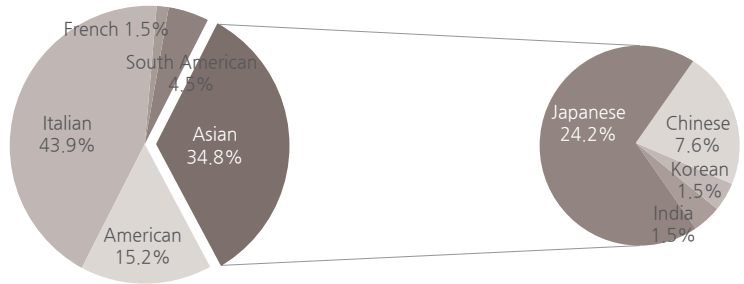
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.2회로 주요 상권 평균 빈도(약 2.5회)와 비슷한 수준으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 107.7헤알(약 60,500원)로 주요 상권 중에서 가장 낮은 것으로 나타났습니다. (주요 상권 평균 지출액 약 116.2헤알)

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 이탈리아(Italian)의 선호도가 43.9%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아시안(Asian)이 34.8%, 아메리칸(American)이 15.2%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 24.2%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 1.5%로 가장 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 7.6%)

그림 2-17: 센트로 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 40.0%, '분위기'가 25.7%, '가격'이 14.3% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '분위기'와 '가격'을 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

도심 중심부에 위치하고 있어 시내 어디에서든 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나 상습 정체 구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다. 특히 우천 시 배수가 잘 되지 않는 구간이 있어 차량 이동이 제한되기도 합니다. 주요 노선의 지하철 역과 주요 버스 노선이 지나고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수한 편입니다. 주요 도로를 제외한 대부분의 골목은 차량 이용이 제한되는 보행자 전용 거리로 해당 지역에 방문하는 사람들은 주로 버스나 지하철을 이용합니다.⁽¹⁾



표 2-2: 센트로 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	◐	●	◐
● 매우우수	● 우수	◐ 보통	● 나쁨	◐ 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

(1) 낙후된 지역이 존재하여 신시가지 상권에 비해 노숙자들이 많은 편이며 범죄 발생률이 높은 밤 시간대에는 외국인들의 방문이 제한적입니다.

주요 관공서와 금융기관 등이 밀집해 비즈니스 중심 상가권이 발달해 있으며 인근 거리에 현지인들을 대상으로 하는 중·저가 브랜드 상점과 다양한 가격대의 식당이 밀집해 있습니다.

인근 관공서와 오피스에서 종사하는 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많으며 세(Sé) 성당을 비롯하여 관광명소가 다수 위치하고 있어 낮 시간대 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

‘트리앙글루(Triangulo)’지역에 위치한 식당 대부분은 중·저가의 간편식 메뉴를 판매하는 간이형 식당이 주를 이루며 안헨가바우(Anhangaba)역과 리퍼블리카(Republica)역 주변에는 분위기 있는 레스토랑과 카페(Cafe), 바(Bar) 등이 다수 분포하고 있습니다.

안헨가바우(Anhangaba)역과 리퍼블리카(Republica)역 인근에는 특히 이탈리아 레스토랑이 다수 분포하고 있습니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 이탈리아 레스토랑의 평균 객단가는 25~50헤알(약 14,000~28,000원) 정도입니다. 고층 빌딩 스카이라운지에 위치한 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 이탈리아 레스토랑 ‘테라스 이탈리아(Terrace Italia)’가 성업 중입니다.

트렌디한 분위기의 서양식(Western) 레스토랑 ‘라모나(Ramona)’는 젊은 층에게 큰 인기를 끌면서 성업 중입니다.

전채 메뉴와 샐러드, 메인 메뉴로 스테이크를 제공하는 서양식(Western) 코스 요리 전문점으로 평균 객단가는 70~100헤알(39,000~56,000원) 정도입니다. 1층에는 감각적인 분위기의 바(Bar)와 라운지(Lounge) 시설을 갖추고 있어 저녁 시간대 젊은 층 고객들이 많이 찾고 있습니다

그림 2-19: 센트로 상권 - 주요 상가권 전경



▲ ‘테라스 이탈리아’ 레스토랑



▲ ‘라모나’ 레스토랑

그림 2-20: 센트로 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> 주요 관공서와 금융기관 등이 밀집해 있는 전통적인 상업지구가 발달해 있으며 인근에 현지인들을 대상으로 하는 중·저가 브랜드 상점과 식당이 분포해 있음 ‘세’ 대성당을 비롯하여 주요 랜드마크와 관광명소가 위치하고 있음
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> 배후지에 약 81,743명이 거주하고 있으며 특히 20대 이하 인구가 전체의 약 41.6%를 차지해 타 상권 대비 젊은 층의 비율이 높게 나타남 설문조사 결과 25.7%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> 주당 평균 외식비로 약 107.7헤알(약 60,600원)을 지출하는 것으로 나타남 캐주얼 다이닝 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 30헤알(약 16,800원) 내외임 저가의 간편식 메뉴를 판매하는 간이형 식당도 다수 분포하고 있음
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> 도심 중심부에 위치하고 있어 시내 어디에서든 차량을 이용한 접근성이 좋은 편이나 상습 정체 구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됨 주요 노선의 지하철 역과 버스 정류장이 위치하고 있음
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> 브라질 현지식을 판매하는 간이형 식당이 주를 이루며 캐주얼 다이닝 업태 이상의 식당으로는 이탈리아식 비율이 높음 다른 지역에 비해 아시아식의 비율이 낮은 편이며 한식당은 전무한 상태임
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> 100㎡ 기준 월 평균 임차료*는 약 5,230헤알(약 290만 원)로 도심 중심지라는 지리적 이점을 고려할 때 다소 저렴한 수준임

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(‘13년 2월 기준)를 집계한 결과임

② 리베르다지(Liberdade) 상권

리베르다지(Liberdade) 상권은 최대 재외 일본인 거주지역으로 상파울루의 관광 명소 중 하나인 '동양인 거리(Bairro Oriental)'를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있습니다.

매주 일요일 리베르다지(Liberdade) 광장에서 일본 공산품과 일식 먹거리를 판매하는 야외 장터가 열려 현지인 방문객들과 관광객들로 인산인해를 이룹니다.

이 외에도 일본인 문화 행사를 비롯하여 중국인, 한국인 등 아시안 문화 행사가 연중 정기적으로 개최되어 다채로운 볼거리를 구경하기 위해 방문하는 사람들이 많습니다.

주택가인 아클리마성(Aclimação) 지역에는 많은 한인들이 거주하고 있으며 한식당 '월궁(Lua Palace)'과 '빛고을(BiCol)'이 영업 중입니다.

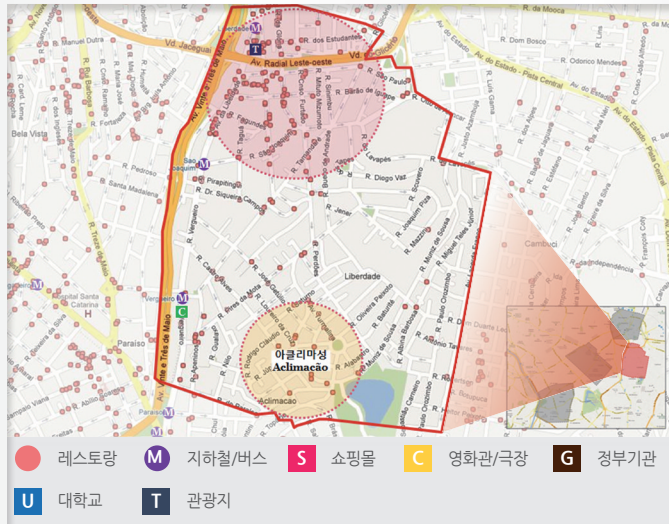


그림 2-21: 리베르다지 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

리베르다지(Liberdade)에는 총 67,607명이 거주하고 있으며 30~59세 인구가 30,831명으로 전체 인구의 약 44.3%를 차지하는 것으로 나타났습니다. 한편 20대 이하 인구가 27,320명으로 전체의 약 39.3%를 차지해 젊은 층의 비율도 높게 나타났습니다.

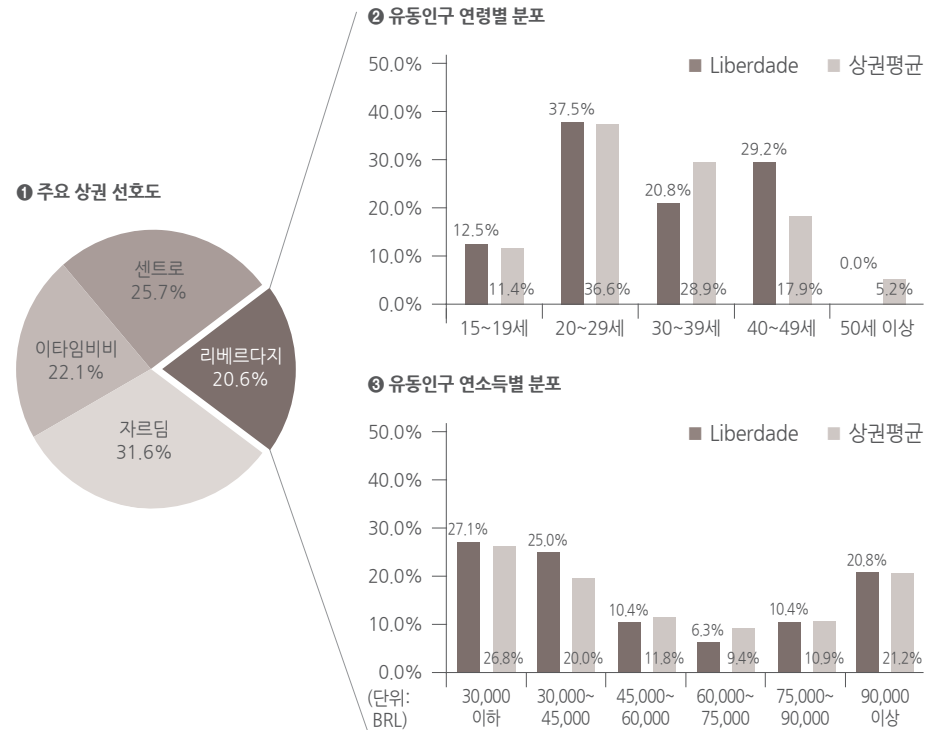
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 20.6%의 응답자가 리베르다지 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 37.5%로 가장 높게 나타났으며 타 상권에 비해 40~49세 인구비율이 높은 것으로 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 30,000헤알(약 1,680만 원) 이하 저소득층 인구비율이 27.1%로 가장 높은 것으로 나타났으나 90,000헤알(약 4,210만 원) 이상의 고소득층 인구비율도 20.8%로 높게 나타났습니다.

그림 2-22: 리베르다지 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 2.0회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.1회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

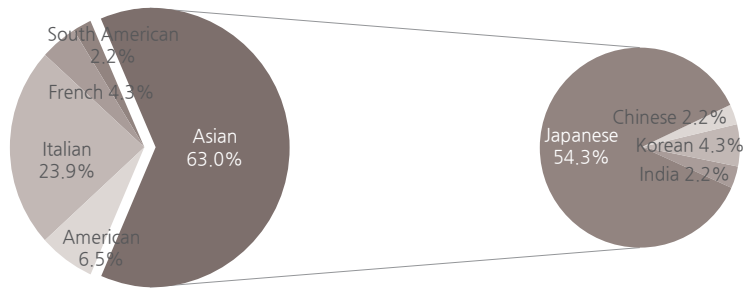
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.1회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 110.4헤알(약 61,800원)로 주요 상권 평균 지출액(약 116.2헤알)에 비해 다소 낮은 것으로 나타났습니다.

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 아시안(Asian)의 선호도가 63.0%로 타 에스닉에 비해 압도적으로 높게 나타났으며 그 다음으로 이탈리아인(Italian)이 23.9%, 아메리칸(American)이 6.5%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 54.3%로 압도적으로 높게 나타난 반면 한식(Korean)은 4.3%로 다소 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도 2.2%)

그림 2-23: 리베르다지 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권의 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 ‘메뉴’가 50.0%, ‘분위기’가 20.8%, ‘가격’이 10.4% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때, 해당 상권 유동인구는 ‘메뉴’를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

상파울루 중심부를 지나는 마이오(Maio) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 주차 공간이 부족하여 차량 이용 시 주차에 불편을 겪을 수 있습니다.

지하철 1호선 리베르다지(Liberdade) 역과 주요 노선의 버스 정류장이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수합니다.

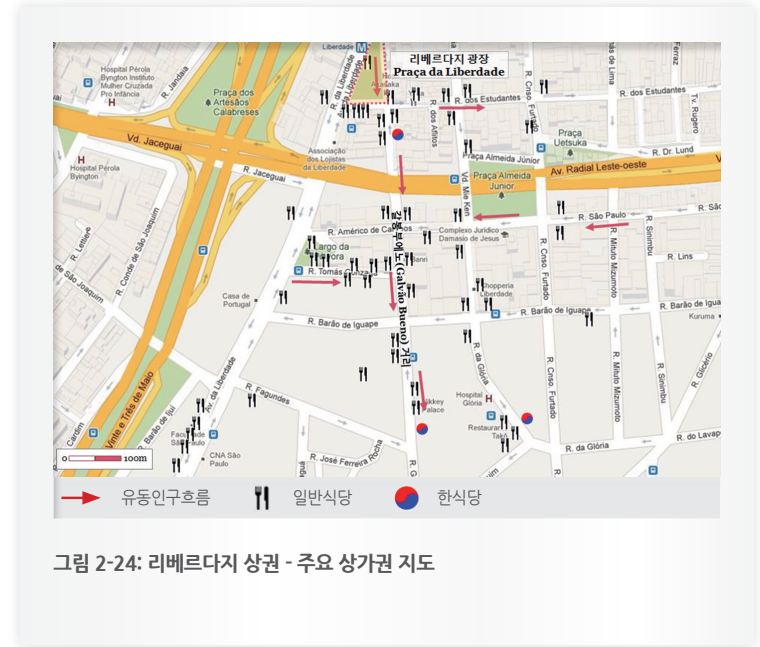


표 2-3: 리베르다지 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
매우우수	우수	보통	나쁨	매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

리베르다지(Liberdade) 광장과 '아시안 거리'로 불리는 갈봉 부에노(Galvao Bueno) 거리로 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있습니다.

갈봉 부에노(Galvão Bueno) 거리를 따라 일본 식료품점, 공산품 판매점, 아시안 에스닉 식당이 밀집해 있어 외식을 목적으로 방문하는 유동인구의 유입이 많습니다.

매주 일요일 마다 열리는 '일식 먹거리 장터'는 지역의 명물로 자리매김 하면서 많은 현지인 방문객들과 관광객들이 즐겨 찾고 있습니다.

그림 2-25: 리베르다지 상권 - 주요 상가권 전경



다양한 업태의 일식당이 주를 이루며 중식당과 한식당도 다수 분포하고 있습니다. 일식당은 8헤알(약 4,400원) 내외의 '야끼소바(Yakisoba)' 메뉴를 판매하는 간이형 식당에서부터 평균 객단가 60헤알(약 33,600원) 내외인 스시(sushi) 전문점에 이르기까지 다양한 업태의 식당이 영업 중입니다.

한식당은 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 '한국관(Korea House)', '대문(Portal da Coreia)'과 한국식 고기 뷔페 전문점인 '갈봉부에노(Galvão Bueno)'가 영업 중입니다.

경동 일식 스시 전문점인 '스시 야쓰(Sushi Yassu)'와 '야마가(Yamaga)'가 영업 중입니다.

단품 메뉴는 10~30헤알(약 5,600~16,800원)으로 합리적인 수준이며 최고 인기 메뉴인 스시 & 사시미(Sushi & Sashimi) 세트(3인분)는 280헤알(약 156,700원) 정도로 다소 비싼 수준입니다.

커다란 배 모양의 식기에 다양한 종류의 스시와 사시미가 담겨 나오는 스시 & 사시미 세트 메뉴가 현지인들로부터 큰 인기를 끌고 있습니다.

그림 2-26: 리베르다지 상권 - 일식당 '스시 야쓰' 전경



캐주얼 다이닝(Casual Dining)업태의 한식당 '대문(Portal da Coreia)'이 성업 중입니다.

세련된 분위기의 한식당 '대문'은 언론을 통해 홍보가 되면서 현지 젊은 층에게 큰 인기를 끌고 있습니다. (방문 고객 중 현지인 비율이 80% 이상임)
불고기와 돌솥비빔밥 메뉴가 가장 인기가 높으며 한식에 대한 인지도가 점차 높아지면서 김치찌개와 된장찌개를 주문하는 손님들도 늘어나고 있습니다.

불고기, 돼지갈비 등 구이류 메뉴는 30헤알(16,800원) 정도이며 주요 단품 메뉴는 25헤알(14,000원) 내외입니다.

그림 2-27: 리베르다지 상권 - 한식당 '대문' 전경



그림 2-28: 리베르다지 상권 종합평가 결과



▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

③ 자르딴(Jardim) 상권

상파울루의 '월 스트리트(Wall Street)'로 불리는 '파울리스타(Paulista)' 거리를 중심으로 주요 관공서와 고층 오피스 빌딩이 밀집해 있는 비즈니스 중심 상권이 발달해 있습니다.

라틴아메리카에서 가장 규모가 큰 금융기관을 비롯하여 주요국의 대사관과 주요 기업의 본사 오피스 빌딩이 밀집해 있어 30~40대 전문직 종사자 유동인구의 비율이 높습니다.

주중 업무시간대 해당 상가권에 약 90만 명이 넘는 유동인구가 통행하는 것으로 조사되었습니다.

산토스(Santos) 거리와 오스카 프레이레(Oscar Freire) 거리를 중심으로 외식 중심 상권이 발달해 있습니다.



그림 2-29: 자르딴 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

자르딤 파울리스타(Jardim Paulista)에는 총 88,889명이 거주하고 있으며 30~59세 인구가 40,259명으로 전체 인구의 약 45.3%를 차지하는 것으로 나타났습니다. 한편 60세 이상 인구가 19,777명으로 전체의 약 22.2%를 차지해 타 상권 대비 고령층의 비율이 높게 나타났습니다.

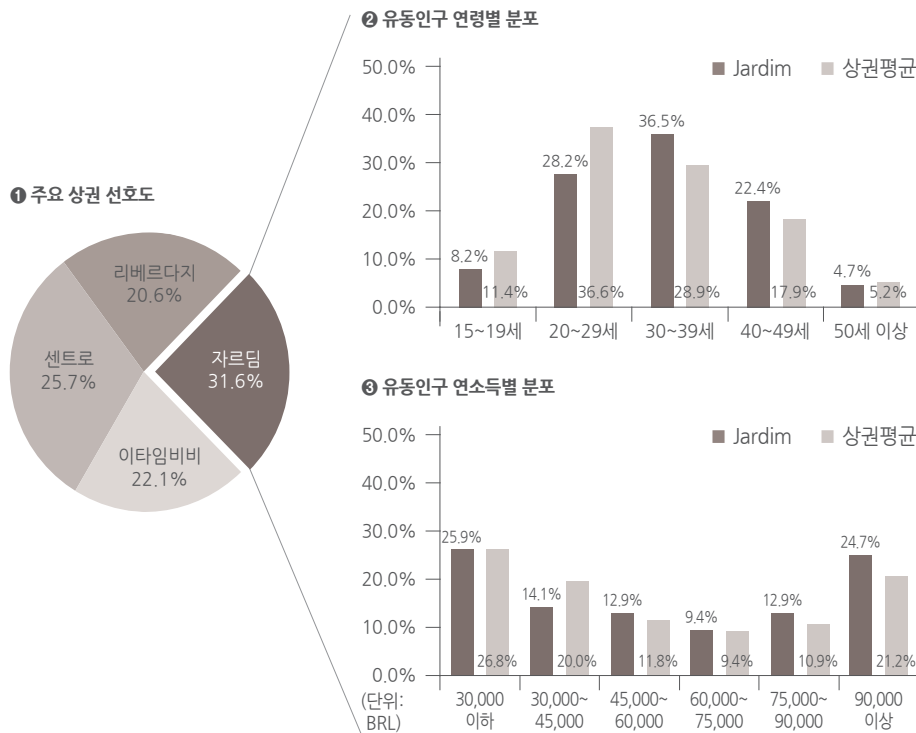
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 31.6%의 응답자가 자르딤 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 30~39세 인구비율이 전체의 약 36.5%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 30~40대 중·장년층 인구비율이 높게 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 90,000헤알(약 5,060만 원) 이상의 고소득층 인구비율이 24.7%로 높게 나타났습니다.

그림 2-30: 자르딤 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 4.4회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.1회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 2.6회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회) 보다 높은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 125.2헤알(약 70,100원)로 주요 상권 중에서 가장 높은 것으로 나타났습니다. (주요 상권 평균 지출액 약 116.2헤알)

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 이탈리아(Italian)의 선호도가 50.6%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아시아인(Asian)이 26.5%, 아메리칸(American)이 18.1%로 높게 나타났습니다.

아시아인(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 21.7%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 0.0%로 나타났습니다. (중식의 선호도 3.6%)

그림 2-31: 자르딤 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 56.5%, '분위기'가 17.6%, '가격'이 12.9% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '메뉴'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

상파울루 시내 중심부에서 외곽지역까지 이어지는 파울리스타(Paulista) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나 상습 정체 구간으로 출·퇴근 시간대 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.

지하철 2호선 주요역 3개가 위치하고 있으며 시내 곳곳으로 이어지는 주요 노선의 버스 정류장이 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수합니다.

파울리스타(Paulista) 대로 인근에 위치한 산토스(Santos) 거리와 명품 브랜드 매장이 들어서 있는 오스카 프레이레(Oscar Freire) 거리를 따라 외식 중심 상가권이 발달해 있습니다.



그림 2-32: 자르뎀 상권 - 주요 상가권 지도 (1)

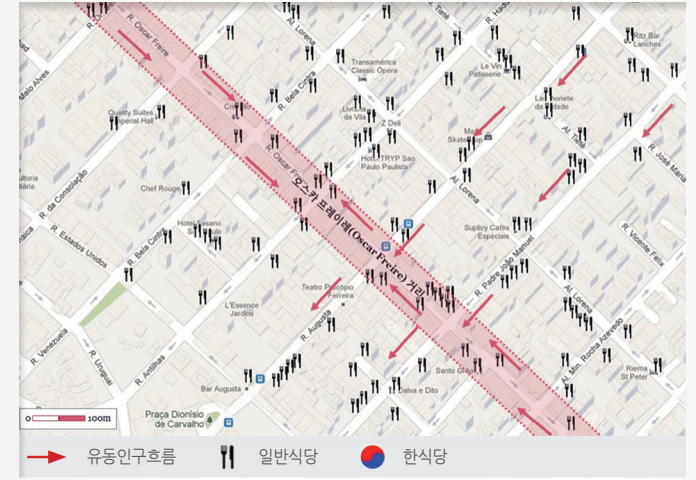


그림 2-33: 자르뎀 상권 - 주요 상가권 지도 (2)

표 2-4: 자르뎀 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●
●	●	●	●	●

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

■ 산토스(Santos) 거리

고층 오피스 빌딩이 밀집해 있는 파울리스타(Paulista) 대로 바로 뒤쪽에 위치한 산토스(Santos) 거리에는 인근 오피스에서 일하는 직장인들을 대상으로 한 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 스낵바(Snack Bar) 형태의 식당과 분위기 있는 고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑이 다수 분포하고 있습니다.

