

# 글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in São Paulo



# 상파울로

## 「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「상파울로 글로벌 한식당 운영 길라잡이」를 펴내며...

지금까지는 한 나라의 경쟁력과 영향력을 이야기할 때면 국방력과 경제력을 중심으로 이야기 되었습니다. 그러나 이제는 문화와 스포츠, 콘텐츠 등 소프트파워까지도 같이 고려하여 한 나라의 글로벌 영향력을 측정하는 시대가 되었습니다.

이러한 국제적인 추세를 입증하듯이 최근 우리나라는 한류로 일컬어지는 국내 콘텐츠 수출이 꾸준히 증가하고 있고 이에 힘입어 문화강국으로 자리잡아가고 있습니다. 또한 한류를 구성하는 중요한 요소 중 하나인 우리네 먹거리와 음식문화도 이러한 흐름에 있어 중요한 역할을 하고 있습니다.

특히, 최근에는 비빔밥, 불고기 등 전통적으로 인기가 있는 음식뿐만 아니라 모던한식에 이르기까지 다양한 형태의 먹거리들이 해외에 진출하고 하고 있습니다. 이러한 시장의 변화에 따라 농림축산식품부와 한식재단에서는 글로벌 외식시장에서 한식당의 운영과 국내 외식기업들의 신규 시장개척에 도움이 되고자 글로벌 거점도시들의 외식시장과 한식산업에 대한 조사를 실시하였습니다.

이 길라잡이는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 서두에서 상파울로의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 상파울로에서 한식당을 창업하실 때 어떤 것들을 고려하셔야 하는지와 마지막으로 한식당을 운영하실 때 점검사항 중 핵심만 묶어 보았습니다.

이 조사결과가 글로벌 거점도시에서 한식당을 운영 중이거나 또는 앞으로 운영하고자하는 분들께 작은 길잡이가 되길 기대합니다.

감사합니다.

2015년 6월 한식재단 이사장

# CONTENTS

## I. 시장환경

### 1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	10
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	17
2) 전통음식	18

### 2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	21
2) 투자 정책	21
3) 이민 정책	23
4) 식품 및 외식산업 정책	23
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	25
2) 외국인 투자 유치	27
3) 물가 상승률 변화	28
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	29
5) 경제 동향	30

### 3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	34
2) 외식시장 트렌드	37
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	42
2) 외식소비 특성	46
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	51
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	53
3) 주요 에스닉 식당 소개	57
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	60

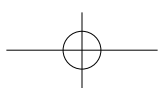
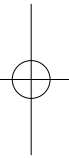
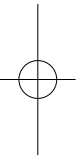
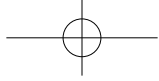
### 3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황	70
2) 한식당 진출 현황	72

## II. 한식당 설립 가이드

### 1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차	
1) 개인 사업자	83
2) 법인 사업자	84
1.2 설립 주요 실무 정보	
1) 인허가 요건 및 관련 법규	91
2) 임대차 계약 절차 및 관행	92
3) 영업시설의 공통기준	96
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항	98
5) 세무 관련 정보	103
6) 수입/통관 관련 정보	111
1.3 기타정보	
1) 거주허가 비자	122
2) 금융 서비스	126
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보	131





# I. 상파울로(São Paulo) 시장환경

## 1. 일반현황

1.1 도시개황	8
1.2 사회·문화적 환경	
1) 인종 구성 및 언어	10
2) 종교적 배경	11
3) 사회·문화적 특성	11
1.3 음식문화	
1) 주식 및 식습관	17
2) 전통음식	18

## 2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경	
1) 경제 활성화 정책	21
2) 투자 정책	21
3) 이민 정책	23
4) 식품 및 외식산업 정책	23
2.2 경제적 환경	
1) 경제 규모	25
2) 외국인 투자 유치	27
3) 물가 상승률 변화	28
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출	29
5) 경제 동향	30

## 3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해	
1) 외식시장 규모	33
2) 외식시장 트렌드	37
3.2 고객에 대한 이해	
1) 소비 특성	42
2) 외식소비 특성	46
3.3 경쟁자에 대한 이해	
1) 에스닉별 점유율	51
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황	53
3) 주요 에스닉 식당 소개	57
3.4 외식상권에 대한 이해	
1) 주요 상권 특성	60
3.5 한식산업에 대한 이해	
1) 한인사회 현황	70
2) 한식당 진출 현황	72

## 1. 일반현황

### 1.1 도시개황

브라질은 남아메리카에서 가장 넓은 국가이자 세계에서 다섯 번째로 큰 나라로 칠레, 에콰도르를 제외한 모든 남아메리카 국가들과 접하고 있습니다.

면적은 8,514,877km<sup>2</sup>으로 한반도의 약 37배입니다. 26개 주(Estado)와 1개 연방구(Distrito federal)로 행정구역이 나누어져 있으며, 화폐단위는 헤알(Real)입니다.

사탕수수, 커피 등의 농산물 수출이 경제의 한 축을 차지하고 있으며 유럽 및 미국에 경제적으로 의존하고 있습니다.

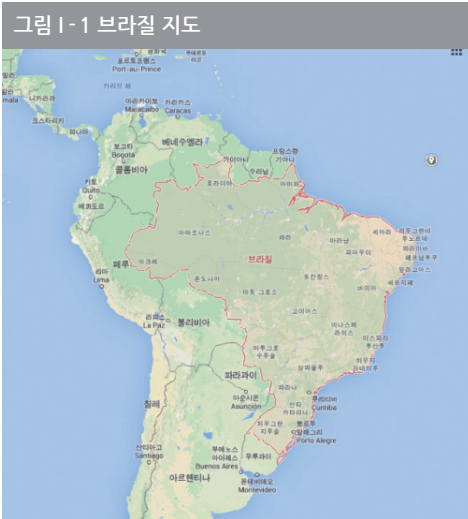


사진 1-1 브라질 특산물



상파울로는 브라질 동남 지방에 있는 상파울로주의 주도입니다.

상파울로는 브라질 고원과 대서양 사이의 마르 산맥 구릉지에 자리 잡고 있는 내륙 도시입니다. 본래 선교 취락으로 시작했으나 유럽 이민자들을 많이 받아들이며 19세기 무렵 대도시로 급성장했습니다.

상파울로의 토양은 커피 재배에 알맞아 커피 산업이 도시 성장의 기틀이 되었으며, 오늘날에는 자동차 산업을 비롯한 각종 제조업 및 금융업 밀집 도시의 역할을 하고 있습니다.

상파울로의 연평균 기온은 18.5°C이며 습도가 높은 편입니다. 연중 기온 변화가 적고, 가을과 겨울에는 서늘한 정도의 기후를 보입니다. 가장 무더운 달은 2월, 가장 서늘한 달은 7월이며 연 강수량은 1,480mm로 풍부한 편입니다. 여름철인 10월부터 3월 사이에 비가 많이 내려 안개가 낄 때가 있습니다.

상파울로는 브라질에서 가장 인구가 많은 도시입니다.

2014년 8월 기준 상파울로의 인구는 1,189만 5,893명으로 추정되며 앞으로도 계속해서 증가할 것으로 예상됩니다.

## 1.2 사회·문화적 환경

### 1) 인종 구성 및 언어

브라질은 혼혈이 많은 국가입니다.

브라질은 토착민인 인디오, 브라질을 식민지화했던 유럽의 백인, 노예로 들어온 흑인, 세계 각지에서 몰려든 이민자들이 모여 있어 인종구성이 다양한 국가입니다.

2014년 브라질 통계청 조사 결과에 따르면 백인이 전체 인구의 48%, 혼혈이 44% 정도로 각각 절반 정도를 차지하고 있습니다. 백인 인구는 포르투갈인, 독일인, 이탈리아인, 스페인인, 폴란드인 등 다양한 민족으로 구성되어 있습니다. 그 밖에 흑인이 7%, 기타 아시아인이 1%를 조금 웃도는 비중을 보였습니다.



브라질의 공용어는 포르투갈어입니다.

브라질은 다른 남미 국가들과 달리 스페인어가 아닌 포르투갈어를 사용하는 국가입니다. 남미에서 유일하게 포르투갈 식민지 시기를 겪은 국가이기 때문입니다.

그림 1-3 중남미의 언어사용 지도



## 2) 종교적 배경

브라질에서 로마 가톨릭교(천주교)는 가장 많은 인구가 믿고 있는 종교입니다.

브라질에는 다양한 종교가 있지만 국민의 대부분은 로마 가톨릭교 신자입니다. 1970년에는 인구의 90%가 가톨릭교로 조사된 바가 있을 정도입니다.

2010년 인구 조사 당시에는 브라질 인구의 약 65%가 로마 가톨릭교, 22%가 개신교, 8%가 무교, 5%가 기타 종교를 선택했습니다. 기타 종교에는 유대교, 프로테스탄트교, 아프리카에서 시작된 민속 종교 등이 있습니다.



사진 1-2 프란치스코 교황의 브라질 방문(좌), 상파울로 대성당(우)

## 3) 사회·문화적 특성

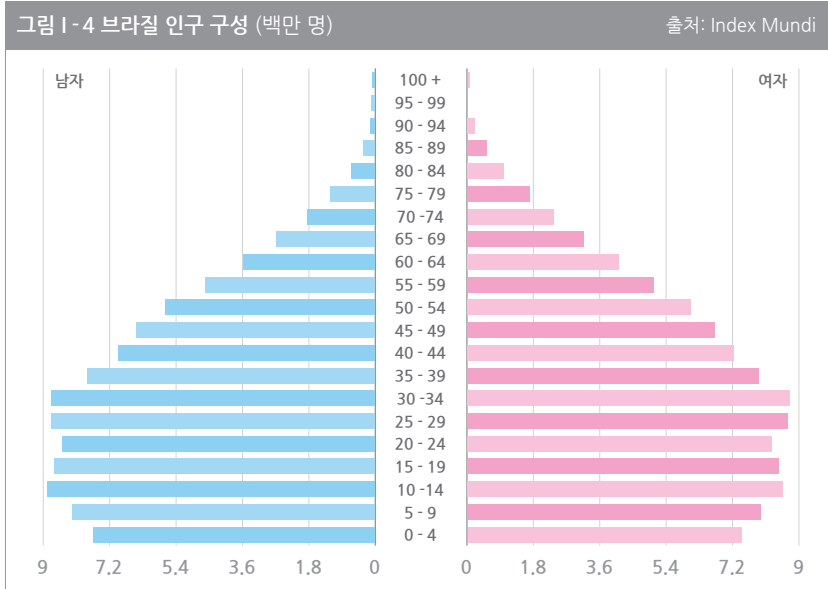
브라질은 인구통계학적으로 청장년층의 비율이 높습니다. 또한 인종 및 문화가 혼합되어 있는 국가 특성상 다양성에 대한 관용이 자리잡고 있어 동성애에 대해서도 관대한 편입니다. 최근 동성애자를 타깃으로 하는 이른바 ‘동성애자 시장’이 브라질 내에서 높은 잠재력을 지니고 있는 것으로 평가받고 있습니다.

정보기술적 측면에서 브라질의 모바일 시장은 스마트폰 보급의 폭발적 증가로 인해 급속 성장 추세에 있습니다. 이러한 정보화 흐름에 힘입어 K-Pop이 브라질 사람들에게 잘 알려져 있습니다. 그러나 아직 한국 문화 전체에 대한 이해는 낮은 편이며, 한국 정부는 한국을 홍보하기 위해 여러 방안을 고안하고 있는 중입니다.

① '젊은 국가' 브라질

브라질은 청장년층의 비율이 높아 '젊은 국가'에 속하며 앞으로 10년 후엔 더욱 젊어질 것으로 보입니다.

브라질은 청장년층이 전체 인구의 약 43%를 차지하고 있으며 그 중에도 청년층의 비중이 높은 특징을 보이고 있습니다. 성비는 약 0.98로 남녀 인구가 균형 잡힌 편입니다.



② 동성애자 시장의 성장잠재력

브라질은 동성애에 개방적인 시각을 보여주는 국가입니다. 이에 따라 동성애자를 대상으로 하는 이른바 '동성애자 시장'이 매우 높은 성장잠재력을 보유한 것으로 나타나고 있습니다.

브라질은 세계 최대 규모의 게이 퍼레이드가 매년 열릴 정도로 동성애자가 많은 나라입니다. 브라질 지리통계청(IBGE)에 따르면 현재 브라질에는 동성애자라고 밝힌 커플이 약 6만 7,000쌍에 달하는 것으로 조사됩니다.

동성애자임을 공식 선언한 사람은 전체 인구의 1%인 약 14만 명에 불과하지만, 한 연구기관의 보고서에 따르면 브라질 인구의 약 10% 해당하는 2,000만 명이 동성애 성향을 가진 것으로 분류되기도 합니다.

브라질 통계청은 2013년 브라질 동성애자 시장의 규모가 약 69억 헤알(약 2조 7천억 원)이라고 발표했습니다.

매년 상파울로 시내에서 열리는 게이 퍼레이드에는 동성애자들과 국내 및 외국 관람객 등 약 60만 명의 인파가 모입니다. 이들은 보통 퍼레이드 시작 1주일 전에 이미 상파울로에 도착해 관광명소, 쇼핑센터, 음식점, 유흥업소 등을 찾아 즐기면서 퍼레이드가 시작되기를 기다립니다. 관광객들이 이 게이 퍼레이드에 참여하며 지출하는 총 비용은 약 1억8,000만~2억 헤알(약 739억~821억 원)로 추산되고 있습니다.

브라질 시사 주간지 이스투에(ISTOE)의 기사에 따르면 브라질 동성애자들은 이성애자보다 30% 가량 더 지출하는 것으로 드러났습니다. 그리고 이들 가운데 40%는 대도시인 상파울로에 거주하는 것으로 나타났습니다. 인구 통계 연구소 Data Popular에 따르면 브라질 내 동성애자는 사회적으로 고학력 고소득 계층에 많이 분포해 있는 것으로 조사됐습니다.

이러한 연구 결과를 바탕으로 동성애자를 대상으로 한 시장이 브라질 내에서 틈새시장으로 부상하고 있습니다.



사진 1-3 브라질 게이 퍼레이드

브라질 IBM은 동성애자 고객전담 판매부서를 설치했으며, 미국계 보험회사 American Life는 “Vida Freedom”이라 불리는 동성애 커플을 위한 특별 생명보험 상품을 개발해 좋은 반응을 얻고 있습니다.

브라질 대표 건설사 가운데 하나인 Tecnisa는 “핑크 머니(동성애자 관련 사업을 통해 얻는 수익)”에 많은 관심을 가진 것으로 드러났습니다. 이 회사는 동성애자 고객이 아파트를 구입할 경우 1년간 동성애자 커플을 위한 생명보험 상품인 “Vida Freedom”에 무료 가입시켜주는 등 동성애자를 타겟으로 한 상품 개발을 위해 노력하고 있습니다.

Tecnisa는 또한 동성애자 고객이 편리함을 느낄 수 있도록 아파트의 구조를 변경하고, 이들이 자주 접속하는 사이트에 아파트 신상품을 대대적으로 홍보했습니다. 그 결과, 2013년 회사 매출액의 약 12% 안팎이 동성애자 고객으로부터 발생하는 것으로 나타났습니다.



### ③ 스마트폰 시장 급속 성장

브라질 스마트폰 시장은 급속 성장 추세에 있습니다.

불과 1~2년 전까지만 해도 브라질 내 엘리트 층의 전유물로 비춰졌던 스마트폰이었지만, 최근 들어 그 사용자층의 저변이 확대되었습니다. 2012년부터 브라질의 스마트폰 시장은 폭발적으로 증가해 2013년 스마트폰 판매량이 전년 대비 120% 증가하였으며, 소위 '피쳐폰'으로 불리는 일반 휴대전화보다 사상 최초로 더 많은 양이 판매되었습니다.

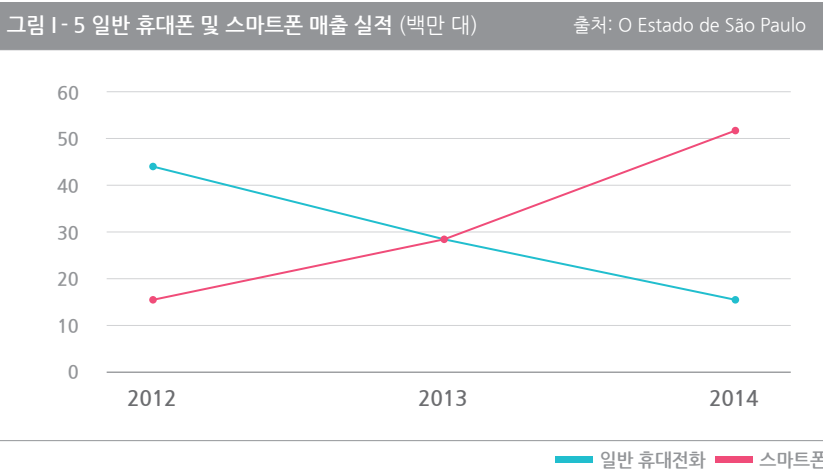
현재 스마트폰 보급률은 브라질 인구의 52%를 넘어서고 있습니다. 이는 2013년 브라질 연방정부가 스마트폰 산업을 "Lei do Bem(R&D에 투자하는 업체에게 세제 감면 혜택을 부여하는 법안)"에 포함시키며 발생한 결과로 분석됩니다. 해당 법안에 따라 1,500헤알(약 62만 원) 미만 가격의 비교적 저렴한 스마트폰을 대상으로 세금 감면 혜택이 주어지고 있습니다.

스마트폰 시장의 확대에 따라 모바일 애플리케이션(이하 모바일앱) 시장 역시 빠른 속도로 성장하고 있습니다.

브라질의 모바일앱 시장은 열악한 인터넷 인프라, 높은 스마트폰 가격, 소비자 구매력 부실로 성장률이 저조했으나, 스마트폰 시장이 확대되며 라틴아메리카에서 가장 큰 시장으로 성장했습니다.

2012년 모바일앱 시장 규모는 83% 증가했으며 브라질 과학기술부(MCT)는 현재 브라질 앱 시장 규모를 250억 달러(약 27조 2,000억 원)로 추정하며, 2017년까지 700억 달러(약 76조 원) 규모로 성장할 것이라 예측하고 있습니다.

앞으로도 브라질의 스마트폰 및 모바일앱 시장은 성장 가능성이 무궁무진하다고 판단됩니다.





## ④ 브라질 내 한류 현황

브라질 내에서의 한류는 K-POP에 한정돼 있는 것으로 보입니다.

일례로 2013년 4월 브라질에서 열린 슈퍼주니어 콘서트 티켓은 하루 만에 매진되기도 했습니다. 하지만 K-POP을 제외한 일상에서의 한류는 찾아보기 힘들며 이로 인한 구매력은 약한 실정입니다.

중남미 다른 국가와 달리 브라질에서는 공중파로 한국드라마가 방송된 적이 없습니다. 스페인어에 비해 포르투갈어는 희소하기 때문에 번역, 더빙 비용이 훨씬 높은 데다가, 문화적 보수성이 강해 완성도가 높은 자국 드라마를 선호하는 경향 때문입니다.

이에 한국 정부는 브라질 내 한류 홍보를 위해 여러 정책을 모색 중입니다.

2014년 8월 산업통상자원부와 문화체육관광부의 주최 하에 중남미 지역에 한국 문화 콘텐츠를 소개하고 한류 산업을 확산하기 위한 '코리아브랜드 한류상품 박람회 2014'가 열렸습니다.

본 행사는 브라질 상파울로 월드트레이드센터에서 개막했습니다. 이번 박람회에는 K-POP뿐 아니라 다양한 문화콘텐츠 산업을 소개하기 위한 '콘텐츠관'이 마련되어 '라바'와 같은 인기 캐릭터들로 흥미를 끌기도 했습니다.

한국-브라질 우호증진을 위해 마련된 다양한 부대행사들도 관심을 모았습니다. 개막식 당일의 한류 스타 공연과 한류스타 메이크업 패션쇼 등은 사전 신청을 위한 홍보사이트가 한때 마비될 정도로 뜨거운 관심을 받았습니다.



사진 I-4 코리아브랜드 한류상품 박람회 2014

## [참고] 브라질의 아이스크림 한류 메로나



사진 1-5 메로나를 먹고 있는 브라질 사람들

브라질에서 ‘빙그레 메로나’와 ‘해태음료 봉봉’ 등 한국 식품이 큰 인기를 끌고 있습니다.

빙그레는 지난 2008년 브라질에 ‘메로나’를 처음으로 수출하기 시작했습니다. 이후 3년 만에 수입 아이스크림 매출 1위를 기록하고, 줄곧 선두 자리를 놓치지 않고 있습니다.

2013년 메로나 단일품목의 매출액은 30억 원에 달했습니다. 예상치 못했던 메로나의 인기에 빙그레는 지난해 브라질에 단독법인까지 설립했습니다.

이러한 현상 덕분에 메로나는 현지 언론의 주목을 받고 있습니다. 브라질 국영TV EBC는 “일본 스시에 이어 한국의 메로나가 브라질의 음식 문화에 새로운 변화를 가져왔다”고 보도했습니다.

EBC는 남미 아이스크림 시장이 초콜릿 제품 일색인 데 반하여 메로나는 우유 아이스크림에 과일맛이 섞여 있어 브라질 소비자들에게 흥미를 불러일으킨 것으로 보인다고 보도했습니다.

최근 브라질에서 메로나를 팔지 않는 매장은 젊은 손님이 없고 트렌드에 뒤떨어진 곳으로 인식될 정도라고 합니다.

또한 해태음료 ‘봉봉’이 20~30대 젊은층 사이에서 큰 인기를 끌고 있습니다. 클럽, 술집 등에서 보드카와 봉봉을 섞어 마시는 게 브라질의 최신 유행입니다.

이처럼 한국 식품이 인기를 끄는 것은 브라질 경제가 성장하면서 중산층과 고소득층을 중심으로 비싸더라도 안전하게 먹을 수 있는 해외 브랜드에 대한 수요가 증가하고 있기 때문입니다.

## 1.3 음식문화

### 1) 주식 및 식습관

브라질은 다양한 민족이 모여 사는 곳이기에 식문화 역시 여러 문화가 융합된 특성을 보입니다.

브라질은 남아메리카 대륙의 원주민인 인디오의 음식, 식민지를 통치했던 포르투갈의 음식, 이탈리아 및 독일 이민자의 전통요리 등이 어우러져 매우 독특한 음식 문화가 형성되어 있습니다.

브라질은 커피 생산량이 많은 국가라서 식후에 커피를 즐긴다는 공통점이 있으나, 백인, 흑인, 인디오의 음식문화는 모두 다릅니다. 각 문화의 특성을 살펴보면 다음과 같습니다.

**브라질 백인의 음식 문화는 이주해 온 유럽인들이 형성하여 유럽의 영향을 많이 받았습니다.**

타 유럽 지역과 마찬가지로 브라질의 백인들은 포도주, 버터, 치즈와 같은 음식들을 많이 먹습니다. 특히 파티와 모임에 빠지지 않고 등장하는 음식으로 슈하스코가 있습니다. 슈하스코는 여러 종류의 고기를 기다란 꼬챙이에 끼워 양념해 구운 음식으로, 멧돼지, 개구리 다리, 악어 등 다양한 고기를 사용합니다. 슈하스코는 특별한 향신료를 사용하지 않고 소금으로 간을 해 요리합니다.

**브라질 흑인의 주식에는 영양분이 많고 열량이 높은 음식들이 많습니다.**

과거 사탕수수밭에서 일하던 흑인들이 백인 농장주의 남은 식재료로 만들어 먹던 음식이, 현대에 이르러 많은 브라질인들이 즐겨먹는 요리로 변형된 경우가 있습니다.

**인디오의 음식에는 마니옥과 같은 생소한 재료가 많이 쓰입니다.**

인디오 원주민들은 옥수수, 감자, 생선으로 만든 요리를 주로 먹습니다. 또 감자와 비슷한 뿌리 식물인 마니옥(Manioc)을 많이 사용하며 투쿠피(Tucupi), 덴데유(Dende oil) 등 특별한 식재료를 사용하는 특징이 있습니다.

## 2) 전통음식

브라질 음식은 전체적으로 기름기가 많고 열량이 높은 편입니다. 또한 육류에 대한 애정이 깊으며 마니옥, 야자열매 등을 응용한 요리가 많습니다.

### ① 페이조아다(Feijoada)



사진 1-6 페이조아다

페이조아다는 강낭콩과 고기조각을 모아 냄비에 끓인 요리입니다.

‘페이조(feijo)’는 강낭콩의 일종, ‘아다(ada)’는 ‘섞어서 찐다’를 뜻하는 포르투갈어입니다. 페이조아다는 원래 백인들이 먹다 남은 허드렛고기(돼지고리, 족발, 귀 등)를 콩과 함께 큰 냄비에 끓여먹던 흑인 노예의 음식이었습니다.

현재는 휴일에 먹는 별식으로 꼽히고 있으며, 리우데자네이루의 전통음식이기도 합니다. 고기는 1인분씩 그릇에 담고 월계수 잎, 마늘, 양파, 끓인 콩을 넣어 맛이 배어들도록 다시 끓입니다. 쌀밥이나 마니오카 가루를 곁들여 먹습니다.



사진 1-7 엠파나다

### ② 엠파나다(Empanada)

엠파나다는 브라질 사람들이 즐겨먹는 파이입니다.

본래는 스페인 북부 지방에서 유래한 음식이지만 지금은 라틴아메리카 지역에서도 흔히 만들어 먹습니다. 밀가루를 반죽해서 익힌 다음, 토마토, 야자열매, 닭고기, 양파, 파슬리, 올리브 등을 넣고 찌거나 구워 만듭니다.

속에 넣는 재료는 다진 고기·소시지·베이컨·삶은 달걀·양배추·버섯·치즈·건포도·올리브·양파 등 매우 다양합니다. 디저트용 엠파나다는 속에 과일을 넣습니다.

## ③ 슈하스코(Churrasco)



사진 1-8 슈하스코

슈하스코는 브라질식 숯불꼬치 요리입니다.

이민 온 백인들이 커다란 쇠고기 덩어리를 모닥불에 구워먹으며 즐기던 풍습에서 유래한 요리로 꼬치에 쥘 고기를 붙여 구워 먹는 모든 요리를 지칭합니다.

오늘날 슈하스코는 결혼식, 생일 등 거의 모든 행사에 빠지지 않는 브라질의 대표 음식입니다.

## ④ 바타파(Vatapa)



사진 1-9 바타파

바타파는 북동부 지역 '바이아주'의 전통 음식으로 일종의 해산물 스투입입니다.

코코넛 과즙을 부은 식빵과 땅콩, 양파, 마늘, 생강, 새우를 함께 갈아 반죽을 만들고, 이것을 덴데유에 넣고 끓이다가 닭고기 국물을 넣어 걸쭉하게 끓입니다.

밀가루와 고기가 귀했던 시절, 흑인 요리사들은 해산물, 마니오카, 고구마, 코코넛, 파인애플, 야자유 등의 재료를 대신 사용했습니다.

[참고] 특색있는 브라질 인디오 요리



사진 1-10 마니옥(좌), 라임(우)

브라질 인디오 요리에서 많이 사용되는 식재료에는 마니옥(Manioc), 투쿠피(Tucupi), 덴데유(Dende oil), 카샤사(Kashasa), 라임 등이 있습니다.

마니옥은 단단하며 감자와 비슷하지만 검은 껍질을 지닌 작물로 ‘브라질의 여왕’이라 불립니다. 인디오들의 주식으로 녹말처럼 가루를 내서 죽을 만들어 먹거나 볶아서 마시기도 합니다. 마니옥의 뿌리에서 얻은 녹말은 ‘마니오카 녹말’이라고 불리며 빵이나 음료에 이용합니다.

투쿠피는 마니오카즙을 하루 정도 끓인 노란색의 액체입니다. 거의 모든 인디오 음식에 투쿠피가 사용되며, 재래시장에서는 한국의 기름처럼 병에 담아 판매됩니다.

덴데유는 야자수의 일종인 ‘덴데’를 짠 기름으로 아프리카에서 건너왔습니다. 덴데유는 오렌지 빛깔을 띠고 있으며, 그냥 먹으면 아무 맛이 없지만 끓이면 독특한 향이 납니다.

카샤사는 사탕수수로 만든, 브라질인들이 가장 즐기는 술입니다. 바베큐, 마리네이드, 고추를 절일 때에도 사용합니다.



브라질에서는 레몬보다 라임의 사용량이 많습니다. 타 유럽지역에서 일반적으로 레몬을 쓰는 경우에 대신 라임을 사용합니다.

사진 1-11 카샤사

## 2. 거시환경 분석

### 2.1 정책적 환경

#### 1) 경제 활성화 정책

브라질은 중소기업 지원 자금 확대에 힘쓰고 있습니다.

브라질 정부는 2014년 7월에 경제 활성화를 목적으로 200억 달러(약 20조 4800억 원) 규모의 부양책을 단행했습니다.

같은 해 10월에 있을 대선에도 불구하고 경제 회복의 기미가 보이지 않자 자금 유동성을 확대하여 상황을 개선하고자 한 것입니다.

부양책 단행 이후 불과 한 달이 채 지나기 전인 2014년 8월, 정부는 경기 둔화 우려를 씻어내기 위해 45억 달러(약 4조 6천억 원)의 자금을 중소기업들에게 추가 제공할 것이라 발표했습니다.