세트메뉴 가격이 15헤알(약 8,400원) 정도인 버거(Burger) 전문점 '가르타 파울리스타(Garota Paulista)'가 저렴한 가격과 푸짐한 양으로 큰 인기를 끌고 있습니다.

그림 2-34: 자리덤 상권 - 산토스 거리 전경



코스 요리 평균 객단가가 180헤알(약 100,000원) 정도인 세련된 분위기의 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑 '캔버스(Canvas)'가 젊은 여성들 사이에서 큰 인기를 끌면서 성업 중입니다.

그림 2-35: 자리덤 상권 - '캔버스' 레스토랑 전경



■ 오스카 프레이레(Oscar Freire) 거리

명품 부티크 매장이 들어서 있는 오스카 프레이레(Oscar Freire) 거리 인근에 분위기 있는 카페(Cafe)와 바(Bar), 고급 레스토랑이 다수 분포하고 있어 구매력 높은 고소득층 현자인 유동인구와 외국인 관광객들의 유입이 많습니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태와 파인 다이닝(Fine Dining) 업태가 주를 이루며 이탈리아식(Italian)과 일식(Japanese)의 비율이 높습니다. 이탈리아식(Italian)은 편안한 분위기에서 합리적인 가격으로 다양한 피자를 즐길 수 있는 피자 전문점에서부터 최고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑에 이르기 까지 다양한 업태의 식당이 영업 중입니다.

그림 2-36: 자리덤 상권 - 산토스 거리 전경



최고급 파인 다이닝(Fine Dining) 이탈리아 레스토랑인 '게로(Gero)'가 성업 중입니다.

'게로' 레스토랑은 상파울루 시내에 10여 개의 최고급 레스토랑을 보유하고 있는 '파사노(Fasano)'그룹에서 운영하는 식당으로 고급스러운 실내 인테리어와 최상의 서비스를 자랑합니다.

주요 메인 메뉴의 가격이 55~85헤알(약 30,700~47,600원) 정도이며 코스 요리의 평균 객단가는 200헤알(약 111,000원)로 다소 비싼 수준입니다.

이 외에도 합리적인 가격으로 이탈리아식 전통 피자를 즐길 수 있는 피체리아(Pizzeria) '마르케리타(Margherita)' 성업 중입니다.

나무 화덕에서 구운 이탈리아 전통 피자가 한판(2인분)에 30~45헤알(약 16,800~25,200원) 정도로 저렴한 수준이어서 젊은 층과 가족단위 고객들에 인기가 높습니다.

그림 2-37: 자리덤 상권 - '게로' 레스토랑 전경



그림 2-38: 자르딤 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
집객력	<ul style="list-style-type: none"> 상파울루의 '월 스트리트'로 불리는 파울리스타 거리를 중심으로 주요 관공서와 고층 오피스 빌딩이 밀집해 있음 산토스 거리와 오스카 프레이레 거리를 중심으로 외식 상가권이 발달해 있음
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> 배후지에 약 88,889명이 거주하고 있으며 특히 60세 이상의 인구가 전체의 약 22.2%를 차지해 타 상권 대비 고령층의 비율이 높게 나타남 설문조사 결과 31.6%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> 주당 평균 외식비로 약 125.2헤알(약 70,100원)을 지출하는 것으로 나타남 고급 캐주얼 다이닝과 파인 다이닝 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 80헤알(약 44,800원) 내외임
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> 주요 도로가 인접해 있어 시내 어디에서든 차량을 이용한 접근성이 좋은 편이나 출퇴근 시간 상습 정체구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됨 주요 지하철 역과 주요 버스 정류장이 위치하고 있음 (시내 곳곳으로 연결)
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> 편안한 분위기에서 다양한 피자를 즐길 수 있는 피자 전문점으로부터 최고급 레스토랑에 이르기까지 다양한 업태의 이탈리아 식당이 영업 중임 다른 지역에 비해 아시안 에스닉 식당의 비율이 낮은 편이며 한식당은 전무함
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> 100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 7,650헤알(약 428만 원)로 주요 상권 중에서 가장 비싼 편이나 시내 중심지라는 지리적 이점과 풍부한 유동인구 동행량을 고려하면 합리적인 수준임

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

④ 이타임비비(Itaim Bibi) 상권

이타임비비(Itaim Bibi) 상권은 파울리스타(Paulista) 지역에 이어 새롭게 부상하는 비즈니스 중심지로 파리아 리마(Faria Lima) 대로를 따라 글로벌 기업의 오피스 빌딩, 대형 백화점, 최고급 호텔 등이 들어서 있어 구매력 높은 고소득층 유동인구의 유입이 많습니다.

상권 외곽에 위치한 '빌라 올림피아(Vila Olimpia)' 지역에는 '구글(Google)', '인텔(Intel)', '마이크로소프트(Microsoft)' 등 해외 우수 기업의 오피스 빌딩이 밀집해 있는 국제 업무지구가 형성되어 있습니다.

배후지에는 부유층이 거주하는 고층 콘도미니엄과 고급 주택이 밀집해 있습니다.

비즈니스 중심지인 파리아 리마(Faria Lima) 대로 인근에 위치한 페드로소 알바레가(Pedroso Alvarenga) 거리를 중심으로 상파울루에서 가장 고급스러운 외식 상가권이 발달해 있습니다.



그림 2-39 이타임비비 상권 지도

▶ 음영 표시된 부분은 주요 상가권을 의미함

거주인구 분석: 성별·연령별 분포 현황

이타임비비(Itaim Bibi)에는 총 93,424명이 거주하고 있으며 30~59세 인구가 43,921명으로 전체 인구의 약 47.0%를 차지하는 것으로 나타났습니다. 한편 60세 이상 인구가 18,851명으로 전체의 약 20.2%를 차지해 타 상권 대비 고령층의 비율이 높게 나타났습니다.

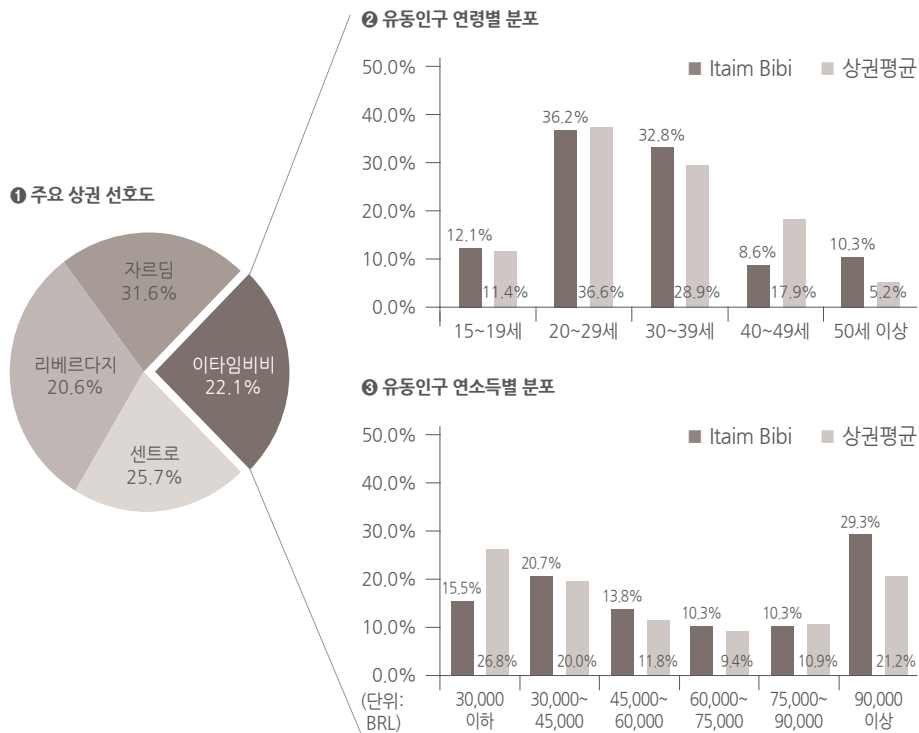
유동인구 분석: 인구통계학적 특성

설문조사 결과 가장 선호하는 외식 지역으로 약 22.1%의 응답자가 자이타임비비 상권을 선정하였습니다.

연령별 분포를 살펴보면 20~29세 인구비율이 전체의 약 36.2%로 가장 높게 나타났으며 타 상권 대비 20~30대 청·장년층 비율이 높은 것으로 나타났습니다. 한편 50세 이상의 인구비율이 10.3%로 타 상권 대비 높게 나타났습니다.

연소득별 분포를 살펴보면 90,000헤알(약 5,060만 원) 이상의 고소득층 인구비율이 29.3%로 가장 높게 나타났습니다.

그림 2-40: 이타임비비 상권 유동인구 인구통계학적 특성



유동인구 분석: 외식소비 특성

설문조사 결과 해당 상권 유동인구의 주당 평균 외식 빈도는 약 2.5회로 주요 상권 평균 빈도(약 3.1회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

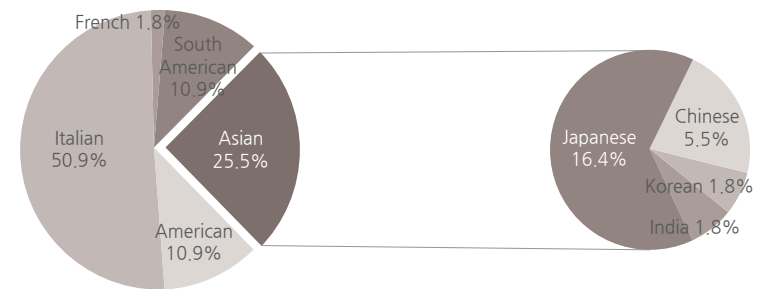
주당 평균 에스닉 푸드 외식 빈도는 약 1.7회로 주요 상권 평균 빈도(약 1.9회) 보다 낮은 것으로 나타났습니다.

주당 평균 외식비 지출액은 약 121.4헤알(약 68,000원)로 주요 상권 평균 지출액(약 116.2헤알)보다 높은 것으로 나타났습니다. (주요 상권 중 2위에 해당함)

선호 에스닉 푸드 유형을 살펴보면 이탈리아(Italian)의 선호도가 50.9%로 가장 높게 나타났으며 그 다음으로 아시안(Asian)이 25.5%, 아메리칸(American)이 10.9%로 높게 나타났습니다.

아시안(Asian) 중에서 일식(Japanese)의 선호도가 16.4%로 가장 높게 나타난 반면, 한식(Korean)은 1.8%로 가장 낮게 나타났습니다. (중식의 선호도가 5.5%로 타 상권 대비 높게 나타남)

그림 2-41: 이타임비비 상권 유동인구 선호 에스닉 유형



해당 상권 유동인구가 외식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인으로는 '메뉴'가 43.1%, '분위기가' 22.4%, '위치'가 15.5% 순으로 높게 나타났습니다.

타 상권과 비교했을 때 해당 상권 유동인구는 '메뉴'를 특히 중요하게 고려하는 것으로 나타났습니다.

입지분석(현장조사): 현장조사 의견

상파울루 시내 중심지에서 차로 약 20분 거리에 위치하고 있으나 출·퇴근 시간 차량 정체 시 두 세배의 시간이 소요되기도 합니다. 도심으로 이어진 파리아 리마(Faria Lima) 대로가 인접해 있어 차량 접근성이 좋은 편이나 주차장이 충분하지 않아 차량 이용 시 주차에 어려움을 겪을 수 있습니다.

주요 노선의 버스 정류장이 위치하고 있으나 시내 중심지로 이동하기 위해서는 여러 번 환승을 해야 하며 지하철역이 위치하고 있지 않아 대중교통을 이용한 접근성이 제한적임



그림 2-42: 이타임비비 상권 - 주요 상가권 지도

표 2-5: 이타임비비 상권 현장조사 체크리스트 평가 결과

집객력	유동인구	소비수준	접근편의성	경쟁환경

매우우수
 우수
 보통
 나쁨
 매우나쁨

▶ 경쟁환경은 에스닉 식당의 영업 활성화 정도와 한식당 밀집도(개수)를 종합하여 평가한 결과임

페드로소 알바렌가(Pedroso Alvalenga) 거리를 중심으로 분위기 있는 카페(Cafe)와 고급 레스토랑이 밀집해 있어 인근 오피스에서 일하는 30~40대 전문직 종사자와 구매력 높은 외국인 유동인구의 유입이 많습니다.

최신 유행의 바(Bar)와 클럽(Club)이 다수 분포하고 있어 특히 주말 저녁 시간대 상파울루의 트렌드 세터(Trend-Setter)인 20~30대 젊은 층이 많이 찾아 옵니다.

다양한 에스닉 식당이 분포하고 있으며 특히 이탈리아식(Italian)과 일식(Japanese)의 비율이 높습니다. 고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining)과 파인 다이닝(Fine Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 100헤알(약 56,000원) 내외로 다소 비싼 수준입니다.

그림 2-43: 이타임비비 상권 - 주요 상가권 전경



젊은 층을 타겟으로 한 모던한 분위기의 퓨전 레스토랑 '에코(Ecco)'가 창업 중입니다.

세련된 분위기에서 브라질 현지식과 다양한 퓨전 요리를 맛볼 수 있어 젊은 층에게 인기를 끌고 있으며 평균 객단가는 100헤알(약 56,000원) 내외로 다소 비싼 수준입니다.

신선한 유기농 식재료로 요리한 저칼로리 건강식 메뉴(Ecco Light Menu)가 따로 마련되어 있어 다이어트에 관심이 많은 젊은 여성들과 채식주의자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

그림 2-44: 이타임비비 상권 - '에코' 레스토랑 전경



정통 일식 스시(Sushi) 전문점인 '사카구라 A1(Sakagura A1)'이 미식가들로부터 좋은 평가를 받으며 성업 중입니다.

화려한 담음새가 눈길을 사로잡는 다양한 스시(Sushi) 메뉴와 현지인의 입맛에 맞춘 전채/후식 메뉴를 제공하여 있으며 평균 객단가는 90헤알(약 50,400원) 정도입니다.

1900년대 초 일본의 분위기를 느낄 수 있는 고풍스러운 인테리어와 모던한 느낌의 바(Bar)가 갖추어져 있어 이국적인 분위기를 느끼고 싶어 하는 현지 상류층 고객들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.

그림 2-45: 이타임비비 상권 - 스시 전문점 '사카구라 A1'



그림 2-46: 이타임비비 상권 종합평가 결과

구분	평가의견
종합평가	
접객력	<ul style="list-style-type: none"> • 새롭게 부상하는 비즈니스 중심지로 글로벌 기업의 오피스 빌딩, 대형 백화점, 최고급 호텔 등이 밀집해 있으며 페드로소 알바레가 거리를 중심으로 상파울루에서 가장 고급스러운 외식 상가권이 발달해 있음
수요기반	<ul style="list-style-type: none"> • 배후지에 약 93,424명이 거주하고 있으며 특히 60세 이상의 인구가 전체의 약 20.2%를 차지해 타 상권 대비 고령층의 비율이 높게 나타남 • 설문조사 결과 22.1%의 응답자가 선호 외식장소로 해당 상권을 선정함
소비수준	<ul style="list-style-type: none"> • 주당 평균 외식비로 약 121.4헤알(약 68,000원)을 지출하는 것으로 나타남 • 고급 캐주얼 다이닝과 파인 다이닝 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 80헤알(약 44,800원) 내외임
접근 편의성	<ul style="list-style-type: none"> • 상파울루 시내 중심지에서 차로 약 20분 거리에 위치하고 있음 • 시내 중심지로 이동하기 위해서는 여러 번 환승을 해야 하며 지하철역이 위치하고 있지 않아 대중교통을 이용한 접근성이 제한적임
경쟁환경	<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 에스닉 식당이 분포하고 있으며 특히 이탈리아식과 일식의 비율이 높음 (고급 일식 스시 전문점 성업 중임) • 다른 지역에 비해 중식의 비율이 낮은 편이며 한식당은 전무함
임차환경	<ul style="list-style-type: none"> • 100㎡ 기준 월 평균 임차료는 약 11,790헤알(약 660만 원)로 주요 상권 중에서 가장 비싼 수준이며 발전 잠재력이 가장 높아 향후 임차료가 지속적으로 상승할 것으로 전망됨

▶ 월 평균 임차료는 해당 상권 임대 물건의 평균가(13.년 2월 기준)를 집계한 결과임

2.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황

① 한인 거주 현황

상파울루에는 단기 체류자를 포함하여 약 50,000여 명의 한인들이 거주하고 있습니다.

브라질 전체 교민 중 약 90%가 상파울루에 거주하며 상파울루에 거주하는 대부분의 교민들은 봉헤찌로(Bom Retiro)에서 의류 관련 산업에 종사하고 있습니다.

봉헤찌로 지역에는 브라질 정부에서 'Korea town'으로 공식 명명을 받은 구역이 있으며 이 구역에 대부분의 한인 교포들이 모여살고 있습니다.

한인들의 의류업은 브라질 경제에서 상당한 비중을 차지하고 있으며 한인이 운영하는 의류업체는 한인회 추정 약 3,300여개로 현재 브라질 의류업의 중/고가 여성류시장의 약 50%를 장악하고 있습니다.

② 한국 기업 진출 현황

한국 기업의 브라질 투자는 대기업 중심이며 전기전자, 자원개발 분야에 집중되어 있습니다.

진출한 주요 기업으로는 삼성전자, 삼성SDI, LG전자, POSCO, 서울전자통신, CJ, 효성, 현대자동차 등이 있습니다.

LG전자, 삼성전자, 서울전자통신 등 많은 기업이 브라질에 생산 공장을 가동 중에 있으며 3D TV, 대형 냉장고, 나노 세탁기 등 상류층을 겨냥한 프리미엄 상품 판매 확대 및 3G기술을 탑재한 스마트폰 등 고급 사양의 휴대폰 제품 출시도 가속화되고 있습니다.

현대자동차는 브라질 협력업체 카오아(CAOA)를 통해 수출한 투산의 폭발적인 인기로 힘입어 브라질 시장 투자를 결정하였으며 이러한 대기업 진출이 확정됨에 따라 자동차 부품생산 중소기업들의 지속적인 투자진출이 예상됩니다.

STX 중공업에서 조선소 건설을 추진 중에 있고 삼성중공업과 현대중공업은 브라질 조선소의 지분 참여 방식으로 현지영업을 확대하고 있습니다.

또한 2014년 월드컵과 2016년 올림픽 유치로 인해 경기장과 고속도로 건설 등 브라질 정부의 대규모 사회간접자본(SOC) 추진 계획이 쏟아지고 있으며 이와 관련한 한국 기업들의 진출이 이루어지고 있습니다.

올림픽과 월드컵 유치에 앞서 브라질 정부가 투자하기로 한 예산의 규모는 172억 달러(약 20조 원)이며 구체적인 내용은 경기장 건설, 통신·교통인프라 확충, 보안시스템 구축 등으로 국내기업들이 진출할 수 있는 분야들이 많아 활발히 진출이 이루어지고 있습니다.

2) 한식당 진출 현황

2011년 현재 상파울루에는 약 80여개의 한식당이 영업하고 있는 것으로 추정되며 그 중 대다수의 한식당이 봉헤찌로(Bom Retiro) 지역의 한인 타운에 밀집되어 있습니다.

이 지역의 많은 한식당이 한인들을 대상으로 영세하게 운영되고 있고 창업·폐업이 빈번하게 발생하며 현지 조리원들이 재료개량, 조리법 등을 제대로 숙지하지 못하고 있어 영업의 어려움을 겪는 식당이 많은 것으로 파악됩니다.

최근에는 비교적 규모가 크고 현지인 고객의 비율이 높은 한식당을 중심으로 '동양인의 거리'로 유명한 리베르다지(Liberdade) 지역으로의 진출이 점점 증가하는 추세입니다.

리베르다지는 일본인 밀집지역이면서 상파울루에서 가장 많은 아시안 에스닉 외식당이 모여 있는 곳으로 봉헤찌로 지역보다 현지인들의 방문이 많은 곳입니다.

상파울루의 유명 한식당인 대문과 월궁도 리베르다지 지역에 위치하고 있으며 인근 고급 주거 지역인 아클리마쎡(Aclimação)에도 점차 한식당 수가 늘어나고 있습니다.

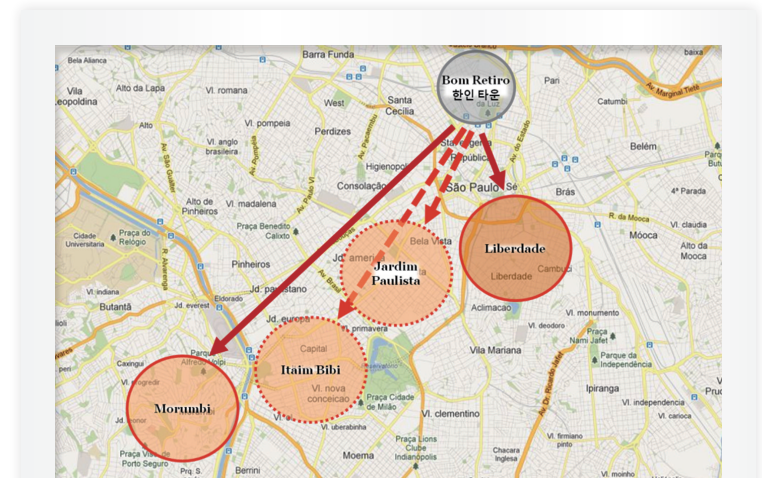


그림 2-47: 상파울루 내 한식당 신규 창업지역 변화 추이

3) 한식당 성공 사례

① 월궁

브라질 한식당 월궁은 상파울루에서 20년 넘게 운영된 역사가 깊은 한식당으로 브라질 100대 유명 식당에 선정된 상파울루 대표 한식당입니다.

2층 130석 규모로 상파울루의 고급 주택지역으로 분류되는 아클리마성 지역에 위치하고 있습니다.

주요 고객은 한국인 보다는 브라질 현지인이 주를 이루고 있습니다.

현지에서 가장 유명한 한식당 중 하나로 브라질 대학의 식품관련학과 학생들이 방문하여 실습을 할 정도로 브라질인들 사이에서 잘 알려져 있습니다.

그림 2-48: 한식당 '월궁'



② 대문

상파울루 대표 한식당 중 하나로 일본인 밀집 거주지역인 리베르타지 지역에 위치하고 있습니다.

브라질 교민 2세가 운영하는 곳으로 경영주의 부모님이 봉헤찌로(Bom Retiro)에서 수십년간 한식당을 운영한 경험을 본받아 개업하게 된 곳입니다.

깔끔한 주방과 한국 도자 식기, 한국적 소품으로 꾸며져 있는 실내 인테리어로 현지인 고객들 사이에서 유명합니다.

그림 2-49: 한식당 '대문'

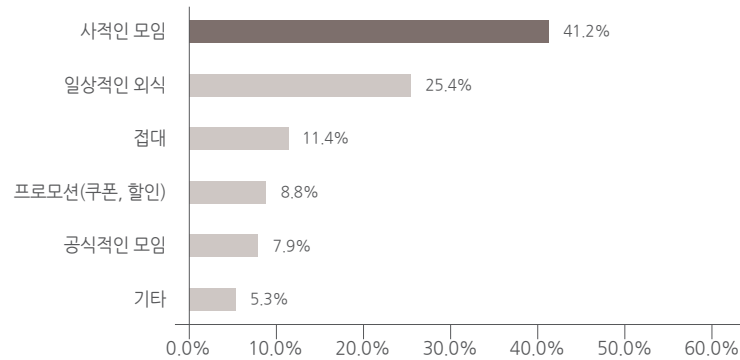


4) 한식 소비 현황

한식당 방문 경험이 있는 상파울루의 외식소비자들은 주로 사적인 모임을 위해 한식당을 찾는다고 응답하였습니다.

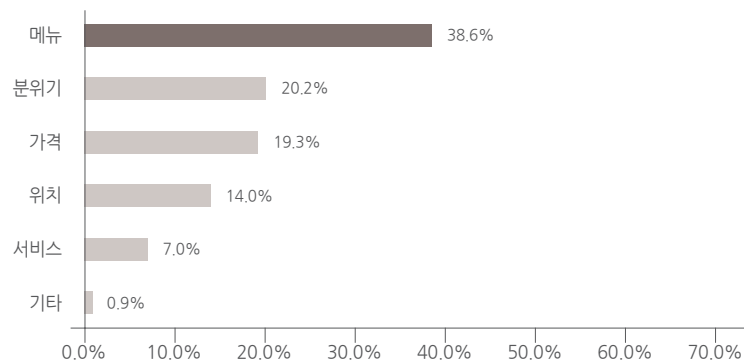
사적인 모임, 일상적인 외식, 접대를 위해 방문한다고 응답한 외식소비자들은 각각 41.2%, 25.4%, 11.4%로 나타났습니다.

그림 2-50: 한식당 방문 목적



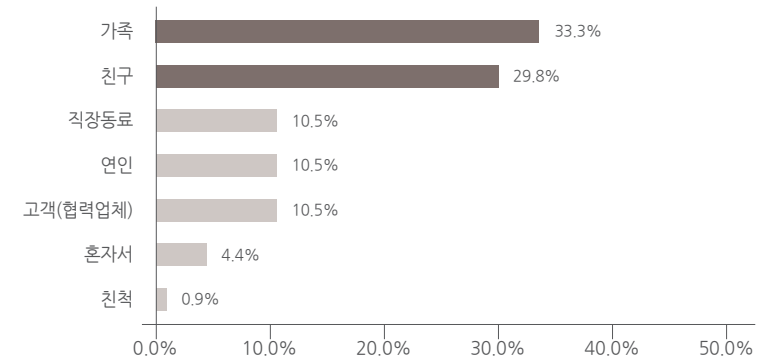
한식당 방문 경험이 있는 상파울루 외식소비자들의 38.6%가 한식당의 메뉴, 20.2%가 한식당의 분위기를 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났습니다. 서비스를 중요하게 생각한다고 응답한 소비자는 7.0%에 그쳐 한식당 방문 시 정성스럽고 고급스러운 서비스를 기대하지 않는다는 소비자 좌담회 결과를 반영하고 있습니다.

그림 2-51: 한식당 방문 시 고려사항



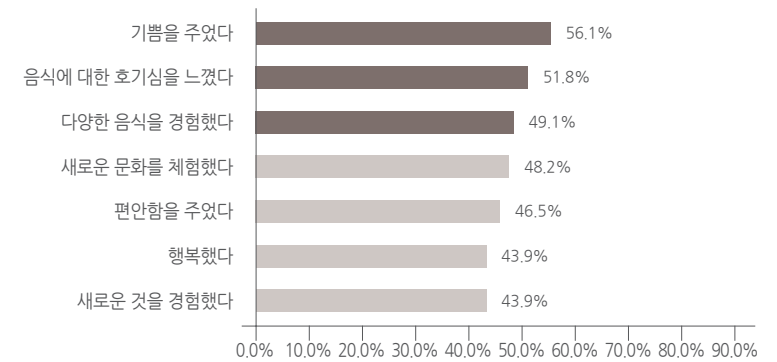
한식당 방문 경험이 있는 상파울루의 외식소비자들은 한식당 방문 시 친구와 동행하는 경우가 33.3%, 가족과 동행하는 경우가 29.8%로 나타나 대부분 사적인 모임 또는 일상적인 외식을 위해 한식당에 방문한다고 응답한 결과와 일맥상통합니다.

그림 2-52: 한식당 방문 시 동행인



한식당 방문 경험이 있는 상파울루의 외식소비자들에게 한식당 방문 시 떠오르는 생각을 질문한 결과 기본적으로 '기쁨을 주었다'가 56.1%로 높은 비율을 차지하였습니다. '음식에 대한 호기심을 느꼈다', '다양한 음식을 경험했다', '새로운 문화를 체험했다' 등 새로운 경험과 호기심과 관련한 응답률이 높게 나타난 것도 특징적입니다.

그림 2-53: 한식당 방문 시 떠오르는 생각 (중복응답)



한식당 방문 경험이 있는 상파울루의 외식소비자들은 떡볶이와 비빔밥, 전을 가장 선호하는 것으로 나타났습니다.

이탈리아식을 선호하는 상파울루의 외식소비자들은 한식의 전 요리를 피자과 유사한 것으로 생각하여 선호한다는 소비자 좌담회 내용과 일치하는 결과입니다.

한식당 방문 경험이 있는 상파울루 외식소비자들의 26.3%가 삼계탕의 취식방법을 몰라 불편을 겪었다고 응답하였으며 23.7%는 구이류 메뉴인 삼겹살의 취식방법을 몰랐다고 응답하였습니다.

그림 2-54: 가장 많이 취식하는 한식 메뉴 상위 5개 (중복응답)

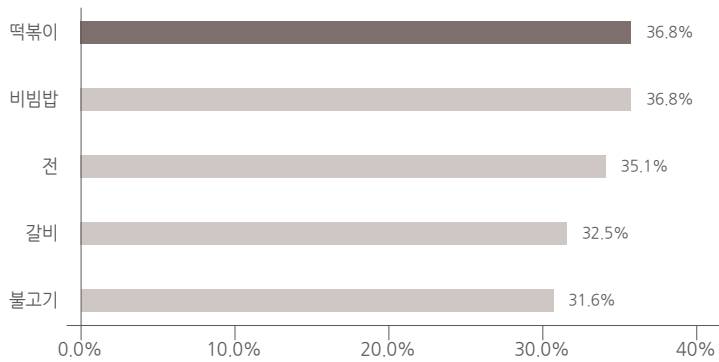
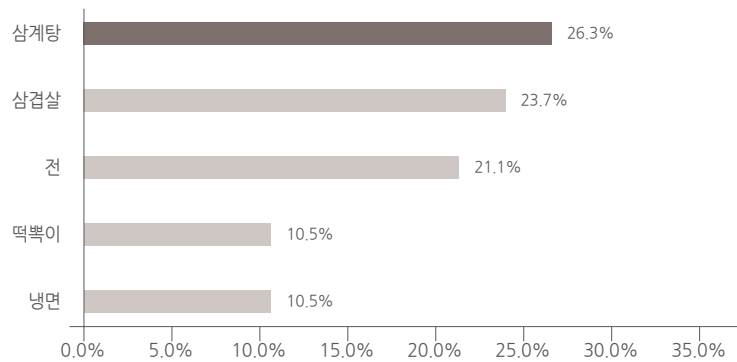


그림 2-55: 취식 방법을 몰라 불편했던 한식 메뉴 (중복응답)



5) 한식당 소비자 의견

처음 방문한 한식당에 재방문하지 않은 비율이 12.3%로 다소 낮게 나타났으며 재방문 하지 않은 이유로는 '음식의 맛과 '가격'이 가장 큰 요인으로 지적되었습니다.

소비자 좌담회 결과 한식당에 대한 개선사항으로 '친절한 서비스'에 대한 요구사항이 많았습니다.

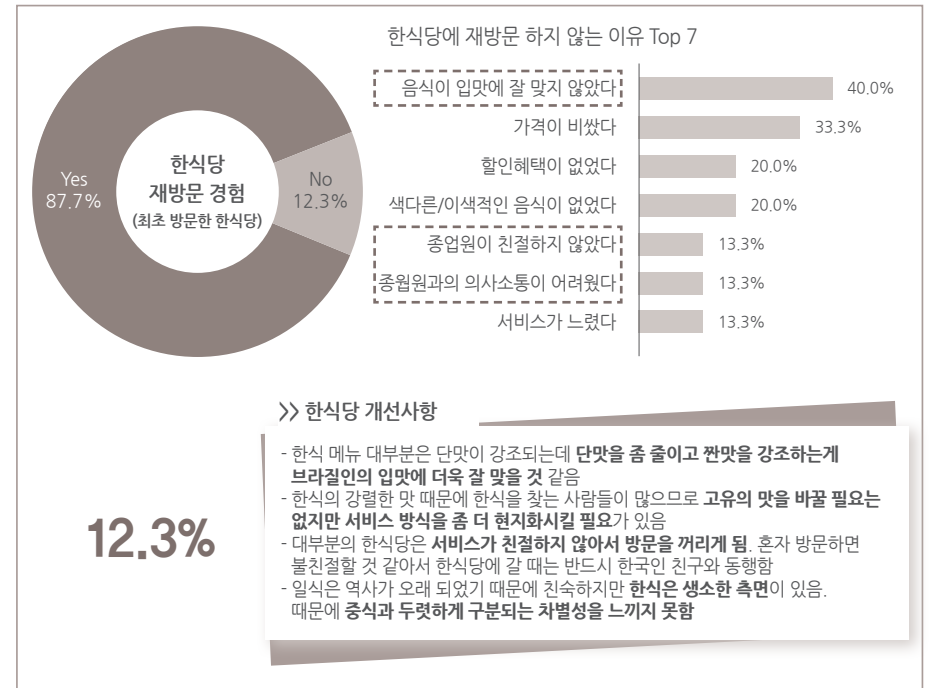
“한식 메뉴 대부분은 단맛이 너무 강조되는데 단맛을 좀 줄이고 짠맛을 강조하는 게 브라질인의 입맛에 더욱 잘 맞을 것 같음”

“한식의 강렬한 맛 때문에 한식을 찾는 사람들이 많으므로 고유의 맛을 바꿀 필요는 없지만 서비스 방식을 좀 더 현지화시킬 필요가 있음”

“대부분의 한식당은 서비스가 친절하지 않아서 방문을 꺼리게 됨. 한식당에 혼자 방문하면 불친절할 것 같아서 반드시 한국인과 동행함”

“일식은 역사가 오래 되었기 때문에 친숙하지만 한식은 생소한 측면이 있음. 때문에 중식과 뚜렷하게 구분되는 차별성을 느끼지 못함” 등

그림 2-56: 한식당 개선 소비자 의견



“

상파울루 한식당
창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in São Paulo

”

II. 상파울루(São Paulo) 한식당 설립 가이드

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적인 외식창업을 위한 원칙 ----- 078

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차 ----- 080

4.2 설립 주요 실무정보 ----- 083

4.3 기타정보 ----- 118

3. 외식창업에 대한 이해

3.1 성공적 외식창업을 위한 원칙

1) 사업의 타당성 여부를 확인해야 합니다

음식점의 고정비는 수익창출을 위해 최대 매출액의 9~15%를 넘지 않아야 합니다. 고정비는 임차료, 이자비용, 보험료, 감가상각비를 포함합니다. 음식점의 매출액과 영업이익은 다음과 같은 요소를 통해서 예측 가능합니다. 즉 좌석 수, 좌석 회전시간, 영업시간, 예상되는 객단가, 재료비, 노무비 그리고 기타 원가 및 비용 등입니다.

2) 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

음식점을 신규로 오픈하는 경영자는 오픈 마케팅, 직원 인건비, 원재료 구매 비용 그리고 오픈 후 6개월(인큐베이션 기간) 동안에 발생할 수 있는 손실을 커버할 수 있는 충분한 운영자금을 가지고 있어야만 합니다.

3) 오프닝 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 오픈하는 방법 중에는 성대한 오픈식 없이 조용한 오픈을 하는 '소프트 오프닝'이 있습니다. '소프트 오프닝' 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취하고 손님들이 받은 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있도록 할 수 있는 일종의 기념품을 주도록 합니다. 이러한 방식의 오프닝은 잠재 고객들이 신규 오픈하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회를 제공합니다. 반면 그랜드 오프닝을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오프닝을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 그것은 인위적으로 고객의 수를 부풀리는 것에 불과할 수 있습니다.

4) 음식점의 존재이유(경쟁적 이점)를 확인해야 합니다.

새로운 음식점의 콘셉트는 경쟁업소와 비교할 때 차별성과 우위성이 있어야 합니다. 너무 많은 시장 안에 너무 많은 음식점이 있어서 이미 수익을 내는 것이 힘든 상황에서는 할인 경쟁은 불가피할 것이고 그로 인하여 수익성이 악화되어 거의 이익을 내지 못하는 지경에 이르는 상황이 될 수도 있습니다. 따라서 음식점 예비창업자들은 성공적인 음식점들이 어떤 상황에서 운영되고 있는지를 알기 위하여 사전 조사를 수행해야 합니다.

5) 품질과 양을 관리해야 합니다.

대부분의 좋은 음식점은 좋은 맛을 내는 음식을 만들 줄 아는 주방 안의 누군가를 필요로 합니다. 이 사람은 음식을 따뜻하고 빠르게 제공하면서도 수익성도 맞추는 방법을 알고 있는 사람입니다.

이 사람은 반드시 주방장일 필요는 없으며 단지 천부적인 직감이나 재능을 가지고 있어서 양이나 질에 있어 모두 높은 수준을 유지하는 방법을 아는 사람이어야 합니다. 새로운 음식점 창업자는 음식점에서 요리를 하는 것이 집에서 요리를 하는 것과 상이하다는 사실을 기억해야만 합니다.

6) 청결해야 합니다.

외식산업에서 청결보다 더 중요한 것은 없습니다. 음식점 비즈니스에서는 무엇보다도 청결이 우선되어야 합니다. 청결을 독려하는 방법은 고객들이 주방을 직접 볼 수 있도록 하는 것입니다. 이러한 방법은 청결의 원칙을 강화하는 데 큰 도움이 됩니다.

7) 변화하는 고객의 욕구를 파악해야 합니다.

외식 비즈니스는 주먹구구식 경영으로 성공할 수 없습니다. 음식점도 기업처럼 경영해야 합니다. 경영자는 위험을 감수해야만 하고 고객의 의견에 따라서 변화를 추구해야만 합니다. 이를 위해서는 고객의 요구를 관찰하고 귀를 기울이며 욕구를 파악하기 위해 매장 프론트에서 많은 시간을 보내야 합니다.

음식점 경영자는 다음과 같은 질문을 자기 자신에게 끊임없이 되물어야 합니다. "나의 고객에게 얼마나 제공할 수 있으며 그러면서도 여전히 투자대비 적절한 수익을 창출할 수 있는가?"

8) 원가(손실)을 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)을 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다. 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책은 손실을 줄여줄 수 있습니다.

- 원재료 손실이 발생하지 않도록 모든 박스는 배달 직후 오픈하여 수량과 중량 확인
- 값비싼 재료는 매일 재고 체크, 저렴한 품목은 매월 재고조사 실시

출처: 「외식창업론」, 2011, 김영갑 외, 교문사

4. 한식당 설립 실무정보

4.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

브라질 외국인 투자법에 따라 영세한 규모의 개인사업자는 브라질 시장에 진출하는 것이 제한됩니다.

2) 법인사업자

① 법인설립 여건

브라질은 외국인의 자본투자에 대하여 정부의 규제가 심하지 않은 편으로 100% 외국인 투자가 가능합니다.⁽¹⁾

브라질 법인 유형별 세부내용은 [표4-1]과 같습니다. 브라질 투자 기업들의 진출 형태는 대부분 '주식회사'와 '유한책임회사'입니다. 특히 진출 외국기업이 선호하는 법인 형태는 유한책임회사인데 다음과 같은 이유 때문입니다.

- 브라질에서는 지점 개설이 어려움
- 현지법인과 해외 본사와의 책임관계 분리가 가능함
- 현지사업의 수행과 자금조달에 유리함

현지법인을 설립하는 방법 이외에도 '지사', '연락사무소/프로젝트 오피스'를 설립하는 방법도 있습니다. 하지만 지사설립은 허가조건이 까다롭고 절차가 복잡하여 시간이 오래 걸리고 현지법인에 비해 운영비가 많이 소요되는 단점이 있기 때문에 브라질 진출 시 적합한 투자진출 방법이 아닙니다. 지사설립이 의무화된 일부 분야를 제외하고 지사 형태로 브라질에 진출하는 외국기업의 사례는 전무합니다.

영업 인허가 취득과 관련해서는 다소 어려움이 따르는 것으로 나타났습니다. 세계은행 산하 국제금융공사(IFC: International Finance Corporation)의 'Municipal Scorecard' 리포트에 따르면 브라질 25개 도시를 포함한 남미 65개 도시 중 영업 허가 취득기간 부문에서 상파울루는 최하위권에 속하는 59위를 차지했습니다.⁽²⁾

(1) 브라질에 설립된 법인은 외국인투자회사가 아닌 브라질 내국법인으로 취급함

(2) 해당 순위는 도시행정에서 나타나는 관료주의적 요소를 '영업허가 취득 기간'과 '건축허가 취득 기간' 두 가지의 기준으로 평가한 결과임

표 4-1: 브라질 법인 유형 구분

법인 유형	세부 내용
주식회사 (Sociedade Anônima: S.A.)	<ul style="list-style-type: none"> • 원칙적으로 사원 또는 주주가 자신이 납입한 자본금 또는 납입 예정 자본금 한도로 유한책임을 부담함 • 2인 이상의 사원 또는 주주로 구성되어야 하며 최저 자본금 규정은 없음 • 회사 경관 작성이 필수이며 회사채 및 증권 발행이 가능함
유한책임회사 (Sociedade Limitada: LTDA)	<ul style="list-style-type: none"> • 합명회사와 유한회사가 결합된 형태임 • 설립 자본금의 최소 10%는 현금으로 납입해야 하며 원칙적으로 사원 또는 주주가 자신이 납입한 자본금 또는 납입 예정 자본금 한도로 유한책임을 부담함 • 납입되지 않은 자본금에 대해 사원 모두에게 공동 책임이 있음 • 2인 이상의 사원 또는 주주로 구성되어야 하며 최저 자본금 규정은 없음 • 회사 경관 작성이 필수이며 회사채 및 증권 발행이 불가능함 • 최저 배당 요건은 순 이익의 25%이며 인적 회사의 성격을 가지고 있어 지분 양도 시 정관 개정이 필요함
제한적 합명회사 (Sociedade em Comandita Simples)	<ul style="list-style-type: none"> • 2인 이상의 파트너로 구성하되 Active Partner(Socio Comanditado)와 Limited Partner(Socio Comanditario)로 구분됨 • * Active Partner는 개인이 무한책임을 지고 Limited Partner는 개인 또는 법인 참여자분에 한해 유한책임을 짐
주식 합명회사 (Sociedade em Comandita por Ações)	<ul style="list-style-type: none"> • 주식회사와 합명회사가 결합된 형태로 2인 이상의 파트너로 구성되어야 함 • 최소 1인은 실무담당으로 무한책임을 지고 또 다른 1인은 참여자금의 범위 내에서 유한책임을 짐
합명회사 (Sociedade em Nome Coletivo)	<ul style="list-style-type: none"> • 2인 이상의 파트너가 회사의 운영에 직접 참여해야 하며 모든 파트너는 회사 채무에 대해 개인재산으로 무한책임을 부담함 • 회사명은 파트너 1인 또는 복수의 이름이 포함되어야 함 (Firma/Razao Social)
협동조합 (Cooperativas)	<ul style="list-style-type: none"> • 조합원이나 구성원의 이익을 위해 설립된 비영리 단체, 협회, 조합 등을 의미하며 활동 제한은 없음

② 법인사업자 등록 절차 및 구비 서류

외국 투자기업 대부분이 선호하는 법인 형태는 주식회사(S/A)와 유한책임회사(LTDA)로 두 경우 모두 아래 기관의 등록을 거쳐 설립이 가능합니다.

- 주 상업 등기소(Junta Comercial): 법인설립 등기, 법인등록 번호
- 연방 세무국(Receita Federal): 법인납세인 등록, 법인사업자등록번호
- 일반은행: 법인명 구좌 개설
- 중앙은행: 외자등록
- 주 세무국(Secretaria da Fazenda): 법인 설립 허가
- 시청(Prefeitura Municipal): 법인 설립 허가
- 노동부: 주재원 비자 신청

일반적인 법인설립 절차는 자본금 납입, 법인 등기, 지역 허가 신청의 단계로 구분할 수 있습니다.

외국에서 작성되는 모든 서류는 공증 및 브라질 영사관의 영사인증을 받아야 하며 외국어로 작성된 문서는 브라질 공인번역사의 번역을 받아야만 유효하므로 이를 유의해야 합니다.

표 4-2: 일반적인 법인 설립 절차

단계	세부 내용
자본금 납입	<ul style="list-style-type: none"> • 브라질에 직접 투자를 희망하는 외국인은 반드시 브라질 중앙은행에 등록을 해야 하며 등록은 브라질 내 자금 유입일로부터 30일 이내에 이루어져야 함 • 외국인 투자자 또는 투자 대상은 중앙은행 전자 시스템 'SISBACEN'을 통해 회사 정보, 투자자 정보, 송금 금액 등을 등록해야 함 • 본 등록 절차는 반드시 대리인을 통하여 진행해야 하며 통상 투자의 대상이 되는 현지 법인을 대리인으로 선정하여 진행함
법인 등기	<ul style="list-style-type: none"> • 주(州)상업등기소(Junta Commercial)에 회사 정관 및 관련서류를 등기함으로써 회사 설립 및 등록이 가능함
납세 등록	<ul style="list-style-type: none"> • 회사가 합법적으로 활동하기 위해서는 연방세무국을 통해 법인 납세등록(Cadastro Nacional de Pessoa Jur dica), 주 법인납세등록(Inscrição Estadual), 시 법인납세등록(Cadastro de Contribuintes Mobili rios)을 취득해야 함
영업 인허가	<ul style="list-style-type: none"> • 시청 등록(Cadastro na Prefeitura Municipal)을 취득함으로써 영업 인허가를 받을 수 있음 • 인허가를 위해서는 소방국의 안전 검사(Vistoria do Corpo de Bombeiros), 사회복지국(Instituto Nacional de Seguridade Social) 등록, 고용인 조합(Sindicato Patronal) 등록 등의 절차를 별도로 거쳐야 함
업종 별 인허가	<ul style="list-style-type: none"> • 회사의 활동 분야에 따라 감독 기관의 추가적인 사전 허가가 요구되기도 함

현지법인을 본사 파견직원이 운영하기 위해서는 영주권을 취득해야 하고 영주권을 신청하기 위해서는 중앙은행에 설립자본금을 등록해야 합니다. 등기소에 설립법인 등록, 중앙은행에 외국인투자 등록, 노동부에 영주비자 신청 순으로 등록 절차가 이루어집니다.

4.2 설립 주요 실무정보

1) 영업시설의 공통기준

요식업 영업시설에 적용되는 공통기준은 다음과 같습니다.

① 종업원의 건강 진단서

- 일반적으로 매년 1회 씩 직원들의 건강 진단서(의사 소견서)를 발부 받아 보관할 의무가 있습니다.
- 소규모일 경우 2년에 한번 씩 청구할 수 있으며 18세 미만 또는 45세 이상의 노동자에 대해서는 매년 청구하여 보관해야 합니다.
- 피고용자가 30일 또는 그 이상의 기간 동안 결근하고 재 출근 할 때에는 건강진단서를 새로이 청구·보관해야 합니다.
- 종업원의 건강에 커다란 문제가 예상되지 않는 소규모의 회사는 매 2년마다 건강진단서를 청구·보관해야 합니다.