이를 위해 브라질 중앙은행은 지급준비율을 낮추고 대출채권의 위험 평가방식 등 규제를 완화하여 기업이 시중은행에서 자금을 부담 없이 대출할 수 있도록 유도했습니다.

이러한 조치는 기업들의 자금 조달을 원활하게 하여 대외무역을 보다 활발하게 만들고자 하는 것이었습니다.

#### 2) 투자 정책

브라질의 투자 인센티브 제도로는 조세 감면, 우대금리를 적용한 금융대출 등이 있습니다.

연방정부의 투자 인센티브는 보통 민간기업의 투자원조와 같이 간접적인 투자 인센티브의 형태를 띠니다. 이는 브라질에 금융자원이 부족하기 때문입니다. 현금지원 방식은 아주 예외적인 경우에만 적용되고 있습니다.

기업 투자에 대한 인센티브는 수출 기업, 특별 장려 산업, 저개발지역 투자 등의 경우에 제공됩니다.

일반적으로 하이테크 분야, 정보통신산업 분야에 대해서 기업이 수익의 5% 이상을 연구개발에 투자하면 이를 소득세에서 감면해주고, 기술개발 관련 기자재 구매 시 공산품세(IPI)를 면제해주는 등의 세제 인센티브가 주어집니다.

브라질 정부의 투자 인센티브 제공 우선산업은 농업, 중공업, 제철, 조선, 화학, 제지, 어업, 임업, 관광업 등입니다.

그 외에도 정보통신업종은 정보산업진흥법에 의한 인센티브를 받고 있습니다.

지역별 투자 인센티브가 주어지는 지역은 북부 아마존지역, 북동부 저개발지역, 마나우스 자유무역지대, 수출가공무역지대(ZPE)입니다.

이 지역에서는 연방소득세를 10년간 면제해주거나 주(州) 유통세(ICMS) 일부를 용자해주기도 합니다.

투자 장려 지역에 투자하는 기업은 브라질 북동부 은행(BNB) 등 지역개발은행의 중장기 금융을 이용할 수 있으며 우선산업 분야에 투자하는 기업은 국가경제사회개발은행(BNDES)으로부터 차입도 가능합니다. 그러나 대부분 저개발 지역으로 고급인력이 거의 없어 단순조립 산업 등에만 적합합니다.

외국 투자 기업에 부여되는 가장 일반적인 인센티브는 ICMS(유통세), ISS(서비스세), IPTU(토지세) 등의 감면 혜택입니다.

이 세금을 감면 받기 위해서는 투자지역 시 정부와 접촉하여 감면율, 인센티브 지급 절차 및 방법 등을 조율해야 합니다. 투자 인센티브는 시 정부 재량으로 지급 범위와 방법이 달라지기 때문에, 투자하고자 하는 시 정부의 투자 담당관을 찾아 관련 인센티브를 확인하는 것이 좋습니다.



### 3) 이민 정책

브라질에서는 일정 금액 이상의 외화를 투자하며 이민 오는 외국인에게 영주권을 부여하고 있습니다.

연방이민위원회의 Normative Resolution 제60호에 따르면 브라질에 투자하거나 브라질로 이민 오려는 외국인은 영주권을 소지해야 합니다. 영주권은 최소 5만 달러(약 5,500만 원) 이상에 해당되는 외화를 투자하는 경우에 부여됩니다. 이 때의 투자는 신설회사 또는 기존회사에 투자하는 것을 의미합니다.

투자금액이 5만 달러(약 5,500만 원)에 미달하지만 향후 5년 내에 최소 10명 이상의 브라질 노동자를 고용하는 고용창출계획이 있는 경우, 예외적으로 브라질경제인연합회(CNI)에서 영주권 부여를 결정할 수 있습니다.

### 4) 식품 및 외식산업 정책

#### ① 노점 음식 판매 합법화

상파울로에서는 노점 음식 판매 합법화와 함께 푸드 트럭(Food Truck) 사업이 틈새시장으로 떠오르고 있습니다.

2013년 말 상파울로 시장 페르난도 아다지(Haddad)는 노점 음식 판매를 합법화하는 법안을 발표했습니다. 위 법안은 2014년 세부 지침과 함께 공식 발효되었습니다.

이에 따라 노점 음식 판매에 사용되는 푸드 트럭 및 트럭 내에 설치되는 조리도구 산업이 활기를 띠고 있습니다.



사진 1-12 호황기를 맞고 있는 푸드트럭 산업

푸드 트럭을 통해 판매 가능한 음식으로는 다양한 종류가 있습니다. 법안에 의하면 스시, 햄버거, 핫도그, 추로스, 파스텔(튀김 요리), 아이스크림, 과일, 타코(멕시코 요리) 등이 노점에서 판매 가능합니다.

이처럼 다양한 노점 음식을 허용하는 법안 덕분에 푸드 트럭 사업을 희망하는 사람의 수는 증가하고 있는 추세입니다.

브라질 길거리 음식 판매가 합법화되면서 푸드 트럭 판매 및 관련 기기 산업의 규모가 확장될 것으로 보입니다.

## ② 음료 부문 세금 인상

브라질 정부는 2014년 4월부터 맥주, 물, 에너지음료, 탄산음료에 대한 과세를 1.5% 인상한다고 발표했습니다.

브라질 정부는 음료 부문의 세금을 2012년부터 매년 4월, 10월에 정기적으로 인상해왔습니다.

이러한 과세율 인상이 늘 시행되어온 것은 아닙니다. 지난 2013년 10월에는 인플레이션을 고려하여 세금 인상을 유보한 바 있습니다. 2014년 10월에도 월드컵으로 인한 물가상승이 대회 이후에도 이어질 것이라는 전망에 따라 세금 인상이 보류되었습니다.

2014년 4월의 세금 인상으로 약 2억 헤알(약 814억 원)의 자금이 확보되었으며, 이 자금은 전력 부분의 자금 부족을 충당하는 데 사용되었습니다.



## 2.2 경제적 환경

### 1) 경제 규모

브라질의 GDP는 2013년 기준 2조 4,160만 달러(약 2,169조 원)입니다. 2013년 기준 브라질의 경제 규모는 세계 7위이며 1인당 GDP는 12,100달러(약 1,330만 원)입니다.

브라질의 GDP는 2013년 2.5%, 2012년 1%의 성장률을 보였습니다. GDP 성장률은 급격한 변화를 거쳤는데, 2009년 -6%에서 1년 뒤인 2010년에는 7.5%까지 올라갔습니다. 2011년 이후 1~3%대로 안정화 국면에 들어섰으며, 브라질 중앙은행은 2014년 예상 GDP 성장률을 1%로 기대하고 있습니다.

2010년 브라질의 높은 경제성장률은 소비 및 투자확대에 의한 것으로 분석됩니다.

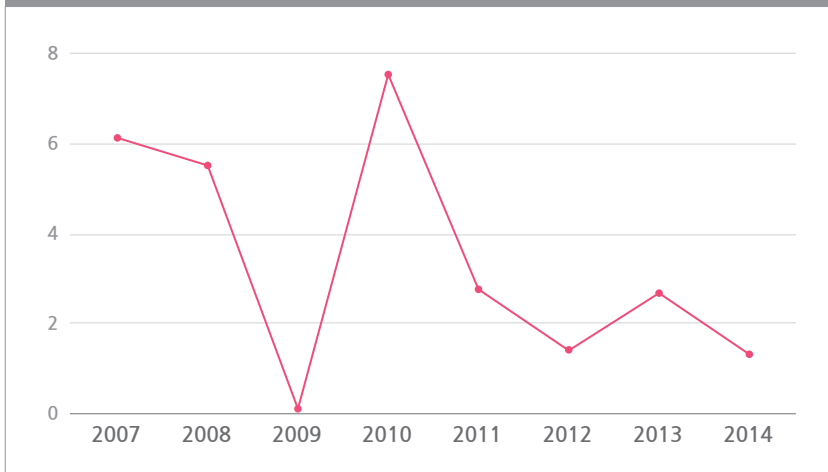
하지만 2011년의 경우 유럽 및 미국의 재정 위기로 인해 세계 경제가 악화되면서, 당초 예상치인 4.5%보다 현저히 낮은 수치를 보였습니다.

브라질은 2012년에도 유럽 재정위기 여파로 전년도보다 하락한 성장률을 기록했습니다. 이에 따라 정부는 기준금리 인하, 국내 주요 산업 대상 세금 감면 인센티브 부여 등 경기 활성화를 위한 다수의 정책을 추진하고 있습니다.

브라질 정부는 2014년 월드컵, 2016년 리오 올림픽 개최에 따른 투자확대, 소비심리 개선, 수출 회복 등을 고려해 2014년부터 2016년까지 4%대의 경제성장률 회복을 기대하고 있습니다.

그림 1-6 브라질 GDP 성장률 추이 (%)

출처: CIA The World Factbook



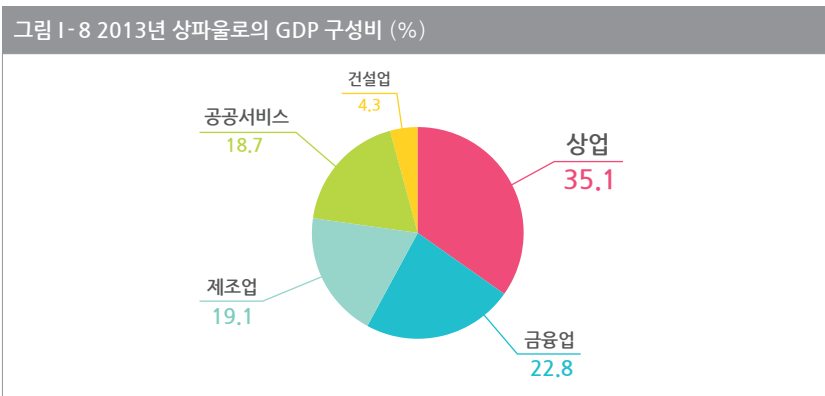
구분	GDP		1차 산업		2차 산업		3차 산업	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
IBRE	2.4	1.6	8	3.5	1.4	-0.1	2	1.8
Itau	2.2	1.9	7.3	2.5	1.4	1.7	1.9	1.8

2014년 브라질의 산업군별 GDP 중 가장 높은 성장률을 보일 것으로 기대되는 부문은 1차 산업이었습니다.

브라질 경제연구소 IBRE의 예상에 따르면 2014년 농·축산업은 약 3.5%의 성장률을 보일 것으로 기대되고 있습니다.

브라질 은행 Itau 역시 농·축산업이 가장 높은 성장률을 보일 것으로 예측합니다. 브라질의 농·축산업은 2013년 7%를 웃도는 높은 성장률을 기록한 부문이었습니다.

한편 2014년 2차, 3차 산업의 성장에 대한 기대는 부정적입니다. 3차 산업은 전체 GDP의 65% 이상을 차지하나, 통화재정의 긴축기조와 늘어나는 채무불이행으로 인해 가계 소비가 줄어들어 당분간의 성장은 어려울 것으로 예상됩니다. 2013년 2차 산업은 1.3%, 3차 산업은 2% 성장했으며, 2014년에 각각 1.2%, 1.8% 성장할 것으로 전망됩니다.

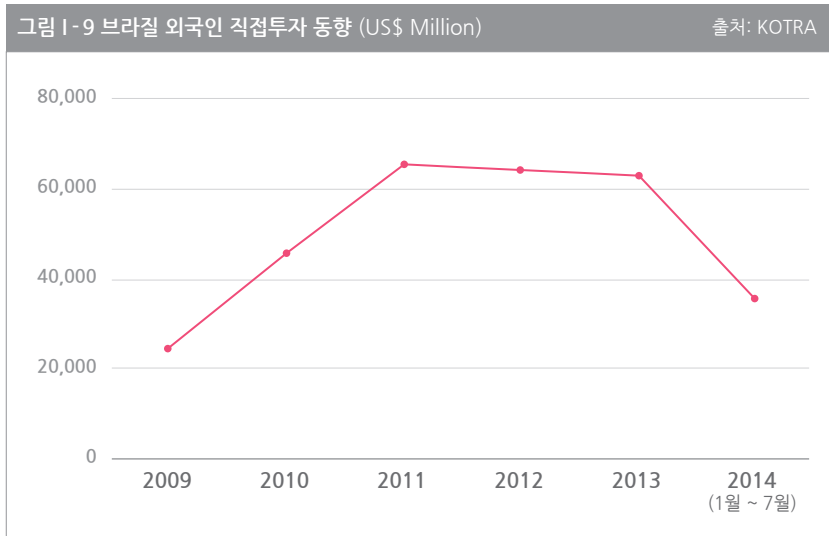


2013년 기준 상파울로의 GDP는 6,670억 달러(약 740조 원)으로 브라질 전체의 1/3을 차지하고 있습니다.

상파울로는 인구 1,200만 명의 대규모 소비시장으로, 중심지에 산업 및 물류 인프라가 잘 구축되어 있습니다. GDP 구성비를 살펴보면 상업 부문이 35.1%로 가장 높았고 금융업 부문이 22.8%로 그 뒤를 잇고 있습니다.

그 외에도 제조업, 공공서비스 부문이 19% 내외의 비율을 보이고 있고 건설업이 4.3%로 가장 낮은 비중을 차지하고 있습니다.

## 2) 외국인 투자 유치



2012년 브라질 FDI(외국인직접투자) 유입액은 843억 달러(약 91조 5,800억 원)로 1,017억 달러(약 110조 4,800억 원)가 유입된 2011년에 비해 35.8% 감소했습니다.

2012년 브라질 FDI 순 유입액은 653억 달러(약 70조 9천억 원)를 기록했습니다. 전년 대비 2% 감소한 수치이지만, 브릭스(BRICs) 국가 중에서는 가장 감소폭이 작은 것으로 나타났습니다.

2012년 미국은 123억 달러(약 13조 3천억 원)를 투자하여 대(對) 브라질 FDI 투자국 중 1위를 차지했습니다.

2위는 네덜란드, 3위는 룩셈부르크, 4위 스위스, 5위 스페인 등이 그 뒤를 이었습니다. 2012년 한국의 대(對) 브라질 투자액은 8억 7,500만 달러(약 9,500억 원)로 투자국 중 15위를 차지했습니다.

2014년 1월~7월 누적 기준 브라질의 FDI 순 유입액은 약 351억 달러(약 38조 1,300억 원)로 전년 동기 대비 0.1% 감소했습니다.

같은 기간 한국의 대 브라질 투자액은 3억 8,600만 달러(약 4천억 원)로 지난해 동 기간 투자액인 4억 3,500만 달러(약 4,700억 원) 대비 12.6% 감소했습니다.

### 3) 물가 상승률 변화

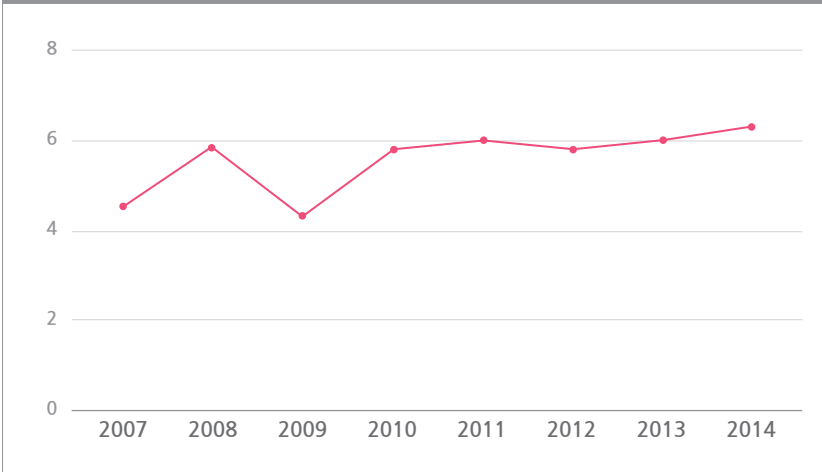
2010년 소비자 물가상승률은 브라질 중앙은행의 기준금리 인하 여파와 경기회복에 따라 전년대비 1.6% 상승한 5.9%로 나타났습니다.

2011년 소비자 물가상승률의 경우 전년 대비 37% 상승하여 당초 목표치인 4.5%보다 높은 6.5%를 기록했습니다.

2012년에는 브라질 중앙은행이 발표한 물가상승률 목표(4.54%)보다 훨씬 높은 수치인 5.84%로 마감했으며, 2013년 초에는 높은 인플레이션이 지속되어 우려를 자아냈으나 하반기에 물가가 안정세에 들어서며 5.91%로 한 해를 마감했습니다. 2014년의 브라질 소비자 물가상승률 전망치는 6.27%입니다.

그림 1-10 브라질 물가상승률 추이 (%)

출처: 브라질 중앙은행

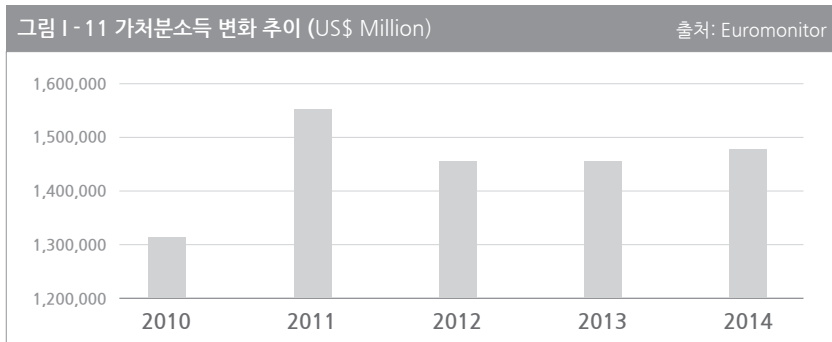


#### 4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

Euromonitor에 따르면 2014년 브라질의 가처분소득은 약 1조 4,772억 달러 (약 1,612조 9,57억원)로 추산됩니다.

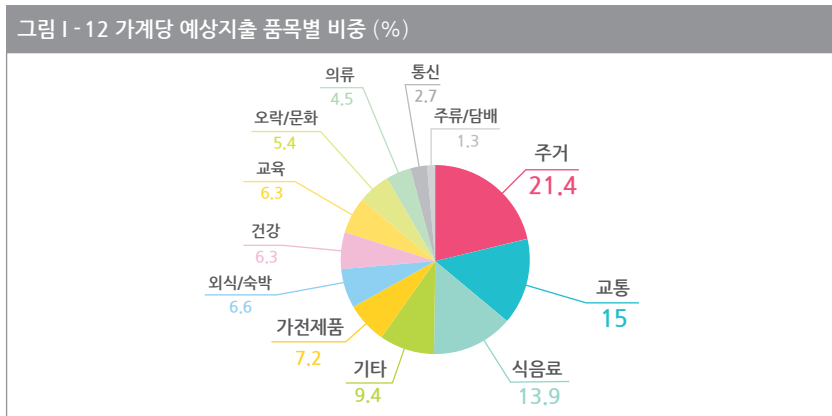
최근 5년간 브라질의 가처분소득은 2011년에 1조 5,500억 달러(약 1,689조 원)로 정점을 찍고 이후 1조 4,582억 달러(약 1,578조 원)까지 낮아졌습니다. 유럽 경제위기의 여파가 원인으로 꼽힙니다.

2014년 1인당 가처분 소득은 약 7,312달러(약 790만 원)가 될 것으로 예측됩니다. 2014년 브라질 전체의 식품산업 규모는 1,968억 달러(약 214조 5,317억 원)입니다.



브라질의 가계당 예산지출 품목 중에선 주거 관련 비용이 21.4%로 가장 높았으며, 교통 관련 비용(15%)이 그 다음으로 높았습니다.

식음료 관련 지출도 13.9%를 차지하며 품목 가운데 3위를 차지하고 있습니다. 외식/숙박 관련 지출은 6.6%로 높지 않은 비중을 나타냈습니다.



## 5) 경제 동향

브라질 정부는 기준금리 인하, 세금 감면 및 인센티브 부여 등 경기진작을 위한 정책을 추진했으나 경기침체 및 소비감소 지속으로 2013년 경제성장률 2.5%를 기록하는 데 그쳤습니다.

대내적으로 취약한 거시 경제지표, 사회보장 중심 정책 및 정부의 시장개입 때문에 투자자들의 신뢰가 저하될 것으로 보입니다.

대외적으로는 미국의 양적완화 종료, 주요 수출처인 중국과 아르헨티나의 경제전망 약화에 따라 2014년 경제성장률이 0.4%에 그칠 것으로 전망됩니다.

2014년 노동자 계층의 적극적 지지에 힘입어 재선에 성공한 호세프 대통령은 최저임금 인상과 노동자 권리 강화에 집중할 것으로 보입니다. 이에 따라 시장 상황이 단기적으로 부정적인 영향을 받을 수 있다는 우려가 제기되고 있습니다.

2014년 9월 브라질의 물가상승률은 6.75%로 최근 3년 중 최대치를 기록했으며, 인프라 건설 침체와 헤알화 약세로 인한 수입가격 인상으로 물가상승은 지속될 것이라고 전망됩니다.

브라질 정부는 연간 인플레이션 억제 기준치를 4.5%로 설정하고 있습니다.

브라질 정부는 예산안을 수정해 재정목표를 달성하고자 하기 때문에 향후 경기 부양을 위한 인프라 투자와 세제 혜택이 줄어들 전망입니다.



사진 I-13 지우마 호세프 브라질 대통령



2014년 들어 선진국을 중심으로 세계경제가 회복세를 보이고 있으나 브라질의 경기 상황은 오히려 악화되고 있습니다.

고물가로 인해 소비를 비롯한 내수 경기가 위축되었고, 신용평가회사 Moody's는 브라질의 신용등급을 '부정적'으로 하향 변경했습니다.

브라질 경기침체의 원인으로 국내와 해외의 부진한 수요와, 고질적인 문제인 '브라질 비용(Brazil Cost)'이 지적되고 있습니다.

2014년 브라질의 무역수지는 -39억 3천만 달러(약 -4조 3,187억 원)로 2000년 이후 첫 적자를 기록했습니다. 2014년의 무역수지는 98년 이후 가장 큰 적자폭이자 2000년 이후의 첫 적자입니다.

높은 세금, 부족한 인프라, 최저임금 인상에 따른 노동 비용 증가도 경기 악화에 기여하고 있습니다. 또한 전력공급 차질에 의한 산업 생산 둔화와 신흥시장 혼란에 따른 헤알화 약세도 경제에 악영향을 미치고 있습니다.

이러한 경기 상황 하에 브라질의 2014년 산업생산 증가율은 -3.2%를 기록하며 2000년 이후 가장 크게 감소했습니다. 가장 큰 감소율을 나타낸 품목은 자동차로 전년 대비 16.8% 감소했으며 금속제품, 야금제품, 기계/장비, 식음료 등의 부문도 타격을 입었습니다.

**브라질의 화폐인 헤알화는 약세가 지속될 전망입니다.**

2011년 말 무역수지 흑자 등에 기인한 헤알화 평가절상으로 수출 경쟁력 약화가 문제되며 브라질 정부는 외환시장에 적극 개입해 왔습니다.

이후 국제금융 시장 불안, 외국인 자금 유입 둔화, 경상수지 적자 기조에 따라 약세가 지속되고 있습니다. 브라질 정부는 2009년 외국인 투기자본에 의한 시장 과열을 막기 위해 토빈세(금융거래세)를 도입했습니다. 그러나 미국의 양적완화 축소에 따른 글로벌 유동성 우려로 2013년 6월 토빈세를 0%로 조정하고, 달러 유출에 따른 헤알화 약세를 방어하기 위해 노력하고 있습니다.

그럼에도 미국의 양적완화 종료와 글로벌 달러 강세로 헤알화 약세는 계속될 것으로 보입니다.

[참고] 브라질 비용(Brazil Cost)

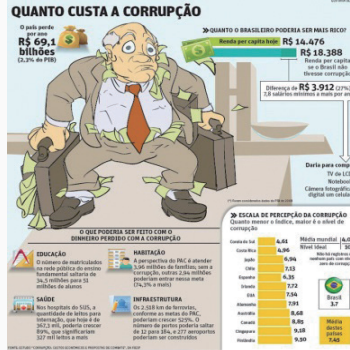


그림 1-13 브라질 비용을 묘사한 만평

브릭스(BRICS, 2000년대를 전후해 빠른 경제성장을 거듭하고 있는 브라질·러시아·인도·중국·남아프리카공화국을 일컫는 용어) 국가 가운데 하나이며 각종 천연 원자재를 보유하고 있음에도 불구하고 브라질이 경제대국이 되지 못하는 이유는 흔히 '브라질 비용(Brazil Cost)' 때문이라고 합니다.

브라질 비용이란 브라질에서 정상적인 기업활동 비용 이외에 추가로 지불하는 비용을 의미합니다.

브라질 비용의 주원인으로는 복잡한 법과 세금 제도, 높은 세율, 관료주의, 인프라 시설의 미비 등이 꼽힙니다.

따라서 브라질 비용은 브라질의 경제발전과 산업경쟁력을 가로막는 모든 부정적 요인을 총칭한다고 할 수 있습니다.

이러한 브라질 비용은 브라질 경제발전의 장애요인일 뿐만 아니라 브라질에 진출하는 외국기업들에게도 높은 진입장벽으로 작용합니다.

브라질 비용의 원인을 하나씩 살펴보자면 먼저 높은 세제부담이 있습니다. 브라질의 높은 세금은 외국기업뿐만 아니라 브라질 자국 기업들조차 기업의 경쟁력을 약화시키는 가장 심각한 요인으로 꼽고 있습니다. 세금의 액수가 클 뿐만 아니라 세금체계가 워낙 복잡하고 종류가 다양하기 때문입니다. 브라질 내에서 활동하고 있는 197개 다국적 기업을 대상으로 한 설문에서도 기업활동의 어려운 요소로 세금 문제를 가장 많이 꼽았습니다.

두 번째로 브라질의 열악한 인프라 시설이 있습니다. 인프라는 ‘인프라스트럭처 (Infrastructure)’의 줄임말로 경제활동의 기반을 형성하는 기초적인 시설을 의미합니다. 도로, 하천, 항만, 공항 등과 같은 사회자본들이 대표적이며 최근에는 학교나 병원, 공원과 같은 사회복지, 생활환경 시설 등도 포함하고 있는 개념입니다.

브라질의 인프라 시설은 1980년대 이후 정부의 장기발전계획 부재와 투자부족으로 인해 심하게 낙후된 상태입니다. 브라질 내륙지방에서 생산된 곡물이 남동부 수출항까지 운반되는 데 소요되는 비용이 여타 선진국에 비해 2~3배 비싸다는 점을 생각해보면 브라질의 인프라가 얼마나 열악한지 가늠할 수 있습니다.

세 번째로 지나친 관료주의로 인한 정부의 비효율성이 있습니다. 브라질은 장기간의 군사독재로 인해 민주주의의 역사가 짧습니다. 그리고 식민시대의 전통과 군사독재 문화의 잔재인 관료적 권위주의 통치 관행이 혼재해 있습니다. 이에 따라 부정부패가 만연하고 정부의 효율성도 크게 떨어져 있습니다. 세계 개편이 쉽지 않고 인허가 행정적인 절차가 너무 많아 기업들은 브라질에서의 활동에 어려움이 크다고 말합니다.

이 외에도 높은 금리, 자본시장의 미성숙 등에 따른 기업들의 자금조달 어려움도 브라질 비용을 높이고 있습니다.

**결과적으로 지금까지 열거한 과중한 브라질 비용은 기업과 국가경제의 경쟁력 하락을 초래합니다.**

브라질 비용은 지속가능한 경제 성장에 걸림돌이 되는 것은 물론이고 외국기업들의 브라질 진출을 위축시키기 때문에 이를 줄이고자 하는 노력이 계속되고 있습니다.



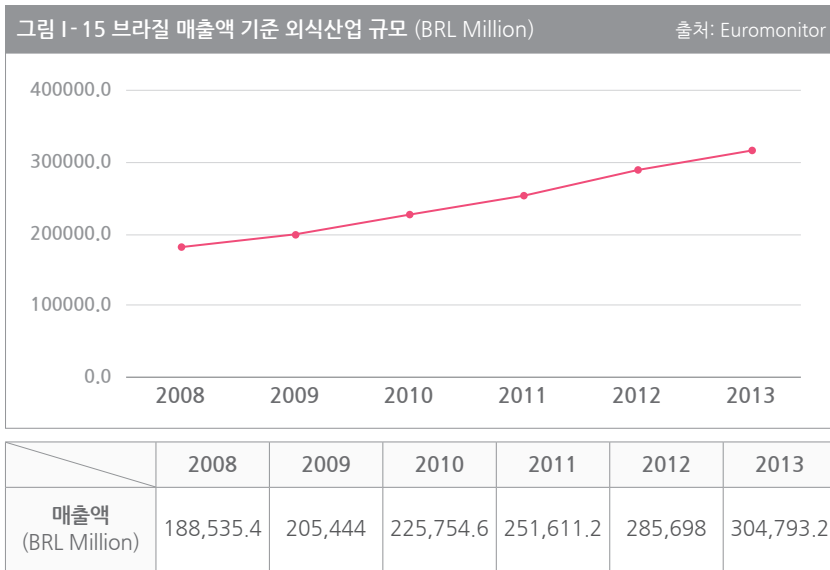
그림 I - 14 브라질 비용(Brazil cost, Custo Brasil)

### 3. 외식시장 현황

#### 3.1 시장에 대한 이해

##### 1) 외식시장 규모

###### ① 외식산업 규모



브라질의 외식 산업은 매출액 기준으로 2008년~2013년 동안 연평균 8.3% 증가했으며, 2018년까지 연평균 4.0% 추가 증가할 전망입니다.