② 건물, 시설, 장비, 가구 및 도구 일반

- 건물과 시설은 음식 조리가 원활하게 이뤄질 수 있도록 설계되어야 하며 유지, 청소 및 소독이 용이해야 합니다.
- 조리시설은 독립적으로 설치되고 출입자를 관리해야 하며 다른 용도로 사용해서는 안됩니다.
- 건물은 각 작업에 맞는 공간이 서로 분리 되도록 설계되어야 합니다.
- 바닥, 벽, 천장과 같은 시설은 매끄럽고 방수 및 청소가 용이해야 합니다. 갈라짐, 누수, 곰팡이, 벗겨짐 등이 없도록 관리되어야 하며 이로 인해 음식을 오염시키는 일이 없어야 합니다.
- 음식 조리 공간 및 저장고의 출입문은 자동 폐쇄장치가 되어있어야 하며 각 공간에서 외부로 연결된 출입구에는 병균 및 해충의 유입을 막기 위해 스크린이 설치되어야 합니다. 또한 스크린은 이동이 가능하여 정기적인 청소에 용이해야 합니다.
- 영업장은 수돗물을 사용할 수 있도록 수도 설비가 구비되어 있어야 하며 폐수처리를 위해 하수도 시스템이나 정화조에 연결되어야 합니다.

- 폐수 및 폐기물 용량에 맞는 규격의 하수도와 기름 필터장치(Grease Traps)가 구비되어야 하며 해당 설비는 음식 조리 및 보관 공간의 바깥쪽에 위치해야 합니다.
- 영업장 건물의 내·외부에는 이물질이 없어야 하고 동물이 있어서는 안됩니다.
- 음식 조리공간의 조명은 충분한 밝기여야 하며 물기(액체) 접촉 등으로부터 안전해야 합니다.
- 전기 설비는 내장 설치되어 있거나 또는 안전한 외부 배관에 설치되어서 위생적인 환경을 유지해야 합니다.
- 영업장은 환기가 잘 되어야 하며 음식 위생에 영향을 줄 수 있는 곰팡이, 연기, 먼지, 수증기 등이 없도록 관리해야 합니다. 또한 환기 시 외부 바람이 음식에 집중되어서는 안됩니다.
- 에어컨 및 히터 설비와 필터는 항상 청결함을 유지해야 하며 관련 법규에 따라 정기적인 필터 청소 및 점검을 실시해야 합니다.
- 화장실 및 탈의실은 음식 조리 및 보관 공간과 직접적으로 연결되어 있지 않아야 하며 깨끗하고 청결한 상태를 유지해야 합니다. 또한 화장실 및 탈의실의 출입문은 자동 폐쇄장치가 되어있어야 합니다.
- 변기, 세면대와 더불어 화장지, 비누, 일회용 핸드타올 등 개인위생을 위한 물품이 구비되어야 합니다. 휴지통은 덮개가 있어야 하며 자동으로 개폐가 가능해야 합니다.
- 음식 조리 및 준비가 이뤄지는 구역의 인접한 곳에 별도로 손 세정 시설이 구비되어야 합니다. 또한 세면대와 함께 비누, 일회용 핸드타올이 비치되어 있어야 합니다.
- 도구, 가구 및 식기 등 음식과 직접적으로 접촉하는 물건은 규정에 따라 녹슬지 않고 반복적인 세척을 통해 무색무취의 청결한 상태를 유지해야 합니다.
- 구비하고 있는 장비, 도구, 식기 등을 대상으로 정기적인 유지 검사가 이뤄져야 하며 관련 내용을 기록해 두어야 합니다.
- 준비, 포장, 보관, 운송, 유통 및 음식 판매에 사용되는 장비, 가구 등은 표면이 매끄럽고 방수처리가 되어있어야 합니다. 또한 세척이 가능하고 갈라짐이 없어야 합니다. 이 밖에 도 음식을 오염시킬 수 있는 기타 결함이 없어야 합니다.

③ 건물, 시설, 장비, 가구 및 도구의 위생

- 건물, 장비, 가구 및 도구는 항상 청결한 상태를 유지하여 음식을 오염시킬 수 있는 위험성을 최소화 해야 합니다.
- 하수도 기름 필터장치(Grease Trap)는 정기적으로 세척되어야 합니다.
- 음식 조리 공간은 사용 후 매번 청소하여 깨끗하게 유지해야 합니다. 해당 공간 및 장비를 세척하기 위해 살균제품을 이용할 경우 해당 제품으로 인해 음식이 오염되는 일이 없도록 각별히 주의해야 합니다. 살균제품은 음식의 준비 및 저장 공간에서 사용해서는 안됩니다.
- 살균제품은 반드시 위생국의 허가를 받은 제품을 사용해야 하며 제품에 명시된 사용법을 준수해야 합니다. 그리고 살균제품은 반드시 별도의 보관 장소를 마련하여 보관해야 합니다.
- 청소 도구는 충분한 개수를 구비하고 있어야 하며 사용 후에는 깨끗한 상태로 보관해야 합니다. 위생시설에서 사용되는 도구는 음식과 접촉이 있는 도구들과 별도로 보관해야 합니다.
- 화장실 청소 담당자는 음식 조리사와 구분될 수 있는 올바른 복장을 착용해야 합니다.

④ 해충 및 질병 관리

- 영업장 건물, 시설, 장비, 가구 및 도구는 해충 및 질병에 오염되지 않아야 합니다.
- 위생적인 영업장 관리를 위해 지속적이고 효과적인 해충 및 질병 관리가 이루어져야 합니다.
- 일반적인 해충 및 질병 예방책이 효과적이지 않은 경우 전문가(회사)를 통해 관련 규정에 맞는 화학적 방제를 시행해야 합니다.
- 화학적 방제를 시행할 경우 시행자(회사)는 철저한 사전 및 사후 작업을 통해 음식 및 관련 도구에 오염이 없도록 해야 함

⑤ 수도 공급

- 음식에 사용되는 물은 반드시 식수를 사용해야 합니다. 또한 얼음은 반드시 깨끗한 식수로 만들어야 하며 위생적으로 보관해야 합니다.

- 음식에 직접적으로 수증기가 닿게 되는 경우 반드시 깨끗한 식수에서 만들어진 수증기여야 합니다.
- 저수조는 관련 규정에 맞게 제작되어야 하며 물을 오염시키지 않는 재료로 코팅 되어야 합니다. 저수조는 반드시 갈라짐, 누수, 벗겨짐 또는 다른 위해 결함이 없어야 하며 올바르게 잠겨 있어야 합니다.
- 저수조는 최대 6개월에 한 번씩 청소를 해야 하며 관련 내용을 기록해야 합니다.

⑥ 폐기물 관리

- 쓰레기통은 세척 및 운반이 용이하고 폐기물 배출 용량이 맞는 크기여야 합니다.
- 음식 준비 및 보관 장소에 있는 쓰레기통은 직접적인 접촉이 없이 여닫을 수 있는 덮개가 있어야 합니다.
- 폐기물은 음식 준비 및 보관 장소와 별개의 밀폐된 공간에 보관하여 해충의 유입을 막아야 합니다.

⑦ 조리사 위생관리

- 조리사는 관련 규정에 맞게 건강 진단 확인을 받아야 합니다.
- 다치거나 질병에 감염 또는 감염 증세를 보이는 조리사는 관련 증상이 나아질 때까지 음식 준비 과정에서 제외되어야 합니다.
- 조리사는 개인위생 수준을 유지해야 하며 조리 활동을 하는데 적합한 깨끗한 유니폼을 착용해야 합니다. 조리사는 매일 유니폼을 갈아입어야 하며 영업장 안에서만 착용해야 합니다. 개인 의류 및 소지품은 지정된 장소에 보관해야 합니다.
- 조리사는 조리 전후, 화장실 사용 후, 오염된 물체와 접촉된 후 필요한 상황에 따라 손을 깨끗이 씻어야 합니다. 올바른 손 세정 방법 및 기타 위생 관련 지침 내용이 담긴 포스터를 조리 공간, 화장실 등 필요한 공간에 보기 쉽게 부착해 놓아야 합니다.
- 조리사는 휴연을 삼가고 불필요한 대화, 노래, 휘파람, 채채기, 식사 등 조리 과정에서 음식을 오염시킬 수 있는 행위 일체를 삼가야 합니다.
- 조리사는 머리카락을 단정히 하고 위생모자를 착용해야 합니다. 손톱은 짧게 잘라야 하며 매니큐어 등을 바르면 안됩니다. 조리 시에는 액세서리 착용과 화장을 삼가야 합니다.
- 음식 조리자는 정기적으로 개인위생 교육을 받아야 하며 관련 내용은 반드시 기록해야 합니다.

⑧ 재료, 식재료 및 포장재

- 공급자에 대한 정보를 기록·명시할 의무가 있으며 해당 물품의 운송은 위생적이고 보존이 잘 되는 환경에서 이루어 져야 합니다.
- 물품의 수령은 안전하고 깨끗한 곳에서 이뤄져야 하며 수령하는 시점에 포장상태, 제품 온도 등을 확인해야 합니다.
- 유통기한이 지났거나 포장상태에 문제가 있는 경우 즉시 공급자에게 반송해야 합니다. 이런 경우 수취 불가능한 이유를 명확하게 기재하고 별도로 보관 또는 폐기해야 합니다.
- 깨끗하고 오염 위험이 없는 장소에 보관되어야 합니다. 각 물품의 식별이 용이하고 올바른 포장 상태여야 하며 유통기한이 유효한 지 확인해야 합니다.
- 환기가 잘 되고 깨끗한 선반에 보관해야 하며 보관 장소는 청소가 용이해야 합니다.

⑨ 음식 조리

- 음식조리에서 사용되는 재료, 식재료 및 포장재는 관련 규정에 맞는 위생기준을 유지해야 합니다.
- 도구, 가구 및 종업원의 수는 음식 조리 과정의 복잡성, 다양성 및 규모에 따라 적합해야 합니다.
- 음식 조리 시 재료간의 상호 오염이 없도록 주의해야 하며 식재료와 조리된 음식간의 직간접적 접촉이 없도록 해야 합니다.
- 식재료를 취급하는 종업원은 식재료를 다루기 전 손을 깨끗이 씻어야 합니다.
- 상하기 쉬운 식재료는 실온에 놔두는 시간을 최소화해야 합니다.
- 식재료를 전부 사용하지 않는 경우 올바르게 포장해서 제품명, 사용한 날짜, 개봉 후 저장 수명을 적은 라벨을 부착해서 보관해야 합니다.
- 필요한 경우 음식 조리 전 식재료의 포장재를 간단하게 세척하여 음식이 오염되는 것을 방지해야 합니다.
- 음식을 가열하는 경우 최소 섭씨 70도 이상의 온도에서 고루 가열해야 합니다. 70도 보다 낮은 온도를 사용하는 경우 충분히 오래 조리해서 음식위생에 문제가 없도록 해야 합니다.
- 음식을 튀기는 경우 깨끗한 기름을 사용하여 조리 시 음식이 오염되는 일이 없도록 해야 합니다.

- 기름은 섭씨 180도 이상으로 가열되어서는 안 되며 냄새, 맛, 농도, 연기 등의 변화가 있을 경우 즉시 새로운 것으로 교체해서 사용해야 합니다.
- 냉동식품은 포장 라벨에 따로 명시되어 있지 않는 한 가열하기 전 반드시 해동과정을 거쳐야 합니다. 또한 한번 해동된 냉동식품은 다시 냉동하면 안 되고 냉장 보관해야 합니다.
- 조리된 요리는 깨끗한 곳에 단기간 보관해야 하며 따뜻한 음식인 경우 섭씨 60도 이상의 온도에서 최대 6시간까지 보관 가능합니다.
- 음식을 식히는 경우 식히는 동안 오염되지 않도록 주의해야 하며 섭씨 10~60도씨의 온도에서 최대 두 시간까지 보관 가능합니다. 두 시간이 지난 후에는 섭씨 5도씨 이하 또는 냉동상태로 보관해야 합니다.
- 섭씨 4도씨 이하의 온도에서 조리 및 보관된 음식은 5일 이내에만 섭취 가능합니다. 만약 조리 및 보관 온도가 섭씨 4~5도씨 사이인 경우 음식위생문제가 생길 수 있으므로 더 빠른 시일 내에 섭취해야 합니다.
- 조리된 음식을 냉장 또는 냉동 보관하는 경우 음식명, 조리일자, 유통기한을 기재한 라벨을 부착해서 보관해야 하며 정기적으로 보관 온도를 확인 및 기록해야 합니다.
- 날것으로 먹는 식품의 경우 식품 표면을 세척하여 오염 물질을 제거해야 합니다.
- 요식업소는 제공되는 음식의 품질을 관리해야 하며 관련사항을 기록해야 할 의무가 있습니다.



⑩ 조리된 음식의 보관 및 서빙

- 조리된 음식을 보관해두는 경우 오염되지 않도록 음식에 대한 설명, 조리일자, 유통기한을 적어서 따로 보관해야 합니다.
- 음식이 조리된 후 손님에게 제공되는 과정은 음식위생에 영향을 끼치지 않는 시간 및 온도 범위 내에서 진행되어야 합니다.
- 조리된 음식을 운반할 때에는 반드시 해충이나 병균으로부터 보호되어야 하며 운송차량은 덮개가 있고 위생상의 문제가 없도록 확인해야 합니다.
- 조리된 음식이 진열 또는 손님에게 제공되기 위해 임시적으로 보관되는 공간은 항상 깨끗하고 위생적인 상태여야 합니다.
- 음식 조리 및 서빙 담당자는 위생장갑 또는 기타 도구를 사용하여 음식이 오염되는 것을 방지해야 합니다.
- 조리된 음식의 진열 및 제공 과정에서 일정 온도를 유지시키기 위해 사용되는 도구는 반드시 적합한 규격과 위생 수준을 유지해야 합니다. 또한 해당 도구의 온도는 정기적으로 확인해야 합니다.
- 식사 시 사용되는 접시, 컵, 포크, 나이프 등의 식기 도구는 재사용이 가능하고 깨끗하게 세척할 수 있어야 하며 깨끗한 곳에 보관해야 합니다.
- 식사 공간에 있는 장식품과 관상식물로 인해 음식이 오염되어서는 안됩니다.
- 계산대는 별도로 구비되어 있어야 하며 계산하는 사람은 음식을 조리하거나 포장해서는 안됩니다.

⑪ 기록 및 서류관리

- 요식업체는 표준 운영 메뉴얼을 구비해야 합니다. 해당 메뉴얼은 보건 당국이 요청할 경우 반드시 열람 및 제출이 가능해야 합니다.
- 메뉴얼은 운영 절차 및 실행 과정을 담고 있어야 하며 각 절차 또는 과정의 책임자, 위치 등을 함께 기재해야 합니다. 관련 내용은 해당 요식업체 총 책임자의 날인이 있어야 합니다.
- 운영 기록은 음식 조리일 기준 최소 30일 간 보관해야 합니다.
- 요식업체는 표준 운영 메뉴얼에 다음과 같은 내용이 포함되어야 합니다.
 - 위생 시설, 도구 및 가구
 - 해충 및 질병 관리 시스템
 - 저수조 위생 관리
 - 음식 조리사의 건강 및 위생

2) 노동법, 고용법 관련 유의사항

① 인력 채용 및 관리 시 유의할 점

채용면접 시 노동수첩 등의 고용 관련 서류, 건강진단서, 결혼 여부, 추천서 유무를 확인할 필요가 있습니다.

모든 직원의 개인 서류는 회사 기밀서류로 취급하여 다른 사람들이 보지 못하도록 보관해야 합니다.

만약 개인 신상명세서의 개인 정보가 회사의 불찰로 유출되어 피해를 주는 경우 손해 배상 소송을 당할 수 있습니다.

정기적으로 예고 없이 노동부 감사원이 나와 현재 일하고 있는 직원과 회사 직원 명부에 등록되어있는 직원들을 비교 검사하는 일이 있기 때문에 아래와 같은 관련 서류는 항상 찾기 쉬운 장소에 비치해 놓는 것이 좋습니다.

- Livro de Inspeccao de Trabalho: 회사 노동 검사 장부
- Licro de Registro de Empregado: 회사 직원 명부
- Quadro de Horario de Trabalho: 직원 근무 시간표
- Livro ou Relogio de Ponto: 출퇴근 시간표
- CAGED: 고용, 해고 기록이 포함된 전체 직원 명부
- CIPA (Comissao Interna Prevencao de Acidente): 산업 재해 방지 위원회
- Vale-Transporte: 공공 교통 사용권 지불 영수증

아래 표와 같이 고용직원 수에 따라 고용 준수 사항이 상이합니다.

표 4-3: 업체 규모에 따른 고용 준수 사항

10인 이하의 직원 고용업체	10인 이상의 직원 고용업체
<ul style="list-style-type: none"> • 회사 내에 항상 고용인 등록서류를 비치해 두어야 함. 만일 회계사무실 등에 보관되었을 경우에는 벌금이 부과됨 • FISCAL의 검사책자, 고용인들의 근무시간 표가 비치되어 있어야 함 • 고용인들에 대한 각종 지불 명세서는 FISCAL의 지시에 따라 2~8일 이내에 제출하면 됨 	<ul style="list-style-type: none"> • 10인 이하 업체와 대부분 동일하지만 이 경우 고용인들에 대한 각종 지불명세서를 회사에 비치해 두어야 함 • ISCAL의 조사가 완료되면 위반사항에 대한 기록을 보여주고 서명을 요구하게 되는데 10일 이내에 이의신청을 할 수 있음

(1) 고용 형태

무기한부 고용계약

가장 일반적인 고용 계약으로 특별한 계약 기간이 없어 고용 기간에 제약이 없으며 동시에 언제든지 계약해지가 가능한 노동 계약입니다.

기한부 고용계약

예외적인 경우에만 유효성이 인정되는 노동 기간이 정해진 노동 계약입니다. 업무의 성격상 일시적인 고용만 가능한 경우, 기업 활동이 일시적인 성격일 경우, 임시고용계약일 경우에 해당됩니다.

고용계약이 종료될 경우 피고용인에게 퇴직보상을 할 의무는 없습니다. 그러나 계약 만기 전 해고 시 남은 계약기간 지불해야 하는 총 액수의 50%을 계약 해지 보상금으로 지불해야 합니다.

고용 기간은 최고 2년을 넘기지 못하고 만약 이 기간 후에도 계속 지속 될 경우 무기한 노동 계약으로 자동 간주됩니다.⁽¹⁾

임시 고용계약 (Contrato de Experiência)

- 기한부 고용계약의 일종으로 직원을 정식으로 채용하기 전에 직원의 능력을 시험하고 평가하는 방식임
- 최고 90일까지 계약할 수 있으며 한 번에 계약 혹은 30일 기간으로 연장하여 90일을 채울 수 있음

한정기간 노동계약 (Contrato Por Prazo Determinado)

기한부 고용계약의 조건에 얽매이지 않고 한정된 기간을 정하여 고용 계약을 할 수 있는 형태입니다.

일반적 노동계약의 의무적인 사회보장비용들을 모두 제하여 기업의 부담을 덜어 줌으로써 고용창출을 유도하고자 한 것으로 기한부 고용계약과는 다른 형태입니다.

계약을 체결 시 반드시 노조가 참여하여 단체협약의 형태로 고용조건 및 계약해지 시 발생 할 수 있는 보상 조건 등을 명시하도록 하고 있습니다.⁽²⁾

(1) 1년 후 1년 연기가 가능하나 총 기간이 2년을 넘으면 안되며 임시고용계약은 그 기간이 90일을 초과할 수 없음

(2) 한정기간 노동계약은 정규노동자를 대체하기 위해 사용되어서는 안 됨

이외에도 부분 노동과 자유업에 봉사하는 인력을 활용하는 방법도 있습니다.
 부분 노동은 주 업무시간이 25시간을 초과하지 않는 노동 계약으로 급료도 주 44시간을 일하는 동료의 월급에 비례적으로 지급됨
 자유업은 기업이 노동관계를 형성하지 않은 상황에서 필요한 인력을 사용할 수 있는 고용 방법임. 예를 들면 회사에서 책장을 만들기 위하여 목수에게 일거리를 맡기는 것과 같은 성격의 계약을 말하며 즉 일정한 서비스를 일정한 보수를 지불하고 자유업 종사자들에게 맡기는 것을 말함

(2) 고용조건

한번 체결한 고용조건은 상호 합의에 의해서만 변경이 가능하나 다음 사항은 노사 간의 상호 합의 여하를 불구하고 준수해야 합니다.

근무지 이동 및 직책 변경

피고용인은 종전의 위치를 되찾는 조건 하에서만 책임직의 자리에서 물러날 수 있습니다.
 • 정상적인 경우 고용인은 피 고용인으로 하여금 거주지 이전을 필요로 하는 근무지 이동을 발령할 수 없음
 • 단 피고용인의 동의가 있거나 회사가 장소이동을 할 경우는 예외임
 • 그러나 피고용인이 책임직이 아니라 하더라도 고용인이 근무지 이동을 명할 수 있는 충분한 사유를 제공 할 수 있으면 가능함. 근무지 이동이 일시적 성격일 경우에는 봉급의 25%에 해당하는 근무지 이동 수당 및 이전에 필요한 모든 부대경비를 지급해야 함

복직

피고용인이 군복무 또는 시민의 의무이행을 위해 직장을 떠날 경우에 의무 이행이 종료되면 다시 복직할 권리가 있습니다. 이 경우 피고용인은 부재기간 동안 자신이 승진할 수 있었을 직위로 복직하겠다는 의사를 고용인에게 전달할 수 있습니다.

피고용인이 건강 상의 사유로 근무를 못하게 될 경우 피고용인은 사회보장 기관으로부터 보상 급여를 받게 되며 건강이 회복될 경우 모든 누적된 혜택과 함께 전 직위에 복직할 수 있습니다.

미성년자 고용

견습생을 제외하고 14살 이상 18살 미만의 미성년자의 모든 노동은 금지됩니다.

모든 미성년자는 교육기회를 받을 수 있도록 노동시간을 조절해 주어야 합니다. 또한 야간 작업은 불가하며 어떠한 업무든 간에 11시간 이상의 휴식시간을 보장해야 합니다.

노동법상 제조업체 및 수송, 통신, 어업관련 업체의 미성년 견습공 비율은 총 숙련공의 5% 이상이 되어야 하며 피고용인들 친척들에게 우선권이 있습니다.

브라질 법 자체가 복잡한 편이라 해석에 있어서 명확한 기준을 잡기가 어렵습니다. 하지만 전반적으로 미성년자의 교육, 정서 상 부정적인 영향을 미칠 수 있는 금지 업종(주류 판매 등)에 고용을 금하고 있습니다.

외국인 근로자

외국기업의 경우 외국인 고용인은 전체 고용인의 1/3을 초과하지 못합니다.

외국인 기술자의 경우 2년 계약으로 초청 가능하며 계약기간을 연장할 수도 있습니다.

주재원이 교체된 경우 신규채용으로 간주하지 않으며 교체 사실은 당해 현지회사가 브라질 노동부에 신고해야 합니다.

교체증명은 종전 주재원의 출국확인이 날인된 여권사본을 첨부해야 하며 노동부 신고 즉시 종전 주재원의 비자는 무효화 됩니다.

(3) 고용절차

최초 채용되는 피고용자에 대해 3개월 이내의 일정기간(고용계약서에 명시)을 수습기간으로 간주하여 이 기간 동안 기본 급여보다 낮게 지급할 수도 있습니다.

고용계약에 근거하여 모든 노동자는 지역 노동 감독국에서 발행한 노동수첩을 항시 지참해야 하며 사용자는 노동대장을 비치해야 합니다. 노동대장은 매년 감독국의 인증을 받아야 합니다.