패스트푸드가 16.1%의 성장률을 보이며 지난 6년간 가장 크게 성장했습니다. 셀프 서비스 카페테리아, 노점/키오스크도 각각 14.2%, 14.1%의 성장을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면에 카페/바는 4.9%의 성장을 보였으며, 시장 전체 성장률보다 낮아 시장점유율을 잃고 있습니다.

2018년까지의 전망 기간 동안 패스트푸드는 연평균 7.9%의 성장률을 보일 것으로 전망되며 계속해서 가장 많이 성장할 부문으로 예상됩니다.

노점/키오스크는 2018년까지 연평균 7.3%의 성장을 보이며 두번째로 성장해, 시장점유율을 높일 것으로 전망됩니다.

② 업태별 현황

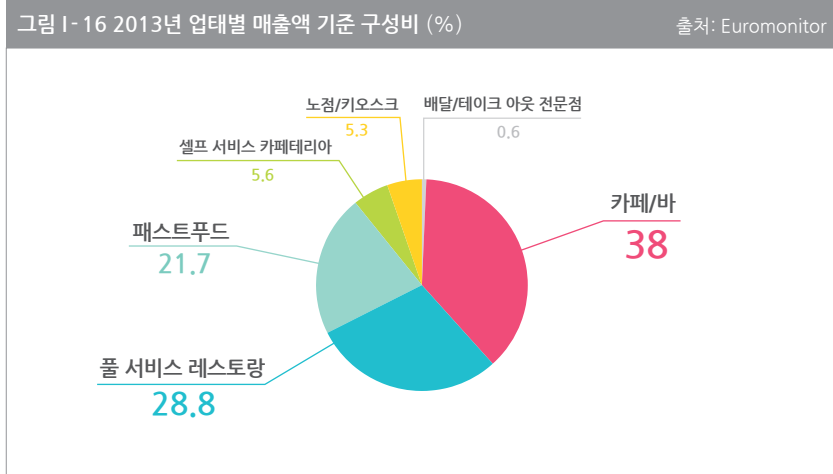
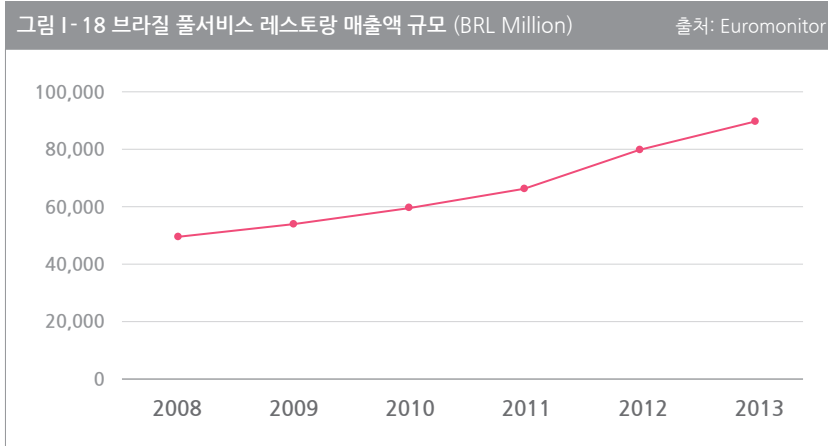


그림 I - 17 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (BRL Million) 출처: Euromonitor

	2008	2013	
		BRL Million	CAGR (08~13)
외식산업	188,535.4	304,793.2	8.3
배달/테이크 아웃 전문점	937.4	1,761.3	13.4
카페/바	91,347.4	115,799.0	4.9
풀서비스 레스토랑	47,699.3	87,871.0	13.0
패스트푸드	31,436.8	66,190.1	16.1
셀프 서비스 카페테리아	8,781.3	17,080.0	14.2
노점/키오스크	8,333.2	16,091.8	14.1

\* 위 식당유형은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 일반적인 식당분류와는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장



풀서비스 레스토랑의 2013년 매출액은 약 878억 7,100만 헤알(약 31조 8,251억원)을 기록하였습니다.

매출액 기준, 2008년~2013년 동안 연평균 8.3%의 성장률을 기록한 외식산업 시장에서 풀서비스 레스토랑은 13.0%의 성장률을 기록하며 시장점유율을 높여 왔습니다. 이는 외식 업체 중 다섯 번째로 높은 수치입니다.

브라질의 경기회복 덕분에 외식산업은 2018년까지 매출액 기준 4.0%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 같은 기간 5.3%의 성장률을 기록하며 시장점유율을 지속적으로 확대할 전망입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 Outback Steakhouse가 21.2%, Pizza Hut이 9.9%의 시장점유율을 기록했습니다.

## 2) 외식시장 트렌드

브라질의 외식시장은 2013년까지 급속한 확장세를 보였으나 시장 내 높은 비중을 차지하는 카페/바 부문이 완만한 성장을 보임에 따라 이전까지의 확장세가 다소 누그러졌습니다.

패스트푸드 부문이 빠르게 성장하고 있으며 특히 프랜차이즈 패스트푸드 업체들이 높은 점유율을 보이고 있는 상황입니다.

2013년 브라질 TOP5 패스트푸드 업체인 맥도날드(Mcdonald's), 버거킹(Burger King), 하빱스(Habib's), 서브웨이(Subway), 밥스(Bob's)는 전년도에 비해 2%의 매출액 성장을 달성했습니다. 이들은 전체 패스트푸드 업계 매출액의 56%를 차지하며, 주도권을 쥐고 있습니다.

맥도날드는 이전에 비해 패스트푸드 업계에서의 점유율을 잃었으나 29%의 시장점유율을 차지해 여전히 패스트푸드 업계 1위를 달리고 있습니다. 맥도날드는 새로운 점포 론칭과 TV 광고를 통해 공격적인 마케팅 전략을 내세우고 있습니다.

버거킹은 3%의 점유율 증가를 보이며 패스트푸드 업계 가운데 2위 업체로 발돋움했습니다. 버거킹 역시 프랜차이즈 시스템을 통해 점포 확장 전략을 내세웠고, 피크타임이 아닌 시간대에도 할인 프로모션을 펼치면서 고객들을 사로잡았습니다.

중동 패스트푸드점 하빱스는 1%의 점유율 하락을 보였습니다. 하빱스는 점포를 새로 확장하는 것에 보수적인 전략을 취하고 있으며, 대신 다른 사업 부문에 집중하고 있습니다. 현재 하빱스는 냉동 애피타이저 신상품을 출시하는 것에 주력하고 있습니다. 이 상품들은 슈퍼마켓과 대형 할인매장에서 판매될 예정입니다.

패스트푸드 업체 가운데 하빱스와 같이 외식업 외의 사업으로 방향을 돌리는 업체들이 생겨나고 있습니다.

패스트푸드 업계 점유율 10위를 차지하고 있는 브라질 패스트푸드점인 비벤다도카마라오(Vivenda do Camarão) 역시 인스턴트 식품 사업을 시작했습니다. 이들은 생선류의 패스트푸드를 인스턴트 상품으로 생산하는 사업을 진행 중입니다.



사진 1-14 패스트푸드 업체 하빱스(좌), Vivenda do Camarão(우)

최근 건강한 음식을 파는 패스트푸드점들이 브라질 소비자들에게 인기를 얻고 있습니다.

브라질 내 몇몇 다국적 체인점들은 정크푸드 대신 건강한 음식을 생산하는 것으로 전략을 변경하고 있습니다. 소비자들은 패스트푸드가 건강한 음식으로 변화하는 것을 환영하고 있습니다. 성공적인 웰빙 패스트푸드점의 예시로는 샐러드와 샌드위치를 주 메뉴로 하는 Sumo Salad, Salad Creations, Seletti, DNA Natural 등이 있습니다.

웰빙 패스트푸드 점포들은 대부분 많은 수의 소비자가 찾는 쇼핑센터의 푸드코트에 위치하고 있으며, 해마다 매장 수가 늘어나고 있습니다.

앞으로도 웰빙 패스트푸드점의 전망은 밝을 것으로 전망됩니다. 대표적인 웰빙 패스트푸드점인 DNA Natural과 Seletti의 경우, 2011년 브라질 내 점포 수가 35개에 불과했으나 2013년에는 69개의 매장이 성업하고 있습니다. 더불어 매출액은 2011년 3,500만 헤알(약 143억 원)에서 2013년 약 7,800만 헤알(약 319억 원)으로 증가했습니다.



사진 1-15 Sumo Salad 매장(좌) 및 메뉴(우)

호주 체인점인 Sumo Salad는 2014년 1월 상파울로에 처음 문을 연 뒤 다양한 종류의 샐러드 요리를 제공하며 단기간에 급성장했습니다. Sumo Salad는 현재 많은 소비자들에게 인기를 얻고 있으며 상파울로를 시작으로 브라질 시장에 대한 분석을 마치고 중장기적으로 브라질의 여러 상업 지역에 점포를 개점할 예정이라고 밝혔습니다.

체인점 가운데 시장점유율 1위를 차지하고 있는 맥도날드 역시 건강한 메뉴를 개발하기 시작했습니다.

2013년 맥도날드는 스무디와 넥타르(벌꿀이 섞인 건강음료)를 메뉴에 포함시켰으며 샐러드, 랩 등 채소가 많이 들어가는 메뉴들을 개발 중입니다.



2013년 브라질의 경제 성장이 주춤하면서 외식업계 사업자들은 상당한 어려움을 겪었습니다.

높은 물가상승률, 평균 임금 상승, 상업부지 임대료 증가 등의 요인들이 모두 외식사업에 부정적인 영향을 끼쳤습니다.

세금 인상으로 인해 음료 및 주류의 가격이 상승했고, 2012년엔 음주단속법 Dry Law가 강화되어 높은 벌금이 책정되었습니다. 이 때문에 소비자들이 집 밖에서의 음주를 기피하게 되어 카페/바 사업자들은 큰 어려움에 봉착했습니다.

그뿐만 아니라 시내 주요지역의 레스토랑들은 2013년 6월과 7월에 있었던 버스요금 인상에 대한 격렬한 항의운동 때문에 예전보다 일찍 문을 닫아야 했습니다.



사진 I-16 음주단속법 Dry Law 시행 현장

이와 같은 부정적인 상황에도 불구하고 이를 상쇄할 여러 긍정적인 요인이 있어 앞으로 외식산업은 밝은 모습을 보일 것으로 예상됩니다.

외식업계의 부흥에 기여할 가장 긍정적인 요인은 앞으로 열릴 대형 스포츠 행사입니다. 2014년 브라질 월드컵에서 경험했듯 2016년 리우데 자네이루 올림픽은 외식업계의 높은 매출을 유도할 것으로 기대됩니다.

외국인 관광객들과 국내 관광객들은 스포츠 경기를 관람할 때 많은 맥주와 안주를 소비하므로 바, 레스토랑 및 빵집 등의 매출액이 이 기간에 급상승할 것으로 전망됩니다.

SindRio가 발표한 수치에 의하면 리우 데 자네이루에서는 월드컵 기간이었던 2014년 6월에서 7월 사이에 30% 정도의 외식매출액 증가가 있었습니다.

또 다른 긍정적인 요인으로는 다국적 체인점들이 브라질에 새롭게 들어서고 있다는 점입니다. International Meal 그룹은 2014년 브라질에 Cheesecake과 Red Lobster 등 다국적 체인점 브랜드들을 론칭했습니다.

이 그룹은 패스트푸드점 Carl's Jr와 IMC 등의 매장을 2012년 브라질에서 론칭하여 1년간 4개로 확장시킨 경험이 있습니다. 포르투갈 베이커리 체인점인 My Sandwich는 2013년 브라질에 4개의 점포를 열었으며 2016년까지 사업을 확장해나갈 것이라 발표했습니다.



사진 1-17 체인점 Carl's Jr(좌), IMC 로고(우 상단), Red Lobster(우 하단)

던킨도너츠 역시 2014년 상파울로, 리우 데 자네이루, 브라질리아 등 주요 도시들을 중심으로 점포를 다수 오픈할 것이라 밝혔습니다.

브라질 내에서 빠르게 확장한 체인점의 또 다른 예로는 샌드위치 체인점 Quiznos가 있습니다. Quiznos는 2011년 브라질의 여러 도시에서 론칭했으며 2015년까지 브라질 내 점포수를 300개로 늘리며 공격적인 확장 계획을 펼칠 예정이라고 발표했습니다.

상파울로는 브라질 외식시장에서 체인점이 진출하기 가장 좋은 도시로 손꼽히고 있습니다.

상파울로의 도시 규모, 문화적 다양성, 높은 소득수준, 활발한 밤 문화, 외식에 대한 애정 등은 새로운 기업들이 진출하기 이상적인 조건으로 인식되고 있습니다.

이 도시에는 브라질 전역에서 인구가 유입되고 있으며 매해 전문직과 학생들이 다수 정착하고 있습니다. 약 2,000만 명 이상의 인구가 상파울로의 변두리에 거주하고 있기 때문에, 이 지역들로 진출하여 이익을 보고자 하는 프랜차이즈 사업자들이 최근 늘어나고 있는 추세입니다.

브라질의 북부 및 북동부에서는 금융 인센티브와 관광업의 호조 덕분에 외식업체들이 증가하고 있습니다.

북동부는 상대적으로 상업부지의 임대료가 낮은 편이기 때문에 향후 이 지역에서의 외식업체 확장이 활발할 것으로 기대되고 있습니다.



그림 1-19 브라질 쇼핑센터 연합(ABRASCE)

브라질 쇼핑센터 연합(ABRASCE, Brazilian Association of Shopping Centres)에 의하면 약 15%의 소비자들이 쇼핑이 아닌 외식을 하기 위해 쇼핑센터에 오는 것으로 조사되었습니다. 또한 쇼핑센터에 입점되어 있는 음식점들은 하루에 약 160만 명의 잠재적 고객을 보유하고 있는 것으로 나타났습니다.

음식의 위생과 안전성을 고려하는 소비자들은 대형 쇼핑센터를 자주 찾고 있습니다. 일반적으로 작은 규모의 식당보다 대형 쇼핑센터에 입점한 식당의 음식은 안전성이 보장된다고 인식되기 때문입니다.

따라서 높은 임대료에도 불구하고 다수의 외식업체들은 잠재적 고객이 많은 메트로폴리탄 지역 내의 쇼핑센터에 관심을 보이고 있습니다.

## 3.2 고객에 대한 이해

### 1) 소비 특성

최근 브라질에서는 외식비를 줄이고 가정에서 웰빙 음식을 만들어 먹자는 인식이 확산되면서 직접 도시락을 준비하는 직장인들이 늘고 있습니다. 또한 산뜻한 과일 아이스바가 기존의 디저트 메뉴를 제치고 소비자들 사이에서 돌풍을 일으키고 있습니다.

교육계에서는 디지털 학습의 효과가 높다는 사실이 조명되기 시작하며 멀티미디어 교육기기 및 프로그램에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

종합하면 브라질 사회에서 나타나고 있는 소비 특성은 “웰빙”과 “디지털화”로 요약됩니다.

#### ① 도시락 휴대 인구 증가

최근 도시락을 즐기는 인구와 도시락을 직접 준비해서 출근하는 직장인들이 늘면서 브라질의 도시락 용기 수요가 증가하고 있습니다.

특히 상파울로를 중심으로 도시락 용기 판매점이 증가하고 있습니다. 경기 불황으로 인한 소비 감소와 웰빙에 대한 관심이 도시락 인구 증가의 주원인으로 분석되고 있습니다.

도시락을 직접 준비하는 직장인은 주머니 사정이 좋지 않은 사회 초년생인 경우가 많았으며, 웰빙에 관심이 높은 고소득층 인구도 가정에서 조리한 건강식을 먹기 위해 도시락을 준비하는 것으로 나타났습니다.



사진 I-18 브라질에서 판매 중인 다양한 도시락 용기

대표적인 도시락 업체로는 'Tupperware'사와 'Bento Store'가 있습니다. 'Tupperware'사는 브라질 시장에 1977년 진출하여 소비자 사이에서 '플라스틱 음식 포장 용기의 대명사'로 인식되고 있습니다.

Bento Store는 2013년에 설립된 수입제품 전문업체로 도시락 용기 및 보온병, 도시락 가방 등 도시락 관련 제품을 전문적으로 판매하고 있습니다. 이들은 독특한 매장 인테리어와 소셜 미디어를 이용한 마케팅 전략을 활용하고 있어, 특히 젊은층의 소비자들로부터 높은 인기를 누리고 있습니다.

한국과 달리 브라질에서는 보온 도시락통이 보편화되지 않아 직장인들은 플라스틱 용기에 담은 음식을 전자레인지로 데우거나 도시락 가열대를 이용해 데우는 경우가 많습니다.

일반 가정에서는 전기 코드에 연결해 음식을 데우는 도시락 용기를 사용하며, 도시락 소지 인원이 많은 회사에서는 한번에 많은 도시락을 데울 수 있는 단채용 도시락 가열대를 구비해놓고 있습니다.



사진 I-19 도시락 조리대

## ② 교육용 멀티미디어 시장의 부상

브라질의 국립교육을 다루는 포럼인 2015브라질국립교육프로그램(PNLD2015)은 디지털 교육 강화를 강조했습니다. 이에 따라 디지털 교육에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

현재는 저학년을 위주로 한 멀티미디어가 주류이지만 차츰 전 학년을 대상으로 한 교육용 멀티미디어 수요가 증가할 예정입니다.

유아를 대상으로 한 교육 멀티미디어는 이전부터 활발히 이용되어 왔으나, 그 밖의 연령대를 위한 교육용 멀티미디어는 부족한 실정입니다.

상파울로 주립대학(USP)은 '애니메이션 등 멀티미디어를 활용할 때, 학생들이 평소보다 능률적으로 학습하는 것으로 나타났다'는 조사 결과를 발표하며 멀티미디어의 중요성을 강조했습니다. 또한 교육 관련 업체인 Pearson사는 교육용 게임을 통해 학생의 성적이 8~12% 가량 향상됐다고 밝혔습니다.

이에 브라질 대표 출판사인 Saraiva사, FTD사 등이 멀티미디어 교육 시장에 뛰어들고 있습니다.

Saraiva사는 수학, 국어, 과학, 지리, 역사 등 초등학교 1학년에서 5학년까지의 교과 내용으로 게임을 만들었고 약 8,300권의 중등 및 고등 교과서도 게임버전으로 개발 중입니다.

FTD사의 경우 당사에서 출판한 교과서의 20%를 교육용 멀티미디어로 제작해 FTD Digital을 통해 제공하고 있습니다. 소비자들은 FTD Digital에서 e-Book 서비스를 이용하고, 교사는 FTD Digital을 이용하여 수업계획, 학습 자료, 동영상 강의 및 온라인 시험 과제를 입력할 수 있습니다. 또한 FTD사는 스마트폰 앱을 통해 어린이용 도서에 대한 멀티미디어 서비스를 제공하고 있습니다.

**브라질 교육용 멀티미디어 시장은 높은 성장 잠재력을 보유하고 있는 것으로 보입니다. 앞으로 교육용 멀티미디어 자료뿐만 아니라, 전자칠판 등 디지털 교육 기자재에 대한 수요도 증가할 것으로 예상됩니다.**

그러나 멀티미디어를 사용할 수 있는 적절한 인프라가 학교에 갖춰져 있어야 하고, 교사들이 디지털 매체를 다루는 교육을 받아야 하므로 교육용 멀티미디어가 상용화되기까지는 다소 시간이 걸릴 것으로 예상됩니다.

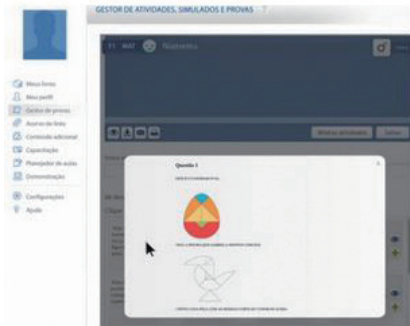


그림 1-20 FTD Digital의 교육용 애플리케이션 사진 1-20 Saraiva사의 멀티미디어샵

### ③ 과일 아이스바 인기

브라질에서는 최근 멕시코풍의 과일 아이스바 열풍이 불고 있습니다.

‘멕시코풍 아이스크림’은 우유가 주원료인 기존 아이스크림과 달리 과일을 주원료로 한 산뜻한 셔벗 타입의 아이스크림입니다.

멕시코풍 아이스바 열풍은 브라질 내 웰빙 바람이 디저트 문화에도 영향을 주고 있음을 시사합니다.



사진 1-21 아이스바 전문점 Los Paleteros

2012년 브라질 남부지역에 처음 문을 연 멕시코풍 셔벗 스타일의 아이스바 브랜드 ‘Los Paleteros’는 브라질 내 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌었습니다.

이 아이스바 전문점은 브라질에 진출한 지 얼마 되지 않았으나 이미 브라질 6개 주에 39개 매장을 열었을 정도로 인기가 높으며 매장 수를 60여 개로 확대할 계획을 가지고 있습니다.

기존 빙과식품과 차별화된 멕시코풍 과일 아이스바를 맛본 브라질 소비자들은 신선한 재료와 가벼운 맛에 크게 열광했습니다. 두 곳의 점포로 시작한 Los Paleteros의 2014년 매출액은 5,500만 헤알(약 231억 원)로 추정됩니다.

Los Paleteros의 대표는 브라질에 불고 있는 웰빙 열풍에 대한 정확한 분석을 바탕으로 과일을 원재료로 한 건강한 빙과류를 고안한 것이 성공 비결이라 말합니다.

이들은 주요 타겟 소비자층을 중산층으로 설정했으나 상류층과 중하위층도 함께 즐길 수 있는 상품을 개발해 대중적인 인기를 얻은 것으로 분석됩니다.

## 2) 외식소비 특성

브라질 사람들에게 있어 하루 식사 중 큰 부분을 차지하는 것은 점심 식사입니다. 직장인들에게는 보통 하루 1시간 내지 2시간의 점심시간이 있습니다.

다국적 기업과 대기업 같이 복지 혜택이 많은 회사의 경우 근로자들에게 구내 식당에서 식사를 제공합니다. 그러나 중소기업의 경우 식권을 제공하며 대부분의 외식업체 역시 이러한 회사 발행 식권을 제공합니다.



사진 1-22 브라질의 회사발행 식권

셀프 서비스 카페테리아나 소규모 식당에서 브라질 사람들이 점심시간에 주로 찾는 음식은 쌀, 콩, 고기, 야채로 구성된 메뉴입니다. 많은 브라질 사람들은 요리에 샐러드를 곁들여 먹습니다.

대부분의 음식점들은 점심에 뷔페를 제공하고 있으며 손님들은 점시에 원하는 만큼 음식을 담아 무게에 따라 값을 지불합니다.

셀프 서비스가 아닌 음식점에서는 애피타이저, 메인 요리, 디저트로 이루어진 고급 정식 메뉴를 제공합니다. 또 일부 음식점은 셀프 서비스 뷔페와 정식 요리를 함께 제공하기도 합니다. 음식점에 따라 음식의 무게와 상관 없이 접시당 동일한 가격을 받는 곳도 있습니다.

음식물 쓰레기를 줄이기 위해 음식점들은 식사를 많이 남긴 고객에게 벌금을 받는다고 말하지만, 실제로 그런 일이 자주 있지는 않습니다.

점심이 하루 중 가장 중요한 식사이기에 비즈니스 구역에 위치한 음식점 중에는 점심에만 문을 여는 곳도 있습니다.



브라질 사람들은 비즈니스 디너를 제외한 일반적인 저녁 식사는 집에서 간단히 해결하는 편입니다.

보통 소량의 샐러드, 수프, 샌드위치, 과일 등으로 식사합니다. 식재료를 미리 구비해놓지 않은 경우 피자를 주문하거나 음식점에서 저녁 식사를 테이크 아웃 해가는 사람들도 있습니다.

아침 식사의 경우 집에서 먹거나 빵집, 카페에서 직장 동료와 먹습니다.

집에서 먹는 아침은 일반적으로 과일, 요거트, 빵, 작은 샌드위치 등으로 구성되며 밖에서 먹는 아침은 그릴에 구운 빵과 버터, 따뜻한 햄 치즈 샌드위치, 또는 브라질 전통빵인 ‘빵 지 케이주’(Pao de Queijo, 마니옥 가루와 치즈로 만든 빵) 등으로 구성됩니다. 주스와 커피 역시 아침에 잘 팔리는 음료입니다.

점심에 빵집이나 카페에 들러 경우 가게 내에서 식사를 마치고 가는 것이 일반적이며 음료나 음식을 테이크 아웃 하는 일은 드뭅니다.



사진 I-23 브라질의 전통 치즈빵 ‘빵 지 케이주’(좌), 브라질 아침식사의 전형(우)

브라질 사람들은 2012년 기준, 패스트푸드에 약 5,500만 헤알(약 231억 원)을 소비한 것으로 나타났습니다.

빠르게 식사를 마칠 수 있는 패스트 식당(Fast sit-down restaurant)과 패스트푸드점들은 지난 몇 년간 상당한 성장세를 보여왔습니다.

미국 패스트푸드 체인점들은 굉장히 붐비며 특히 쇼핑몰 푸드코트에 입점한 경우 주말에 매우 많은 사람들이 찾습니다. 브라질 패스트푸드 체인점들 역시 인기가 많으나 미국 체인점의 인기가 월등히 높습니다.

브라질에서 일반적으로 패스트푸드점에 간다는 것은 테이크 아웃이 아닌, 가게 내에서 식사한다는 것을 의미합니다. “빠른 식사”를 추구하는 패스트푸드의 의미가 무색하게, 브라질 사람들은 패스트푸드점을 가족과 함께 “여유롭게” 식사하는 곳으로 생각한다는 점이 역설적입니다.

패스트 식당(Fast sit-down restaurant)도 브라질에서 인기를 얻고 있는 새로운 영업 형태 가운데 하나입니다. 패스트 식당은 계산대에서 주문하는 방법이 패스트푸드점과 비슷하지만 웨이터, 웨이트리스에 의해 테이블로 안내된다는 점에서 패스트푸드점과 차이가 있습니다.

브라질 사람들은 음식을 무제한으로 리필해주는 “로디지오(Rodizio)” 식당을 대단히 좋아합니다.

한국의 “무한리필점”에 해당하는 “로디지오”식당은 일반적으로 스테이크 요리를 제공하는 경우가 많으며 매우 인기가 많습니다. 최근에는 스테이크뿐 아니라 피자, 초밥, 중동 음식, 이탈리아 음식까지 로디지오 식당에 나와 인기를 끌고 있습니다.



사진 1-24 로디지오 메뉴 및 식당 전경

오늘날 브라질에는 건강한 음식에 관심을 쏟는 사람들이 증가하고 있습니다.

나쁜 식습관으로 인해 발생하는 질병에 대한 관심이 높아짐에 따라 “웰빙 음식”을 먹는 것은 외식에 있어 중요한 부분이 되고 있습니다.

브라질의 높은 비만율도 브라질 사람들이 건강한 식사를 추구하게 된 큰 이유 중 하나입니다.

이에 농부들은 유기농 농법을 사용하여 농작물들을 재배하고 있고, 이러한 유기농 농작물들을 판매하는 노점, 슈퍼마켓들이 늘어나고 있습니다. 일부 슈퍼마켓의 경우, 유기농 농작물들만 모아놓은 웰빙코너가 있습니다.

이러한 웰빙 음식은 대부분 가격이 높기 때문에 사회경제적으로 상류층에 속하는 고객들을 겨냥한 상품입니다. 음식점들은 상류층 소비자들을 유인하기 위해 신선도가 높고 질 좋은 식재료를 공급하는 식자재업자를 찾아 경쟁하고 있습니다.



사진 1-25 유기농 작물 공급업자

전반적으로 브라질의 외식문화는 건강해지고 있으며 특히 패스트푸드에서의 이런 변화가 괄목할 만합니다.

패스트푸드점들은 유기농 샐러드, 생과일 주스, 통밀 샌드위치 등의 웰빙 메뉴를 내세우는 마케팅을 하고 있습니다. 일례로 스타벅스는 웰빙 열풍을 반영하여 생과일 주스 메뉴들을 개발하고 있습니다.

소비자들이 인공감미료와 합성 색소가 들어가지 않은 식음료에 높은 가치를 부여하기 시작하면서, 패스트푸드점들은 몸에 해로운 요소들을 줄여나가는 방향으로 메뉴를 재구성하고 있습니다.

상파울로의 주민인 “파울리스타(Paulistano)”들은 가장 자주 즐기는 나들이로 외식을 꼽습니다.

상파울로 사람들은 대부분 친구들과 맛있는 음식을 먹으러 다니고, 술집이나 음식점에서 사교적인 시간을 보냅니다.

일부 소비자들이 전통적인 입맛을 지니고 있지만, 대다수의 상파울로 사람들은 퓨전 음식을 선호합니다. 예컨대 상파울로에서 큰 인기를 끌고 있는 일본 음식은, “슈하스코”로 대표되는 전통적인 브라질 스테이크 식당보다도 가게 점포가 더 많습니다.

상파울로는 2014년 FIFA 브라질 월드컵을 주최하는 등 스포츠 산업 인프라가 잘 구축되어 있는 도시입니다. 브라질에서 가장 많은 외식업체들이 있는 곳이기도 하기에 업체 간 경쟁이 대단히 치열한 편입니다. 외식업체들이 많아서 소비자들은 외식을 할 때 식사할 곳을 신중하게 선택하는 경향이 있습니다.

외식업체들은 메트로폴리탄 지역에서도 특히 쇼핑몰 근처에 몰려있는 편이며 이는 쇼핑과 외식이 동시에 이루어지는 외식 소비 특성을 반영하고 있습니다.



사진 1-26 2014 FIFA 브라질 월드컵 개막식

### 3.3 경쟁자에 대한 이해

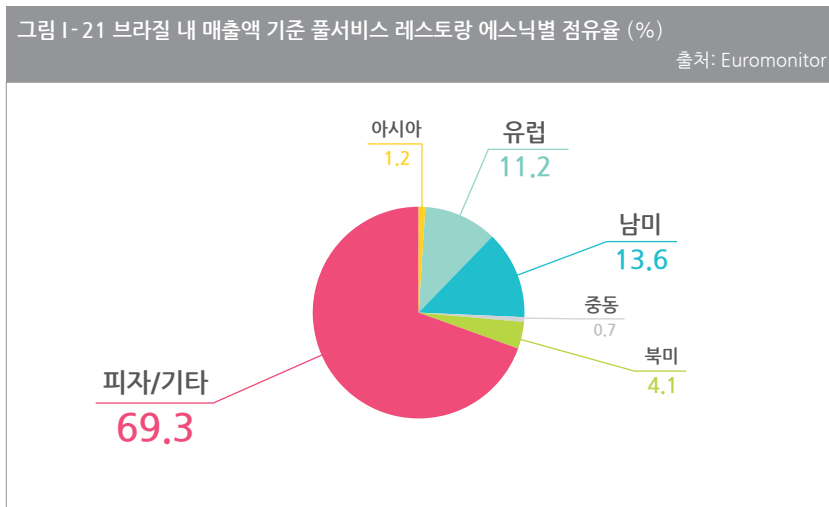
#### 1) 에스닉별 점유율

##### ① 브라질 내 매출액 기준 에스닉별 점유율

브라질 풀서비스 레스토랑의 매출액 기준 에스닉별 점유율을 살펴보면, 피자/기타(Pizza/Others)가 69.3%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 남미(Latin American)가 13.6%로 뒤를 이었습니다.

유럽(European)이 11.2%, 북미(North American)가 4.1%의 점유율을 보였으며, 아시아(Asian) 및 중동(Middle Eastern)의 합은 1% 내외의 낮은 점유율을 보였습니다.

아시아(Asian)는 2018년까지 연평균 10.4%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망되며, 반대로 중동 식당(Middle Eastern)은 1.6%의 가장 낮은 성장률을 기록할 것으로 나타났습니다.



\* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

② 상파울로 에스닉 레스토랑 분포 현황 (레스토랑 평가사이트 등록 수 기준)

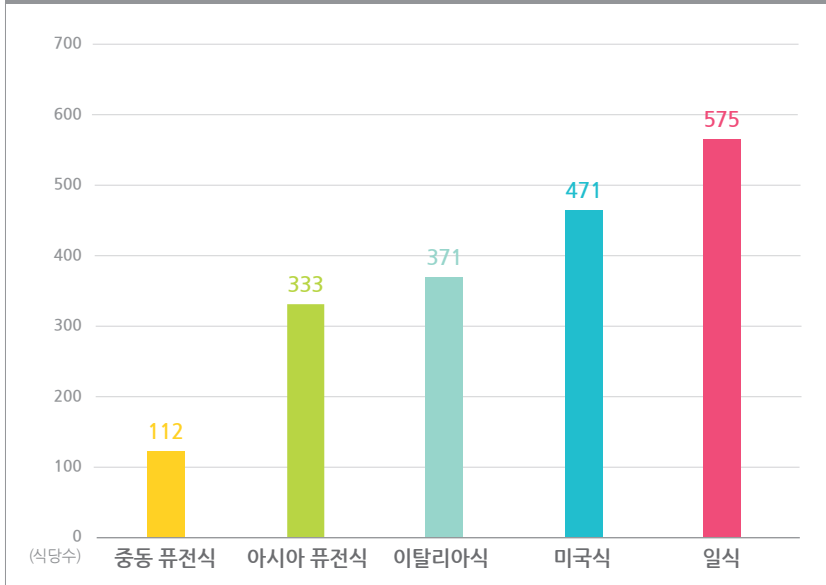
매장 수 기준 상파울로 내 에스닉별 점유율을 살펴보면 일식당(Japanese)이 575곳으로 가장 많았으며, 미국 식당(American)이 471곳으로 뒤를 이었습니다.

아시아 에스닉 식당 중에서는 아시아 퓨전(Asian Fusion)이 333곳, 중동 퓨전(Middle Eastern Fusion)이 122곳, 중식당(Chinese)이 93곳, 타이식당(Thailand)과 인도식당(Indian)이 각각 13곳 순으로 많습니다.

한식당(Korean)은 3곳으로 다른 아시아 에스닉 식당에 비해 수가 적은 것으로 파악됩니다.

그림 1-22 상파울로 에스닉 레스토랑 분포 현황

출처: Tripadvisor



\* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 대략적인 비교를 위하여 'Tripadvisor'의 자료를 인용한 것으로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

## 2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

### ① 일본 식당 진출 현황

일본 본토를 제외하면 브라질은 가장 많은 일본인이 사는 곳입니다. 일본 사람들은 1908년부터 브라질로 이민하기 시작하여, 현재는 그 수가 약 150만 여명에 이르고 있습니다.

초기 일본인들은 대부분 브라질 내의 일본인 사회를 중심으로 교류했습니다. 대부분이 농장을 운영하거나, 농장에서 일하는 사람들이었기 때문에 현지인들과 교류할 기회가 적었습니다.

그러나 오늘날 일본인들은 사회의 각계각층에 진출하였으며 특히 일식이 브라질에서 성공한 후 많은 사람들이 외식산업에 종사하고 있습니다.

일식당은 상파울로 전역에 퍼져있으나, 특히 리베르다지 상권의 “일본촌”이라고 불리는 지역에 몰려 있습니다.

이곳에는 대중화에 성공한 일식당뿐 아니라 전통 일식당도 많습니다. 곳곳에 일본어로 쓰여진 간판들이 있으며 일본 본토에서나 볼 수 있는 노점들이 있습니다.

리베르다지 상권의 “갈봉 부에노 거리(Rua Galvão Bueno)”에는 1960년대 일본 사람들이 돈을 모아 설치한 빨간 가로등이 여러 곳에 있습니다. 과거에는 이곳의 광장에서 일본 사람들이 모여 구경 행사를 하기도 했습니다.

상파울로 내 일식당은 브라질 전통 바베큐 음식점인 “슈하스까리아”보다 더 많습니다.

브라질 내에서 가장 많은 피자 가게들이 성업 중이라 “피자의 수도”로 알려지던 상파울로는, 최근 일본 요리의 수도로 재탄생했다고 평가받고 있습니다.



사진 1-27 갈봉 부에노 거리의 일본노점(좌)과 빨간 가로등(우)



2000년대에 스시 붐이 불기 시작하면서 상파울로 시내 곳곳에 들어선 약 600여 개의 일식당에서 한 달 평균 1,200만 개의 스시가 판매되고 있습니다.

이렇게 일본음식이 소비자들에게 어필할 수 있었던 것은 깔끔한 인테리어와 신선한 음식, 그리고 셰프들의 투철한 직업정신 덕분이었습니다.

80년대 말까지만 해도 일식당들은 리베르다지 지역 일본촌에 집중되어 있었습니다. 그러나 과감한 투자로 현대적이며 우아한 실내 디자인의 식당들을 여러 군데 개점하면서 시민들의 호감을 사게 되었습니다.



일식의 대중화가 급속도로 이루어지며 전문 인력 교육 학원의 인기도 덩달아 높아졌습니다. 초밥 전문 조리사인 “스시맨”은 브라질에서 하나의 전문직으로 각광받고 있습니다.

현재 상파울로 시내 주요 쇼핑센터의 식당가에는 최소한 1개 이상의 일본 식당 체인점이 운영되고 있으며 시내 슈퍼마켓들은 일본 음식 전문 공간을 따로 운영하고 있을 정도로 일식은 대중화되었습니다.

점심 식사 시간대에 자르짐, 이타임비비, 빌라 올림피아 등의 시내를 돌아다니면 브라질에서의 일식 인기를 실감할 수 있습니다.

이 거리들에는 일식 뷔페가 많으며 특히 점심 식사 시간대에는 근처 회사에서 근무하는 직장인 손님들로 발 디딜 틈 없이 붐빕니다.



## ② 이탈리아 식당 진출 현황

이탈리아 식당은 전통적으로 브라질에서 큰 인기를 끌고 있는 에스닉 식당 가운데 하나입니다.

2011년 브라질의 30개 이탈리아 식당이 이탈리아 본국으로부터 정통 이탈리아 식당을 의미하는 “오스피탈리타 이탈리아나” 인증서를 받았습니다. 그 중 29곳이 상파울로 시내에 있습니다.

이 인증서는, 레스토랑 내 이탈리아어 구사자가 있어야 하며, 메뉴 안에 정통 이탈리아 요리가 50% 이상 이어야 하는 등 단순히 맛이 좋거나 인기가 많다고 받을 수 있는 인증이 아닙니다.

예컨대 상파울로의 유명 맛집인 파자노(Fasano), 트레 비키에리(Tre-Bicchieri) 등은 인증에 실패했습니다. 인증을 받기 위해서는 이탈리아어를 능통하게 구사하는 직원 한 명이 반드시 있어야 하고 이탈리아를 상징하는 장식품을 갖춰야 합니다. 메뉴판 또한 이탈리아어로 쓴 후 번역이 따라붙어야 하고 셰프는 이탈리아 음식 자격증 소지자이거나 이탈리아 요리 경력자여야 합니다.



사진 1-28 파사노 외관(상단), 트레 비키에리 내부(좌측 하단), 오스피탈리타 이탈리아나 인증 마크(우측 하단)

이탈리아 식당들이 현지화를 꾀하는 대신 이렇게 까다로운 정통 이탈리아 음식에 집중하는 이유는, 그만큼 정통성을 지닌 이탈리아 식당들이 높은 홍보 효과를 지니고 있기 때문입니다.

위의 인증을 받은 식당의 주인들은 인증 효과가 매출에 긍정적인 영향을 줄 것이라 기대합니다. 대중매체를 통해 오스피탈리타 이탈리아나 인증을 받은 레스토랑을 알게 된 사람들은 잠재적 고객이 될 수 있기 때문입니다.



사진 1-29 오스피탈리타 이탈리아나 인증서를 받은 Piselli 내부 및 외관

상파울로는 일본 음식과 이탈리아 음식뿐 아니라 전 세계 음식들이 모여있는 미식의 중심지입니다.

그 안에서 일본 식당과 이탈리아 식당들은 정통성을 확보하는 한편 식사의 전문화 및 설비의 고급화를 꾀했습니다. 이들은 이러한 노력을 통해 오늘날 브라질 내 에스닉 식당의 선두주자로 자리잡고 있습니다.

### 3) 주요 에스닉 식당 소개

#### ① 일식 레스토랑 Temakeria Paulista

Temakeria Paulista는 “상파울로의 마끼”라는 뜻으로 2008년 5월에 개점한 일식 전문점입니다.

신선한 요리를 저렴한 가격에 제공하는 것이 가게의 모토이며 다양한 고객을 상대로 영업하고 있습니다.

푸짐한 토핑이 올라간 마끼를 주 메뉴로 하고 있으며 스시, 회, 생선구이, 야끼소바, 사이드 메뉴, 튀긴 바나나 등을 함께 팔고 있습니다.

이곳의 특징은 마끼와 스시에 연어가 많이 들어간다는 것입니다.

2012년부터 브라질 내 연어 소비량이 연평균 20% 이상의 증가세였다는 걸 놓고 보면, 메뉴를 브라질 사람들의 입맛에 잘 맞췄음을 알 수 있습니다. 음식의 사이즈 역시 브라질 사람들의 식사량에 맞추어 대단히 크게 만들어집니다.

마끼뿐 아니라 녹차에 밥을 말은 음식인 오차즈케 역시 호평을 얻고 있는데 따뜻한 메뉴와 차가운 메뉴 가운데 선택할 수 있습니다.

Temakeria Paulista는 Serra do Japi 거리에 위치하고 있습니다. 평일 저녁에는 사람이 많아 원할 경우 예약할 수 있고 포장 및 배달도 가능합니다.

가격대는 대표메뉴인 마끼가 개당 5,000원~7,000원 정도이며 모든 메뉴는 보통 사이즈와 큰 사이즈 둘 중 하나를 선택할 수 있습니다.



사진 I-30  
Temakeria Paulista 메뉴(좌),  
내부 전경(우)



사진 I-31  
Temakeria Paulista 외관

## ② 이탈리아 레스토랑 Due Cuochi Cucina

Due Cuochi Cucina는 “두 요리사의 부엌”이라는 뜻으로 엄선된 재료를 사용하는 정통 이탈리아 식당입니다.

Due Cuochi Cucina는 2005년 개점했으며 이탈리아 정부가 선정하는 우수 레스토랑 인증서인 오스피탈리타 이탈리아나(Ospitalita Italiana)를 받았습니다. 또한 4년 연속으로 최고의 이탈리아 식당으로 선정되는 등 여러 부문에서 수상경력을 지니고 있습니다.

이곳은 가게명처럼 두 명의 셰프가 일하고 있으며 부엌이 보이는 구조로 되어 있어 손님들이 식사가 만들어지는 과정을 볼 수 있습니다.

Due Cuochi Cucina는 전망이 좋은 Manuel Guedes 거리에 위치하고 있습니다. 여기에 품질 대비 저렴한 메뉴와 훌륭한 서비스 덕에 많은 현지인들이 찾고 있습니다.

와인이 다른 레스토랑에 비해 크게 비싸지 않으며 특히 티라미수가 맛있기로 유명합니다.

주중 점심, 저녁 식사 세트에는 맥주 또는 와인이 포함되어 있습니다. 가격대는 16,000원~23,000원대에 형성되어 있습니다.



사진 I-32 Due Cuochi 메뉴(좌), 외관(우)



사진 I-33 인증서 및 수상실적(좌), 내부전경(우)

### ③ 일식 레스토랑 Sushi Hiroshi

Sushi Hiroshi는 Captain Manuel Novais Street에 위치한 일식 레스토랑입니다.

Sushi Hiroshi는 요리사들이 일하는 카운터 자리와 두 개의 방으로 나누어진 공간에 테이블 좌석 100여 개를 구비하고 있습니다. 흰살 생선 외에도 장어, 낙지, 삭스핀 등 고급 재료를 취급하며 주말에는 사람들이 웨이팅을 걸어두고 기다려야 할 정도로 인기가 많습니다. 그 중 연어를 이용한 요리가 가장 종류도 다양하고 많이 판매됩니다.

Sushi Hiroshi의 대표 메뉴는 연어 샐러드인 Salada Jussara입니다.

연어를 좋아하는 브라질 사람들의 입맛에 맞추어 연어와 문어만으로 심플하게 재료를 제한하고, 그 위에 미역을 잔뜩 올린 후 특제 소스를 뿌린 요리입니다. Sushi Hiroshi를 찾는 손님들은 한 번씩은 이 샐러드를 꼭 먹어본다고 합니다.

Sushi Hiroshi엔 계절 이름을 딴 프로모션 세트가 있는 것이 특징입니다.

봄(Haru) 메뉴에는 닭고기 야끼소바와 김말이 세트, 여름(Natsu) 메뉴에는 돼지고기 교자, 구운 멸치, 회, 밥이 함께 나오며 가을(Aki) 메뉴는 튀김, 연어와 송이, 초밥, 캘리포니아롤, 겨울(Fuyu) 메뉴에는 전골, 초밥, 캘리포니아롤 등이 제공됩니다. 그 외에도 다양한 종류의 초밥, 회, 오꼬노미야끼, 철판볶음, 튀김, 야끼소바, 돈부리, 나베 등을 제공하고 있습니다.

가격대는 16,700원~28,000원 사이에 형성되어 있으며 주말에도 영업합니다.



사진 1-34 Sushi Hiroshi의 Salada Jussara(좌), 내부 전경(우)



### 3.4 외식상권에 대한 이해

#### 1) 주요 상권 특성

그림 1-23 센트로 상권 지도



상파울로는 브라질 상업의 중심지로 다양한 상권이 형성되어 있습니다.

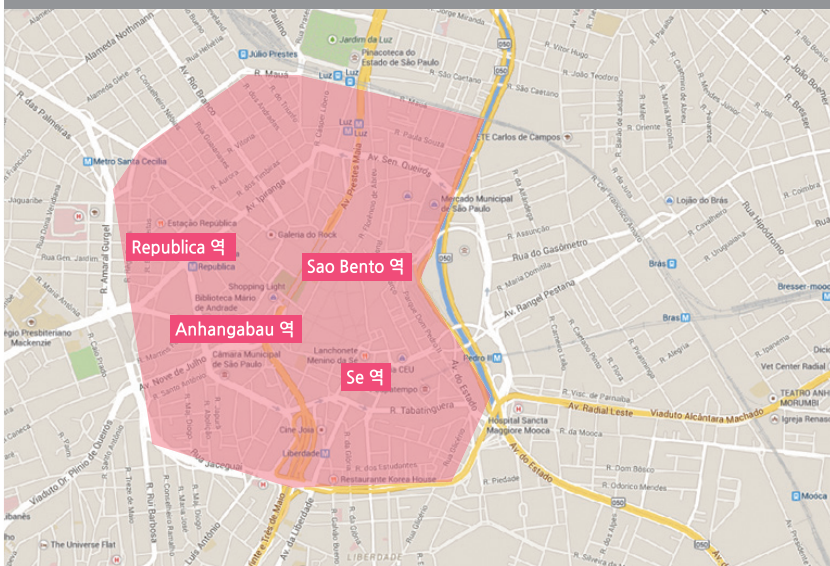
비즈니스 중심지구인 센트로 상권과 이타임비비 상권, 에스닉 인구의 중심지구인 리베르다지 상권, 금융업 중심지구인 자르딤 파울리스타 상권이 대표적입니다. 상권마다 유동인구와 잠재 소비자들의 특성이 다르기에 해당 상권에 대한 면밀한 분석이 선행되어야 합니다.

① 센트로(Centro) 상권

상파울로 중심가에 위치한 센트로(Centro) 상권은 도시의 중요한 행정, 비즈니스 기능을 담당하고 있는 핵심 비즈니스 지구입니다.

주요 관공서, 주식 거래소, 오피스 건물, 상파울로 시청사 등의 건물들이 들어서 있어 상업지구가 발달해 있으며, 인근에는 현지인들을 대상으로 하는 중저가 브랜드 상점과 식당이 분포해 있습니다.

그림 1-24 센트로 상권 지도



센트로 상권은 주요 관공서와 금융 기관들이 밀집해있는 트리앙글루(Trianglu) 지역과 세(Sé) 성당 지역으로 나뉩니다.

트리앙글루 지역에는 인근 관공서와 사무실에서 종사하는 중장년 전문직 종사자의 유동인구가 많고, 관광명소인 세 성당 주변에는 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

두 곳 모두 상파울로 도심 중심부에 위치하고 있어 시내 어디에서든 차량을 이용한 접근성이 우수한 편이나, 출퇴근 시간 상습 정체 구간으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다.



사진 1-35 세 성당(좌), 센트로 상권 전경(우)

이곳에는 지하철 1, 3, 4호선과 주요 버스 노선이 지나고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 우수합니다.

근처에는 세(Sé)역, 상벤토(São Bento)역, 안헨가바우(Anhangabaú)역 등이 있습니다. 주요 도로를 제외한 대부분의 골목이 차량 이용이 제한되는 보행자 전용 거리라서 해당 지역에 방문하는 사람들은 주로 버스나 지하철을 이용합니다.

한편 일부 남아있는 낙후된 지역엔 노숙자들이 많은 편이기에, 범죄 발생률이 높은 늦은 밤 시간대에는 외국인들의 방문이 제한적입니다.



트리앵글루 지역은 중저가의 간편한 메뉴를 판매하는 간이형 식당이 주를 이루며, 안헨가바우역과 리퍼블리카역 주변에는 분위기 있는 레스토랑과 카페/바가 많습니다.

주요 소비자들은 학생과 생산직 종사자들이기 때문에 캐주얼한 레스토랑과 저가의 간편한 메뉴를 판매하는 간이형 식당이 다수 분포하고 있습니다.

에스닉 식당 중에는 특히 이탈리아 식당이 다수 분포하고 있습니다. 센트로 상권은 다른 지역에 비해 일식, 중식을 포함한 아시안 에스닉 식당의 비율이 낮은 편입니다. 현재 이 지역에 한식당은 없는 걸로 조사됐습니다.



사진 I-36 센트로 상권 내 유명 이탈리아 레스토랑 Terrace Italia

## ② 리베르다지(Liberdade) 상권

리베르다지(Liberdade) 상권은 브라질 최대의 일본인 거주지역입니다.

상파울로의 관광명소 중 하나인 '동양인 거리(Bario Oriental)'를 중심으로 외식 중심 상가권이 발달해 있습니다.

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

이 외에도 일본 문화 행사를 비롯하여 중국, 한국 등 아시아 문화 행사가 연중 정기적으로 개최되어 다채로운 볼거리를 구경하기 위해 방문하는 사람들이 많습니다.

이 상권에는 학생과 전문직 종사자 유동인구의 유입이 많습니다. 이곳에는 다양한 업체의 일식당이 있으며 중식당과 한식당도 다수 분포하고 있습니다.

그림 1 - 25 리베르다지 상권 지도



주택가인 아클리마성(Aclimação) 지역에는 많은 한인들이 거주하며, 다수의 식당이 위치하고 있습니다.

이곳에 위치한 세련된 분위기의 한식당 '대문'이 언론을 통해 홍보 되면서 현지 젊은 층에게 큰 인기를 끌고 있습니다. '대문'에서는 불고기와 돌솥비빔밥 메뉴가 가장 인기가 높습니다. 한식에 대한 인지도가 높아지면서 김치찌개와 된장찌개를 주문하는 현지인 손님들도 늘어나고 있습니다.



사진 I-37 '스시 야쓰' (좌)와 '대문' (우) 외관

일식집 가운데는 정통 일식 스시 전문점인 '스시 야쓰(Sushi Yasu)'가 성업 중입니다.

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

리베르다지 상권에는 상파울로 중심부를 지나는 마이오(Maio) 대로가 인접해있어 차량 접근성이 좋은 편이나, 주차 공간이 부족하여 차량 이용 시 주차에 불편을 겪을 수 있습니다.

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

### ③ 자르딤 파울리스타(Jardim Paulista) 상권

자르딤 파울리스타 상권은 '상파울로의 월 스트리트'로 불리는 '파울리스타(Paulista)' 거리를 중심으로 한 비즈니스 중심 상권입니다.

이 상권에는 라틴아메리카에서 가장 규모가 큰 금융기관을 비롯하여 다양한 국가의 대사관들과 주요 기업의 본사 건물들이 밀집해 있습니다.

주요 유동인구는 30~40대 전문직 종사자들로 구성되어 있습니다. 산토스(Santos) 거리, 오스카 프레이레(Oscar Freire) 거리가 중심 상가를 형성하고 있습니다.

이곳은 상파울로 시내 중심부에서 외곽지역까지 이어지는 파울리스타(Paulista) 대로가 인접해 있어 차량을 이용한 접근성이 우수한 편입니다. 그러나 출퇴근 시간대에는 차량 정체가 심합니다.



파울리스타 대로 인근에 위치한 산토스 거리와 명품 브랜드 매장이 들어서 있는 오스카 프레이레 거리를 따라 외식 상가권이 발달해 있습니다.

파울리스타 대로 바로 뒤쪽에 위치한 산토스 거리에는 인근 사무실에서 일하는 직장인들을 대상으로 한 패스트 스낵바 형태의 식당과 분위기 있는 고급 레스토랑이 많습니다.

오스카 프레이레(Oscar Freire) 거리에는 명품 부티크 매장이 들어서 있으며 분위기 있는 카페와 바, 고급 레스토랑들이 다수 분포하고 있습니다.

이곳은 구매력 높은 고소득층 현지인 유동인구와 외국인 관광객들의 유입이 많습니다. 음식점들은 대부분 고급 레스토랑들이며 이탈리아식과 일식의 비율이 높습니다.

이탈리아 식당은 편안한 분위기에서 합리적인 가격으로 다양한 피자를 즐길 수 있는 피자 전문점에서부터 최고급 파인 다이닝 레스토랑에 이르기까지 다양한 업태의 식당이 영업 중입니다. 최고급 이탈리아 레스토랑인 '게로(Gero)', '파사노(Fasano)', 피체리아(Pizzeria), '마르게리타(Margherita)' 등도 영업 중입니다.

자르뎀 파울리스타 상권은 상파울로 중심부를 지나는 주요 도로와 지하철, 주요 버스 노선이 인접해 있어 접근성이 좋은 편이며 다양한 업태의 레스토랑들이 있습니다. 다른 지역에 비해 일식당을 제외한 아시아 에스닉 식당의 비율이 낮은 편이며 한식당은 없는 걸로 조사됐습니다.



사진 I-38 오스카 프레이레 거리 전경



#### ④ 이타임비비(Itaim Bibi) 상권

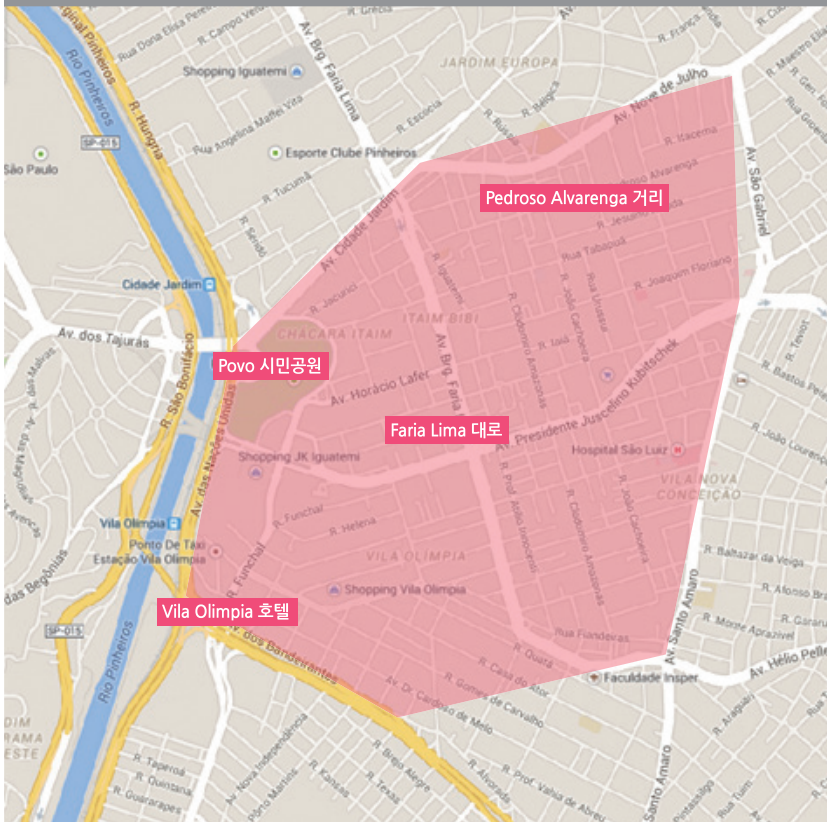
이타임비비(Itaim Bibi) 상권은 새롭게 부상하고 있는 비즈니스 중심지입니다.

이곳은 파리아 리마(Faria Lima) 대로를 따라 글로벌 기업의 사무실, 대형 백화점, 최고급 호텔들이 들어서 있어 구매력 높은 고소득층 유동인구의 유입이 많습니다.

상권 외곽에 위치한 ‘빌라 올림피아(Villa Olimpia)’ 지역에는 구글, 인텔, 마이크로소프트 등 해외 우수 기업이 밀집해 있는 국제 업무지구가 형성되어 있습니다.

배후지에는 부유층이 거주하는 고층 콘도미니엄과 고급 주택이 밀집해 있습니다.

그림 1-27 이타임비비 상권 지도



비즈니스 중심가인 파리아 리마(Faria Lima) 대로 인근에 위치한 페드로소 알바렌가(Pedroso Alvarenga) 거리를 중심으로 상파울로에서 가장 고급스러운 외식 상가권이 발달해 있습니다.

페드로소 알바렌가 거리에는 인근 사무실에서 일하는 중장년층의 전문직 종사자와 구매력 높은 외국인들을 타깃으로 하는 고급 레스토랑과 카페들이 밀집해 있습니다. 또한 최신 유행하는 바와 클럽이 다수 분포하고 있어 주말 저녁 시간대에는 청년층의 소비자들이 많이 찾고 있습니다.

이타임비비 상권은 상파울로 시내 중심지에서 차로 약 20분 거리에 위치하고 있으나 출퇴근 시간 차량 정체 시 두세 배의 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 없어 대중교통을 이용한 접근성이 떨어집니다.