- 노동수첩(Cateira de Trabalho)에는 직종, 급여, 채용일, 계약기간, 근무조건 등을 기록함
- 노동대장에는 노동부 등록내용, 종업원 자격, 초과근무 및 근로시간, 휴가 등을 기록함
- 외국기업의 현지법인인 경우 주재원 1인당 2명의 현지인을 채용하여야 하며 영주권 소지자로 10년이 경과한 자는 노동법의 적용상 현지인으로 간주함

노동수첩 (Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS)

- 브라질에서 노동 계약을 하고자 하는 사람들이 의무적으로 지참해야 하는 노동 신분증으로 브라질에서는 노동자가 직장을 다니며 경제활동을 하고 있는 사실을 보여주고 증명하는 유일한 노동 서류임
- 실업 보험금, 사회 복지 혜택, 근속 연수 실업 보상금(FGTS), 사회참여프로그램(PIS) 등의 중요한 노동자의 권리와 혜택을 받을 수 있는 권리를 보장하는 유일한 서류임
- 노동 수첩은 모든 노동자가 언제든지 쉽게 얻을 수 있게 노동부 산하 지방 노동 경찰서(Delegacia Regional de Trabalho)와 산하 모든 소 노동 경찰서, 노동자 서비스 센터, 노조 등에서 발행함
- 노동 수첩에는 본인의 사진과 영주권 혹은 시민권 번호, 재산 카드 번호, 투표자 카드 번호 등을 기재하게 되어 있으며 일하는 회사의 이름, 직위, 월급 액수, 고용 계약의 종류, 회사 입사 날짜, 유급 휴가의 준수사항 및 그 외의 필요한 사항을 기입 할 수 있는 여백이 있음

(4) 고용 관련 법규

브라질에서 모든 피고용인은 노동수첩을 소지해야 할 의무가 있으며 노동수첩에는 노동법에서 정하는 모든 고용관계를 기입해야 합니다.

고용인은 채용한 모든 피고용인들에 관한 신상카드를 갖고 있어야 하며 이러한 기록부는 반드시 노동부 산하 지역 노동부 사무소에 등록되어 있어야 합니다.

노동 기록부에는 모든 노동자들의 명단과 외국인 고용자, 미성년자에 관한 사항이 기재되어야 합니다.

브라질의 노동법은 약자로 전제한 노동자를 보호하기 위한 법이기 때문에 고용주에게는 상당히 불리한 점이 많고 소송으로 가더라도 노동자에게 유리한 판례가 많습니다.

노동법 전 이외에도 각 노조 합의 사항도 노동법에 준하는 효력을 갖고 있기 때문에 평상시 아주 철저하게 노무관리에 관심을 가져야 합니다.

② 인건비 및 복리후생

(1) 급여

기본 급여

브라질의 임금수준은 남미 국가의 평균 수준보다 다소 높은 편이며 지역별, 업체별, 직급별, 직종별로 큰 차이를 보입니다.

임금협상의 경우 각 직종마다 매년 노조에서 회사와 협의하여 가이드라인을 결정하며 이를 기준으로 임금이 결정됩니다.

임금은 어떠한 경우라도 연방정부에서 정한 최저임금 이하로 지급할 수 없으며 직종별로 단체 협약에 의하여 직업별 최저 기준 임금을 정하고 있습니다.

시간외 근무 및 기타 근무 수당

브라질 정상 근무 시간은 주 44시간이며 근무 시간외 초과 근무시간은 하루 2시간 이상을 초과 하지 않는 한도 내에서 인정하고 있습니다.

- 하루 최고의 근무 시간은 10시간을 넘길 수 없음
- 초과 근무는 회사와 직원 간 개인적인 합의 계약 혹은 회사와 전 직원과의 공동 계약 혹은 노조와의 계약 등으로 이루어 질 수 있음
- 만약 직원이 시간외 수당에도 불구하고 초과 근무에 동의하지 않으면 초과 근무를 강요하지 못함
- 그러나 부득이하게 시간외 초과근무가 꼭 필요한 경우 종업원과의 합의 계약에 따라 법정 최대 근무 시간을 초과할 수 있음

시간외 수당은 기본 정상 시간 수당의 최소 50% 이상을 지불하여야 하며 만약 회사와 노조 혹은 공동 합의 계약에 포함되어 있을 경우 초과 근무 시간을 유급 휴일로 대체할 수도 있습니다.

시간외 수당은 다음과 같이 계산합니다.

- 평일 시간외 수당: 기본 수당의 50% 이상
- 휴일 및 일요일 초과 근무 수당: 기본 수당의 100% 이상

이 외 비정상적 환경에서 근무할 시 일반 기본 수당에 추가임금을 지급합니다.

- 야간 근무 수당(22시부터 새벽 5시까지): 기본 수당의 20% 이상
- 건강에 해가 되는 작업: 기본 수당의 20% 이상 (10% ~ 40% 이상)
- 위험한 작업: 기본 수당의 30% 이상

연말 상여금 (13 Salário: 13번째 월급)

직원 본봉의 100%를 통상 11월에 50%, 12월에 50%로 두 차례에 걸쳐 나누어 지급합니다. 연말 상여금 개념의 월급이지만 고용주는 의무적으로 지급해야 합니다.

퇴직금

모든 회사는 직원 월 급여의 8%를 근속연수 보상기금(일명 퇴직수당: FGTS, Fundo de Garantia do Tempo e Serviço)으로 'Caixa Economica' 국책은행에 적립하는 것이 의무이며 이 적립금은 직원이 해고당할 경우 일시불로 찾을 수 있습니다.

고용주는 월급, 고정적 혹은 일시적인 수당, 시간외 수당, 프리미엄, 커미션, 13번째 봉급, 특별수당, 위험수당 등을 포함한 직원에게 지불하는 모든 액수의 8%에 해당하는 금액을 매 월 은행에 적립해야 합니다.

고용주는 직원 해고 시 적립금의 50%를 벌금으로 지불하게 됩니다. (40%는 해고 직원에게 지급, 10%는 정부에 납부)

직원의 자발적 퇴직의 경우 적립금을 찾을 수 없으며 회사는 벌금 50%를 내지 않아도 됩니다.

적립금은 해고를 당하지 않아도 직원이 본인이 살 주택을 건축하기 위한 목적이면 미리 찾아서 사용할 수 있도록 법에서 인정 하고 있습니다. 이 외에도 근속 연수 실업 보상금을 받을 수 있는 경우는 다음과 같습니다.

- 직원의 사망, 중병 및 정당 사유 없는 해고의 경우
- 유기한노동 계약이 만료 된 경우
- 정년 은퇴의 경우
- 회사 파산의 경우

브라질 노동자들은 퇴사 의사가 있을 시 근속연수 보상금(FGTS)을 받기 위해 고의적으로 해고를 유도하기도 합니다.

(2) 근무시간

노동법에서 규정한 근무시간 기준은 다음 표와 같습니다.

표 4-4: 근무시간 규정

기본 근무 시간	<ul style="list-style-type: none"> • 1일 8시간, 주당 44 시간 (18세 미만 제외) • 점심시간 1~2시간 (하루 6시간 이상 일하는 직원의 경우)
초과 근로 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 하루 최대 2시간 (평일-기본수당의 50%, 휴일 및 일요일-기본 수당의 100% 이상) • 일 최고 근무 시간은 10시간을 초과할 수 없음
휴식 시간	<ul style="list-style-type: none"> • 퇴근 시부터 다음날 출근 시까지 최소 11시간 이상 휴식해야 함 • 일주일에 최소 1일(24시간) 휴식 (일요일 업무 사실상 불가)
휴가 기간	<ul style="list-style-type: none"> • 1년 근무기간 당 30일의 유급휴가 기간 보장 (정당 사유 없이 5번 이상 결근하지 않은 경우 최소 12개월 이상 근무의 경우) • 유급휴가는 휴가기간 중의 월급과 월급의 1/3 휴가보너스를 휴가비용으로 지급 • 휴가를 반납하고 근무를 하는 경우는 2배의 월급 및 휴가 보너스 지급
여성의 유급휴가	<ul style="list-style-type: none"> • 유급 출산 휴가: 120일(6개월 권고-시행 시 세금감면 등의 혜택 제공) 단 의사 진단서 동봉 제출 시 출산 전 15일, 120일 경과 후 15일을 추가로 받을 수 있음 • 4개월은 사회보장세에서 지원되지만 6개월 선택 시 나머지 2개월은 회사부담 • 임신 중절의 경우 2주의 유급 출산 휴가를 받을 수 있음

(3) 최저임금

2012년 6월 26일 기준 브라질의 법정 최저임금은 622헤알(약 348,300원)로 공표되었으며 브라질 모든 노동자는 최저임금 이상의 대우를 받도록 규정하고 있습니다. 브라질 노동부가 발표한 2012년 평균 대졸 초임은 대략 2,117헤알(약 1,185,400원)입니다.

기타 직종부문의 임금수준은 다음 표와 같습니다.

표 4-5: 직업별 임금수준(2012년) - 기타 직종부문

급여	최저 (R\$)	최고 (R\$)	평균 (R\$)
호텔 여급	977	1,203	1,041
엘리베이터 근무	754	979	921
요리사	835	2,755	1,356
포장코너 근무	746	1,358	945
청소부	690	2,137	925
웨이터	819	2,922	1,326
정원사	812	1,823	1,230
자동차 세척	878	1,317	1,027
주차원	921	1,957	1,514
오토바이 운전	772	2,923	1,237

(4) 사회보장

사회 분담금 (Encargo Social)

임금에는 기본임금 외에도 여러 종류의 의무적인 사회 분담금과 여러 형태의 수당이 있습니다.

임시 경험 계약 후 혹은 직접 정식 계약으로 직원을 고용하면 브라질 노동법에서는 노동자에게 많은 혜택을 보장하고 있습니다.

브라질에는 월급 이외에도 위와 같은 노동자를 위한 '사회적 혜택 비용'*을 회사가 지불해야 한다는 것을 노동법에서 의무적으로 강요하고 있으며 지키지 않으면 벌금형식의 처벌을 받게 됩니다.⁽¹⁾

(1) '사회적 혜택 비용'이란 노동자의 실업 보상금, 사회 의료 연금, 교통비, 유급휴가, 13번째 월급 등을 말함

이러한 의무적 사회 부담금이 높아 농촌이나 지방 소도시 기반 영세기업 혹은 소기업의 경우 비정규 직원 고용 비율이 높습니다. 대도시의 중대 기업들은 브라질 노동법이 까다롭고 감시가 심하여 노동 소송에 휘말리면 불리하기 때문에 정식 등록 직원을 채용합니다.

사회적 부담금은 대략 월급의 80% 이상에 해당하는 금액입니다. 월급 이외에도 월급에 상응하는 금액을 사회분담금으로 지불을 해야 하기 때문에 실질적으로 기본 급여의 2배에 해당하는 금액을 종업원에 지급해야 합니다.

하지만 약 60% 정도의 노동자들이 비 등록 노동자로 이들은 브라질 노동법에 명시된 모든 혜택을 받지 못하고 있는 실정입니다.

사회 부담금(Encargo Social) 혜택

- 노동법에 명시된 모든 혜택을 받을 수 있는 권리보장
- 주말 유급 휴일 (기본적으로 일요일에)
- 매년 11월 30일과 12월 20일까지 2번에 나누어 지급되는 13 번째 월급
- 1년당 30일의 유급 휴가와 월급의 1/3에 해당되는 휴가 보너스
- 월급에서 최고 6%만 공제하는 회사 부담 직원 교통비
- 근속 연수 실업 보상금 혜택 (FGTS): 고용주는 월급의 8%를 매달 직원 명의의 FGTS 연방 은행 계좌에 입금 시켜야 하며 해고 시 총 임금액의 40% 추가 지불

사회 의료 연금 세금 (INSS)

INSS(Instituto Nacional do Seguro Social)는 국가 사회 의료 연금 청으로 브라질 사회 복지부*(Ministerio da Previdencia Social)를 운영하기에 필요로 하는 모든 기금을 산업에 종사하는 모두에게 사회 의료 연금세로 받아 내는 공공 기관입니다.⁽¹⁾

INSS는 사회보험으로써 건강보험, 실업보험, 노령연금의 역할을 하나로 통합한 형태로 제도화 되어 있습니다.

INSS는 법인, 개인이 징수 대상이며 매월 고용주가 급여의 20%를 부담하고 직원은 급여의 8~11%를 INSS로 납부해야 합니다.

연방 수준의 사회 복지 제도 말고도 주 정부 혹은 시 정부에서 자치적인 세금 제도를 마련하여 자치적으로 이 사회 복지 연금 제도를 실시하기도 합니다.

(1) 브라질 사회 복지부는 노동자 공공 퇴직 연금 지불, 사망 보험 지불, 공공 의료 서비스, 공공 사고 보험과 헌법에 명시한 모든 종류의 혜택을 산업에 종사하는 모두에게 보장하는 장관 부처임

표 4-6: 급여 수준 별 사회 의료 연금 세율

급여	적용 세율
R\$ 1,174.86 이하	8%
R\$ 1,174.87~1,958.10	9%
R\$ 1,958.11~3,916.20	11%
R\$ 3,916.21 이상	R\$ 430.78

아무리 월급액수가 높더라도 최대 공제 액수인 430.78헤알(약 241,200원) 이상은 월급에서 공제 할 수 없음을 뜻합니다. 즉 고소득자일수록 회사의 부담금이 커진다는 것을 의미합니다.

회사에서는 지불되는 모든 직원 월급의 20%에 해당하는 액수를 사회의료 연금세로 납부해야 하는데 월 급여가 위 표의 최고 액수를 초과하는 것과 상관없이 지불해야 합니다. 즉 고소득자의 경우 3,916.20헤알(약 2,192,900원) 이외의 모든 차액은 회사가 부담해야 하는 것을 뜻합니다.

산업 재해 방지 위원회 설치

종업원 50명 이상인 법인의 경우 산업 재해 방지 위원회(CIPA - Comissao Interna de Prevencao de Acidente) 설치가 의무적입니다.

CIPA의 기능은 작업장의 근로 환경 개선을 통하여 산업 재해와 직업병을 예방하기 위함입니다. CIPA는 기업 대표와 종업원 대표로 구성되며 그 수는 기업의 규모와 작업장의 위험 수위에 따라서 차이가 있습니다. CIPA의 대표들은 후보 등록 이후부터 임기 종료 후 1년 동안은 해고의 대상이 되지 않습니다.

(5) 해고

해고의 경우 최소 30일 전에 서면으로 해고 통지를 해야 합니다. 자발적 퇴사를 제외한 모든 해고의 경우 그 동안 적립된 FGTS 금액의 40%를 벌금으로 직원에게 지급해야 합니다.

해고 및 사퇴의 사전 통보 후에는 노동 계약 해지 합의서(Termo Rescisao de Contrato de Trabalho)를 작성해야 하며 이를 위해서는 종업원의 노동수첩이 반드시 필요합니다. 근무 기간이 1년 미만인 경우와 달리 1년 이상인 경우에는 노동부 혹은 소속 노조의 승인을 받아야 합니다.

표 4-7: 해고 유형별 유의사항

항목	고용주의 직원 해고	종업원의 사퇴
일반적 해고/사퇴	<ul style="list-style-type: none"> 고용주는 적어도 30일 이전에 종업원에게 사전 통보를 해야 함 사전 통보 후 30일 근무 시 종업원은 하루 2시간 단축 근무 혹은 7일 결근 권리를 갖게 됨 	<ul style="list-style-type: none"> 고용주에게 30일 전에 사전 사퇴 통보를 해야 함 통보 후 30일 동안 근무 할 경우 월급을 정상적으로 수령하나 근무하지 않을 경우 고용주에게 해당 액수만큼 보상해야 함
일반적 해고/사퇴 시 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 잔여 월급 및 사전 통보 기간의 혜택 근무 기간 비례한 13번째 월급 수령 밀려있거나 받지 못한 근무 기간에 비례한 유급 휴가비와 노동법에서 인정하는 유급휴가 대비 1/3의 휴가비 고용 기간 중 적립한 총 FGTS(실업 보충금)의 40% 해당 금액을 벌금으로 직원에게 지불 및 인출 가능 허가서 발급 실업 보험금 받을 수 있는 보험 신청서 필요에 따른 추천 편지 	<ul style="list-style-type: none"> 잔여 월급 사전 통보 기간의 월급 (30일 사전 통보 기간을 준수한 경우) 근무한 기간에 비례적인 13 번째의 월급 밀려있거나 받지 못한 근무 기간에 비례한 유급 휴가비와 노동법에서 인정하는 유급휴가 대비 1/3의 휴가 보너스
정당한 해고/사퇴	<ul style="list-style-type: none"> 종업원이 노동법에서 명시된 정당한 해고 사유에 해당하는 행동을 했다고 인정했을 시 가능한 해고 방식임 이 경우는 사전 통보 기간 적용 없이 즉시 해고 가능하나 이유를 정확히 명시해야 함 	<ul style="list-style-type: none"> 고용주가 종업원에게 강요해서는 안 되는 법적 사항들을 지키지 않았을 때 사퇴를 요구하는 방식임 고용주에게 사전 사퇴 통보를 해야 함
정당한 해고/사퇴 시 혜택	<ul style="list-style-type: none"> 해고 된 달의 잔여 월급 근무한 기간에 비례적인 13 번째의 월급 밀려있거나 받지 못한 근무한 기간에 비례한 유급 휴가비와 노동법에서 인정하는 유급휴가 대비 1/3의 휴가 보너스 (단 1년 근무 기간을 채우지 못한 경우에는 유급 휴가비를 받을 권리 없음) 가족 수당 (해당 시) 근무 기간이 1년 미만인 경우에는 해고된 달의 잔여 봉급, 가족 수당(해당 시)만 지급 	<ul style="list-style-type: none"> 잔여 월급 및 사전 통보 기간의 혜택 근무 기간 비례한 13번째 월급 수령 밀려있거나 받지 못한 근무 기간에 비례한 유급 휴가비와 노동법에서 인정하는 유급휴가 대비 1/3의 휴가 보너스 고용 기간 중 적립한 총 FGTS(실업 보충금)의 40% 해당 금액을 벌금으로 직원에게 지불 및 인출 가능 허가서 발급 실업 보험금 받을 수 있는 실업 보험 신청서 필요에 따른 추천 편지
해고 불가 경우	<ul style="list-style-type: none"> 임산부는 회사에서 임신 사실을 통보 받거나 받지 않았거나 어떤 경우든 임신 사실을 알게 된 경우 출산 후 5개월까지는 해고 할 수 없음. 임신 기간 중 해고 시 해고 기간으로부터 출산 후 5개월까지에 대한 금액 전액을 보상해야 함 해고 대상 직원이 휴가 중 일 경우 휴가에서 돌아온 후이나 사전 통보를 할 수 있음 해고 대상 직원이 사고를 당했을 경우 12개월간 보직을 보장해 주어야 함 (사내산재 보호) 해고 대상 직원이 어떠한 이유로든 공식적인 휴직을 하고 있는 경우 (예: 수술을 받고 입원하고 있는 경우 등) 계층별 노조와 회사 간에 단체 노동 공동 협의를 했을 경우 협의에 어긋나는 해고는 할 수 없음 해고 대상 직원이 노조에 관련되어 노조직의 후보 혹은 노조직을 갖고 있는 경우에는 이 직위에서 벗어난 후 1년 후에나 해고 가능함 	

5) 세무관련 정보

브라질의 모든 국세 및 관세 관리는 국세청이 담당하고 있으며 연방세의 관리와 징수는 재무부가 담당하고 있습니다.

재무부는 연방국세청을 통해 법인과 개인에게 납세인 등록증을 발급하고 있는데 개인의 경우는 CPF(Cadastro de Pessoas Fisicas), 법인의 경우는 CNPJ(Cadastro de Pessoas Juridicas) 번호라고 하며 이러한 납세번호가 있어야만 경제적인 활동이 가능합니다.

브라질에는 80개가 넘는 조세가 있고 세율이 높은 편입니다. 과도한 세율 외에도 과세방식이 매우 복잡하여 기업이 조금만 부주의해도 자신의 의사와 관계없이 탈세를 할 수 있으니 유의해야 합니다.

표 4-8: 브라질 주요 세금 종류 및 세율 구분 - 연방세

세금명	내용	세율
Imposto de Renda da Pessoa Fisica	개인소득세	R\$1,637.11 이하: 면제 R\$1,637.12~2,453.50: 7.5% R\$2,453.51~3,271.38: 15.0% R\$3,271.39~4,087.65: 22.5% R\$4,087.65 초과: 27.5%
Imposto de Renda da Pessoa Juridica	법인세	15%
Contribuicao ao Instituto Naacional de Seguridade Social	사회복지원에 대한 부담금	노동자 급여 공제 11% 고용주부담 20%
Impostosobre Opercoes Financeiras	금융거래세 (일종의 신용 거래세로서 대출·보험·외환, 채권 등 금융상품투자와 관련된 세금)	금융투자 및 신용거래: 1.5% 외환 및 보험 등: 25.0%
Imposto sobre Produtos Industrializados	공산품세	평균 4% (품목마다 다름)
Contribuicao Social sobre o Lucro	기업의 연간이윤에 관한 세금	9%
Salario-Educacao	교육세 (직원의 급여 중 회사가 지불하는 세금)	2.5%
Sistema "S" (Sesc, Sesi, Senai, Senac, Sebrae, etc)	직원의 급여 중 회사가 지불하는 세금	1~2.8% (기업활동에 따라 다름)

표 4-9: 브라질 주요 세금 종류 및 세율 구분 - 주(州)세 및 시(市)세

구분	세금명	내용	세율
주(州)세	Impostosobre Propriedade de Veiculos Automotores	자동차세	• 평균 1~6% • 차종과 연도에 따라 다르며 예외가 있음
	Impostosobre Circulacao de Mercadorias e Servicos	주유통세	• 평균 14% • 주마다 다르고 품목마다 예외가 있으며 상파울루 주의 경우 통상 18%
시(市)세	Imposto Predial de Territorial Urbano	가옥세(재산세)	• 평균 1~3%
	Imposto sobre Servicos de Qualquer Natureza	서비스세	• 평균 1.5~5% • 서비스의 종류와 시에 따라 다름

① 개인소득세 (IR)

개인소득세는 소득액에 따라 상이한데 월 소득 1,637.11헤알(약 916,700원) 이하는 면제이며 최저 7.5%에서 최고 27.5%까지 징수합니다.

브라질 정부는 매년 초 소득세 산정기준을 발표하며 2012년 9월 기준 소득세 산정 기준은 아래 표와 같습니다.