이 상권에 위치한 정통 일식 스시 전문점인 '사카구라 A1(Sakagura A1)'은 미식가들로부터 좋은 평가를 받고 있습니다.

이곳은 다양하고 화려한 스시 메뉴와 현지인의 입맛에 맞춘 전채/후식 메뉴를 제공하고 있습니다. 1900년대 초 일본의 분위기를 느낄 수 있는 고풍스러운 인테리어와 모던한 느낌의 바가 함께 갖추어져 있어 이국적인 분위기를 느끼고 싶어하는 현지 상류층 고객들에게 인기가 많습니다.

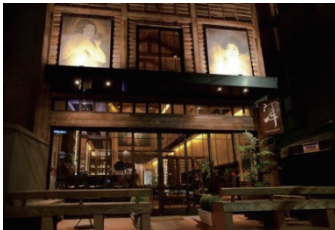


사진 I-39 사카구라 A1의 외관(좌), 메뉴(우)

### 3.5 한식산업에 대한 이해

#### 1) 한인사회 현황

브라질의 한인 사회 역사는 1960년대부터 시작합니다. 한국은 1962년에 해외이주법을 제정하여 이민을 장려하는 방식으로 인구압력을 해소하려 했습니다.

이 시기, 브라질과 아르헨티나는 광대한 농토를 개발하여 경제를 발전시키고자 했습니다. 따라서 1960년대의 농업이민은 송출국과 수용국 간의 이해관계가 일치하며 시작된 계획이민이었습니다.

1962년 12월 18일 제 1차 브라질 이민단이 부산항을 출발하여 다음 해 2월 12일 산토스항에 도착했고, 이후 브라질로의 이민은 1966년 5차 이민단까지 이어져서 총 193세대가 입국했습니다.

이들이 본래 배정받았던 토지는 개간하기 어려운 황무지였기에 대부분의 이민자들은 상파울로로 재이주했습니다.



사진 1-40  
브라질 한인회 이민 50주년 기념식

대도시로 이주한 초기의 한인들은 마땅한 일자리를 찾지 못하여 주로 행상을 했습니다. 이들은 한국에서 가져간 물건들을 팔다가 나중에는 현지에서 물건을 도매한 뒤, 가가호호 방문하며 판매했습니다.

한편, 동네 바느질처럼 하청을 받아 시작한 한인들의 봉제업이 행상과 결합하며 점차적으로 자체 생산 및 판매 구조를 갖추게 되었습니다.

이후 1980년대에는 신규 한인 이민자들이 자본과 기술력을 가지고 이민해 의류업을 본격적으로 시작했습니다.

이를 기반으로 하여 한인들의 전문 의류상이 진출이 본격화되었습니다. 한인들의 의류 생산능력이 질적으로 향상됨에 따라 브라질 의류업에서 차지하는 비중이 커졌습니다.

오늘날 한인 상인들은 브라질 의류 생산의 40%를 담당하며 브라질 의류산업을 주도하고 있습니다.



오늘날 브라질 한인사회의 구성원은 6만 명 정도로 추계됩니다.

비록 적은 수이지만 한인의 활발한 경제활동은 한국의 동대문시장과 같이 값싸고 질 좋은 물건을 구할 수 있는 봉헤치로(Bom Retiro)를 중심으로 이루어지고 있습니다.

최근 브라질은 세계에서 가장 많은 원단을 소비하는 시장 중 하나로 직물업계와 패션업계로부터 주목받고 있습니다.

하루 유동인구가 7만 명에 달하는 봉헤치로는 브라질 지방의 소매상인, 파라과이나 볼리비아와 같은 남미국가의 도매상인, 도미니카공화국 및 아프리카의 앙골라 도매상인들도 즐겨 찾는 명소가 되고 있습니다.

브라질 한인 중 98%가 상파울로에 있는데, 그 중에서도 60%는 상파울로 시내 중심부에서 약간 북쪽에 위치한 봉헤치로 구와 브라스 구에 살고 있습니다.

이들은 주로 여성의류 생산과 판매에 관련된 일에 종사하고 있습니다. 21세기 브라질 한인사회는 의류 생산에 있어 양과 질적인 면에서 큰 몫을 담당하며 브라질 의류산업의 선두주자로 우뚝 섰을 뿐만 아니라 최근에는 전문화와 고급화에도 성공했습니다.



사진 I-41 봉헤치로의 의류매장

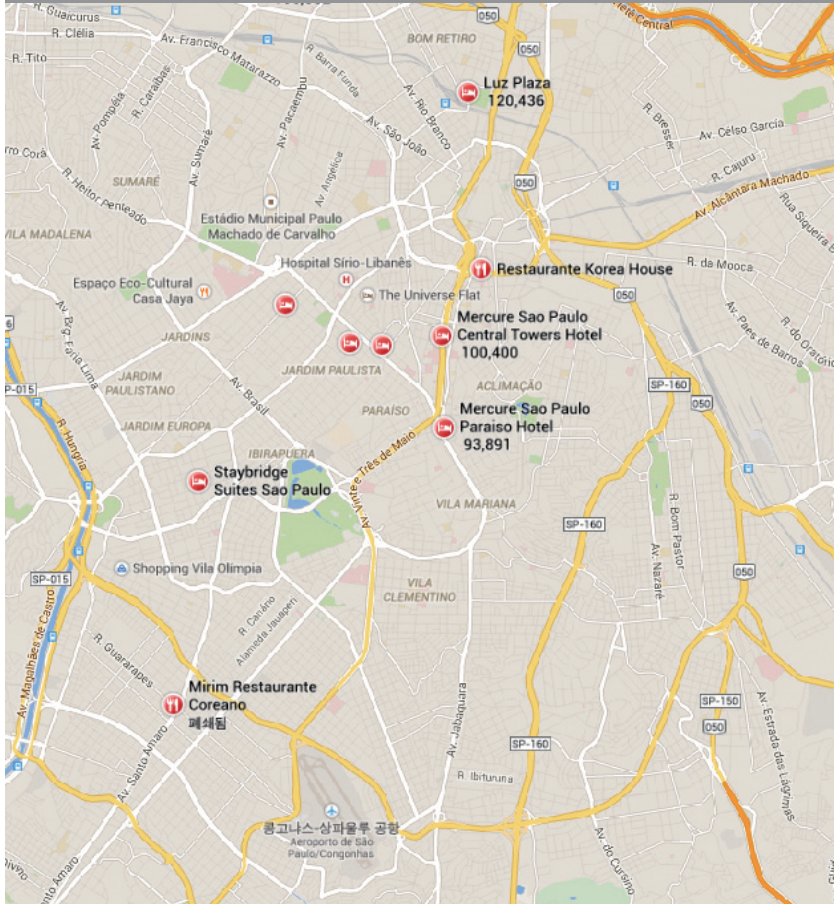
## 2) 한식당 진출 현황

한식재단과 KOTRA의 조사(2011년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 상파울로에 있는 한식당은 58개로 확인됩니다.

여러 한식당이 수시로 개업 및 폐업을 하고 있어 정확한 수를 파악하기 어려우나 대다수가 한인 타운인 봉헤치로 지역에 밀집되어 있습니다.

이 지역은 한인들을 고객층으로 하는 영세한 한식당들이 밀집되어 있어 경쟁력이 강하지 않으며, 한인들의 경기가 침체되면 경영의 어려움을 겪는 식당이 다수입니다.

그림 1-28 상파울로 내 한식당 분포 현황



대부분의 한식당이 전문인에 의한 경영이 이루어지지 않고 있고, 현지 조리원들도 재료 개량, 조리법 등을 제대로 숙지하지 못하고 있어 영업에 어려움이 많습니다.

또한 대부분의 한식당이 식재료 조달을 어려워하고 있습니다. 한국산 식재료는 가격이 비싸고 통관이 어렵기 때문에 높은 음식가격의 원인이 되고 있으며 된장, 고추장과 같은 양념류는 대부분 교포가 집에서 담근 것을 납품 받아 사용하고 있습니다.

채소는 일본인이 경작하는 농장 제품을 조달 받아 사용하는 경우가 많습니다.

**칠레, 페루 등 다른 중남미 국가들에 비해 브라질은 한국에 대한 관심이 상대적으로 약한 국가입니다.**

한국을 2002년 월드컵으로 기억하는 사람들이 많으며 한국과 한국문화에 대해서 비교적 낮은 인지도를 보입니다.

한국음식에 대해서도 관심이 부족해, 최근 위생국의 일시 점검에선 발효음식(김치, 고추장, 된장)에 대한 안정성을 규명할 수 없다는 이유로 법률적 불이익을 받는 경우가 있었습니다.

이런 검열 때문에 한식당 경영자들 중 일부는 전통 된장, 고추장을 사용하기 어렵다고 밝혔습니다.

**하지만 브라질에서 한식의 우수성을 알리고자 하는 외식 기업과 개인의 노력은 끊이지 않고 계속되고 있습니다.**

2014년 9월 CJ의 글로벌 한식 브랜드 비비고(Bibigo)는 브라질 대사관을 통해 양국 우호 증진을 위한 한식 쿠킹클래스를 진행했습니다. 이 쿠킹클래스는 양국의 전통요리가 소개되는 등 참여자들의 한식 이해도를 높이는 방향으로 진행됐습니다.



사진 1-42 비비고(Bibigo)의 쿠킹클래스



그림 1-29 한식 홍보 블로그



사진 1-43 강연 중인 손정수씨

한편 개인 블로그를 운영하며 한식 조리법과 우수성을 알리고 있는 사람들도 있습니다.

자동차 부품 사업에 종사하는 손정수씨의 경우 2011년부터 현지인들에게 한식 조리법을 가르치며 한국의 맛과 멋을 전하고 있습니다.

손씨는 블로그를 통해 김밥, 불고기 등의 음식을 소개하고 있으며 새로운 한식당이나 맛집에 대해 포스팅하고 있습니다. 그는 곧 한식 요리책과 동영상 강좌도 내놓을 계획이라고 합니다.

봉헤치로 지역을 제외하고는 한식이 브라질 내에서 큰 영향력을 지니지 못하고 있으나, 이처럼 기업 및 개인적 차원에서 한식을 홍보하기 위한 여러 노력이 시도되고 있는 상황입니다.

**월궁(Lua Palace)는 상파울로에서 유명한 한식당입니다.**

월궁은 한인 밀집 지역 가운데 하나인 아클리마성에 위치한 한식당으로 오래 전부터 언론을 통해 현지인들에게 알려져 왔습니다. 월궁은 브라질 대학 식품계열관련학과 학생들이 방문하여 실습을 할 정도로 브라질 사람들 사이에서 인정받고 있습니다.

브라질에서 한식당은 현지인들을 접대하기 어렵다는 평을 듣습니다. 한식의 일반적인 특성이 맵거나 짭맛인 반면, 브라질 사람들이 선호하는 음식은 대부분 단맛을 띤 것이기 때문입니다.

월궁은 이러한 입맛을 고려해 한식 메뉴를 현지화한 결과, 브라질 사람들을 많이 유치하고 있습니다.

월궁의 기본 상차림에는 정성이 많이 들어가 있어 반찬이 정갈합니다. 미소 된장을 혼합한 부드러운 맛의 쌈장을 개발하는 한편 전통적인 한국 반찬인 가지미 식해도 상차림에 있습니다. 육류 선호도가 높은 국가 특성상 구이류 메뉴 수요가 높은 것을 감안하여 구이 화로와 같은 전문적인 설비를 구비하고 있습니다. 또 한국 식당에서 사용되는 설비들을 공수하여 한국 고깃집과 비슷한 분위기를 내고 있습니다.

월궁의 메뉴 가운데 불고기는 한인과 현지인 통틀어 가장 사랑받는 메뉴입니다. 불고기는 단맛이 강하며 양이 푸짐한 편입니다. 또한 육회, 불갈비도 양념이 달게 되어 있습니다. 한국 소주는 30헤알(약 12,000원)로 비싼 편이지만 이국적인 맛을 즐기러 온 고객이 고기에 곁들여 먹는 경우가 많습니다.

가격대는 불고기가 80헤알(약 31,000원), 순두부찌개가 30헤알(약 12,000원) 정도에 형성되어 있습니다.



사진 1-44 기본 상차림(좌측 상단), 불고기(우측 상단), 월궁 외관(좌측 하단), 한국식 화로(우측 하단)

## II. 상파울로(São Paulo) 한식당 설립 가이드

### 1. 한식당 설립 실무 정보

---

#### 1.1 사업자 등록 절차

- |           |    |
|-----------|----|
| 1) 개인 사업자 | 79 |
| 2) 법인 사업자 | 80 |

#### 1.2 설립 주요 실무 정보

- |                     |     |
|---------------------|-----|
| 1) 인허가 요건 및 관련 법규   | 90  |
| 2) 임대차 계약 절차 및 관행   | 91  |
| 3) 영업시설의 공통기준       | 96  |
| 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 | 104 |
| 5) 세무 관련 정보         | 108 |
| 6) 수입/통관 관련 정보      | 112 |

#### 1.3 기타정보

- |                       |     |
|-----------------------|-----|
| 1) 거주허가 비자            | 126 |
| 2) 금융 서비스             | 128 |
| 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 | 131 |



## [참고] 외식창업에 대한 이해

## 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 좌석 수, 좌석 회전시간, 영업시간, 예상되는 객단가, 재료비, 노무비, 기타 원가 및 비용 등과 같은 요소를 통해서 예측 가능합니다.

## 2. 운영자금을 충분히 확보해야 합니다.

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

## 3. 오픈 방법을 결정해야 합니다.

음식점을 개점하는 방법 중에는 성대한 개점식 없이 조용한 오픈을 하는 ‘소프트 오픈’이 있습니다.

‘소프트 오픈’ 기간에는 방문하는 손님들의 이름을 기억하고 내부의 정보를 충분히 알려 준 후 그들의 의견을 청취합니다. 또한 무형의 서비스를 유형의 것으로 만들 수 있는 일종의 기념품을 고객들에게 제공합니다.

이러한 방식의 오픈은 잠재 고객들이 개점하는 식당을 어떻게 생각하는지 알 수 있는 기회가 됩니다.

반면 ‘그랜드 오픈’을 광고하는 것은 검증된 개념을 활성화시키는 방법 중 하나입니다. 새로운 콘셉트로 그랜드 오픈을 하는 것은 효과적인 촉진수단이지만 때로는 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. 시장 안에 너무 많은 음식점이 있어서 수익을 내는 것이 어려운 상황에서는 할인 경쟁이 불가피할 것이고, 그로 인하여 수익성이 악화되어 거의 이익을 내지 못하는 상황이 발생할 수도 있습니다.

따라서 음식점 예비창업자들은 성공적인 음식점들이 어떤 상권에서 운영되고 있는지를 알기 위하여 사전 조사를 수행해야 합니다.

### 5. 품질과 양을 관리해야 합니다.

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

이 사람이 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 요리 하는 것과 상이하다는 사실을 알아야만 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 계산대에서 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)를 통제할 수 있어야 합니다.

원가(손실)를 통제하기 위해서는 재료비와 인건비(노무비)를 계획해야 합니다.

따라서 음식점 경영자는 메뉴와 주방을 능숙하게 관리해야만 합니다. 그래야 음식(상품)이 최소의 주방인력으로 완성될 수 있습니다. 주방은 표준 레시피(조리법)로 운영 되어야 표준원가가 적용될 수 있습니다.

다음과 같은 예방책으로 손실을 줄일 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



## 1. 한식당 설립 실무정보

### 1.1 사업자 등록 절차


#### 1) 개인 사업자

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

연방인민위원회 규범적 결정(Resolução Normativa) 제60호에 따라 브라질에 투자미인하려는 외국인은 영주권을 소지해야 합니다. 영주권은 최소 미화 5만 달러(약 5,400만 원) 이상의 외화를 투자하는 경우에 부여됩니다. 이때의 투자는 신설회사 또는 기존회사에 투자하는 것을 의미합니다.

투자금액이 미화 5만 달러(약 5,400만 원)에 미달되는 경우, 향후 5년 내에 최소 10명 이상의 브라질노동자를 고용하는 고용창출계획이 있어야 합니다. 조건을 충족할 경우 브라질경제인연합회(CNI)에서 영주권 부여를 결정할 수 있습니다.

대부분의 사업자들은 일반적으로 개인사업자에서 출발하여 수입금액이 어느 정도 커지는 경우 법인사업자로 전환하고 있습니다.

CADASTRO DE CONTRIBUINTES MOBILIÁRIOS — CCM	
R.M. 22 — SUBDIVISÃO DE CADASTRAMENTO	
Local: Rua Brigadeiro Tobias, 691 — Térreo (Metró Luz)	
Horário: Das 9h00 às 16h00	
DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA INSCRIÇÃO	
PESSOAS FÍSICAS (AUTÔNOMOS)	
1. Guia de Dados Cadastrais — GDC (papeleiras);	4. Carteira do órgão de fiscalização profissional (liberada);
2. Carteira do IPTU atual;	Obs.: Quando procurador, juntar procuração com firma reconhecida.
3. CPF e RG do contribuinte;	
PESSOAS JURÍDICAS (FIRMAS/SOCIEDADES)	
1. Guia de Dados Cadastrais — GDC (papeleiras);	5. CPF e RG do signatário;
2. Carteira do IPTU atual;	6. Carteira do órgão de Fiscalização Profissional (no caso de Sociedades Uniprofissionais);
3. Contrato Social, Estatuto, Ata, etc. (inicial e alterações);	Obs.: Quando procurador, juntar procuração com firma reconhecida.
4. Folha do CGC (inicial e alterações);	
 <b>PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SÃO PAULO</b> SECRETARIA DAS FINANÇAS DEPARTAMENTO DE RENDAS MOBILIÁRIAS	

개인사업자는 CCM(Cadastro de Contribuintes Mobiliários, Register of Securities Contributors: 납세자 신용보증번호) 번호를 받아야 합니다.

이 CCM 번호는 급여를 받지 않는 개인사업자의 세금 조회 번호가 됩니다.

CCM 번호 신청은 지방 정부기관(Secretaria de Finanças do Município de São Paulo)에서 받습니다. 개인 사업자는 자영업자(Profissionais Autônomos)라고도 불립니다.

그림 II-1 CCM 번호 발급 정보에 대한 안내문

한편 상파울로의 개인사업자는 CCM 번호를 온라인으로 신청할 수 있습니다.

## 2) 법인 사업자

브라질에 진출 가능한 법인의 종류에는 주식회사(Sociedade Anônima, S.A.), 유한책임회사(Sociedade Limitada, LTDA), 제한적 합명회사(Sociedade em Comandita Simples), 주식 합명회사(Sociedade em Comandita por Ações), 합명회사(Sociedade em Nome Coletivo)가 있습니다.

브라질의 유한책임회사(LTDA)는 한국법상의 합명회사와 유한회사의 중간형태로 보면 됩니다. 주식회사(S.A.)는 한국법상의 주식회사와 유사한 형태입니다.

합명회사는 한국법과 유사하게 사원이 회사의 채무에 대하여 연대책임을 부담하는 회사 형태입니다. 제한적 합명회사는 회사채무에 대하여 연대책임을 부담하는 무한책임 사원과 납입자본에 한하여 유한책임을 부담하는 유한책임 사원으로 구분됩니다.

주식합명회사는 주식의 발행으로 사원관계가 형성되지만, 회사의 운영은 주주만이 이사로서 할 수 있고, 주주가 회사의 책임에 대해 무한책임을 부담하는 회사입니다.

**외국인 투자의 경우 대부분 유한책임회사(LTDA)와 주식회사(S.A.)의 형태로 법인 설립이 이루어지고 있습니다.**

이들 회사 유형 이외의 다른 회사들은 주주 또는 사원의 무한책임 가능성이 남아 있는 인적회사의 특징이 크기 때문에 외국인 투자자 입장에서 선택하기 쉽지 않은 회사 형태입니다.

유한책임회사(LTDA)와 주식회사(S.A.)는 주주 또는 사원의 유한책임을 기본으로 하되, 그 운영과정상의 회사지배구조나 자금조달 방법에서만 차이를 보여서 외국인 투자자가 주로 선택하는 유형입니다. 투자자로서는 자신의 투자목적과 의도에 따라 필요한 회사 유형을 선택할 수 있습니다.

외국 기업이 주로 선호하는 유한책임회사(LTDA)의 설립 주요 절차는 다음과 같습니다.

- ① 해당 지역의 상업 등기소(Junta Comercial)에서 법인설립등기, 법인등록번호를 발급받습니다.
- ② 연방 세무국(Receita Federal)을 통해 법인납세인을 등록하고 법인사업자등록번호를 발급받습니다.
- ③ 법인명의 구조를 개설합니다.
- ④ 중앙은행에 외자등록을 합니다.
- ⑤ 주 세무국(Secretaria da Fazenda)에 등록합니다.
- ⑥ 시청(Prefeitura Municipal)에 등록합니다.
- ⑦ 노동부에 주재원 비자신청 등의 과정을 거칩니다.

설립 정관을 법인등기소에 등기하여 등기번호(NIRE- 법인등록번호)를 받으면 공식적으로 회사가 설립됩니다.

회사명으로 은행구좌 개설, 물품 구매, 사무실 임대 등을 하려면 연방 세무국(Receita Federal)에 법인납세인등록(법인사업자등록번호)을 하여 납세인등록번호(CNPJ)를 받아야 합니다.

보통 납세번호(CNPJ)를 받는 데까지 30일 정도 소요됩니다. 이후엔 거래 은행에 법인구조를 개설하여 투자금을 송금 받아 중앙은행에 등록해야 합니다. 그 다음, 해외파견직원의 주재원 비자 발급신청을 하게 됩니다. 이 과정은 1~2개월 정도 소요됩니다.

그림 II-2 유한회사/주식회사 설립단계 및 준비서류		출처: KOTRA
단계	설립절차	준비서류
1	본사의 법인등기부등본 (또는 Certificate of Good Standing)과 변호사 위임장 준비	위임장, 본사 등기부 등본 또는 Certificate of Good Standing 위 서류들은 한국에서 준비
2	상호조회 현지 설립 법인 대표 경영인의 선정 및 주소 선정 현지 법인의 설립 정관 작성	상업등기소 시청에 주소 조회 * 브라질에서의 준비
3	- 변호사 위임장과 회사 등기증을 현지 변호사에게 전달 - 위임장 공인 번역 후 문서등기소에 등록 - 외국개인투자가는 브라질 은행에 CPF를 외국 법인투자가는 중앙은행 CNPJ를 신청	위임장 본사등기부등본 또는 Certificate of Good Standing: 개인 납세 등록(CPF), 법인 납세 등록(CNPJ)
4	현지법인의 설립정관 최종확정	현지법인의 설립정관 (예문)
5	연방세무국에 해외투자자의 법인납세인 등록 신청: 개인 투자가는 CPF, 법인 투자가는 CNPJ 신청	해당 신청서, 공인 번역된 회사증명서, 위임장
6	현지법인의 설립정관을 주상업 등기소 (Junta Comercial)에 등기하고 등기번호 (NIRE)를 받음	해당 신청서, 설립정관 3부, 경영책임자 영주권과(RG또는RNE) 개인 납세등록증(CPF), 위임장
7	연방세무국에 설립법인의 법인납세등록, "CNPJ" 신청	해당 신청서, 주상업등기소에 등기된 현지 설립 법인의 정관 지분권자 위임장
8	은행구좌 개설	CNPJ 교부 후
9	중앙은행에 전자 등록(RDE) 신청	해당 신청서, 주상업등기소에 등기된 현지설립 법인의 정관, 지분권자 위임장 주상업등기소에 증명서
10	현지법인의 송금등록	소정의 신청서, 환전계약서
11	시, 주, 연방기관 등록 시정부: CCM 소방국 안전검사 주등록: Inscrição Estadual 사회복지국: INSS 피고용인 실직기금: FGTS	해당 신청서: CNPJ, 정관
12	SISCOMEX/RADAR(무역업신고)	연방 세무국에 신청
13	회계사 선정	
14	현지설립법인 피고용인들의 연방 세무국 신고 (적용 시)	
15	주재원 파견의 경우 비자발급신청 (연방노동부 이민국)	
16	외국인 거주 등록증 RNE(Registry of Individuals)을 신청하고 CPF(개인납세자 등록증)를 신청	

현지법인을 본사 파견 직원이 운영하기 위해서는 몇 가지 요건이 필요합니다.

먼저 영주권을 취득해야 하고, 영주권 신청을 위해서는 중앙은행에 5만~20만 달러(약 5,400만~ 2억 1,600만 원) 상당의 설립자본금을 등록해야 합니다. 따라서 현지법인운영을 위해 등기소에 설립법인을 등록한 후, 중앙은행에 외국인투자를 등록하고, 노동부에 영주비자를 신청하는 것이 법인 설립과정이라 할 수 있습니다.

주식회사는 2인 이상의 주주로 구성된 법인으로, 투자한 만큼 회사경영에 책임 의무를 가집니다.

주식회사는 매년 회계결산(Annual Accounts)과 주주총회 회의록(Minutes of Shareholder's Meetings)을 공개해야 합니다. 또한 주식회사는 회사 수익의 5%를 법정적립금(Legal Reserve)으로 비축해야 합니다. 반면 유한책임회사는 적립의무가 없습니다. 일반적으로 유한책임회사와 주식회사 간의 법인형태 전환은 절차도 간단하고 비용도 저렴합니다.

단순회사는 영리를 목적으로 하지 않는 경우, 예술, 과학 및 정신적 노동과 관련된 업무를 할 경우, 설계 사무소나 회계 사무소처럼 전문직이나 전문 기술직에 종사하는 경우에 적용되며(민법 제997조) 과거 민법상의 유한책임회사(Sociedades Civis)에 해당됩니다.

단순법인은 기업이나 조직구조를 갖지 않으며, 비즈니스 활동을 목적으로 하지 않습니다.

단순법인은 기업법인의 형태로 전환이 가능하며(민법 제 983조) 일반적으로 변호사, 회계사, 엔지니어, 의사 등 전문 직종 종사자들이 사용합니다. 단순회사는 서비스 제공을 목적으로 하는 회사이기 때문에 서비스세(ISS- Imposto Sobre Serviços)를 납부해야 합니다. ISS는 해당 시에서 부과하는 세금으로, 과세기준은 총 영수액의 일정 부분을 징수하는 방식입니다.

협동조합은 영리를 목적으로 하지 않고 조합원이나 구성원의 이익을 위해 설립된 단체, 협회(Associação), 조합 등을 의미하며 활동제한은 없습니다.

협동조합은 연방법 제 5764호(1971.12.16)로 규율되고 있으며 항상 단순법인의 형태로 구성됩니다(민법 제 982호, 단독항).

합명회사는 영리를 목적으로 구성되는 회사 형태로 2인 이상의 파트너가 회사의 운영에 직접 참여해야 합니다.

모든 파트너는 회사 채무에 대해 개인 재산으로 무한책임을 집니다. 회사명은 파트너 1인 또는 복수의 이름이 들어가야 합니다. 이 법인 형태는 파트너의 무한책임성 때문에 무한책임회사라고 불립니다.

한편 지사 및 시장정보 수집을 위한 연락 사무소를 설립하는 과정은 다음과 같습니다.

외국법인의 지사 설치를 위해서는 우선 연방정부(상공개발부)의 허가를 받아야 합니다. 허가신청을 위해서는 다음 두 가지의 조건이 필요합니다. 첫째, 브라질 거주인을 대리인으로 지정해야 하며, 둘째, 지점자본금을 납입 완료해야 한다는 것입니다.

허가기간은 보통 3-6개월 가량 소요되며 최종적으로 연방대통령령(Presidential Decree)으로 발표됩니다. 대통령령과 기타 관련 문서들은 모두 연방관보에 게재되며 그 사본을 해당 주의 상업등기소(Junta Comercial)에 등기해야만 비로소 지사로서 활동할 수 있는 법적 자격을 얻게 됩니다.

일반적으로 브라질에서의 지사 설립은 아주 예외적인 경우에만 진행합니다.

지사 설립은 그 허가조건이나 절차가 까다롭고 시간이 오래 걸리며 현지법인에 비해 운영비가 많이 들기 때문에, 브라질에서의 지사 설립은 권장하지 않습니다. 항공사 등 지사 설립이 의무화되어 있거나 의약품 허가, 관리 등을 필요로 하는 업체를 제외하고는 지사 형태로 브라질에 진출하는 외국 기업은 거의 없습니다.

연락사무소는 별다른 준비 없이 쉽게 설립이 가능하며 직접적인 회사의 영업활동을 제외한 단순 시장조사 및 바이어 발굴 등 기타 업무를 할 수 있습니다.

기업 합병은 하나 또는 여러 기업이 다른 기업에 흡수되는 기업재편의 한 방식이며, 흡수 기업(존속기업)은 피흡수기업(소멸기업)의 모든 권리와 의무를 승계합니다.

피흡수기업의 모든 채권과 채무가 존속기업에 이전되기 때문에 항상 2개 이상의 기업이 관련되어 있습니다. 흡수기업은 법인 형태를 그대로 유지하거나 기업 합병 시 다른 형태로 바꾸어도 됩니다.

하지만 피흡수기업이 상장 주식회사일 경우에는 흡수 기업도 반드시 상장 주식회사여야 합니다. 브라질 민법은 기업 합병에 대해 최소한의 규정만을 포함하고 있기 때문에 나머지는 주식회사법의 규정을 준용해야 합니다.