표 4-10: 개인 소득세 부과율

급여 (R\$)	세율 (%)	공제액 (R\$)
1,637.11 이하	면제	-
1,637.12~2,453.50	7.5	122.78
2,453.51~3,271.38	1.5	306.80
3,271.39~4,087.65	22.5	552.15
4,087.65 초과	27.5	756.53

② 법인세 (IRPJ)

표 4-11: 브라질 법인 소득세

세목	납세방법	세율	납부일	과세표준 및 기타
법인세(IRPJ): 실이익(Lucro real)	매월선납/연간정산	25%	익월 말일	• 세무조정 후 매월 이윤의 R\$ 20,000 까지 15% 이상 분에 대하여 10% 추가 부과
법인세(IRPJ): 추정이익(Lucro Presumido)	분기납부(연간정산X)	25%	각 분기 익월 말일	• 정부에서 지정하는 매출액 대비 추정 이윤의 R\$20,000까지 15% 이상 분에 대하여 10% 추가 부과
법인사회보장세(CSLL): 실이익(Lucro real)	매월선납/연간정산	9%	익월 말일	• 일반업: 세무조정 후 이윤x10% • 금융기관: 15%
법인사회보장세(CSLL): 추정이익(Lucro Presumido)	분기납부(연간정산X)	9%	각 분기 익월 말일	• 정부에서 정하는 추정이윤에 9% 부과
원천소득세(IRRF)	원천징수 의무자(고용주) 납부	서비스 종류에 따라 다름	익월 20일	• 과표기준: 서비스 제공업체의 서비스 계산서(영수증), 재무(이자)수익 • 원천징수 세금은 서비스 업체에서 선급소득세로 처리 후 해당업체 법인세 납부 시 상계

표 4-12: 브라질 법인 매출세

세목	납세방법	세율	납부일	과세표준 및 기타
매출/수익세 PIS&COFINS (비누적세금)	매월 납부	PIS:1.65% COFINS:7.6%	익월 말일	• 과표기준: 매출액(INCOME) (세금 Credit 받은 만큼 자산금액, 원가 및 경비 감소)
매출/수익세 PIS&COFINS (누적세금)	매월 납부	PIS:0.65% COFINS:3%	각 분기 익월 말일	• 과표기준: 매출액(INCOME) (세금 Credit 받은 만큼 자산금액, 원가 및 경비 감소)
원천매출 사회보장세 CSRF (PIS, COFINS, CSLL)	원천 징수 후 반기 납부	4.65% (PIS:0.65%, COFINS:3%, CSLL:1%)	익월 말일	• 과표기준: 서비스 제공업체의 서비스 계산서(영수증) (금액이 R\$5,000 이상 시 부과)

표 4-13: 브라질 법인 유통세

세목	납세방법	세율	납부일	과세표준 및 기타
유통세 (ICMS)	후납/매월 납부	각 주별 상이	각 주별 상이	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 <ul style="list-style-type: none"> • PIS & COFINS 및 운송비를 포함한 금액 ICMS 납세자에게 즉 재판매를 할 업체에게 판매 시 IP는 포함하지 않음 ■ 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> -원재료&부재료 구입(현지구매 혹은 수입): 세액 공제 가능 -운송료: 주간 운송 시 세액공제 가능 -전기요금, 가스요금 등: 제조용으로 사용되었을 시 세액공제 가능 -소모품 구입 (제조용이 아닌 경우): 세액공제 불가 -자산: 제조용 기계장비 구매 시 CMS 세금액의 1/48을 매월 세액공제 받음 • 세액공제 받은 만큼 자산금액, 원가 및 경비(운송료) 경감 • 각 주별/정책별 세율이 상이 함
대납유통세 (ICMS substituição tributária)	자진 납부/매년 납부	각 주별 상이	각 주별 상이	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 <ul style="list-style-type: none"> -판매자가 구매자의 ICMS세금을 선납함 -정부에서 지정하는 마진율 및 각 주간 Agreement 필히 확인 후 계산 ■ 과 제품 <ul style="list-style-type: none"> -자동차 부품, 기계, 장난감, 화장품, 건축자재 등 • 각 주별/정책별 세율이 상이 함
금융 유통세 (IOF)	원천공제 대납 발생 시 납부	종류별	발생시	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 (수시 변동 가능) <ul style="list-style-type: none"> -자본금(환전액수): 0%에서 최고 25%까지 -차입금(차입금 액수): 0,0041에서 1,5%까지 -보험 (금액 수령 시): 0%에서 최고 25%까지

표 4-14: 브라질 법인 공업세

세목	납세방법	세율	납부일	과세표준 및 기타
공업세 (IPI)	후납/매월 납부	제품에 따라 다름	익월 25일	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 (제조 업체 및 직수입업체) <ul style="list-style-type: none"> -PIS & COFINS + ICMS를 포함한 매출액에 세율부과 ■ 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> -원재료 & 부재료 구입 (현지구매 혹은 수입): 세금 Credit를 받을 수 있음 -자산: 제조용 기계장비 구매 시 IPI금액은 자산가로 간주됨 • 제조과정을 거치지 않고 단순 판매만 하는 업체일 경우 IPI는 Cost가 되며 세액공제를 받지 않음 (단순 물건 판매 시 세금 부과 되지 않음) • 직수입업체는 제조업체로 간주되어 판매 시 세금 부과됨 (수입 시 납부한 세액공제 받음)

표 4-15: 브라질 서비스세

세목	납세자	납세방법	세율	납부일	과세표준 및 기타
서비스세 (ISS)	법인 개인	후납/ 매월 납부	서비스에 따라 다름 최저2% 최고5%	익월 10일	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 -서비스 매출액 (지점 형태의 법인일 경우 지사 경비 송금 또한 서비스 수익으로 간주) ■ 유의사항 -건설업체 (시 정부에 따라 자재에도 부과) • 세율은 시마다 다름
원천 서비스세 (ISS Retido na Fonte)	법인	대납/ 매월 납부	서비스에 따라 다름	익월 10일	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 -서비스 매출액 (지점 형태의 법인일 경우 지사 경비 송금 또한 서비스 수익으로 간주)
가옥세 (IPTU)	건물주	연간납부 시 경부 지정 용지 사용	건물가에 따라 다름	매년 2월	<ul style="list-style-type: none"> ■ 과표기준 -건물가 (시정부에 따라 법규 다름)

③ 사회부담금

사회부담금(PIS/CONFINS)은 국민의 건강이나 약자 구제를 위한 연금 조성을 목적으로 징수하는 것으로 법인 매출액 또는 이익에 세액이 부과됩니다. 연방 국세청이 징수를 담당하기 때문에 세금에 준한 것으로 받아들여지고 있습니다.

이 외에도 공공요금도 조세의 일종으로 헌법에 규정되어 있습니다.

(1) 사회보험 용자부담 (COFINS)

모든 서비스나 상품 총 매출액의 7.6%이며 수출입에는 과세하지 않습니다.

(2) 사회통합계획 (PIS)

매출액과 제공된 서비스에서 생기는 수입에 대해 1.65%를 부과하며 수출입에는 과세하지 않습니다.

(3) 사회기부금 (CSLL)

브라질 국내에 주소지가 있는 모든 법인과 법인 지위의 대우를 받는 자에게 의무적으로 부담됩니다. 부담금 표준액은 법인세 차감 전 이익에서 가산·감산항목을 조정한 금액으로 정해집니다.

④ 신고 및 납부방법

(1) 신고

과세연도는 역년(Calendar Year)이며 법인의 사업연도(Fiscal Year)가 역년과 다르더라도 역년에 따라 신고의무가 있습니다.

납세방식에 따라 약간 다르지만 신고기한은 다음과 같습니다.

- 예정신고: 매월 종료일 다음 달 말까지 (매월 추계소득 기준)
- 확정신고: 과세연도 종료일 다음해 6월말까지 (연간 실제소득 기준)

(2) 납세방식

실질소득(Lucro Real)은 해당 연도의 경상 이익에서 조세관련법이 허용하는 익·손금 조정을 통해 산정하며 분기(Quarterly) 또는 연 단위(Annually)로 신고할 수 있습니다.

- 단 연 단위 신고 선택 시 매월 추계소득에 대하여 법인소득세(IRPJ) 와 사회공헌세(CSLL) 을 신고·납부 해야 함 (납부세금은 선납세액으로 간주)
- 추계소득에 대한 예정신고방법은 총 매출액 기준의 추정치 또는 매달 누적 실질이익 기준 으로 산정하여 익월 말까지 신고·납부해야 하며 총 매출액 기준으로 다음과 같이 계산됨. 총 매출액(月)×환산율+자본소득+기타소득
- 추정소득(Lucro Presumido)은 업종별 추정 순이익률에 따라 산정되며 연간 매출액이 4,800만 헤알을 초과하는 경우 채택 불가함
- 동 방식을 택하는 경우 해당연도 4월말까지 선택여부를 결정하고 과세연도 중 추정소득 방식 채택 시 동 기간 중 재변경이 불가함
- 분기별 법인소득세 산정의무 있으며 회계장부가 간편하고 추정소득 대비 실질소득이 큰 법인에게 절세 효과가 있음

임의소득(Lucro Arbitrado)은 조세 당국이 임의적으로 채택할 수 있는 과세기준(RIR/99 제 530조)으로 우리나라 세법의 추계결정 방법과 유사하며 임의소득 방식으로 과세됩니다. 세금은 확정적이며 추후 어떠한 경우에도 납부세금에서 공제될 수 없으며 적용되는 경우는 다음과 같습니다.

- 실질소득기준 대상 법인이 상법 또는 조세법이 정한 장부 기록을 유지·보관하고 있지 않거나 조세법에 의해 요구되는 재무제표를 작성하지 않은 경우
- 납세 법인이 유지·보관하고 있는 장부 기록에 부정의 흔적이 있거나 오류, 누락 등 부실사항이 적발되어 실질적인 자금거래에 대한 파악이 불가능하거나 실질소득 산정이 부정확한 경우
- RIR/99 제527조 1절에 해당하는 경우로 요구되는 회계·세무상 장부 등을 미제출한 경우
- 추정소득방식이 허용되지 않는 법인이 추정소득 기준 과세방식으로 신고·납부한 경우
- 원장·전표 등을 순차적으로 정돈·보관하지 않은 경우

벌금은 기한 후 신고 및 수정신고의 경우에는 지연납부 1일당 0.33%씩 가산하되 20%한도(지연납부일수 60일 초과 시 20%)로 매깁니다.

단 조세당국으로부터 추징의 경우 75%(RIR/99 제 957조에 의거)이며 추징 통지 후 법정기간 내 고지세액 완납 시 벌금의 50% 감면됩니다.

이자는 국채기준금리(Selic)을 기준으로 연체이자를 가산하며 만기일 익월부터 납부일 전월까지 계산합니다.⁽¹⁾

(1) 납부일이 속한 월에는 1% 연체금리 가산하여 계산함

6) 수입/통관 관련 정보

브라질에 반입된 물품은 내국물품화를 위한 통관 절차를 밟게 되며 수입절차는 전자무역시스템(Siscomex)의 수입신고(Declaracao de Importacao, DI)를 통해 이루어집니다.

- 수입신고에 필요한 서류는 일반적으로 수입허가증(LI), 선하증권(Conhecimento de Embarque), 상업송장(Commercial Invoice) 등이나 각 화물의 성격에 따라 요구되는 서류가 다름
- 수입신고 과정에서 수입세(Imposto de Importacao), 공업 제품 세(IIPI), SISCOMEX 사용료를 지불해야 함
- 수입신고를 완료하면 SISCOMEX는 자동적으로 세관 반출을 위한 화물검사를 지시하며 화물검사는 녹색(자동 통관), 황색(서류심사 필요), 적색(서류 심사 및 화물 검사), 회색(서류 및 화물의 정밀 검사) 채널의 4가지로 구분함
- 모든 비용 및 세금 납부가 완료되고 화물검사를 마치면 세관에서 Siscomex를 통해 수입면장(Comprovante de Importacao)을 발급해줌

브라질의 경우 통관업무가 까다롭고 요구하는 서류가 많아 전문 통관사를 고용하는 것이 효율적이며 현지 수입업체들도 통관업체를 이용하는 경우가 많습니다.

- 특히 화물 검사 과정에서 생각보다 많은 시간이 지체될 수 있으며 브라질은 FTAA(Free Trade Area of the Americas) 협상국 중 통관절차 및 기간이 가장 많이 소요되는 국가로 분류된 적도 있음
- 브라질에는 한인교포가 운영하는 통관업체나 한인 통관사를 둔 업체들도 있어 포르투갈어 이해가 어려운 고객들의 편의를 돕고 있음

표 4-16: 브라질 한인 통관업체

한인 통관업체	정보
AGS Customs Clearance/ Importation	<ul style="list-style-type: none"> • 주소: Rua Martin Alfonso 24, CJ 91/92, Centro, Santos, São Paulo • Tel: (55-13) 3202-2330 • 웹사이트: www.agsdespachos.com.br • 한인 통관사: Mr. Jae, (55-11) 9800-4226
News Kobras	<ul style="list-style-type: none"> • 주소: Rua José Paulino, 756 CONJ. 503-505, Bom retiro São Paulo • Tel: (55-11) 3311-9540 • 웹사이트: www.agsdespachos.com.br
HYC Logistics	<ul style="list-style-type: none"> • 주소: Av. Paulista 777,6 andar, São Paulo • Tel: (55-11) 2171-4400 • Site: www.hyc.com.br

① 관세 및 부가가치세

브라질은 남미공동시장(Mercosur)의 회원국으로 회원국이 공동으로 사용하는 대외 무역 공동 관세를 사용합니다.

NCM코드는 남미공동시장(Mercosur)의 회원국들이 사용하는 HS코드로 총 8자리 숫자로 구성되어 있으며 코드 분류는 기술적인 지식을 요하므로 통관사 또는 관세 전문가의 도움을 받는 것이 일반적입니다.

② 원산지 규정

다음과 같은 경우에 원산지가 인정됩니다.

- 국가의 영토 안에서 취득되어지고 생산되어진 물품
- 국가의 영토에서 취득된 원재료로 국가 영토 내에서 생산된 물품
- 국가의 영토 외에서 취득된 원재료로 국내에서 물품을 가공하였으나 가공의 행위로 인하여 원재료의 성질이 변하여 HS코드가 변경 가능한 경우

③ 라벨링(Labeling) 규정

브라질 정부는 모든 동물 관련 물품에 관해서 사전 허가제를 진행하고 있으며 수출하기 위해서 수입업체 혹은 중개업체를 통한 라벨링 허가 취득은 필수사항입니다.



④ 한국 식료품 수입통관

이전에는 소주 등 일부 한국 식품의 통관이 어려워서 미국, 파라과이 등 제 3국을 거쳐 수입 되는 경우가 많았지만 현재는 대부분의 품목을 브라질로 직접 수입하고 있습니다.

브라질의 식품 통관은 70%정도가 산토스 항(Port of Santos)을 통해서 이루어지나 해당 지역은 유통세가 특히 높은 지역이어서 최근에는 다른 지역(Piracicaba, Manaus 등)을 통해서 통관하는 경우가 많습니다.

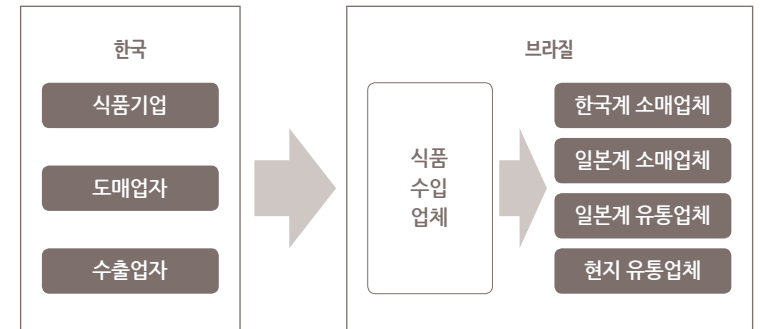
수입되는 대부분의 식품은 컨테이너에 적게는 50개, 많게는 100여 개의 상품을 조합하여 한국에서 수입되고 있으며 이는 수입 통관 시 통관 지체 요인 중 하나로 작용합니다.

이렇게 수입된 한국식품은 한인타운인 봉헤찌로(Bom Retiro) 지역에 소재한 한국 식품 소매점을 통해 유통되며 대부분의 식품 수입업체는 자체적인 소매점을 가지고 있으나 규모는 작은 편입니다.

일부는 일본인타운인 리베르다지(Liberdade)의 식품 소매점을 통해 유통되며 가공 식품류 대부분은 한국식당으로 유통됩니다.

수입되는 한국식품 중 브라질 현지에서 가장 인기가 있는 상품은 현지 대형유통업체, 혹은 일본계 유통업체를 통해 유통되고 있으며 물량이 많기 때문에 컨테이너 형태로 통관을 진행 합니다.

그림 4-1: 한국 식료품 브라질 수입 경로



7) 한식당 업태별 수익성 분석

한식당 업태별 수익분석을 통해 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 해당 도시 내에서의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로 활용합니다.

레스토랑 창업을 고려하는 사업 주체가 개업 시에 필요한 초기 투자 자금의 규모와 추구하는 수익률 및 자금회수 기간 등을 사전에 추정해 볼 수 있으며 제한된 투자 예산 안에서 진출 가능한 도시 및 상권을 가능하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있습니다.

한편 본 모델에 사용된 수익률 및 변수값(추정 손익계산서 계정별 금액)의 사례는 상파울루에 정착하여 운영되고 있는 일부 한식당을 인터뷰한 결과를 토대로 작성하였으므로 해당 도시의 전체 한식당을 대표한다고는 볼 수 없습니다.

또한 국내 외식 프랜차이즈 업계의 당기순이익률이 한 자리 수 미만인 점과 해외 진출 시에는 초기 정착에 필요한 인건비 및 제 비용 소모로 이익률이 이보다 더 낮은 점은 투자 타당성 분석 시에 고려되어야 합니다.

다만 본 가이드북에서는 투자 타당성 분석을 위한 모델을 제안하고 사례를 통해 그 활용방안을 제공하는 것에 목적이 있으며 실제 해외의 특정 도시에 진출하고자 하는 사업 주체는 추가적인 시장 조사를 통해 변수값에 대한 보다 정확한 추정치를 확보하여 본 분석 모델을 정교화 할 수 있습니다.

① 1단계: 변수(Variable) 식별

수익분석 모델에 필요한 변수 Data Set(식당 창업 및 운영 관련)을 식별합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수와 투자주체의 결정이 필요한 변수를 구분합니다.

수익분석 모델에서 제공하는 변수 값의 제공형태는 [표 4-17]과 같습니다.

표 4-17: 한식당 수익성 분석 변수 Data Set

변수명	제공여부 (Y/N)	제공형태	비고
점포확보비 (권리금)	Y	사례	• 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
점포공사비	Y	투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
임차료	Y	사례/상권별 임대료	• 상권별 임차료 현황정보 및 업태별 한식당 사례 제공
홍보판촉비	Y	사례/투자주체 의사결정	• 개업 시 투자주체의 의사결정 사항 • 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
차입금	N	투자주체 의사결정	• 개업 또는 운영 시 투자주체의 의사결정 사항
이자비용	Y	자동계산	• 차입금 연동 (도시별 차입 이자율 참고)
매출액	Y	사례	• 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공
식재료비	Y	사례	• 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
인건비	Y	사례	• 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
감가상각비	Y	자동계산	• 점포공사비 연동
설비유지 관리비	Y	사례	• 상파울루에 위치한 한식당 업태별 사례 제공 (매출액 대비 %로 제공)
법인세비용	Y	자동계산	• 법인세비용 차감전 순이익 연동
광고선전비	Y	투자주체 의사결정	• 운영 시 투자주체의 의사결정 사항

② 2단계: 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성

1단계에서 식별된 변수를 활용하여 사업의 추정 손익계산서(Pro-Forma P/L) 작성합니다. [표4-18] 추정 손익계산서는 브라질 상파울루에 위치한 한식당 경영주와의 인터뷰를 토대로 식별한 변수 데이터와 그 외 차입이자율/법인세율 등의 추가 조사된 변수 데이터를 기반으로 작성한 예시입니다.

본 예시를 참고하여 한식당 운영 시 월별 추정 손익계산서를 작성할 수 있습니다.

■ 추정손익계산서 작성 - Fine Dining

상파울루 리베르다지 상권 아클리마썹(Aclimação) 인근에 위치한 80석 규모 월 매출 6천만 원 정도의 캐주얼 다이닝 한식당을 기준으로 추정손익계산서를 작성한 결과 월 매출액 대비 20.1% 정도의 순이익을 얻는 것으로 나타났습니다.

- 초기 창업 시 점포확보비(보증금)와 인테리어공사비로 3억 원 정도를 투자했습니다.
- 비용의 상당 부분을 차지하는 식재료비와 인건비로 월 매출액 대비 각각 30.0%와 25.0%를 지출하고 있습니다.
- 월 임차료로 월 매출액 대비 약 11.0%를 지출하고 있습니다.
- 홍보·판촉비로 월 매출액 대비 약 2.0%를 지출하고 있습니다.
- 감가상각비는 내용연수 20년을 기준으로 매월 100만 원(월 매출액 대비 약 1.7%) 정도 발생합니다.
- 세금은 일반적인 법인세 과세율 25%가 적용되어 매월 400만 원(월 매출액 대비 약 6.7%) 정도를 납부합니다.

표 4-18: 추정 손익계산서 - Fine Dining

계정 구분	금액 (천 원)	비율	비고
매출액	60,000	100.0%	
매출원가	(33,000)	-55.0%	
식재료비	(18,000)	-30.0%	
인건비	(15,000)	-25.0%	외국인 노동자 합법 고용비용 포함
매출총이익	27,000	45.0%	
판매비와 관리비			
임차료	(6,600)	-11.0%	
감가상각비	(1,041)	-1.7%	인테리어 등 점포 공사비와 연계
설비유지 관리비	(2,100)	-3.5%	전기, 가스, 상하수도, 청소용역비 등
홍보·판촉비	(1,200)	-2.0%	
비용합계	(10,941)	-18.2%	
영업이익	16,059	26.8%	
영업외 비용(이자비용)	-	-	
법인세비용차감전 순이익	16,059	26.8%	
법인세 비용	(4,015)	-6.7%	일반 법인세 25%
당기순이익	12,044	20.1%	

③ 3단계: 타당성 평가-투자안 선택

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분도 많습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 이해하는 것은 필수적이라 할 수 있습니다.

- 투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균 회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양함
- 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적임
- 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않음
- 월 투자수익률(%) = (월 매출액 - 월 지출액) / 총 투자금액 X 100

다양한 타당성 분석기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 예비창업자는 월 투자수익률이 나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다. [표 4-19]의 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는 데 참고가 될 수 있을 것입니다.

표 4-19: 사업타당성 판단 기준 사례

사업성 판단기준	월 투자수익률	투자비 회수기간
매우 우수	4% 이상	2년 이내
우수	3% 이상	3년 이내
보통	2% 이상	4년 이내
불량	2% 미만	4년 이상

출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011

[참고정보] 음식점의 손익분기점 분석

손익분기점이란 매출액이 그 이하가 되면 손실이 나고 그 이상이 되면 이익이 나는 기점을 의미합니다. 따라서 손익분기점이란 이익이 제로(0)가 되는 매출액이나 매출수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

일반적으로 손익분기점 매출액이나 매출수량을 구하기 위한 공식이 제공되지만 여기서는 기본적인 손익계산 공식을 이용하여 손익분기점 매출수량을 먼저 구해보기로 하겠습니다.

$$\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$$

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

$$\text{매출액} = \text{총비용}$$

매출액은 매출수량과 단위당 가격을 곱하여 계산하면 되고 총비용은 변동비와 고정비를 합하여 구할 수 있습니다. 따라서 위 공식을 다음과 같이 구할 수 있습니다.

$$\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출수량을 곱하여 구할 수 있으므로

$$\text{매출수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출수량}) + \text{고정비}$$

위 식을 매출수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

$$\text{매출수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) = \text{고정비}$$

$$\text{매출수량} = \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비})$$

여기서 (단위당 가격 - 단위당 변동비)를 단위당 공헌이익이라고 합니다.

$$\text{따라서 '손익분기 매출수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}'$$

4.3 기타정보

1) 거주허가 비자

① 사증(VISA) 종류

단수 사증의 경우 유효기간 내(발급일로부터 3개월 이내)에 입국해야 하며 복수 사증의 경우 유효기간 내에 횟수에 상관없이 입국할 수 있습니다

상용(복수)사증의 경우 한국, 브라질 정부간 “상용투자 및 취재 복수 사증 발급에 관한 협정(’97.12.25발효)”에 의거하여 해당자는 5년 유효의 복수사증을 발급 받을 수 있습니다.
- 유효기간 내 1회 90일, 연간 180일 이내 체류 가능함

사증 발급 수수료는 다음과 같습니다

- 체류기간 90일이하 단수 사증: 미화 30불
- 체류기간 90일이상 단수 사증: 미화 50불
- 체류기간 90일이상 복수 사증: 미화 80불

사증의 종류, 해당자 및 절차는 [표 4-20]과 같습니다.