흡수기업과 피흡수기업의 주주들은 이러한 기업합병을 승인해야 합니다. 승인절차는 정관의 규정에 따라 주주회의, 주주총회, 정관 수정, 기업해산 등에 의해 행해집니다. 흡수기업은 피흡수기업의 순자산 평가를 위한 감정사를 지정해야 합니다. 기업합병을 통해 피흡수기업은 소멸되기 때문에 흡수기업은 피흡수기업의 소멸을 공식 선언해야 합니다.

합병 조건과 이유를 설명하는 합병계약서와 피흡수기업의 순자산 평가 보고서의 준비는 필수적입니다. 순자산의 평가는 장부가치 또는 시장가치로 할 수 있습니다.

주식회사의 경우, 합병 시 양 회사 간의 주식교환을 통해 합병합니다. 주식교환비율, 즉 합병 비율이 1:1인 경우를 대등 합병, 그렇지 않으면 비대등 합병이라고 합니다. 이러한 합병비율은 피흡수기업의 순자산 가치평가와 합병 신주에 대한 평가를 기준으로 결정합니다.

한편 기업 분할 설립(Split-Off)은 기업이 자산의 일부를 다른 기업에 이전하는 것을 말합니다.

분할 설립에는 완전 분할설립(Complete Split-Off 또는 Split-Up)과 부분 분할설립(Partial Split-Off)이 있습니다. 전자는 분할 기업의 자산을 다른 기업이 완전 흡수하는 경우이며, 후자는 자산의 일부만 이전되는 경우를 의미합니다. 따라서 전자의 경우는 회사가 소멸하게 되고 후자의 경우는 이전된 자산만큼 자산가치가 줄어들게 됩니다.

분할 설립의 방법으로는 자산매각이 있습니다. 자산매각(Asset Sale)은 기업의 자산과 영업권을 타 기업에게 매각하는 행위를 말합니다. 여러 사업부문 중 일부를 매각할 수 있는데 순수하게 자산만 매각하는 방식과 사업부문과 관련된 모든 것을 매각하는 포괄양수도도 있습니다.

분할기업의 자산을 인수한 업체는 인수부분에 대한 권리와 의무를 모두 승계하게 되며, 인수되지 않는 권리와 의무는 존속기업이 계속 유지하게 됩니다. 결과적으로 완전분할설립의 경우에는 분할기업(소멸기업)의 모든 채권과 채무를 인수하기 때문에 흡수합병(Merge)과 같은 결과가 됩니다.

브라질 민법에는 분할설립에 대해 산발적인 규정이 있으며, 부족한 부분은 주식회사법의 규정을 준용하도록 되어 있습니다.





2014년 8월 기준 한국 기업이 브라질 현지법인을 설립할 경우 관련 절차 및 준비 서류는 다음과 같습니다.

#### 관련 절차

- ① 브라질 현지 법인명을 확정하고 상업등기소에 기존 등록 여부를 확인합니다.
- ② 브라질 현지법인의 설립정관을 작성합니다.
- ③ 브라질 현지법인에 출자하는 설립주주(법인명, 주소, 대표자 성명)를 확정합니다.
- ④ 브라질 현지법인을 관리할 대표자(Directors or officers)를 선정합니다.  
 브라질법상 브라질 법인의 관리는 영주권자나 시민권자여야 하기 때문에 본사에서 파견되는 대표자가 영주권을 취득할 때까지 임시대표를 지정합니다.
- ⑤ 설립주주의 브라질 대리인을 지정합니다.  
 브라질 현지법인의 설립주주가 외국기업이나 해외거주 개인일 경우 반드시 브라질에 대리인 지정이 필요합니다. 대리인이 부재하는 주주를 대리하여 설립정관에 서명하는데 통상적으로는 변호사나 회계사를 통해 법인설립을 하기 때문에 이들이 주주의 현지대리인 역할을 수행합니다.

#### 준비 서류

- 설립주주가 해외에 있는 기업인 경우 법인등기부등본
- 브라질에 현지법인을 설립하는 외국법인은 적법하게 설립된 법인임을 증명하는 서류가 필요합니다.

한국의 투자 법인이 본국에서 준비해야 할 서류는 다음과 같습니다.

① 위임장(Powers of Attorneys, Procuração)

설립주주가 해외에 있는, 소위 부재주주(법인 또는 개인)인 경우 회사설립을 맡은 브라질 대리인(변호사)에게 위임장을 줘야 합니다. 위임장에는 등기소, 연방국세청, 중앙은행 등 관계기관에서 설립주주를 위해 대리할 수 있는 충분한 대리권을 명시해야 합니다. 한국에서 작성된 위임장은 공증사무소(Notary Public)의 공증을 받은 후 (notarization) 브라질 영사관에서 영사인증(legalization by the Brazilian consulate)을 받아야 합니다.

공증사무소에서는 위임장에 서명한 개인 또는 법인대표의 서명확인을 해주고, 영사관에서는 이러한 공증인의 서명을 확인하는 영사인증을 합니다. 주의해야 할 점은 위임장에 서명하는 법인대표는 법인등기부에 기재된 법인대표와 동일해야 하며, 회사정관에 회사를 대표하여 대리권을 부여할 수 있는 권한이 있어야 한다는 것입니다. 공증인은 위임장에 서명하는 자가 법인대표임을 명시적으로 확인해야 합니다.

② 법인등기부 등본(Articles of association of the quota holder)

브라질 현지법인의 주주가 법인인 경우 설립지에 등기된 법인등기부의 사본 또는 변호사가 제공하는 “Certificate of Good Standing”을 영문으로 발급받는 것이 나중에 브라질에서 번역하기에 수월합니다.

상업 등기소(Junta Comercial)에 등록할 때 봐야 하는 절차에는 상호 결정 이전 및 유사상호 검사 실시(Formulario Pedido de Busca)가 있습니다.

이때 필요한 서류는 “Cadastro Web”에서 양식을 다운로드하여 작성합니다.

소정의 검사료를 납부하고 법인 등록 서류(Ficha de Cadastro Nacional)를 받습니다.

서류 전체에 걸쳐 각 장마다 증인 및 투자자 전원이 기재된 내용을 숙지하고 있다는 표시로 약식 서명합니다.

그림 II-3 필요 서류 및 공식 명칭		출처: KOTRA
필요 서류	공식 명칭	부수
상업등기소 등록 요청 서류	Requerimento/Capa do Processo	1부
법인등록 서류 양식 1	Ficha de Cadastro Nacional	1부
법인등록 서류 양식 2	Ficha de Cadastro Nacional	1부
회사정관 (변호사 및 증인, 투자자 전원이 서명한 계약서)	Ata de Constituição	3부

회사정관에는 회사설립형태가 주식회사일 경우 이에 대한 사실을 기재합니다.

법인 구성원 전원(Cadastro Modelo2에 기재된 모든 출자자)의 CPF(개인 납세번호)와 RG(주민등록증)의 공증 사본, 수수료(Guia GARE codigo 370-0 및 DARF codigo 6621) 납부가 필요하며 유한책임회사 설립의 경우 수수료(Guia Garre codigo 370-0)를 납부합니다.

## 1.2 설립 주요 실무정보

### 1) 인허가 요건 및 관련 법규

사업 허가증은 브라질에서 사업을 시작하는 데 있어 가장 중요한 서류입니다. 이 신청절차는 건축 허가를 받는 것과 동일한 부서인 Secretaria Municipal da Receita e do Patrimonio Publico Imobiliario(이하 SMRPP)에서 이루어집니다. 이 허가증을 통해 사업 활동이 보장됩니다.

사업허가를 받는 과정은 크게 두 과정으로 나뉘어집니다. 첫 번째 단계에서는 부동산 허가 확인서, CNPJ, 회사 정관, RG, CPF를 제출하고, 두 번째 단계에서는 위생 허가증을 제출해야 합니다.

위생 허가증은 사업 허가를 받는 첫 단계를 완료했다는 서류를 제출해야 받을 수 있습니다.

위생 허가증은 SMRPP에서 발급받으며 다음의 서류를 제출해야 발급 받을 수 있습니다.

위생 허가증 발급 시 필요 서류

- 사업 허가 1단계 완료 증명서
- 보건인에 의해 발급된 모든 고용인의 건강상태 증명서
- 전문 약학인에 의해 증명된 고용관계
- 평면도
- CNPJ
- 회사 정관

이 절차에는 일반적으로 20일이 소요되며 400헤알(약 17만 원) 정도의 비용이 발생합니다.

위생 허가까지 받고나면 SMRPP에 이를 가지고 가서 사업 허가를 받는 절차를 마무리합니다. 사업 허가 절차에는 일반적으로 20일이 소요되며 220헤알(약 9만 원) 정도의 비용이 발생합니다.

위생 허가부터 사업 허가까지 사업에 필요한 허가를 받는 과정은 대략 135일 정도가 걸리며 약 1,145헤알(약 48만 원)이 듭니다. 그러나 외국인의 경우 더 오랜 기간이 걸리는 경우가 있으므로 기간 설정에 주의해야 합니다.

## 2) 임대차 계약 절차 및 관행

브라질은 치안이 불안하여 외국인들이 거주할 수 있는 지역이 대체로 한정되어 있습니다.

임대 기간은 쌍방 간 계약에 의거하여 결정하나, 30개월이 보통 법정 계약기간입니다. 계약해지 시에는 계약서에 따라 차이가 있으나 주로 1~3개월 전 통보에 의해서 이루어지는 경우가 많습니다.

계약기간 전에 해약하는 경우에는 위약금을 내야 합니다. 그러나 일부의 경우, 계약 후 12개월 경과 시 위약금을 물지 않고 임대 계약을 해지할 수 있게 편의를 봐주기도 합니다. 이 경우 계약서에 이 같은 내용을 반드시 기재해야만 향후 문제가 발생하지 않습니다.

개인적으로 시장에 나온 매물을 알아보는 어렵기 때문에 부동산 사무소에 가서 가격, 교육여건, 치안 등 여러 가지 조건을 감안하여 가장 적합한 주택을 구해야 합니다. 상파울로의 경우 Coelho da Fonseca 등과 같이 여러 지역에 다수의 지점을 보유하고 있는 부동산 업체들이 있습니다. 또한 한국 기업 주재원들을 대상으로 주택이나 아파트를 소개하는 한인 부동산 중개인들도 활동하고 있어 언어 문제가 없이 편리하게 이용할 수 있습니다.

**브라질에서 아파트나 가정집을 임대하려면 보증인이 필요합니다.**

집주인에 따라 다르지만 일반적으로는 보증인이 2명 필요하고 보증인이 상파울로 센트로에 집이나 건물이 2군데 있어야 하는 등 조건이 까다롭습니다. 보증인이 없다면 3달치 임대비용을 미리 내고 들어가는 방법이 있는데 이러한 경우, 기본적으로 계약기간이 2년~3년입니다.

영주권이 없으며 단기 임대를 원하는 사람의 경우 아파트를 임대하기보다 다른 임대인이 내놓은 방에 들어가 사는 경우가 많습니다.

상파울로는 아파트 임대비용이 비싸 임차인이 방이 남는 경우 방 하나씩을 다른 사람에게 다시 임대하는 경우가 있는데, 이 경우 통상적으로 한 달에 800~1,000헤알(약 34만~42만 원) 정도의 가격으로 책정합니다. 이러한 임대방법으로 한 집에 살 경우 식사는 각자 해결하는 것이 보통입니다.

한편 사무실이나 공장의 임대계약의 경우 임대차법(법률 제8245/91)에 의해 관리되고 있습니다.

임대차법은 상업용과 주거용 임대차에 관한 사항을 동시에 규정하고 있으며 여러 조항 중 특히 주의해야 할 사항은 다음과 같습니다.

계약 유효조항은 임대인이 임대건물을 매각하더라도 새로운 매수인이 계약기간을 준수하도록 법적으로 보장하는 조항입니다. 이러한 보호를 받기 위해서는 임대계약서상에 유효조항을 삽입하고 임대계약을 부동산등기소(Cartorio de Registro de Moveis; the Real Estate Registry Office)에 등기해야 합니다.

**임대차법은 일정한 경우에 임차인에게 임대계약의 기간연장을 법적으로 보장하고 있습니다.**

규정을 보면 일정한 조건을 동시에 충족할 경우에 한해 임대차 계약의 강제적 연장을 보장하며 조건은 다음과 같습니다.

- ① 임대계약이 서면으로 작성되고 임대기간이 명시적일 것
- ② 해당 임대계약기간이 최소 5년이거나 지금까지 연장된 기간의 합이 중단 없이 최소 5년일 것
- ③ 임차인이 지난 3년간 중단 없이 동일분야에서 영업행위를 지속할 것

임차인이 이러한 조건을 충족하는 상태에서 계약만료일로부터 6개월~ 1년 전에 임대인에게 계약갱신을 요구할 경우에는 법적으로 권리가 보장됩니다.

임대인은 시 정부가 건물보수 및 철거를 요구하거나 부동산을 자신이 직접 사용할 목적이 있을 경우, 계약갱신을 거부할 수 있습니다.

임대인은 동일 장소에서 임차인과 동일한 상행위를 하기 위해 상업용부동산의 권리회복을 요구할 수 없습니다. 그러나 임대인이 계약갱신 거부사유 이행을 3개월 내에 하지 않거나, 제3자와 계약을 한 경우 임차인은 법원을 통해 보상권을 주장할 수 있습니다.

**상업용 임대계약은 5년이 지나기 전까지는 법의 보호를 받기가 어려워 그 전까지는 임대인의 손에 달려있다고 해도 과언이 아닙니다.**

임대인은 계약이 종료되어, 임차인을 내보내려고 할 때 임차인이 퇴거를 거부할 경우 법원에 강제퇴거소송을 제기할 수 있습니다.

브라질에서 토지를 취득할 때에는 매매계약을 통해 하는 것이 안전합니다.

브라질법상 부동산 소유권은 새로운 소유주가 등기서류를 부동산 등기소에 등기함으로써 성립됩니다.

부동산 이전서류로는 다음과 같은 것들이 있습니다.

- ① 부동산 매매 공증문서(Escritura Pública)
- ② 정부수용의 경우 법원 판결문
- ③ 기업에 부동산을 자본금으로 투자하는 경우 이전문서

부동산매매서류는 매매 당사자 간에 권리와 의무를 형성하지만 부동산 등기소에 등기함으로써 비로소 제3자 대항효력을 갖기 때문에 반드시 등기해야 합니다.

한편 부동산에 대한 권리를 창설, 변경, 종료, 이전하는 행위는 모두 부동산 등기부에 기입해야 합니다.



[참고] 브라질 임대차 계약의 핵심, 피아도르(Fiador)

한국은 전세가 임대제도의 근간을 이루지만 브라질은 월세임대 중심입니다. 한국에서 임차인의 재력(전세금 조달능력)이 임대차 계약의 관건이라면 브라질에서는 월세 지급 능력의 보증이 계약 성사의 핵심입니다.

**대부분의 건물주들은 “피아도르(Fiador)”라고 하는 지급보증인을 요구합니다.**

지급 보증보험(Seguro Financa)이 점차 활용되고 있는 추세지만 그 비용이 연간 한 달치 임대료에 달하는 부담스러운 금액이고 또 보수적인 건물주들은 피아도르가 없으면 임대차 계약을 하지 않겠다고 완강하게 버티는 경우가 자주 있습니다.

이 때문에 브라질에 이민 온 지 얼마 안 되는 사람들은 집 마련을 위해 보증인을 찾아 나서는 등 여러 어려움을 경험합니다.

피아도르는 아무나 할 수 있는 것이 아닙니다. 상파울로 시내에 부동산을 적어도 1개 이상 보유하고 있어야 하고 신용상태도 좋아야 합니다.

주변에 그런 사람이 많지 않을 뿐더러 평상시 친분이 두텁더라도 막상 피아도르를 서달라고 부탁하는 일은 쉽지 않습니다. 피아도르의 지급보증뿐 아니라 피아도르 소유의 부동산을 담보로 잡길 원하는 임대인이 있기 때문입니다.

다음은 피아도르를 구했음에도 불구하고 임대차 계약에 실패한 A씨의 이야기입니다.

**[임대차 계약에 실패한 A씨의 사례]**

한인 교포 A씨는 상파울로 근교에 위치한 공장을 열심히 찾아다니다 그 중 제일 마음에 드는 매물을 찾았습니다.

평소 친분이 있던 지인에게 피아도르를 부탁하고 부동산 중개소에서 요구하는 서류를 준비하여 제출했으나 거절당했습니다.

**건물주의 요구사항은 피아도르의 지급보증만으로는 부족하며, 피아도르 소유의 부동산을 담보로 잡겠다는 것이었습니다.**



여태까지 여러 차례 임대차 계약을 했지만 이처럼 피아도르 소유의 부동산을 담보로 확보하겠다는 경우는 처음이라 지인뿐 아니라 A씨까지 깜짝 놀랐습니다.

부동산 중개인은 공장의 경우 임대료가 높아서 요즘은 대부분 피아도르의 물건을 담보로 확보한다고 설명했지만, 자신에게 호의를 보인 지인에게 그와 같은 부담을 줄 수 없다고 생각한 A씨는 망설였습니다.

고민 끝에 A씨는 부동산 중개인에게 집 주인과 자리를 한번 마련해 줄 것을 부탁했습니다. 그리고 본인의 회사, 사업내역, 피아도르의 프로필 등 신뢰를 줄 수 있을 것 같은 설명을 하며 건물주의 마음을 움직여보려 했습니다. A씨는 간신히 집 주인으로부터 '부동산 담보 없이 피아도르의 지급보증만으로 임대차 계약을 하는 것을 긍정적으로 검토해보겠다'는 답변을 이끌어냈습니다.

하지만 그 후 불과 3일 만에 건물주는 A씨에게 다시 연락하여 자신의 변호사가 '부동산 담보 없는 임대차 계약을 하지 말라고 했다며 피아도르 부동산 담보를 걸어야만 한다는 원래의 입장으로 돌아가 버렸습니다. A씨는 결국 그 매물을 포기하고 좀 더 유연한 조건을 받아들이는 다른 임대인을 찾아야 했습니다.



사진 II-1 피아도르를 묘사한 브라질의 만평

위의 사례에서 볼 수 있듯이, 브라질의 임대제도는 임대인들에게 무척 유리하게 되어 있습니다.

브라질에서는 임차인이 임대료와 관리비는 물론 IPTU(부동산세)까지 부담하는 것이 관례화되어 있습니다. 따라서 브라질에서 임대차 계약을 할 때에는 이러한 특성을 고려하여 계약해야 합니다.

### 3) 영업시설의 공통기준

종업원의 위생과 관련된 영업시설의 공통기준은 다음과 같습니다.

일반적으로 회사는 매년 1회씩 직원들의 건강 진단서(의사 소견서)를 발부받아 보관할 의무가 있습니다. 소규모 회사의 경우 2년에 한 번씩 청구할 수 있으나, 18세 미만 또는 45세 이상의 노동자에 대해서는 매년 청구하여 보관해야 합니다.

피고용자가 30일 또는 그 이상의 기간 동안 결근하고 재출근할 때에는 건강진단서를 새로 청구, 보관해야 합니다.

건물, 시설, 장비, 가구 및 도구 일반에 대해서는 다음의 사항을 지켜야 합니다.

건물과 시설은 음식 조리가 원활하게 이뤄질 수 있도록 설계되어야 하며, 유지, 청소 및 소독이 용이해야 합니다.

조리 공간은 독립적으로 설치되어 있고, 출입자가 관리되어야 하며 다른 용도로 사용해서는 안 됩니다.

건물은 각 작업에 맞는 공간이 서로 분리되도록 설계해야 합니다.

바닥, 벽, 천장과 같은 시설은 매끄럽고 방수되는 재료로 설비하며, 청소가 용이해야 합니다.

갈라지거나 누수, 곰팡이, 벗겨짐 등이 없도록 관리되어야 하며 이로 인해 음식을 오염시키는 일이 없어야 합니다.

음식 조리 공간 및 저장고의 출입문은 자동 폐쇄장치가 되어 있어야 하며, 각 공간에서 외부로 연결된 출입구에는 병균 및 해충의 유입을 막기 위한 스크린이 설치되어야 합니다.

스크린은 이동이 가능하여 정기적인 청소가 용이해야 합니다.

영업장은 수도물을 사용할 수 있도록 수도 설비가 구비되어 있어야 하며, 폐수처리를 위해 하수도 시스템이나 정화조에 연결되어야 합니다.

폐수 및 폐기물 용량에 맞는 규격의 하수도와 기름 필터 장치(Grease traps)가 구비되어야 하며, 해당 설비는 음식 조리 및 보관 공간의 바깥쪽에 위치해야 합니다.

영업장 건물의 내·외부에는 이물질이 없어야하고 동물이 있어서는 안 됩니다.

음식 조리공간의 조명은 충분한 밝기여야 하며 액체 접촉 등으로부터 안전해야 합니다.

전기 설비는 내장 설치되어 있거나, 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 관리되어야 합니다.

또한 환기 시 바람이 음식에 집중되어서는 안 됩니다. 에어컨 및 히터 설비와 필터는 항상 청결함을 유지해야 합니다. 관련 법규에 따라 정기적인 필터 청소 및 점검이 이뤄져야 합니다.

**화장실 및 탈의실은 음식 조리 및 보관 공간과 직접적으로 연결되지 않아야하며 깨끗하고 정갈한 상태를 유지해야 합니다.**

화장실 및 탈의실의 출입문에는 자동 폐쇄장치가 있어야 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 구역과 인접한 곳에는 별도의 손 세정 시설이 구비되어야 합니다.

세면대와 함께 비누, 일회용 핸드타올이 제공되어야 합니다.

도구, 가구 및 식기 등 음식과 직접적으로 접촉하는 물건은 규정에 따라 주기적인 세척을 통해 녹슬지 않은, 무색무취의 청결한 상태를 유지해야 합니다.

구비하고 있는 장비, 도구, 식기 등을 대상으로 정기적인 유지 검사가 이뤄져야 하며 관련 내용을 기록해야 합니다.

준비, 포장, 보관, 운송, 유통 및 음식 판매에 사용되는 장비, 가구 등의 표면은 매끄럽고 갈라짐이 없으며, 방수처리와 세척이 용이해야 합니다.

그 밖에 음식을 오염시킬 수 있는 기타 결함이 없어야 합니다.

건물, 시설, 장비, 가구 및 도구의 위생에 관련한 사항은 다음과 같습니다.

건물, 장비, 가구 및 도구는 항상 청결한 상태를 유지하여 음식을 오염시킬 수 있는 위험성을 최소화해야 합니다.

하수도 기름 필터 장치(grease trap)는 정기적으로 세척되어야 하며 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 안 되며 살균제품은 반드시 위생국의 허가를 받은 제품을 사용해야 합니다.

살균제품 사용 시, 제품에 명시된 사용법을 준수해야 하며 별도의 보관 장소를 마련하여 보관합니다.



청소 도구는 청소하기에 충분한 수량을 구비하고 있어야 하며, 사용 후에는 깨끗하게 보관합니다.

위생 시설에서 사용되는 도구는 음식 접촉이 있는 도구들과 별도로 보관해야 합니다. 화장실 청소 담당자는 음식 조리사와 구분될 수 있는 올바른 복장을 착용해야 합니다.

해충 및 질병 관리 역시 늘 이루어져야 합니다. 영업장의 건물, 시설, 장비, 가구 및 도구는 해충과 질병에 오염되지 않아야 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 합니다.

**수도 공급에 관련된 사항은 다음과 같습니다.**

음식에 사용하는 물은 반드시 식수여야 합니다. 음식에 사용되는 얼음은 반드시 깨끗한 식수로 만들어진 얼음을 사용해야 하며 위생적으로 보관되어야 합니다.

음식에 직접적으로 수증기가 닿는 경우 반드시 깨끗한 식수에서 만들어진 수증기여야 합니다.

저수조는 관련 규정에 맞게 제작되어야 하며 물을 오염시키지 않는 재료로 코팅해야 합니다.

저수조는 반드시 갈라짐, 누수, 벗겨짐 또는 다른 결함이 없어야 하며 올바르게 잠겨 있어야 합니다.

저수조는 최대 6개월에 한 번씩 청소해야 하며 관련 내용을 기록해야 합니다.

**폐기물 관리에 관련된 사항은 다음과 같습니다.**

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 막습니다.

**음식 조리사에게 해당하는 규정은 다음과 같습니다.**

음식 조리사는 관련 규정에 맞게 건강 진단 확인을 받아야 합니다. 만일 부상을 당하거나 질병 감염 또는 감염 증세를 보이는 조리사는 관련 증상이 나아질 때까지 음식 준비 과정에서 제외되어야 합니다.

또한 음식 조리사는 개인위생 수준을 유지해야 하며 조리 활동을 하는데 적합한 유니폼을 착용해야 합니다. 이 유니폼은 매일 갈아입어야 하며 영업장 안에서만 착용해야 합니다.

개인 의류 및 소지품은 지정된 장소에 보관합니다. 음식 조리사는 조리 전후, 화장실 사용 후, 오염된 물체와 접촉한 후 등 필요한 상황에 따라 손을 깨끗이 씻어야 합니다.

고용주는 올바른 손 세정 방법 및 기타 위생 관련 지침 내용이 담긴 포스터를 조리 공간, 화장실 등 필요한 공간에 보기 쉽게 부착해 놓아야 합니다.

음식 조리사는 흡연을 삼가고 불필요한 대화, 노래, 휘파람, 재채기, 식사 등 조리과정에서 음식을 오염시킬 수 있는 행위를 하지 말아야 합니다.

음식 조리사는 머리카락을 단정히 하고 위생모자를 착용해야 합니다. 손톱은 짧게 잘라야 하며 매니큐어 등이 있으면 안 됩니다. 조리 시에는 액세서리 착용과 화장을 삼가야 합니다.

음식 조리사는 정기적으로 개인위생 교육을 받아야 하며 관련 내용은 반드시 기록해야 합니다.

**재료, 식재료 및 포장재에 해당하는 규정은 다음과 같습니다.**

재료, 식재료 및 포장재 공급자에 대한 정보를 기록, 명시할 의무가 있으며 해당 물품의 운송은 위생적이고 보존이 잘 되는 환경에서 이루어져야 합니다.

재료, 식재료 및 포장재의 수령 또한 안전하고 깨끗한 곳에서 이뤄져야 합니다. 재료, 식재료 및 포장재는 수령하는 시점에 즉시 포장상태, 제공 온도 등을 확인해야 합니다.

재료, 식재료 및 포장재의 유통기한이 지났거나 포장상태에 문제가 있는 경우 즉시 공급자에게 반송해야 합니다. 수취가 불가능한 이유를 명확하게 기재하고, 별도로 보관하거나 폐기해야 합니다.

재료, 식재료 및 포장재는 깨끗하고 오염 위험이 없는 장소에 보관되어야 합니다. 각 물품의 식별이 용이하고 올바른 포장 상태여야 하며, 유통기한이 유효한지 확인해야 합니다.

재료, 식재료 및 포장재는 환기가 잘 되고 깨끗한 선반에 보관해야 하며, 보관 장소는 청소가 용이해야 합니다.



음식 조리과 관련된 규정은 다음과 같습니다.

음식조리에 사용되는 재료, 식재료 및 포장재는 관련 규정에 맞는 위생수준을 유지해야 합니다. 도구, 가구 및 종업원의 수는 음식 조리 과정의 복잡성, 다양성 및 규모에 적합해야 합니다.

음식 조리 시 재료 간의 상호 오염이 없도록 주의해야 하며, 식재료와 조리된 음식 간의 직·간접적 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 저장수명을 적은 라벨을 부착해서 보관해야 합니다.

필요한 경우 음식 조리 전, 식재료의 포장재를 간단하게 세척하여 음식이 오염되는 것을 방지해야 합니다.

음식을 가열하는 경우 최소한 섭씨 70도 이상의 온도에서 고루 가열해야 하며, 70도보다 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 가열해서는 안 되며, 냄새, 맛, 농도, 연기 등의 변화가 있을 경우 즉시 새로운 것으로 교체해서 사용합니다.

냉동식품은 포장 라벨에 따로 명시되어 있지 않는 한, 가열하기 전 반드시 해동과정을 거쳐야 합니다. 한 번 해동된 냉동식품은 다시 얼리면 안 되고 냉장 보관해야 합니다.

조리된 요리는 깨끗한 곳에서 단기간 보관해야 하며 따뜻한 음식인 경우 섭씨 60도 이상의 온도에서 최대 6시간까지 보관이 가능합니다.

음식을 식히는 경우 식히는 동안 오염되지 않도록 주의해야 하며 섭씨 10~60도에서 최대 두 시간까지 보관이 가능합니다. 두 시간이 지난 후에는 섭씨 5도 이하, 또는 냉동상태로 보관해야 합니다.

섭씨 4도 이하의 온도에서 조리 및 보관된 음식은 5일 이내에만 섭취 가능합니다. 만약 조리 및 보관 온도가 섭씨 4~5도 사이인 경우 음식에 위생문제가 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.

외식업소는 제공되는 음식의 품질을 관리해야 하며 관련사항을 기록해야 할 의무가 있습니다.





**조리된 음식의 보관 및 운송과 관련된 규정은 다음과 같습니다.**

조리된 음식을 보관해두는 경우 오염되지 않도록 음식 설명, 조리일자 및 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 있어야 하고 위생상의 문제가 없도록 확인되어야 합니다.

**조리된 음식을 섭취하는 것과 관련된 규정은 다음과 같습니다.**

조리된 음식이 진열 또는 손님에게 제공되기 위해 임시적으로 보관되는 공간은 항상 깨끗하고 위생적인 상태여야 합니다.