표 4-20: 브라질 사증(VISA) 종류별 세부정보

체류자격	해당자	체류기간	추가 붙임서류
단기상용 (C-2)	시장조사, 업무연락, 견학, 상담, 계약, 수출입 기계 등의 설치, 보수, 검수, 운송요령습득, 기타 이와 유사한 목적의 단기 체류자	90일 이하	• 상용목적으로 입국함을 입증하는 서류 신청서 1매
단기취업 (C-4)	일시홍행, 광고, 패션모델, 강의, 강연, 연구, 기술지도 등 목적으로 단기간 취업활동을 하려는 자	90일 이하	• 고용계약서 • 신원보증서 (고용추천서) • 방송위원회에서 발급한 인정서 또는 법무부에서 발급한 사증발급인정서
유학 (D-2)	전문대이상의 교육기관 또는 학술 연구기관에서 정규과정의 2년 이상 교육을 받거나 특정 연구를 하고자 하는 자	2년 이하	• 입학 또는 재학증명서류 (학교발행) (중국유학생은 사증발급인정서 필요)
주재 (D-7)	외국의 공공기관, 또는 회사의 본사, 지사, 기타 사업소 등에서 1년 이상 근무한 자로서 대한민국에 있는 지사, 자회사, 주재사무소 등에 필수 전문 인력으로 파견되어 근무하고자 하는 자	2년 이하	• 파견명령서 또는 재직증명서 • 지사 또는 연락사무소 설치허가서 사본 • 영업자금 도입실적서류 또는 사업계획서 • 연간 납세증명서
기업투자 (D-8)	외국인 투자 및 외자도입에 관한 법률의 규정에 의한 외국인 투자기업의 필수 전문 인력으로 경영이나 관리 및 생산 기술 분야에 종사하려는 자	2년 이하	• 파견명령서 또는 재직 증명서 • 외국인 투자허가서 / 투자기업등록증 사본 (등기부 등본 또는 사업자 등록증 사본)
방문동기 (F-1)	친척방문, 가족동거, 피부양, 가사정리 기타 이와 유사한 목적으로 체류하고자 하는 자	2년 이하	• 결혼증명서나 호적등본, 출생증명서 등 가족관련 입증 서류 • 신원보증서
재외동포	한국국적이었는데 국적을 상실한 자와 그 직계비속 (호적등본상)	2년 이하	• 국적상실 명시된 호적등본 • 시민권 원본, 사본 (공증 필) • 귀화증명서 (공증사본) • 외국국적 취득원인 사유서

[공통 첨부서류]

신청서 1매 / 사진 1매(3x4, 컬러) / 여권 원본 및 사본 1-4P(유효기간 6개월 이상) / 재산소득세 원본 및 사본 1부 / 시민권, CIC 원본 및 사본

② 영주 비자 발급 (CLASSIFICACAO PERMANENTE)

(1) 투자이민

고용노동부는 해외 자산을 국내 생산활동에 투자하여 브라질에 정착하고자 하는 외국인에게 영주비자 발급을 허가합니다.

외국인의 영주비자발급은 150,000헤알(약 8,400만 원) 이상의 금액을 외환으로 투자하였다는 정확한 증빙이 있어야 합니다.

- 투자 신청 시에는 브라질 내에서 생산성을 향상시키고 특정 분야 기술을 이전함으로써 고용창출 및 소득창출에 기여했는지 여부를 주요 심사기준으로 함 (본 규정은 신규 설립되는 회사와 기존 회사 모두에 적용됨)
- 이민국은 자체 결정으로 규정된 투자액 최저한도를 변경할 수 있음

이민국은 최저한도 투자액 이하의 금액으로 투자하려는 회사에도 아래 조건으로 영주비자를 부여할 수 있습니다. (영주비자 심사 시 아래 범주의 사회적 투자 관심도 확인)

- 투자계획 수립에 따른 연간 고용창출 규모
- 투자 지역 및 금액
- 투자 분야 (업종)
- 생산성 향상 및 기술이전 관련 공헌도

영주비자 발급신청에 필요한 제출 서류는 다음과 같습니다

- 신청서 (소정양식)
- 위임장 (위임인: 외국투자자)
- 투자할 회사의 투자금액이 적립된 자본금이 명시되어 관계기관에 등록된 설립약정서 또는 설립정관
- 해외자본의 브라질에의 직접투자 각서 또는 투자금 수취은행에서 발급한 환전증명서 (Sisbacen)
- 신청인 명의의 인지세 지급영수증 원본 (DARF - 6922)
- 신청회사의 최근 소득세 신고서 접수증
- 투자계획서

상기 심사를 통과하더라도 이민국 조정위원회는 지역 노동고용청 연방경찰의 감독아래 사업장에 대한 현장 실사를 할 수 있습니다.

첫 번째 발급되는 외국인 신분증(CIE)에는 투자자로서의 조건 및 3년간의 유효기간을 기재합니다

연방경찰은 외국인이 브라질에서 투자 자격요건 유지가 증명될 경우 유효기간이 만료된 신분증을 교환발급해주며 필요한 관련서류는 다음과 같습니다.

- 인지세 지불영수증
- 외국인 신분증
- 법인(회사)설립 약정서 공증사본
- 최근 법인소득세 신고서 공증사본
- 최근 2년간 노동자 고용실태신고서 공증사본
- 실업기금 납부 증명서 사본

상기 필요서류를 모두 제출하더라도 연방경찰은 필요 시 사업장의 실존여부와 실제 영업행위를 하고 있는지를 불시에 확인할 수 있습니다.

(2) 가족초청 이민

가족초청의 경우 자녀는 21세 미만으로 미혼이어야 합니다. 부모, 조부모는 부양증명이 필요하며 형제자매, 손자손녀는 18세 미만의 미성년자로 부양할 사람이 없는 경우로 한정됩니다.

(3) 결혼 및 출생에 의한 영주권(또는 시민권) 취득

브라질 내에서 자녀를 출산한 경우나 브라질 시민권자와 결혼했을 경우 브라질 연방정부에서 직접 영주권을 발급합니다.

배우자가 영주권을 취득하기 위해서는 브라질인의 배우자이거나 브라질 영주권을 가지고 있는 외국인(영주권자)의 배우자이어야 합니다.

브라질에서 영주권을 받고 2년 이상 거주한 자의 가족(위에 언급한 가족)은 외국에서 대학원, 특별 직업훈련, 연구직 등에 종사하고 있을 경우 연령에 제한 없이 가족과 합류할 수 있도록 영주권이 발급됩니다.

브라질 내에서는 연방경찰 외국인담당 부서를 통해 영주 비자 발급 신청이 가능하며 해외에서는 브라질 대사관 또는 영사관에 신청합니다.

형사상 과중한 범법행위를 저질렀거나 유효기간 만료 후 일정 기간 내에 영주권을 갱신하지 않은 경우 효력 상실사유(취소사유)가 발생합니다. 다만 부활제도가 존재하기 때문에 영주권 효력이 상실되었더라도 재신청이 가능합니다. 한편 포기제도 역시 존재하여 본인 희망 시 해당기관에 영주권 반납이 가능합니다.

2) 금융서비스

① 은행 대출 정보

(1) 개인 대출

신용대출인 경우 원칙적으로 신용이 양호한 1인 이상의 보증인 입보를 원칙으로 하며 대출 기한은 1년(연장가능)입니다.

담보대출인 경우 한국 내의 부동산 및 본인 명의 예금을 담보로 하여 설정 가능하며 브라질 내의 주거용 부동산의 담보는 인정 불가합니다.

기본 제출 서류로는 신분증, 납세자등록카드, 거주지증명서, 최근 급여명세서, 최근 소득세 납부 실적, 사업체 경영실적 증명서류(사업체를 운영하는 경우에만 해당)가 있으며 그 외 은행에 따라 추가 서류를 요구할 수도 있습니다.

(2) 기업 당좌 대출

운전 자금 대출

초기 법인 설립 후의 부족 경상경비, 공장설립 후 운영자금, 수출입관련 필요자금 등 영업활동과 관련한 운전자금과 관련된 대출입니다.

시설 자금 대출

브라질 내에서의 공장설립, 시설 재구입 및 수입 등 생산설비와 관련된 자금 대출입니다.

대출기간은 공사기간, 계획사업의 투자금 회수기간 등을 고려하여 해당 시설의 내용연수 범위 내에서 지원되며 최장 10년을 초과 할 수 없으며 거치기간은 총 대출기간의 1/3범위 내에서만 허용됩니다.

외화 대출(USD,EURO)

수출입 영업활동을 하는 기업인 경우 운전자금 및 시설자금 용도로 외화대출을 할 수 있으며 별도의 환거래 약정을 체결 하여야 합니다.⁽¹⁾

매출채권(Duplicata) 할인/매입

브라질에서는 모든 상거래 활동에 있어 물건 구입, 납품일로부터 30일 이상의 외상거래 시 판매인은 구매자를 상대로 세금계산서와 함께 해당 청구서를 발행할 수 있습니다.

- 청구서 발행 시 자금결제 목적으로 Duplicata(2장을 발행하여 1장은 구매인, 나머지 1장은 판매인 보관)를 발행 할 수 있으며 Duplicata 미결제시 법정소송이 수표보다 용이하고 법적 제재조치가 강력하여 보편적인 상거래 결제수단으로 활용하고 있음
- 1회에 한하여 양도가능(배서에 의한 양도)하며 지불방식으로 은행을 통한 매출채권 교환 가능
- 배서인에 대하여 구상권 청구 가능하며 세금계산서 없이 또는 세금계산서를 허위로 발행 시 형사처벌 됨

- 미지불시 신용불량자(구매인) 등록 (Cartorio)
- 현지 생산설비 투자를 위한 중장기 대출이며 대출기한은 공사기간 및 계획사업의 투자자금 회수 기간 등을 감안하여 해당시설의 내용연수 범위 내에서 지원
- 최장 10년을 초과할 수 없으며 거치기간은 총 대출기간의 1/3 범위 내에서만 허용됨

기본적인 제출서류로는 신분증, 납세자등록카드, 거주지증명서, 최근 4년간의 결산자료(B/S, P/L, CASH FLOW 등), 최근 법인세 납부증명, 사업현황서(은행양식), 대출신청서(고객작성) 등이 있으며 은행에 따라 기타 추가 서류를 요청할 수 있습니다.

② 대출거래 참고 사항

(1) 대출관련 이자율

대출 금리는 고객의 신용도와 담보 유무, 대출기간, 현지 및 국제금융시장의 금리수준 등을 감안하여 결정되며 그 종류로는 변동 또는 고정금리 대출이 있습니다.

고정금리대출은 브라질 장기금리(TJLP)을 기준으로 고객의 신용도, 담보유무 등을 고려하여 결정합니다. (브라질의 높은 금리변동성으로 이례적으로만 운용됨)

변동금리대출은 브라질 단기금리(SELIC)를 기준으로 고객의 신용도, 담보유무 등을 고려하여 결정합니다.

(2) 기타사항

한국의 외국환거래규정상 해외차입과 관련한 국내 보증 및 담보의 제공은 하나의 거래외국 환은행을 지정하여 담보 및 보증 제공 신고를 하여야 합니다.

브라질의 대출금리 표시는 월금리 표시(예: 월 1.5%)이며 기업대출인 경우 대표자 연대보증인 원칙입니다.

모든 대출(Duplicata 포함)은 IOF라는 금융세(대출금의 0.0041% X 대출일 수)를 납부해야 합니다. (외화대출은 제외)

유한회사(Limitada)인 경우 회계감사를 받을 의무는 없으나 주식회사(Sociedade Anonima)인 경우 의무적으로 회계감사를 받아야 하며 회계감사 결과를 즉시 은행에 제출하여야 합니다.

(1) 환 위험을 감내할 수 있는 능력 유무를 사전확인

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

표 4-21: 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

구분	기관(업체)명	지원업무 및 제공 서비스	연락처
재외공관	브라질 대한민국 대사관	• 출입국, 비자, 경제통상, 영사 등 각종 민원 처리	(55) 61 321 2500
	재 브라질 상파울루 총영사관		(55) 11 3141 1278
	KOTRA 주 상파울루 무역관	• 해외진출 및 경제통상 관련 자문 지원	(55) 11 3175 3030
관공서	중소기업진흥공단 수출인큐베이터	• 중소기업 대상 사무공간, 마케팅, 법률, 세무 및 회계 자문	http://www.sbc-kbdc.com
	상파울루 주정부 투자청	• 외국인투자자 지원 및 행정절차 안내	(55) 11 3218 5311
한인회	재 브라질 상파울루 한인회	• 한인 업체 정보 및 교민 생활 지원	(55) 11 3209 9042
부동산 정보	A.C.	• 상파울루 지역 부동산 관련 정보 제공	(55) 11 3331 8202
	J.P.S IMOVEIS	• 상파울루 지역 부동산 관련 정보 제공	(55) 11 3228 7054
	JKAL	• 상파울루 지역 부동산 관련 정보 제공	(55) 11 3311 7077
금융 서비스	남미부동산	• 구인/구직 정보 사이트	(55) 11 3221 1187
	브라질 우리은행	• 계좌개설 및 대출업무 수행	(55) 11 3511 3300
	브라질 외환은행	• 계좌개설 및 대출업무 수행	(55) 11 5188 1122
	브라질 산업은행	• 계좌개설 및 대출업무 수행	(55) 11 2138 0000
투자 컨설팅	수출입은행 브라질 해외사무소	• 대출업무 및 해외진출컨설팅 서비스	(55) 11 3283 3021
	유니브라스코 컨설팅	• 투자 이주/정착 컨설팅, 시장조사 및 법인 설립 대행	(55) 11 3224 0062
	BASS Global	• 투자 이주/정착 컨설팅, 시장조사 및 법인 설립 대행	(55) 19 3371 1254
	EW CONSULTORIA	• 투자 이주/정착 컨설팅, 시장조사 및 법인 설립 대행	(55) 11 3326 0808
인테리어	SIMPLE LINE BRASIL	• 건축 및 인테리어 디자인	(55) 11 3326 4167
	LUIS 인테리어	• 건축 및 인테리어 디자인	(55) 11 7298 9650
	손 인테리어	• 건축 및 인테리어 디자인	(55) 11 2389 2464
통/번역	LUCCINA SERVICOS	• 통역·번역 서비스 제공	(55) 11 9234 3406
	임윤정	• 통역·번역 서비스 제공	(55) 11 3311 9493

[참고정보] 브라질 추천 법무법인

브라질에 진출한 대부분의 한국 기업들은 현지 대형 법무법인의 도움을 받아 회사를 설립한 것으로 조사되었습니다. 따라서 법인 설립을 결정하기 이전에 아래와 같은 법무법인과 충분한 상담을 통하여 진출 형태 및 비용, 소요기간을 충분히 상의할 필요가 있습니다.

• Demarest & Almeida Advogados

- 주소: Av. Pedroso de Moraes, 1201, Centro Cultural Ohtake, São Paulo
- 전화 번호: (55-11) 3356-1800
- 홈페이지: www.demarest.com.br
- 이메일: mgkim@demarest.com.br (김민곤 변호사)
- 한인/교포 변호사 유무: 김민곤 변호사

• Tozzini Freire Teixeira e Silva Advogados

- 주소: Rua Borges Lagoa 1328, 04038-904, São Paulo SP Brasil
- 전화 번호: (55-11) 5086-5000
- 홈페이지: www.tozzini.com.br
- 이메일: skim@tozzinifreire.com.br (김신재 변호사)
- 한인/교포 변호사 유무: 김신재 변호사

• Meyer, Sendacz e Opice Advogados

- 주소: Rua da Consolidação, 247, 4 andar, 01301-903, São Paulo, SP
- 전화 번호: (55-11)3150-7000/3150-7071
- 홈페이지: www.mmso.com.br
- 이메일: mmso@mmso.com.br
- 한인/교포 변호사 유무: 조인희 변호사 진출형태별 절차

• Pinheiro Neto Pinheiro Neto

- 주소: Rua Boa Vista 254, 9 andar, 01014-907, São Paulo, SP
- 전화 번호: (55-11)3247-8400/3247-8600
- 홈페이지: www.pinheironeto.com.br
- 이메일: yoonkim@pinheironeto.com.br
- 한인/교포 변호사 유무: 김윤정 변호사

출처: 브라질 상파울루 무역관

“

상파울루 한식당
창업·운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in São Paulo

”

III. 상파울루(São Paulo) 한식당 운영 가이드

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙 ----- 128

5.2 한식당 운영 실무사례 ----- 131

5.3 한식당 운영 애로사항 ----- 143

5. 식당 운영관리에 대한 이해

5.1 고객에게 집중하기 위한 원칙

1) 고객의 취향과 이름을 기억합니다.

목표 고객을 정확히 알고 고객과의 상호관계를 형성하는 것이 중요합니다. 테이블을 돌아보며 고객의 만족도를 확인하고 적절한 서비스를 제공해야 하며 특히 단골고객의 경우 고객의 이름과 기호 등을 기억해 둬으로써 더욱 세심한 서비스를 제공하도록 노력해야 합니다.

2) 고객이 자부심을 느끼도록 특별 서비스를 제공합니다.

특별한 방식으로 단골고객을 인식하는 방법을 도입합니다. 예를 들어 고객의 사진이나 메시지를 점포 내에 게시하거나 기념일 등의 축하 메시지나 특별 프로모션 등을 제공함으로써 친근감을 높이고 특별한 대우와 서비스를 제공하고 있음을 강조할 수 있습니다.

3) 상권 내에서 최고의 가치를 제공합니다.

고객이 음식점을 나갈 때 그들이 지불한 금액 이상의 가치를 얻었다고 느낄 수 있어야 합니다. 값싼 요리일지라도 양도 많고 맛있게 접시를 채움으로써 고객의 만족도를 높일 수 있습니다.

4) 고객에게 기대 이상의 놀라움을 제공합니다.

일반적으로 고객이 주문하지 않은 음료 또는 메뉴와 서비스를 제공하는 방법이 있습니다. 또한 제공되는 음식과 서비스에 고객의 의견을 구하고 적극적으로 반영함으로써 고객 만족도를 효과적으로 높일 수 있습니다.

5) 입구에서 반갑게 인사하며 고객을 맞이합니다.

음식점에 대한 첫인상은 고객이 점포에 입장하는 순간에 결정됩니다. 입구에서 고객을 반갑게 맞이함으로써 음식점에 대해 긍정적인 인식을 줄 수 있습니다. 고객 서비스를 위한 표준 매뉴얼을 만들어서 점포 내 모든 직원이 일정 수준 이상의 서비스를 제공해야 합니다.

6) 정겹고 활기찬 분위기를 제공합니다.

활기차고 즐거운 분위기를 위해서는 경영주 자신을 비롯한 모든 직원들이 긍정적인 마음가짐을 가지고 일하는 것이 중요합니다. 되도록이면 고객을 반갑게 맞이하고 열정적으로 응대할 수 있는 직원을 고용하고 고객 대응 매뉴얼을 바탕으로 적절한 직원 교육이 이루어져야 합니다.

7) 단순하면서도 특징적인 메뉴를 제공합니다.

같은 메뉴더라도 경쟁 업체와 차별화 될 수 있는 특징적인 요소를 추가하여 경쟁력을 갖도록 합니다. 준비과정이 힘들거나 정교한 작업을 필요로 하지 않는 선에서 변화를 주어 해당 음식점만의 고유 메뉴를 만들어내는 것이 필요합니다.

8) 즉시 조금씩 또는 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공합니다.

고객이 착석 후 2분 내에 가볍게 먹을 수 있는 음식을 제공하는 것이 좋습니다. 고객이 주문한 음식을 기다리는 동안 지루하거나 서비스가 조금 늦어지는 경우에도 불만을 줄일 수 있으며 일반적으로 식전 음료와 잘 어울리는 스낵류를 제공합니다.

9) 음식점을 항상 바쁘고 새롭게 보이도록 유지합니다.

다른 많은 사람들이 자신이 선택한 음식점을 이용하고 있다는 '사회적 증거'는 음식점 이용 후 돈을 지불할 때 발생할 수 있는 '부조화(가치평가에 대한 오해)'를 감소시킬 수 있습니다. 따라서 한가한 시간대에는 내부 칸막이 등을 이용하여 빈 공간을 감추고 바쁜 시간대에는 모든 좌석이 보이도록 하는 것이 좋습니다.

10) 매출액의 최소 3%를 내부판촉에 투자합니다.

가장 효과적인 광고 메시지는 음식점 직원들이 고객에게 직접 정보를 제공하는 것이며 가장 효과적인 광고 매체는 고객이 직접 다른 사람들에게 음식점을 추천하는 것입니다.

11) 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 환경을 제공합니다.

경영주의 행동은 음식점 직원들의 표본이 됩니다. 직원들의 팀워크를 강화하기 위해 팀의 성과와 직원 봉급을 연결시키고 경쟁 업체보다 약간 많은 보상을 주는 방법을 고려할 수 있습니다. 또한 업무에 있어서 그 목적을 명확하게 제시하고 목표의식을 갖고 일할 수 있는 환경을 제공해야 합니다.

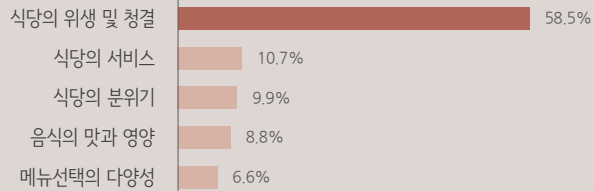
12) 고객이 무엇을 원하는 “네(Yes)”라고 대답합니다.

성공적인 음식점이 되기 위해서는 고객 중심의 서비스를 제공해야 하며 이러한 서비스 철학을 모든 직원들이 공유하고 실천에 옮길 수 있도록 노력해야 합니다.

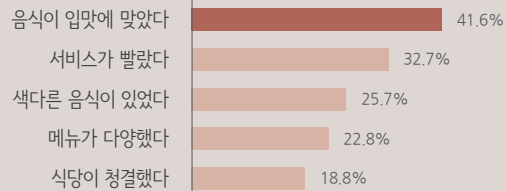
상파울루 고객에 대한 이해

■ 인구(경제활동인구)	1,100만 명 (759만 명)
■ 한인 거주인구	4.5만 명
■ 외식빈도	주당 평균 약 4.0회
■ 에스닉 외식빈도	주당 평균 약 2.2회
■ 평균 객단가	약 16,263원
■ 아시안 에스닉 선호도	38.2%

식당 선택 시 가장 중요하게 고려하는 요인



한식당 재방문 이유



● 소비자 좌담회 中

- 맛이 좋고 서비스가 훌륭하다면 높은 비용을 지불할 의향이 얼마든지 있음
- 고급 식당은 품격 있는 분위기와 서비스를 즐기기 위해 가는 곳이지 배불리 먹기 위해 가는 곳이 아니라고 생각함
- 일식당은 분위기도 고급스럽고 음식의 맛도 좋아서 자주 방문하게 됨. 일식당에 가는 것은 일종의 유행처럼 받아들여지고 있음

5.2 한식당 운영 실무사례

1) 한식당 '월궁(Lua Palace)'

- 업태: Casual Dining
- 규모: 130석(2층)
- 대표메뉴: 불고기, 갈비, 비빔밥, 잡채 등
- 주소: Av Armando Ferrentini 182, Aclimação, São Paulo, SP
- 연락처: (55) 11 3277 7823

① 한식당 개요

월궁은 21년 전 시내 중심가에 위치한 아클리마성(Aclimação) 지역에 개업했으며 현재 경영주는 2010년 구 월궁을 인수하여 3년째 운영 중입니다.