음식 조리 및 서빙 담당자는 위생장갑과 기타 도구를 사용하여 음식이 오염되는 것을 방지해야 합니다.

조리된 음식의 진열 및 제공 과정에서 일정 온도를 유지하기 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 청결한 곳에 보관되어야 합니다.

식사 공간에 있는 장식품과 관상식물로 인해 음식이 오염되어서는 안 됩니다. 계산대는 별도로 구비되어 있어야 하며 계산하는 사람은 음식을 조리하거나 포장해서는 안 됩니다.

**기록 및 서류관리와 관련된 규정은 다음과 같습니다.**

외식업체는 표준 운영 매뉴얼을 구비해야 합니다. 해당 매뉴얼은 보건 당국이 요청할 경우 반드시 열람 및 제출이 가능해야 합니다. 매뉴얼은 운영 절차 및 실행 과정을 담고 있어야 하며, 각 절차 또는 과정의 책임자, 위치 등을 함께 기재해야 합니다.

관련 내용은 외식업체 전체 책임자의 날인이 있어야 합니다. 운영 기록은 음식 조리일 기준 최소 30일간 보관해야 하며 그 외에도 표준 운영 매뉴얼에는 (1) 위생 시설, 도구 및 가구, (2) 해충 및 질병 관리 시스템, (3) 저수조 위생 관리, (4) 음식 조리사의 건강 및 위생과 관련된 내용이 포함되어야 합니다.

#### 4) 노동법, 고용법 관련 유의사항

브라질 노동법은 노동자 위주의 법이며 노동소송도 빈번하기 때문에 숙지하고 주의를 기울여야 노무 관리에 어려움을 겪지 않을 수 있습니다.

브라질 노동법의 기본이 되는 사항은 다음과 같습니다.

모든 고용계약은 반드시 서면으로 해야 합니다. 불법체류자와 14세 미만의 미성년자는 고용할 수 없습니다. 고용인은 새로 피고용인을 채용했을 시, 48시간 이내에 노동수첩에 서명을 하고 노동청에 등록 해야 합니다. 이때 필요한 등록서류는 노동수첩, 사진(3×4Cm) 1장, I.D 카드 사본 (RG, CPF), 의사 진단서, 결혼증명서 사본, 부양가족 증명서(출생 증명서), 병역필증 또는 면제증(18-45세의 남자) 등이 있습니다. 고용인은 새로운 피고용인을 채용할 때 90일까지 견습기간을 둘 수 있습니다.

**고용인은 어떠한 경우라도 최저임금 이하를 줄 수 없습니다.**

2014년 기준 브라질의 최저임금은 722.90헤알(약 30만 원)입니다. 그리고 브라질의 근무시간은 1일 8시간이며 1주일에 44시간으로 규정되어 있습니다. 초과근무를 시킬 때에는 1일 최고 2시간 범위 내에서 가능합니다. 그러나 18세 미만인 피고용인의 경우 1주에 44시간을 초과할 수 없기 때문에 초과근무를 시킬 수 없습니다.

출퇴근 기록부는 10인 이상 고용 시 반드시 비치해 놓아야 하며, 10인 이하의 업체는 이를 비치할 필요가 없지만 노동법상 인정되는 서식으로 벽에 출퇴근 사항을 기입해야 합니다.

피고용인은 퇴근해서 다음날 출근할 때까지 최소 11시간 이상을 휴식해야 하며, 일주일에 최소한 1일(24시간)을 휴식하도록 되어 있기 때문에 일요일 영업은 불가능합니다. 따라서 일요일에 영업을 하기 위해서는 연방정부의 승인을 필요로 하는데 피고용인 없이 고용인 혼자서 하는 것은 무방합니다.

교민들의 경우 대부분 12월 말에서 1월 초까지 집단휴가를 실시하는데, 집단휴가를 실시하고자 할 때에는 반드시 15일 전에 노동청에 신고해야 합니다.

피고용인을 채용한 시점으로부터 1년이 지나면 30일간의 유급 휴가를 제공해야 합니다. 30일간의 휴가는 한꺼번에 30일을 사용하거나 두 번으로 나눠서 사용할 수 있는데, 두 번으로 나누더라도 최소 10일 이상은 연달아서 사용해야 합니다. 휴가비는 급여의 1/3이며, 30일간의 휴가기간 중 10일은 고용인과 피고용인의 합의 하에 유급양도가 가능합니다. 2년 간 피고용인이 휴가를 사용하지 않을 경우, 고용인이 벌금으로 휴가비를 2배 지급해야 합니다.

**브라질에서는 피고용인들에게 다음의 사항을 법적으로 보장하고 있습니다.**

크리스마스 보너스가 법적으로 보장되어 있습니다. 일반적으로 13번째 급여(13 salario)라고 불리는 크리스마스 보너스는 두 번으로 나눠서 지급할 수 있습니다. 첫 번째는 2월에서 11월 30일 사이에 지급하고 두 번째는 12월 20일 이전에 지급해야 합니다.

중식비(Vale Refeicao)는 회사가 소재한 지역의 하루 중식비를 계산하여 월 단위로 중식 카드에 적립해서 지급합니다. 대부분의 음식점에서 중식 카드를 받기 때문에 근로자는 중식 카드를 이용해서 점심 식사를 합니다.

출퇴근 지원비(Vale Transporte)는 회사까지의 출퇴근 시 이용하는 대중교통 요금을 계산하여 중식비와 마찬가지로 카드에 적립하여 지급합니다. 중식비와 출퇴근 지원비는 현금으로 지원하지 않는 것이 중요합니다. 현금으로 지원할 경우, 급여로 산정되어 소득세, 근속보장기금 등 각종 세금 산정 시 과세기준액에 포함되기 때문입니다.

**고용인이 부담해야 하는 피고용인의 복지 관련 비용은 다음과 같습니다.**

고용인은 피고용인의 월급 8%를 퇴직 적립금(Fundo de Garantia do Tempo de Serviço, FGTS)으로 브라질 은행(Caixa Economica Federal)에 납부해야 합니다. 또한 직원해고 시 누적연금총액의 50%(40%는 직원에게, 10%는 정부에게)를 추가 지급해야 할 의무가 있습니다. 또 고용인의 질병, 불구, 실직 등에 대비하여 사회보장기금(INSS)으로 급여액에 따라 8~11%까지 개인 급여에서 공제하여 납부합니다.

고용인은 피고용인에게 경고, 근무 정지, 해고 등을 할 수 있습니다.

회사의 규칙(출퇴근 시간 등)을 어기거나 고용주의 지시를 따르지 않는 것을 이유로 위의 조치를 행하려면 근거서류를 만들어 놓는 것이 좋습니다.

근무 정지는 1차 경고를 했음에도 시정되지 않을 경우 1-30일까지 일을 나오지 못하게 하는 조치입니다. 이 때에는 월급을 지불할 필요가 없습니다. 피고용인이 잘못을 시인하지 않고 서명을 거부할 때는 2명 이상의 증인 서명을 받아 놓으면 됩니다. 한편, 해고는 30일 간의 근무 정지 이후 가능합니다. 1년 이상 근무한 자를 해고하려면 노조나 노동청을 통해서만 가능하다는 것을 주의해야 합니다.

**브라질의 해고 제도는 정당한 사유가 있는 해고와 정당한 사유가 없는 해고로 구분할 수 있습니다.**

정당한 사유가 있는 해고의 경우, 해고사유는 한국과 거의 동일하며 브라질 노동법 (Consolidação das Leis do Trabalho, CLT) 제482조에 정당해고에 해당하는 사유들이 나와 있습니다. 정당 해고의 경우 고용주는 잔여급여, 13번째 급여의 미지급분, 유급휴가비의 미지급분을 근로자에게 지급해야 합니다.

정당한 사유가 없는 해고의 경우 해고하는 직원에 대해 다양한 형태의 보상을 규정하고 있는데, 보상의 내용은 잔여급여 지급, 30일 간의 사전해고 통보기간, 13번째 급여 미지급분, 유급휴가비, 유급휴가 대비 1/3의 추가금, 고용기간 중 적립한 퇴직 적립금(FGTS) 총액의 40%에 해당하는 벌금 납부 및 FGTS 인출을 허가해야 합니다. 근속기간 1년 이상인 직원에 대한 해고는 사전에 노동조합과 상의하여야 하며 사전통보기간도 근속기간에 비례하여 늘어나므로 유의해야 합니다.

**이 외에 해고는 아니지만 직원이 자발적으로 퇴직을 하는 경우가 있습니다.**

이 경우에는 상기 혜택 중 사전 통지와 FGTS 40%의 벌금 규정을 제외한 다른 모든 혜택이 적용됩니다. 브라질의 노동 소송은 한국과 달리 노동법원을 통해서 진행됩니다. 대부분의 경우 근로자가 소송을 제기하며 이 과정에서 현지 변호사가 퇴사한 근로자를 부추겨 기업에게 소송을 제기하도록 하는 경우도 많습니다.

소송을 하기 전 노동위원회의 중재가 있으며, 노동위원회의 합의가 무산된 경우에 소송으로 진행됩니다. 법원이 대부분 근로자의 편을 들어주는 것도 노동소송이 넘쳐나는 이유 중 하나입니다. 한국의 경우 민사소송에서만 청구가 가능한 정신적 손해배상 역시 노동소송에서 청구가 가능하므로 상당한 액수를 요구하는 경우도 많습니다. 소송 기간은 비교적 길고, 통상 2~3년이 소요됩니다.

#### 노동법에는 고용인의 구성에 관련한 규정도 있습니다.

외국기업의 경우 외국인 피고용인은 전체 피고용인의 1/3을 넘을 수 없습니다. 임신부 피고용인은 임신일로부터 출산 5개월까지 혜택을 받습니다. 출산을 앞둔 피고용인은 출산 28일 전부터 출산 후 92일까지 120일간의 휴가를 받을 수 있습니다. 임신부를 무단으로 해고했을 때 당사자가 고소할 경우 재채용 또는 12개월간의 월급 등을 지불하라는 법원의 판결이 나옵니다. 노조가입자와 안전보호 담당자는 해고시킬 수 없으며 회사에서 부상당하여 직장에 복귀한 자는 12개월간 해고할 수 없습니다.

노동관계 조사공무원(FISCAL)은 어느 업체든지 출입하여 노동관련 서류를 열람·조사할 수 있습니다. 이들의 공무집행을 방해할 때에는 벌금이 부과됩니다.

#### 한편 업체의 규모별로 적용되는 준수사항을 살펴보면 다음과 같습니다.

피고용인이 10인 이하인 업체의 경우 회사 내에 항상 고용인 등록서류를 비치해두어야 합니다. 만일 해당 서류가 회계사무실 등에 보관되었을 때에는 벌금이 부과됩니다. FISCAL의 검사책자, 피고용인들의 근무시간표 역시 회사에 비치되어 있어야 하며 피고용인들에 대한 각종 지불 명세서에는 FISCAL의 지시에 따라 2-8일 이내에 제출해야 합니다.

피고용인 10인 초과 업체의 경우 10인 이하 업체와 대부분 동일하지만 피고용인들에 대한 각종 지불명세서를 회사에 비치해두어야 하는 점이 다릅니다. FISCAL의 조사가 완료되면 위반사항에 대한 기록을 보여주고 서명을 요구하게 되는데, 10일 이내에 이의신청을 할 수 있습니다.

## 5) 세무관련 정보

브라질 조세의 기본적 특징은 여러 주체에 의해 조세가 관할되고 있다는 점입니다.

브라질 연방 조세의 근거 법률은 조세법입니다. 다만 헌법적 근거에 따라 연방정부, 주 정부(1개 연방특구, 26개 주), 시 정부(대략 6천여 개)가 각각 별도로 조세 관할권을 보유하고 있습니다. 한편, 브라질 조세는 비교적 세율이 높고 세법 규정 또한 자주 바뀌는 것으로 알려져 있습니다.

이처럼 조세 관할권을 보유한 주체가 많고, 해당 정부별 세법 규정이 자주 변경되어 이를 파악하는 것 자체가 어려운 면이 있으므로 사업체 설립 시 초기부터 외부 조세 전문가의 도움을 받아야 조세법규 위반 실수를 방지할 수 있습니다.

### [참고] 브라질 세제의 4대 원칙

브라질 세제의 4대 원칙은 연방, 주, 시 등에 모두 적용되며 다음과 같습니다.

#### ① 조세법률의 원칙

법률의 규정 없이 증세 또는 세무강제를 금지

#### ② 공평의 원칙

동일한 조건 하의 납세자에게 차이 두는 것을 금지

#### ③ 적용소급 금지

과세나 증세를 제정할 법률의 발효 이전에 발생한 세원을 대상으로 하는 과세를 금지

#### ④ 공포년도 적용금지

새로운 세금이나 기존 세금의 세율인상이 발령되었을 때, 그 동일한 연도에 해당 법의 적용을 시행하는 것을 금지

그림 II-5 연방세금의 종류			출처: KOTRA
세금	근거법규	과세표준	세율
개인소득세 (Imposto de Renda Pessoa Física - IRPF)	헌법 제153조 제III항, 조세법, 법률 제3,000호 (소득세법), 법률 제11,482호 (개인소득세관련법)	소득	0%, 7.5%, 15%, 22.5%, 27.5%
법인소득세 (Imposto de Renda Pessoa Jurídica - IRPJ)	헌법 제153조 제III항, 조세법 제43조~제45조, 법률 제3,000호 (소득세법)	실질이익 또는 가정이익	15%, 25%
지방토지세 (Imposto sobre Propriedade Territorial Rural - ITR)	헌법 제153조 제VI항, 조세법 제29조~제31조, 법률 제9,393호 (지방토지세법), 법률 제4,382호 (지방토지세법규정)	토지가격 - (토지에 건축되어 있는 부동산 가격+ 작물 가격)	0.03% ~ 20%
공산품세 (Imposto sobre Produtos Industrializados - IPI)	헌법 제153조 제IV항, 조세법 제46조~제51조, 법률 제7,212호 (IPI규제법), 법률 제6,006호 (IPI세율관련법)	물건 가격	0% ~ 330%
수입세 (Imposto sobre a Importação - II)	헌법 제153조 제II항, 조세법 제19조~제22조, 법률 제37호 (II법)	물건 가격	0% ~ 35%
수출세 (Imposto sobre a Exportação - IE)	헌법 제153조 제II항, 조세법 제23조~제28조, 법률 제1,578호 (IE법)	물건 가격	30% ~ 150%
금융거래세 (Imposto sobre Operações Financeiras - IOF)	헌법 제153조 제V항, 조세법 제63조~제67조, 법률 제5,143호 (IOF법), 법률 제6,306호 (IOF규제법)	금융거래 금액	25%까지 (금융거래 종류에 따라)

개인사업자와 가장 관계가 깊은 세금은 개인소득세입니다.

개인소득세는 소득별로 세율이 달라지며 일정 금액 이하일 때에는(1,787.77헤알 이하, 약 75만 원 이하) 면제됩니다.

주요 세금의 종류 및 세율은 다음과 같이 구분됩니다.

그림 II-6 주 세금의 종류			출처: KOTRA
세금	근거법규	과세표준	세율
재산증여세 (Imposto sobre Transmissão Causa Mortis e Doação - ITCMD)	헌법 제155조 제1항, 조세법 제35조~제42조, 상원 규정 제9호 (ITCMD을 관련규정), 주법	재산금액	주 별로 다름 (단, 8% 이하) 4% (상파울로)
자동차세 (Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores - IPVA)	헌법 제155조 제3항, 주법	자동차 가격	주 별로 다름 1.5% - 4% (상파울로)
판매서비스유통세 (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação - ICMS)	헌법 제155조 제2항, 법률 제87호 (ICMS법), 주법	서비스 가격 또는 판매 가격	주 별로 다름 7% - 18% (상파울로)

그림 II-7 시 세금의 종류			출처: KOTRA
세금	근거법규	과세표준	세율
도시토지세 (Imposto sobre a Propriedade Predial e Territorial Urbana - IPTU)	헌법 제156조 제1항, 조세법 제32조~제34조, 시법	부동산 가격	시 별로 다름 0.7% - 1.6% (상파울로)
부동산양도세 (Imposto sobre a Transmissão Inter Vivos - ITBI)	헌법 제156조 제2항, 조세법 제35조~제42조, 시법	부동산 가격	시 별로 다름 2% (상파울로)
서비스세 (Imposto sobre Serviço - ISS)	헌법 제156조 제3항, 법률 제116호 (ISS법) 시법	서비스 가격	시 별로 다름 (단, 5% 이하) 2% ~ 5% (상파울로)

그림 II-8 사회기부금의 종류			출처: kotra
세금	근거법규	과세표준	세율
정부기부금 (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido - CSLL)	헌법 제195조 제1항 C, 법률 제7,689호 (CSLL관련법)	순이익	9%
사회복지세 (Contribuição para Financiamento da Seguridade Social - COFINS)	헌법 제195조 제1항 B, 법률 제10,833호 (COFINS관련법)	매월 총소득	7.60%
사회통합계획기여세 (Programa de Integração Social / Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público - PIS/PASEP)	헌법 제154조 제1항, 법률 제7호 (PIS법), 법률 제8호 (PASEP법), 법률 제10,637호 (PIS/PASEP관련법)	매월 총소득	1.65%



**법인사업자에게 있어 가장 관계가 깊은 세금은 법인세입니다.**

법인세는 대표적인 연방 세금 가운데 하나로 연방 조세법(법률 제3,000호 및 제5,172호)에 그 근거를 두고 있습니다. 서울의 경우 기본세율이 15%이나, 가정이익이 20,000헤알(약 841만원)을 초과할 경우 10%의 추가 세율이 적용됩니다.

과세표준과 관련해, 수익에서 비용을 차감하여 실질이익을 계산하고 이에 대해 세율을 적용하는 일반적인 방법을 실질이익 과세제도라고 합니다. 브라질의 경우 전년도 총수익 480만 헤알(약 20억 1,800만 원)을 초과하는 기업 또는 외국으로부터 수익을 얻는 기업의 경우 과세표준으로 실질이익 과세제도를 의무적으로 채택해야 합니다.

실질이익 과세제도의 채택이 의무적이지 않은 기업의 경우, 실질이익이 아닌 분기별 총수익의 8%를 가정이익으로 보고 이에 기해 세율을 적용하는 가정이익 과세제도와 실질이익 과세제도 중 임의로 한 가지를 선택할 수 있습니다.

그림 II-9 법인세 계산의 예시		출처: KOTRA
과세 전 소득 ①		1,000,000헤알
사회기여세(9%) ②		90,000헤알
<b>연방소득세</b>		
총 과세 대상 소득의 15% ③ (① X 15%)		150,000헤알
2만 헤알 이상 과세대상 소득에 대한 10% 초과세(Surtax) ④ ((① - 20,000) X 10%)		98,000헤알
총 연방 소득세 ⑤ (③ + ④)		248,000헤알
총 조세부담 ⑥ (① X 33.8%)		338,000헤알
법인세율		33.8%
과세 후 소득 ⑦ (① - ⑥)		662,000헤알

한편 한국과 브라질 정부는 소득에 대한 조세의 이중과세회피와 탈세방지를 위한 협약의 체결을 희망하여, 1989년 3월 7일 서울에서 이중과세방지협약에 합의했습니다.

위 협약은 1991년 11월 21일 발효되었으며 이중과세방지협약을 체결한 국가 간에는 소득세, 인력·자본·기술의 이전 과정에서 세금이 이중으로 부과되지 않습니다.

## 6) 수입/통관 관련 정보

보통 수입절차는 전자무역시스템(Siscomex)의 수입신고(Declaracao de Importacao, DI)를 통해 이루어지며, 수입세(Imposto de Importacao), 공업제품세(IIPI), Siscomex 사용료를 지불해야 합니다.

모든 비용 및 세금 납부가 완료되고 화물검사를 마치면, 세관에서 Siscomex를 통해 수입면장(Comprovante de Importacao)을 발급합니다.

수입신고에 필요한 구비 서류에는 다음과 같은 것들이 있습니다.

수입허가증(Licença de Importação, Li), 선하증권(Cohecimiento de Carga) 또는 그에 상응하는 서류, 수출업자의 서명을 포함한 상업송장(Fatura Comercial), 패킹 리스트(Romaneio de Carga, 요구되는 경우에 한함)와 그 외 국제협약 또는 법에 의해 요구되는 서류 등이 그것입니다.

수입신고 서류들은 요구가 있을 시, SRF(Secretaria da Receita Federal, 내국세입청)의 감독에 응하여야 하므로 수입업자들은 반드시 법에서 규정하는 기간 동안(최소 5년) 서류들을 보관하고 있어야 합니다.

수입신고가 완료되면 통관절차가 시작되며 4가지 채널로 구성된 화물검사를 실시하게 됩니다. 자동 통관인 녹색 채널을 제외한 기타 세관검사는 수입자가 세관으로 직접 수입서류를 제출해야 합니다.

### 화물검사의 4가지 채널

- ① 녹색 채널: 자동 통관
- ② 황색 채널: 서류심사 필요
- ③ 적색 채널: 서류심사 및 화물검사 필요
- ④ 회색 채널: 서류 및 화물의 정밀검사 필요

SRF의 규범에 따라 외교적 목적을 갖는 수입물품, 인도주의적 목적을 갖는 비영리적인 물품 등은 전자무역시스템 등록을 하지 않고 통관절차를 거칠 수 있습니다.

또한, 브라질 내부에서 열리는 국제 행사를 위한 일시적인 물품 반입일 경우 일시 허가 특별규정에 의해 통관절차를 진행합니다.

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

**주요 세관은 공항세관, 항만세관이며 보세창고에 물품을 보관하는 것도 가능합니다.**

통관이 이뤄지는 공항세관은 브라질리아 국제공항, 바우 지 간스 공항, 과라라피스 공항, 6월 2일 공항, 땅끄레두 네비스 국제공항, 리우 데 자네이루 국제공항, 비라고뿌스 공항, 상파울로 국제공항, 살가 두 필류 공항 등에 있습니다.

통관이 이뤄지는 항만세관은 베르 빼 빼주 항만, 마나우스 항만, 살바도르 항만, 비또리아 항만, 리우 데 자네이루 항만, 산투스 항만 등에 있습니다. 보세창고에 물품보관은 1년간 가능하며, 1년 연장할 수 있습니다.

수입승인은 브라질 은행(BANCO DO BRASIL) 등 4개 은행에 수입허가를 신청하는 절차를 밟아야 합니다.

이를 통해 은행은 수입상의 신용상태를 확인하고 I/L 발급을 위한 제반절차를 거쳐 수입허가증을 발급합니다. 소요기일은 보통 15일 이상 걸립니다.

원·부자재 수입에 대해 1년을 기간으로 부가가치세와 관세면제를 받고 잠정 통과기간이 경과한 후 재신청할 수 있습니다. 잠정통관의 최장기간은 5년입니다.

만일 수입업자가 주문한 물품과 수입품이 상이하거나 물품에 커다란 하자가 있어 반품해야 할 경우, 수입업체는 B/L, 매매계약 또는 L/C 등 관련서류를 첨부하여 국세청에서 수속을 합니다. 이 때의 소요기간은 60~90일 정도입니다. 반송이 가능한 기간은 통관 후 90일 이내이며 반송절차는 대외무역청에 신청하여 허가를 획득합니다.

브라질은 남미공동시장(Mercosur)의 회원국으로서, 회원국이 공동으로 사용하는 대외무역공동관세(Tarifa Externa Comum, TEC)를 사용합니다.

NCM코드는 Mercosur 회원국들이 사용하는 HS코드로 총 8자리 숫자로 구성되어 있으며, 코드 분류는 기술적인 지식을 요구하므로 통관사 또는 관세 전문가의 도움을 받는 것이 일반적입니다.

대외무역공동관세(TEC) 과세 기준은 특별세율, 종가세율 등에 따라 나누어집니다.

① 특별세율(Aliquota Especifica)

관세법에 의해 특별히 규정된 경우 특별세율을 적용합니다.

② 종가세율(Aliquota "Ad Valorem")

수입할 당시 자유경쟁의 조건 하에 거래될 수 있는 정상가격에 부과되는 세율로 보통 정상적으로 수입되는 가격에 적용합니다.

③ 압수 또는 유기된 상품

대부분 경매 처분되며 경매 시의 낙찰가격이 과세기준이 됩니다.



한편 관세에는 수입세, 공업제품세, 주 유통세, 사회기여세 등이 있습니다.

#### ① 수입세(Imposto de Importacao, I.I)

남미공동시장 형성 후 대외공동관세율이 적용되고 있습니다. 브라질의 수입관세율은 0~35%까지 분포되어 있습니다. 원자재(평균 8~9%)나 반가공품(평균 11.9%)은 완성품(평균 15.8%)보다 더 낮은 관세율을 적용하고 있으며, 99개의 예외 품목이 존재합니다.

#### ② 공업제품세(I.P.I)

수입품을 최종 소비자에게 판매할 때 공제되는 세금이므로 결론적으로 수입업자가 부담하는 비용은 아닙니다. 품목의 종류에 따라 1~365.6%까지 큰 차이가 있으며, 생활 필수품이 아닌 경우 과세율이 높고, 필수품은 과세율이 낮습니다.

#### ③ 주 유통세(I.C.M.S)

국산품과 수입품 모두에 적용되는 주(州) 부가가치세이며, 공업제품세와 마찬가지로 생산품의 경우 공장에서 출하되거나 수입품이 통관될 때 과세되며, 수입업자가 최종 소비자에게 판매할 때 공제됩니다. 일반적으로 주에 따라 7%, 12% 또는 18%가 과세되며, 상파울로의 경우 보통 18%이나 품목에 따라 감면되는 경우가 있습니다.

#### ④ 사회기여세(PIS/Cofins)

모든 법인에 부과되며 예외적으로 영세기업을 위한 조세통합법(Lei 9317/96)의 적용을 받는 영세기업에게는 면제혜택을 줍니다. 세율은 법률에 따라 1.65%로 일괄 적용됩니다.

[참고] 브라질 수출 투자 진출 제약요인

브라질에 대한 수출, 투자진출 제약 요인으로는 다음과 같은 부분이 꼽히고 있습니다.

① 고관세제도

브라질에서는 완제품에 대하여 높은 관세율을 적용하고 있습니다. 기본관세율이 최고 35%이고 일반소비재의 관세는 평균 15% 수준입니다.

② 빈번한 정책변경 및 복잡한 세무체계

정책의 일관성이 부족하여 동일 성격의 세금이 연방세, 주세, 시세로 부과되는 등 세금종류가 너무 많고 세무체계가 복잡합니다. 교역 여건이 한국 기업에 불리한 편입니다. 소량, 소액 주문이 많고 지리적으로 원거리에 위치하여 물품인도기간이 길기 때문에 운송비가 높아 경쟁 여건이 불리합니다.

③ 구미시장에 대한 과도한 의존도

브라질은 지리적으로 가깝고 역사·문화적 공감대가 높으며, 다양한 경제협력 관계를 맺고 있는 미국 및 유럽국가와 주교역 채널을 형성하고 있습니다. 브라질의 2002년 대미, 대유럽 수입의존도는 51.2%(미국 23.5%, 유럽 27.7%)였습니다.

수출입에 있어 다음과 같은 경우에는 원산지가 인정됩니다.

- 해당 국가의 영토 안에서 취득하고 생산한 물품, 광물, 채소, 동물(수렵된 것 포함), 추출물
- 국가 영토 혹은 영해, 배타적 경제 수역에서 태어나고 취득한 것
- 영해 혹은 배타적 경제수역 밖에서 국가 내의 회사 혹은 선박이 취득한 광물 혹은 수산물
- 국가의 영토에서 취득된 원재료로 국가 영토 내에서 생산된 물품
- 국가의 영토 외에서 취득된 원재료로 국내에서 물품을 가공했으나, 그러한 가공의 행위로 인하여 원재료가 성질이 변해 HS코드가 변경된 경우(원재료를 가공하는 공정 과정이 단순한 조립, 맞추기, 분할, 포장, 표기, 분류 등 이와 유사한 행위일 경우는 원산지를 인정하지 않음)

국가의 영토 외에서 취득된 원재료로 국내에서 물품을 조립하는 경우, 수출 대상국인 제3국의 운임보험료 포함조건(CIF)가 FOB의 50%를 넘지 않으면 원산지를 인정합니다.

브라질 정부는 모든 축산 관련 물품에 관해서 사전 허가제를 진행하고 있습니다.

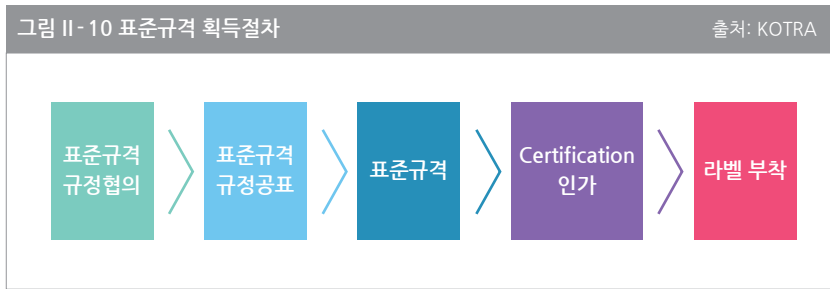
수출을 하기 위해서는, 수입업체 혹은 중개업체를 통한 라벨링이 필수 사항입니다.