월궁은 선대 경영주의 활발한 대외활동으로 브라질 유명 100대 식당에 선정되기도 할만큼 현지에서는 인지도가 높은 식당입니다.

월궁이 위치한 아클리마성(Aclimação)은 일본인타운인 리베르다지(Liberdade)와 인접해 있어 중국계와 일본계 고객들이 많이 찾고 있습니다. 맛의 현지화를 통해 주요 고객층인 중국계와 일본계 고객층을 성공적으로 공략하고 있습니다.

그림 6-1: 한식당 '월궁' 전경



② 한식당 메뉴 관리

방문 고객은 한국인 10%, 중국계와 일본계 브라질인이 70%, 브라질인이 20% 정도로 한국인보다는 현지인들이 더 많이 방문하고 있습니다. 특히 일본계 현지인들과 주재상사 직원들이 많이 찾아오고 있습니다. 최근 한국 기업들의 진출이 늘어나면서 한국 주재원 방문 비율이 높아지고 있습니다.

다양한 인종의 고객들이 방문하기 때문에 단품 메뉴 보다는 다양한 한식 메뉴를 제공하고 있으며 단맛을 선호하는 현지인들의 입맛에 맞춰 매운 맛을 순화하고 단맛을 강조한 방식으로 현지화를 하고 있습니다.

그림 6-2: 한식당 '월궁'의 메뉴



방문 고객들의 메뉴 선호도를 관찰한 결과 중국계는 주로 '불고기'와 '갈비' 메뉴를 선호하며 '생선구이', '생선찌개' 등 생선류를 즐겨 찾는 것으로 나타났습니다.

중국계 고객들은 대체로 많은 메뉴를 골고루 푸짐하게 주문하여 나눠먹는 것을 선호하며 술은 각자 시켜서 마시는 경향이 있습니다. 이러한 외식소비 특성 덕분에 중국계 고객들이 증가하면서 월궁의 매출이 증가하기 시작했습니다.

일본계 고객들은 한식 메뉴 중에서 '잡채'와 '파전' 등을 선호합니다. 특히 '파전'을 '코리안 피자'라 지칭하며 즐겨 찾고 있습니다.

브라질계 고객들은 브라질식 쌀밥 요리인 '히조또(Risoto)'와 유사한 '비빔밥'을 선호합니다. 매운 음식을 잘 먹지 못하는 현지인들의 입맛을 고려해 간장으로 맛을 낸 특제 비빔밥 소스를 개발하여 제공하고 있습니다.

그림 6-3: 브라질식 쌀밥 요리 '히조또(Risoto)'와 한식 비빔밥



③ 한식 식재료 관리 및 유통

신선재료

배추, 무 등 신선도가 중요한 식재료는 대형 농장을 운영하는 일본계 브라질인들이 한식에 사용되는 야채류를 재배하여 전문적으로 유통하고 있습니다.

월궁의 경우 상파울루 시내에서 2시간 가량 떨어진 현지 농장에서 한국 종자로 재배된 배추와 무를 공급받고 있습니다.

육류의 경우 우루과이와 아르헨티나 산 수입품을 주로 구입하며 한국인들이 선호하는 부위(ex: 삼겹살 등)는 전문적으로 취급하는 한인 유통업자로부터 공급받고 있습니다.

기타 야채류의 경우 목요일 들어서는 브라질 전통시장 '훼이라(Feira)'에서 직접 구입합니다.

하지만 기후의 영향에 따라 가격이 폭등하는 경우(ex: 폭우로 인한 야채가격 폭등)가 빈번하여 한식당 운영에 부담으로 작용합니다.

식가공품

한식 양념에 사용되는 장류, 소스류는 한인 유통업체인 '하나로 무역'을 통해 공급받고 있으며 주류는 '오투기 유통'을 통해 공급받고 있습니다.

브라질의 식품수입 통관세가 50% 이상 인상됨에 따라 한국에서 수입해오는 식가공품 수급에 경영주들의 부담이 가중되고 있습니다

통관세가 인상된 후 한국 소주 같은 경우 1병에 약 30헤알(약 16,000원)에 달하며 소스류와 장류도 매년 가격이 인상되고 있어 식당 운영에 어려움을 겪고 있습니다.

[참고정보] 일본인계 브라질인들의 농장 운영

- 1908년 791명의 일본 농업 이민단이 브라질 농업 이민을 시작한 이후로 100여 년 동안 일본계 브라질인들은 대대로 농업을 이어받아 대농장을 운영하는 경우가 많았음
- 일본계 브라질인들의 농장운영이 집중적으로 이루어진 곳은 브라질의 제1곡물 생산지인 세하도(Cerrado), 사탕수수과 커피가 집중 생산된 바이아(Bahia)주, 상파울루 등이 있음
- 농장의 규모는 다양하며 농장이 기업형으로 운영 될 경우 서울시 면적의 1/3에 달하는 평지에서 이루어지기도 하며 추수기에는 농기계 100대, 직원 300여 명이 동원되기도 함
- 현재에 이르러 상파울루 근교에 있는 일본계 브라질인들이 운영하는 농장에서는 브라질 내의 특수 작물이나 과일류, 야채류 등을 집중 생산하여 상파울루 전역에 공급하고 있음

그림 6-4: 현지 농장 및 전통시장 전경



④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

월공의 경우 홀서빙 인력 4명, 주방 조리인력 7명, 음료수(과일) 서빙 인력 1명 등 총 12명의 종업원을 고용하고 있습니다. 12명 모두 현지인이기 때문에 엄격한 노동법과 의사소통의 문제로 인력관리에 어려움을 겪고 있습니다.

브라질 노동법에 따라 주 44시간 근무가 노동법에 명시되어 있으며 오후 3시부터 5시까지 휴식 시간을 보장해야 합니다.

한식당이 일요일에도 영업할 시에는 반드시 주 1회의 휴가를 보장해야 하며 주말 특근 수당을 지급해야 합니다.

또한 브라질 노동법은 종업원 해고 시 한 달 치 월급을 지급해줘야 하는 등 피고용자에게 유리한 규정이 많아 경영주에게는 부담으로 작용합니다.

때문에 업무 태만 등의 이유로 해고할 경우 양심을 품고 노동법을 근거로 악의적인 소송을 제기 하는 등 해코지를 하는 사례도 빈번하게 발생하고 있습니다.

우리나라의 관습과 달리 브라질인들은 고용주와 피고용인의 상하관계 개념이 없기 때문에 한국식으로 직원을 다루면 갈등이 초래할 수 있습니다.

브라질인들은 자존심이 매우 강하기 때문에 잘못을 지적하고 꾸짖으면 크게 흥분하는 경향이 있으므로 유의해야 합니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

월공의 경우에는 자체적으로 한식당을 홍보하기 위해 브라질 현지인들이 즐겨보는 잡지책과 주간지에 월공을 소개하는 광고를 게재하고 있으며 한인 홍보지 에도 광고를 내보내고 있습니다.

2) 대문

- 업태: Casual Dining
- 규모: 110석(3층)
- 대표메뉴: 불고기, 전골, 갈비, 냉면 등
- 주소: Rua da Gl'ria 729, Liberdade, São Paulo, SP
- 연락처: (55) 11 3271 0924
- 홈페이지: www.portaldacoreia.com.br

① 한식당 개요

대문은 봉헤찌로(Bom Retiro) 지역에서 30년 동안 한식당을 운영해 온 경영주 친정어머니의 도움을 받아 2009년 10월 리베르다지(Liberdade)에 오픈 했습니다.

대문의 경영주는 방문 고객들에게 넓고 쾌적한 환경에서 식사할 수 있도록 테이블 간격을 넓게 배치하고 한국적인 분위기를 느낄 수 있도록 한국 전통 악기를 인테리어 소재로 활용하여 고객들의 호응을 얻고 있습니다.

그림 6-5: 한식당 '대문' 전경



② 한식당 메뉴 관리

대문을 방문하는 고객의 80% 이상이 현지인입니다. 개업 초기에는 정통 한식 조리법을 고수했으나 현재는 현지인들의 입맛에 맞게 조리법을 현지화 시키고 있습니다.

현지인 고객 2명이 방문할 경우 대체로 인기가 가장 많은 '불고기'와 '돌솥비빔밥'을 콤비로 주문하여 나눠 먹는 경우가 많습니다. 한식에 대한 인지도가 높은 고객들은 '김치찌개', '된장찌개' 등을 주문하기도 합니다. 최근에는 '삼겹살'을 찾는 단골 고객들이 증가하고 있습니다.

또한 현지인 고객들의 선호도를 반영하여 밑반찬 메뉴를 구성합니다. 특히 대표적인 밑반찬 김치는 현지인들로부터 매우 인기가 높습니다. 대문의 김치를 한번 맛 본 사람들은 그 맛에 매료되어 계속 찾게 됩니다.⁽¹⁾

그림 6-6: 한식당 '대문'의 메뉴



(1) 김치만 계속 리필해서 먹는 고객들도 있으며 현지 식료품점에서는 김치를 구매할 수 없기 때문에 김치를 따로 주문하여 구입해 가는 경우도 있음

브라질 현지인들의 외식 습관을 반영하여 모든 메뉴를 1인분(고기류 200~250g)으로 제공하고 있습니다.

현지인들의 특성상 한국과 달리 단체로 방문한 경우에도 동일한 메뉴를 주문하는 것이 아니라 각자 자신이 선호하는 메뉴를 따로 주문하기 때문입니다. 예를 들어 현지인들이 단체로 방문할 경우 고기 메뉴 주문 시 삼겹살, 불고기, 갈비 등 각각 1인분씩 주문합니다.

주류의 경우 한국 소주의 판매량이 날이 갈수록 증가하고 있으며 특히 소주를 넣어 만든 브라질식 칵테일 '깔빠냐' 인기가 매우 높은 편입니다.

③ 한식 식재료 관리 및 유통

신선재료

고기류와 야채류 같은 경우 종류별로 현지에서 직접 각각 다른 업체와 거래하여 매일 신선한 물품을 공급받고 있습니다.

식가공품

소스류와 장류 등 한국에서 수입되는 식가공품은 상파울루 내 한인 식료품 유통업체에서 조달하고 있으며 소스류, 장류를 제외한 식재료는 모두 현지 업체에서 현지식품을 공급받고 있습니다

④ 한식당 조리인력 및 종업원 관리

대문의 경우 개업 초기 22명의 종업원이 근무하였으나 운영이 체계화되면서 현재는 13명이 근무하고 있습니다. 이들은 모두 현지인이며 대부분 교육 수준이 높지 않고 근무태도가 좋지 않아 직원관리에 어려움을 겪고 있습니다.

한식당을 운영하는데 있어 한식 전문 조리인력이 부족하기 때문에 경영주가 주방을 직접 관리하지 않으면 조리법에 문제가 생기는 등 식당이 정상적으로 운영되지 않습니다.

현지인 종업원 중 조리경력이 있는 인력들에게 한식 조리법을 가르쳐서 운영하고 있지만 한식 조리법이 표준화 되어있지 않아 한계가 있습니다.

대부분의 한국인 경영주들은 종업원들과 포르투갈어로 원활한 의사소통이 되지 않아 갈등을 겪는 경우가 빈번합니다. 종업원이 실수를 했을 경우에는 한국식으로 꾸짖기 보다는 조용히 따로 불러서 조언을 해주는 식으로 직원들을 관리하는 것이 효과적입니다.

현지인 종업원에게 고용주와 피고용인 사이의 한국식 상하관계를 고수하기 보다는 친구처럼 편하게 대해주면서 업무적으로는 엄격하게 관리하는 것이 효과적입니다.

특히 경영주가 직접 개입하여 직원들을 관리하기 보다는 현지인 관리자에게 권한을 위임하여 자체적으로 문제를 해결할 수 있도록 하는 것이 종업원 관리에 있어 매우 도움이 됩니다.

손님들에게 10%의 봉사료를 받아 종업원들에게 인센티브로 지급하면서 서비스 수준이 크게 향상되었습니다.

대문은 한식 조리법, 메뉴 제공 방식 등 자체적으로 교육 매뉴얼을 만들어 직원들을 관리하고 있습니다.

⑤ 한식당 홍보/프로모션

대문은 상파울루 최대 음식 축제 중 하나인 'O Mercado Feira Gastronômica'에 한국 식당으로는 처음으로 2차례나 참가하였고 2012년에는 매운 맛 축제인 'Festival da Pimenta'에 참가하였습니다. 이러한 음식 관련 페스티벌에 참가하면서 한식문화와 한식당 대문의 인지도가 크게 높아졌으나 '한식(Korean Food)'을 'Oriental Food'로 명명하는 것에 대한 이의가 받아들여지지 않으면서 'O Mercado Feira Gastronômica'에는 더 이상 참가하지 않고 있습니다.

행사에 참여하고 난 후 대문의 한식 메뉴를 접한 기자들, 셰프들, 요리학교 학생들이 인터넷 상에 '대문'을 추천하는 글을 올리면서 자연스럽게 홍보가 되었습니다.

또한 요리 관련 케이블 채널, 맛집 탐방 프로그램 등에 출연하여 한식 조리 방법을 소개하면서 '대문'의 인지도를 크게 향상시켰습니다.

브라질 문화원에서 주최하는 '오리엔탈(Oriental) 요리' 강습 프로그램에 참여하여 한식 조리 교육을 실시할 예정이며 오피니언 리더인 브라질 유명 셰프와 한식을 알리는 행사를 공동으로 기획하여 홍보 파급력을 높일 예정입니다.

향후에는 현지인들이 쉽게 따라하고 배울 수 있는 한식 조리법 소개 책자를 브라질 유명 셰프와 공동으로 제작하여 발간할 계획입니다.

그림 6-7: 언론에 소개된 한식당 대문



[참고정보] 상파울루 음식 관련 페스티벌

● O Mercado Feira Gastronômica

- 'O Mercado Feira Gastronômica'는 상파울루 시(市)가 주관하는 바자회 형식의 음식 축제로 Mercado Municipal de Pinheiros에서 한 달에 한 번 씩 일요일에 개최됨
- 2012년 12월 기준 총 8번의 행사가 열렸으며 참여를 희망하는 요리사들을 선정하여 직접 조리한 음식을 방문객에게 홍보 및 판매하는 방식으로 진행됨
- 한 번 축제가 개최될 때 마다 25~30여명의 요리사가 참가하며 음식의 가격은 5~15헤알(약 2,800~8,300원) 정도로 저렴한 편임
- 다양한 국가, 다양한 에스닉 전문 요리사들이 다수 참가하여 브라질 음식은 물론, 멕시코, 일식, 중식 등 세계 각국의 음식을 접할 수 있음
- 저렴한 가격으로 현지인은 물론 관광객들까지 쉽게 즐길 수 있는 주요 행사로 자리 잡고 있음

● Festival da Pimenta

- 'Festival da Pimenta'는 직역하면 '매운 고추 축제'이며 매운 맛을 활용한 요리들을 선보인다는 점에서 현지 언론의 주목을 받음
- 2011년, 2012년 2회까지 진행된 행사로 아직 명확한 주최기관, 장소, 시간 등의 체계화가 필요하지만 확실한 테마가 있는 행사인 만큼 주요 음식 축제 중 하나로 자리잡아갈 것으로 기대됨
- 축제는 참여 레스토랑의 셰프가 고추를 활용한 신 메뉴를 조리하여 방문자들에게 선보이고 축제기간 동안 자신의 가게를 홍보하는 방식으로 진행됨
- 핫소스를 곁들인 돼지갈비, 고추장을 활용한 파스타, 고추냉이를 사용한 튀김 등 다양한 퓨전요리를 선보였으며 기본 가격은 20~70헤알(약 11,000~ 38,000원)으로 중·고가에 속함



▲ Festival da Pimenta에 소개된 '대문'의 한식 메뉴

‘월궁’의 성공요인

- **오랜 운영기간을 통해 메뉴와 서비스 모두 적절한 현지화가 이루어짐**
 - 현지인들의 입맛에 맞춘 피망을 이용한 배추김치, 미소 된장을 혼합한 쌈장 등을 개발하여 맛의 현지화에 성공하였음
 - 전통적인 한식의 맛이 아니기 때문에 한인들보다 현지인들에게 인기가 좋고, 결과적으로 고객 대부분이 브라질인으로 자리 잡게 됨
- **한국식 인테리어와 식기를 사용하여 한국의 문화를 느낄 수 있는 특징을 더함**
 - 육류 선호도가 높은 현지 특성 상 한식당에서도 구이류 메뉴 수요가 높은 것을 감안하여 구이 화로 등의 특수 설비를 구비함
 - 연기 배출 및 냄새 제거를 위한 특수 화로를 한국에서 직접 제작, 수입해서 쾌적한 식사환경을 제공하며 한국과 비슷한 ‘고기집’ 분위기를 재현함

‘대문’의 성공요인

- **현지인을 타겟으로 주요 상권인 리베르다지 지역에 개점함**
 - 대문의 경영주는 대부분의 한식당이 위치한 봉헤찌로(Bom Retiro)가 아닌 일본인 밀집지역인 리베르다지(Liberdade)에 자리를 잡아 일본인 관광객과 일본 타운 내 일본계 현지인, 현지 브라질인들을 타겟으로 운영함
 - 브라질 현지인들의 외식 습관을 반영하여 모든 메뉴를 1인분(고기류 200~250g)으로 제공하는 등 현지인의 취향과 식습관을 고려하고 있음
- **다수의 현지 음식 축제에 참가하며 적극적인 홍보 활동을 펼침**
 - 상파울루의 음식 페스티벌인 ‘O Mercado Feira Gastronômica’에 한식당으로는 유일하게 2차례 참가함
 - ‘O Mercado Feira Gastronômica’은 상파울루 시가 주관하는 바자회 형식의 음식 축제로 Mercado Municipal de Pinheiros에서 한 달에 한 번 씩 일요일에 개최됨
 - 저렴한 가격에 다양한 요리를 맛볼 수 있어현지인은 물론 관광객들까지 쉽게 즐길 수 있는 주요 행사로 자리 잡고 있음
 - 대문은 매운 맛 축제 ‘Festival da Pimenta’에도 참가하여 다양한 한식 메뉴를 선보이고 적극적인 홍보 활동을 펼침

5.3 한식당 운영 애로사항

1) 조리 인력 및 종업원 관리의 어려움

한식을 전문으로 취급할 수 있는 조리인력이 절대적으로 부족하기 때문에 영세한 한식당의 경우 경영주가 직접 주방에서 조리하거나 규모가 큰 한식당의 경우 큰 기회비용을 감수하고 한국에서 조리사를 초청해오기도 합니다.

- 경영주가 조리인력을 대체하는 경우나 현지 조리인력을 채용할 경우 한식에 대한 전문성이 떨어져 장기적으로 보면 한식의 정체성이 훼손될 수 있음
- 조리경력이 있는 현지인에게 한식 조리법을 가르쳐 운영하고 있지만 한계가 있으며 향후 조리학교 교육 프로그램과 연계하여 한식 전문 조리인력을 체계적으로 양성해야 한다고 생각함

종업원의 경우 인건비 등의 여건으로 인해 현지인 고용이 대부분을 차지하지만 언어 문제로 인해 경영주와 종업원간의 커뮤니케이션이 제대로 이루어지지 않아 종종 갈등이 발생하기도 합니다.

- 문화적 차이에서 오는 갈등이 생각지 않은 부분에서 발생하기도 하며 특히 의사소통이 원활하게 되지 않아 종업원 관리에 문제를 겪고 있는 경우가 많음

2) 식자재 및 한국 인테리어 수급의 어려움

신선 야채류의 경우 인근 농장에서 한국산 종자로 재배한 현지산을 공급받고 있으나 한식의 맛을 좌우하는 고추장, 된장, 간장 등의 소스류는 한인 식료품점에서 소매로 수급하고 있어 식재료 부담이 큼.

한국에서 수입되는 가공식품의 경우 한국에 비해 2~5배까지 가격이 비싸며 통관기준 강화 등의 요인으로 인해 원활한 수급에 차질이 생기는 경우가 많습니다.

기본적으로 한식당을 방문하는 고객들은 한국적인 분위기를 체험해보길 원합니다. 하지만 해외에서 한국전통 고유의 분위기를 살릴 수 있는 인테리어 소품이나 자재를 구하는 것은 매우 어렵습니다.

특히 비빔밥 용기로 사용되는 돌솥 등 한국 식기류의 가격이 매우 비싼 편이라 식당 운영에 상당한 부담이 됩니다.

3) 한식당에 대한 인식

현지인들로부터 한식당은 영세한 이미지로 받아들여지고 있습니다. 한식당은 고급스러운 분위기나 품격 있는 서비스를 체험할 수 없고 단지 저렴한 가격으로 푸짐한 반찬을 먹을 수 있는 곳으로 인식되고 있는 실정입니다.

한식당 대부분이 한인타운인 봉헤찌로(Bom Retiro) 지역에서 한인들을 대상으로 운영되고 있기 때문에 현지인 고객들에게 새로운 이미지를 심어주기에는 한계가 있습니다.



[참고정보] 브라질 월드컵/올림픽 경제효과

브라질 정부는 2014년 월드컵 개최를 유치한데 이어 최근 2016년 올림픽 차기 유치국까지 선정되어 이를 기반으로 세계 경제 5대 강국으로 도약한다는 야심찬 계획을 세우고 있습니다.

- 2014년 월드컵을 통해 240억 달러의 경기부양 효과를 누릴 수 있을 것으로 전망됨 (브라질 국내총생산의 약 1.5%)
 - 블룸버그통신에 따르면 브라질 월드컵 유치는 240억 달러의 경제효과와 25만 명의 고용창출 효과를 가져다 줄 것으로 예상됨
- 상파울루 주립대 상과대학교수로 구성된 컨설팅 기관 FIA (Fundacao Instituto de Administracao)는 리우 올림픽 전후(2009년~2027년) 약 18년이 브라질 경제에 미치는 효과를 약 511억 달러로 추산하고 있으며 이중 53%에 해당되는 270억 달러가 올림픽 개최 장소인 리우 시에서 창출될 것으로 전망됨
- FIA는 또한 올림픽 효과로 인해 18년 간 약 200만 개의 신규 일자리가 창출될 수 있다고 전망하였음
 - '09년~'16년까지는 올림픽으로 인해 매년 12만 822명의 일자리가 창출되며 '17년~'27년까지는 매년 13만 970명의 신규 일자리가 생겨날 것으로 기대됨
 - 특히 관광산업 분야는 올림픽 특수로 2만여 명의 신규 일자리가 창출될 것으로 추정됨
- FIA는 월드컵 및 리우 올림픽 특수 효과를 가장 많이 보게 될 분야로는 건설분야(10.5%)를 꼽았으며 2위는 부동산 임대업(6.3%), 3위는 서비스업(5.7%), 4위 석유 및 천연가스 분야(5.1%), 5위 정보 서비스 분야(5%), 6위 운송/보관/우편 업무(4.8%) 순으로 예상되고 있음

상파울루

한식당 창업 · 운영 가이드북

Starting Korean Restaurant in São Paulo

초판 1쇄 발행_ 2013년 9월 30일

지은이_ 한식재단

펴낸곳_ 한식재단

연구수행기관_ 삼일회계법인

디자인_ 지음디자인스튜디오

주소_ 서울시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화_ 02-6300-2050

팩스_ 02-6300-2055

홈페이지_ www.hansik.org / www.koreanfood.net

이메일_ hansik@hansik.org

- ◆ 이 책의 판권은 한식재단에 있으며, 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재 및 복제를 금합니다.
- ◆ 이 책은 농림축산식품부의 한식세계화 정책 지원으로 발간되었습니다.



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs



한식재단
KOREAN FOOD FOUNDATION