수입업자는 브라질 동물부산물 검열협회(DIPOA)에서 요구하는 항목을 충족시킨 포르투갈어로 된 라벨을 준비해야 합니다.

라벨에 들어가야 하는 항목에는 상품명, 원재료, 원산지, 특별 보관방법, 무게(미터법 단위로 표기), 제조일자(겉 포장용기에 표기), 유통기한 등이 있습니다. 위의 모든 것이 기재된 라벨링은 브라질 수입업자 혹은 중개인에 의해 승인절차를 거치게 됩니다.

표준규격 제도는 공업진흥청(INMETRO)에서 관할하고 있습니다.

표준규격 획득절차는 표준규격 규정협의, 표준규격 규정공표, 표준규격 심사, Certification 인가, 라벨 부착의 단계로 이어집니다.



[참고] 식당 수익성 분석 방법

수익성 분석이란 점포의 매출액(수익)과 지출(비용)을 추정하여 이익(수익-비용)까지 계산하는 정량적 분석을 의미합니다.

매출액을 추정하고 비용을 산정한 후 최종적으로 이익을 계산하는 활동은 회계학 지식을 필요로 하므로 사전에 충분한 학습과 조사를 통해 계정과목을 익히고 손익계산서 작성방법을 연습해야 합니다.

한식당 업태별 수익성 분석은 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

또한 투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 도시 내의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로도 활용 가능합니다.

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.

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

수익성 분석에 임할 때는 다음과 같은 내용을 고려합니다.

- 보수적, 현실적으로 추정합니다.
- 추정손익 및 손익분기점(Break Even Point)을 파악합니다.
- 투자대비 경제성(투자수익률법, 회수기간법)을 파악합니다.
- 사업의 장기비전을 분석합니다.



## ① 매출액 추정

수익성 분석을 위해 가장 먼저 해야 할 일은 매출액을 추정하는 일입니다.

월 매출액은 영업 가능 일수를 감안하여 산출해야 하며, “총매출=음식 매출+주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드매출”등으로 구분됩니다. 경쟁업체 등을 대상으로 한 현장조사를 통해 추정이 가능합니다.

## ② 비용 추정

비용을 추정하기 위해서는 점포 운영에 소요되는 비용항목을 손익계산서(기업회계기준) 항목기준으로 산출하는 것이 필요하며 이를 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같습니다.

비용항목은 구체적으로 매출원가(식재료비, 조리인력 인건비), 판매비와 일반관리비(홀직원 인건비, 지급임차료, 수도광열비, 신용카드 수수료 등), 영업외 비용(지금 이자) 등으로 구분됩니다.

일반적으로 레스토랑 운영 시에는 주요 비용항목을 식재료, 인건비, 임차료, 기타경비 등으로 구분합니다.

또한 손익 분기점 분석을 위해 세부항목을 고정비와 변동비로 구분할 수 있어야 합니다.

고정비는 매달 변동이 없는 금액을 뜻하는 말로서 급여, 복리후생비, 보험료, 광고선전비 등이 해당됩니다.

매월 똑같이 얼마가 나간다는 것을 미리 알고 있기 때문에 손익분기점을 보기에 도움이 되고 경영상 계획을 세울 때도 고정되어 있는 비용이기 때문에 결과 도출이 쉬운 편입니다.

변동비는 매달 예측하기 어려운 금액을 뜻하며, 메뉴 제조에 소요되는 식재료 및 음료 등이 속합니다.

변동비는 매월 변동폭이 커서 예측하기 힘들기 때문에 손익분기점을 계산할 때 고정비보다 변동비에 포커스를 맞추어 계산하므로 변동비용의 정산이 더욱 중요합니다.

### ③ 추정 손익계산서 작성

손익계산서를 작성하기 위해서는, 매출액 및 매출원가 외에도 법인세 등의 다양한 항목을 고려해야 합니다. 손익계산서 작성 시 필요한 항목 및 항목별 작성 방법은 아래와 같습니다.

항목	내용
매출액①	- 월 매출액은 영업가능 일수를 감안하여 산출하되, “총매출=음식 매출+주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드 매출” 등으로 구분 - 경쟁업체 등을 대상으로 현장조사를 통해 추정 가능
매출원가②	- 메뉴 제조에 소요되는 식재료(양념류 포함), 주류, 음료 원가 - 통상 음식점의 매출원가율은 30% 내외가 적절함
매출이익③ (=①-②)	- (매출액-매출원가)
판매비와 일반관리비④	- 영업이나 관리에 소요된 모든 비용은 판매비와 일반관리비 - 임차료, 급여(인건비), 감가상각비, 연구개발비, 광고선전비, 수도광열비(수도, 가스, 전기료), 통신비(전화, 유선), 소모품비, 수선비, 각종 수수료 등 - 최근에는 신용카드매출이 많기 때문에 카드수수료를 반드시 비용으로 고려 - 부가가치세는 매출액의 약 7%로 가정 (비전문가의 타당성 분석을 위한 편의상 부가가치세 납부액을 판매비와 일반관리비로 가정하여 처리함)
영업이익⑤ (=③-④)	- (매출이익-판매비와 일반관리비)
영업 외 수익⑥	- 영업활동 이외의 수익으로 이자수익 등이 해당됨 - 음식점에서 발생할 항목은 거의 없음
영업 외 비용⑦	- 차입금액에 대한 이자비용
경상이익(세전이익)⑧ (=⑤+⑥-⑦)	- (영업이익+영업 외 수익-영업 외 비용)
법인세⑨	- 법인은 법인세, 개인은 종합소득세
월 당기순이익⑩ (=⑧-⑨)	- (경상이익-법인세)
참고사항	- 음식점의 업종과 업태에 따른 이익률의 차이가 매우 크므로 통계청 자료나 기타 현장조사 등을 통해 이익률을 확인함 - 신용카드 수수료와 부가가치세 납부세액이 손익계산 시 반드시 고려되어야 함. 일반적으로 프랜차이즈 본부는 사업타당성을 높여 보여주기 위해, 추정 손익에서는 제외하는 경우가 많음 - 손익분기점 분석을 위해 모든 비용을 고정비(임차료, 정규직원 인건비)와 변동비(식재료비, 파트타이머 인건비, 각종 수수료, 수도광열비)로 구분

#### ④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

그림 II-12 추정 손익계산서 예시				
구분		금액(원)	비율(%)	비고
매출액①	합 계	50,000,000	100.00	
	현 금	10,000,000	20.00	
	카 드	40,000,000	80.00	
매출원가②	합 계	27,500,000	55.00	
	식재료비	17,500,000	35.00	
	인건비	10,000,000	20.00	- 경영자 인건비 포함
매출 총이익③		22,500,000	45.00	
판매비와 일반관리비④	합 계	15,370,000	30.74	
	지급임차료	5,000,000	10.00	
	감가상각비	3,300,000	6.60	- 투자비 2억 원 가정 (인테리어 등 점포 공사비) - 5년(60개월)으로 상각하는 금액
	수도광열비	2,500,000	5.00	- 관리비 포함
	소모품비	5,000	0.01	
	수선비	400,000	0.80	
	통신비	5,000	0.01	
	복리후생비	1,250,000	2.50	- 회식비, 고용보험 등
	광고선전비	500,000	1.00	
	신용카드 수수료	110,000	0.22	- 카드 매출액의 2.7%
	부가가치세 예수금	2,000,000	4.00	
	보험료	150,000	0.30	- 화재보험료
	잡 비	150,000	0.30	- 기자재 렌트 비용, 세무사 비용 등
영업이익⑤		7,130,000	14.26	
영업 외 이익⑥	수입이자	0	0.00	
영업 외 비용⑦	지급이자	0	0.00	
경상이익⑧		7,130,000	14.26	
법인세⑨		2,139,000	4.28	- 일반 법인세 30% 가정
월 당기순이익⑩		4,991,000	9.98	- 투자수익률(ROI): 2.50%

\* 투자수익률(ROI) = 4,991,000원(월 당기순이익) / 200,000,000(투자액) X 100 = 약 2.50%

\* 위 손익계산서 내 금액들은 예시를 위하여 임의로 기입한 내용으로 참조 시에 혼동이 없으시길 바랍니다.

[참고] 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 매출 수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

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

①  $\text{순이익} = \text{매출액} - \text{총비용}$

손익분기점이란 ‘순이익 = 0’이 되는 기점이므로

②  $\text{매출액} = \text{총비용}$

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

③  $\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = \text{변동비} + \text{고정비}$

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출 수량을 곱하여 구할 수 있으므로

④  $\text{매출 수량} \times \text{단위당 가격} = (\text{단위당 변동비} \times \text{매출 수량}) + \text{고정비}$

위 식을 매출 수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

⑤  $\text{매출 수량} \times (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비}) = \text{고정비}$

⑥  $\text{매출 수량} = \text{고정비} / (\text{단위당 가격} - \text{단위당 변동비})$

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

⑦  $\text{손익분기 매출 수량} = \text{고정비} / \text{단위당 공헌이익}$

아래와 같은 정보가 주어진다면, 이를 기초로 손익분기 매출 수량을 계산해 봅니다.

- \* 메뉴 판매가격(단위당) = 8,000원
- \* 메뉴당 변동원가(단위당) = 3,000원 (식재료비, 판매비와 일반관리비 등)
- \* 레스토랑 고정원가(1개월) = 7,000,000원 (임차료, 인건비, 지급이자 등)

계산을 위의 순서대로 따라하면,

- ③ 매출 수량 A개  $\times$  8,000 = 3,000A + 7,000,000
- ④ 매출 수량 A개  $\times$  8,000 = (3,000  $\times$  A개) + 7,000,000
- ⑤ 매출 수량 A개  $\times$  (8,000 - 3,000) = 7,000,000
- ⑥ 매출 수량 A개 = 7,000,000 / (8,000 - 3,000)
- ⑦ 매출 수량 A개 = 1,400개

즉, 레스토랑은 한 달에 1,400개의 메뉴를 판매하면 손익분기점에 도달하게 됩니다.

다음과 같은 방법으로, 더 빠른 계산이 가능합니다.

단위당 공헌이익은 5,000원(8,000원-3,000원)이 됩니다.  
따라서, 손익분기 매출 수량은

$$\textcircled{7} 7,000,000 / 5,000 = 1,400$$

손익분기점의 매출 수량은 한 달에 1,400개로 위에서 계산한 것과 같은 수가 나옵니다.  
또한, 여기에 단위당 가격을 곱하면 손익분기 매출액을 구할 수 있습니다.

$$1,400\text{개} \times 8,000\text{원} = 11,200,000\text{원}$$

즉, 한 달에 11,200,000원의 매출을 올려야, 최소한 손실은 면할 수 있다는 의미입니다.

[참고] 투자수익률법과 회수기간법

매출액 및 비용 추정, 이익 산출, 투자금액 산출 결과를 통해 예비창업자는 투자안의 선택을 위한 타당성 분석을 다양한 방법으로 수행할 수 있습니다.

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분이 많습니다.

대부분의 분석기법은 투자수익률을 계산한 후, 자신이 목표로 하는 수익률보다 높은지 여부에 따라 사업의 실행 여부를 결정하는 방법입니다.

물론 이러한 계산과정에는 복잡한 재무관련 지식이 필요하므로 전문지식이 없는 사람이 실제로 내부수익률과 순현재가법을 계산해내기는 쉽지 않습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 알고있으면 도움이 될 것입니다.

투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현재가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양합니다.

다양한 타당성 분석 기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다.



아래의 표를 통한 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는데 참고가 될 수 있을 것입니다.

그림 II-13 사업타당성 판단 기준 예시 출처: 김영갑 외, 『외식창업론』, 2011

사업성 판단 기준	투자수익률/월 <sup>[1]</sup>	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양 호	3% 이상	3년 이내
보 통	2% 이상	4년 이내
불 량	2% 미만	4년 이상

투자수익률은 순이익(매출-비용)을 투자금액으로 나누어 산출되는 결과치로, 1억원을 투자하여 월 순이익 400만원을 달성하면 월 투자수익률은 4%가 됩니다.<sup>[2]</sup> 월 투자수익률이 4%일 경우 1년으로 환산하면 48%가 되므로, 2년이면 96%의 투자수익률을 달성합니다. 이런 상황이라면 모든 투자비를 회수한다고 가정할 수 있으므로 투자비 회수기간은 2년 이내가 되는 것입니다.<sup>[3]</sup>

소규모 외식업에서는 일반적인 점포임대차 계약이 2년이며, 음식점들의 수명이 2년임을 감안하면, 월 4%라는 높은 투자수익률을 가정할 수밖에 없습니다.

또한, 건물주가 2년 이후에 연장계약을 해주지 않을지도 모른다는 최악의 상황을 고려한 투자수익률입니다. 만약 점포를 임차하는 조건이 아니고, 매입하여 창업을 하는 경우라면 월 투자수익률을 자신의 상황에 적합하도록 조정하면 됩니다.

5년 이내에 투자금 회수가 이루어지는 상황이 우수하다고 판단하면, 자신의 인건비를 비용으로 간주하고, 월 2%의 투자수익률만 얻을 수 있어도 안정적입니다.

[1] 투자수익률(%) / 월 = 월 당기순이익 / 총 투자금액 X 100

[2] 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화된 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적입니다.

[3] 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않습니다.

## 1.3 기타 정보

### 1) 거주허가 비자

브라질에 입국할 때에는 비자가 필요하며 그 종류는 다음과 같습니다.

비자는 통과비자, 관광비자, 임시거주비자, 영주거주비자, 관용비자, 외교비자, 명예비자의 7가지가 있습니다. 이 중에서 관광비자, 임시거주비자, 영주비자는 브라질과의 비즈니스에 적용되는 비자입니다.

그림 II - 14 비자의 종류		출처: 주한 브라질 대사관
비자	비고	
VITUR	- 관광여행자 - 장학금수혜자 자격으로 무급인턴십하는 학생	
관광	- 스포츠나 문화행사에 무급으로 참여하는 자 - 무급으로 학회나 세미나에 참가하는 자	
VITEM-I	- 과학기술연구원자 또는 자원봉사자 - 전문분야/연구/교육학도 또는 과학기술 분야 종사자 - 교환학생 자격으로 정규교육기관에 등록하는 자 - 브라질에서 생산되는 기기 또는 장비와 관련된 조작 및 유지보수기술교육을 받는 자 - 만 21세 미만으로 브라질에서 아마추어 운동선수 훈련을 받는 자 - 사회봉사 및 자원봉사자 - 치료를 목적으로 브라질에 입국하는 자	
VITEM-II	- 브라질 자녀를 입양한 부모 - 비즈니스 미팅 - 항공/선박 승무원으로 국제승무원 카드 미소지자 - 언론/영화제작 종사자 - 협력자 자격으로 무역/산업 박람회 참가자 또는 전시자	
VITEM-III	- 스포츠나 문화행사에 유급으로 참여하는 자	
VITEM-IV	- 브라질 교육기관에서 대학 또는 대학원 교육을 받는 학생	
VITEM-V	- 브라질 영토나 영해에서 근무, 작업하는 자 - 레지던트 과정을 밟는 의사 - 근무: 기업 내 서비스를 포함한 모든 서비스 제공 - 근무: 브라질 정부처 또는 기관에 서비스 제공 - 외국업체 수습 직원 또는 인턴사원	
VITEM-VI	- 언론특파원	
VITEM-VII	- 목회나 선교 등 종교 목적	
PERMANENT	- 기업 내 주재원 - 브라질 기관 취업 자	
영주비자	- 종교나 사회복지 기관의 경영자 또는 책임자 - 개인투자 - 은퇴	
VISOF	- 공무비자	
VICOR	- 예우비자	



비자는 주한 브라질 대사관에서 발급받습니다.

대사관 이용시간은 9시부터 17시까지이며, 비자 접수 시간은 9시부터 11시 30분까지입니다.

**다음은 비자 신청 시 공통적으로 제출해야 하는 비자 신청서 양식입니다.**

아래 사이트에서 신청서를 작성한 후 인쇄해, 사진을 붙인 다음 주한 브라질 대사관에 다른 서류와 함께 제출합니다. 무범죄 증명서는 근처 경찰서에서 바로 발급이 가능하며, 발급 후 영문 공증 번역을 거친 뒤 제출합니다. 공증 사무실은 미국 대사관 근처에도 많이 있습니다.

\* 신청서 작성 사이트 <https://scedv.serpro.gov.br/frscedv/index.jsp>

모든 서류가 준비되어 접수하면 수수료를 근처 은행에 납부하고, 그 영수증을 대사관에 제출합니다.

접수 후 근무일 기준 약 3일 후에 비자가 나옵니다. 이때 본인 여권에 비자를 붙여줍니다. 만일 직원에게 불친절하게 한 경우 비자 업무가 불가능할 수도 있습니다.

비자 발급 후 정해진 기간 안에 브라질로 출국해야 합니다. 브라질 입국 후 연방경찰(Polícia Federal)에서 외국인 등록증(Registro Nacional de Estrangeiros, RNE)을 발급받습니다.

#### 주한 브라질 대사관

##### \* 주소

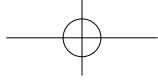
서울특별시 종로구 팔판동 141 인갤러리 건물 4, 5층  
서울특별시 종로구 청와대로 73 인화랑  
(주차는 대사관 건물에 가능)

##### \* 전화번호

02-738-4970 (주한 브라질 대사관은 전화업무를 하지 않습니다.)

##### \* 문의

consular.seul@itamaraty.gov.br



## 2) 금융 서비스

브라질은 전세계 신흥 개발국가들(Emerging markets) 중에서 금융 산업의 발전 정도가 높은 편에 속하며, 남미에서는 가장 선진화된 금융 시스템을 갖추고 있습니다.

브라질은 중남미 국가들 중 상대적으로 IT기반 금융 인프라가 가장 발달되어 있어, 비이자 수익 증대를 위해 인터넷뱅킹 및 ATM 설치를 확대하는 등 지속적인 노력을 하고 있습니다.

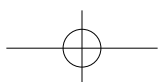
브라질 은행산업의 특징은 다음과 같습니다.

첫째, 상위 10위권 이내의 은행들이 브라질 금융시장의 70% 이상을 점유하고 있습니다. 또한 영세자영업자, 중소기업 및 개인을 대상으로 소액 대출과 설비자금 대출서비스 등을 제공하는 금융서비스 부문이 다른 국가에 비해 매우 발달되어 있습니다.

둘째, 브라질 금융시장은 90년대 후반부터 지속적인 구조조정과 금융개방에 힘입어 전통적인 로컬은행들이 괄목할 만한 성장을 했고, 외국계 은행 또한 공격적으로 시장에 진입함에 따라 무한 경쟁체제로 변화하고 있습니다.

셋째, 과거 정부 주도의 금융정책으로 인해 전체 여신의 50% 이상이 공공 분야에 집중되어 있습니다. 극심한 인플레이를 경험한 탓에 장기대출상품보다는 단기대출이 주종을 이루는 등 여신 포트폴리오의 불균형이 심합니다. 또한 자산운용에 있어서도 전체 자산의 30% 정도가 국채에 투자되어 있어 자산운용의 국채 의존도도 높은 상태입니다. 그러나 최근 5년 사이 거시경제의 안정화와 외국자본의 유입 그리고 공공부문의 수요 감소 등으로 장기 여신의 증대와 더불어 민간분야 여신 및 신규 수익원 개발 등 은행 간 경쟁이 심화되는 추세입니다.

현재 브라질 로컬은행들은 우호적인 금융환경과 소비 증가에 힘입어 신상품 개발과 서비스 개선에 총력을 기울이는 한편, 영업 전략 측면에서 소비자 금융 및 프라이빗 बैं킹을 더욱 강화하고 투자은행 부문에서의 점진적인 시장 점유율 확대를 도모하고 있습니다.



또한 외국계 은행은 보험 및 카드 등 다양한 부문에 걸쳐 서비스를 제공하고 있는 가운데 일부 대형은행과 글로벌 투자은행들이 투자 및 펀드관련 서비스를 제공하고 있습니다.

최근 기존 로컬은행과의 치열한 경쟁과 브라질 경제의 안정화, 수출 및 소비 증가에 따른 고객의 다양한 요구로, 신용대출, 자동차 할부금융, 인터넷뱅킹, 장기대출, 펀드, 모기지론 등 다양한 금융상품 및 서비스를 선보이고 있습니다.

**브라질은 치안불안으로 인해 거액의 현금을 소지하는 경우가 드물고, 수표 사용이 일상화되어 있습니다.**

수표의 경우, 한국의 자기앞수표 개념과 다른 개인당좌수표가 대부분이며 수표 사용 시에는 현장에서 수표에 서명을 날인하여 발행합니다. 따라서 현지화 당좌계좌 개설은 필수적입니다. ID, CPF(개인납세번호) 등이 발급된 후 정식으로 계좌신청을 할 수 있으며, 현지화 계좌가 개설될 때까지 주로 1개월 정도가 소요됩니다.

달러화 계좌는 Citibank, Itaú 등과 같은 은행에서 개설이 가능하며, 송금 및 달러 인출 시 수수료가 높습니다. 최근 몇 년 사이에는 직불카드 사용자가 크게 늘어나고 있으며, 가전제품 및 IT 제품의 장기 할부 판매가 급증하면서 신용카드 사용자도 늘고 있습니다.



브라질에서 은행 계좌를 만드는 방법은 다음과 같습니다.

준비서류로는 신분증(영주권), CPF, 주거 증명서, 부모 증명서, 소득 증명서 등이 있습니다. 위의 서류들이 준비되면 은행에 방문날짜를 약속합니다. 방문날짜에는 위 서류들을 가지고 은행을 방문하여 신청서를 작성하며, 서명을 등록합니다.

은행 계좌 신설까지 소요되는 기간은 1개월 정도입니다. 참고로 계좌 개설 시 수표책, 신용카드를 동시에 신청하는 것이 편리합니다. 계좌와 수표책, 신용카드가 모두 발급될 때까지는 시간이 오래 걸리는 편입니다. 따라서 발급이 완료될 때까지 한국 신용카드를 사용하는 것이 편리합니다.

### 3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

#### ① 공관

기관명	연락처
주상파울로 총영사관	전화: 11-3141-1278 홈페이지: <a href="http://bra-saopaulo.mofat.go.kr/index.jsp">http://bra-saopaulo.mofat.go.kr/index.jsp</a>
재 브라질 대사관	전화: 61-3321-2500 홈페이지: <a href="http://bra-brasil.mofa.go.kr/">http://bra-brasil.mofa.go.kr/</a>
상파울로 무역관 (KOTRA)	전화: 11-3175-3030 홈페이지: <a href="http://www.kotra.com.br">http://www.kotra.com.br</a>
상파울로 교육원	전화: 11-3229-4324 이메일: <a href="mailto:cwpark0312@hotmail.com">cwpark0312@hotmail.com</a>

#### ② 언론사

기관명	연락처
하나로닷컴	전화: 11-3228-0005
탐뉴스 TOP NEWS	전화: 11-2507-1644
다비홈페이지	전화: 11-7204-5377
남미로닷컴	전화: 11-3337-1655

#### ③ 금융기관

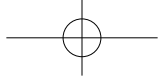
기관명	연락처
브라질 우리은행	전화: 55 11 3511 3300
브라질 외환은행	전화: 55 11 5188 1122
브라질 산업은행	전화: 55 11 2138 0173
브라질 수출입은행 해외사무소	전화: 55 11 3283 3021

#### ④ 무역/통관

기관명	연락처
하나로무역	전화: 2896-3888 홈페이지: <a href="http://www.hanarovendas.com.br/">http://www.hanarovendas.com.br/</a>
페니시오스 (Fenicios)	전화: 55-11-2283-2439 홈페이지: <a href="http://www.fenicios.net.br">http://www.fenicios.net.br</a>
뉴코브라스 (NewKobras)	전화: 11-3311-9540 홈페이지: <a href="http://www.newkobras.com.br">http://www.newkobras.com.br</a>
H&B종합무역	이메일: nan8288@naver.com

#### ⑤ 부동산/건축

기관명	연락처
CRS부동산	전화: 11-3337-4308 주소: R.Ribeiro de Lima 453 BL.F SL.165, Bom Retiro
LUCAS JIKAL	전화: 11-3311-7077 주소: R. Ribeiro de lima 320, Bom Retiro
영동건축	전화: 11-3316-1403 주소: R. São caetano 1020, Luz
D'cor Internacional	전화: 11-3229-0655 주소: R. Bandeirantes, 456A, Bom Retiro



### [참고] 한식당 운영 실무 정보

식당을 운영하는 도중 생길 수 있는 여러 어려움들에 대처할 수 있도록 미국 레스토랑협회(NRA)에서 제안하는 조언들을 소개해드립니다. 해당 내용은 일반적인 외식경영관련 조언이며, 도시별로 상이할 가능성이 존재하므로 해석 유의바랍니다.

#### 1. 경영주의 목표에 직원들을 잘 따르게 하는 Tip

① 고용 초기 단계부터 직원에게 명확히 원하는 바를 알립니다.

고용 초반에 시간을 들여서 경영주가 원하는 업무 방식 및 기준에 대해서 직원과 명확히 소통해야 합니다. 그러면 나중에 발생할 문제를 줄일 수 있을 것입니다.

② 글로 적는 습관을 들입니다.

직원이 알아야 할 정보를 적어 놓으면 불필요한 의심을 없앨 수 있고, 또한 직원들에게 메뉴얼 및 핸드북을 숙지하라고 적극 권하는 계기가 될 수 있습니다.

적어놓은 것들은 모든 직원에게 간단한 가이드북이 될 수 있고 경영주가 추구하는 목표에 대한 증거가 됩니다. 회의 때 적어놓은 노트들도 무엇을 지시했는지에 관한 혼란을 줄일 수 있습니다.

③ 직원들이 지켜할 규칙들은 경영주도 지켜야 합니다.

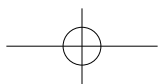
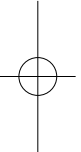
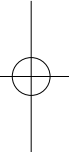
직원들이 경영주의 적절치 못한 행동을 목격하면, 그때부터 경영주의 지시는 효력을 잃게 됩니다. 직원들은 경영주의 행동을 가이드처럼 여기고 있으므로 적절하게 대처하고 행동해야 합니다.

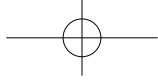
④ 직원들에게 피드백을 제공합니다.

직원 스스로는 자신의 행동에 대한 파악을 할 수 없습니다. 따라서 직원의 행동에 대해 경영주가 지속적으로 피드백을 주어야 합니다.

긍정적인 피드백으로 직원은 자신의 행동이 경영주의 기대치에 부응했다는 것을 알 수 있게 됩니다.

건설적인 비판은 직원들의 어떤 부분이 발전해야 하는지를 정확히 알려줍니다. 경영주의 피드백은 직원들의 업무 능력 향상을 위한 필수 요소입니다.





### ⑤ 직원과 대화를 합니다.

직원들이 혼날 수 있다는 두려움이 없이 경영주에게 편하게 질문하고, 상담할 수 있는 환경을 만듭니다.

## 2. 식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 Tip

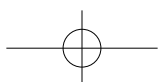
최근에는 인터넷 매체가 외식 시장에 미치는 영향이 크기 때문에, 경쟁력 있는 식당이 되기 위해서는 온라인 리뷰들을 관리하여야 합니다.

최근에 작성된 긍정적인 온라인 리뷰들이 많을수록 고객들이 식당을 선택할 가능성이 높아집니다.

새로운 고객들을 유치하고, 단골 손님들 호평을 수집 하기 위해서 경영주는 적극적으로 온라인 평가에 대한 관리를 할 필요가 있습니다.

식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 5가지 tip은 다음과 같습니다.

- ① 고객이 계산할 때 영수증과 함께 리뷰 작성 방법이 적힌 인쇄물을 건넵니다. 고객들이 어떤 웹사이트에서 리뷰를 쓸 수 있는지 안내해주고 그들이 리뷰를 작성하면 서비스를 제공합니다. (리뷰 작성 후 방문 시 10% 할인 또는 무료 디저트 제공 등)
- ② 테이블 위의 소품에 QR코드를 붙여서 고객들이 식사 중에 리뷰를 작성할 수 있는 기회를 제공합니다.
- ③ 운영 중인 식당의 소개 페이지를 최대한 많은 평가 사이트에 작성합니다. 식당의 정보가 보다 많은 리뷰 사이트에 노출 될수록, 고객들은 식당을 더욱 쉽게 찾고 더욱 쉽게 리뷰를 올릴 수 있을 것입니다.
- ④ 식당의 SNS에 식당 평가 사이트를 링크합니다. 페이스북과 같은 식당의 SNS는 지인들이나 단골 손님들이 리뷰를 작성해 줄 수 있는 가장 좋은 통로입니다. 리뷰를 남겨준 단골 손님이나 지인들에게는 감사의 말을 꼭 하는 것이 좋습니다.
- ⑤ 모든 부정적인 리뷰에 답변하고, 관련된 문제점을 고칩니다. 부정적인 리뷰들을 무시하거나 지우는 것은 식당의 온라인 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.





### 3. 메뉴 디자인을 통해 고객들의 시선 끌기

메뉴판을 잘 만드는 것도 식당의 성공을 이끄는 하나의 방법이 될 수 있습니다. 메뉴판은 고객과 직접적으로 소통하는 하나의 도구이고, 메뉴판에 의해 고객들의 선택이 달라질 수 있을 정도로 매우 중요한 역할입니다.

또한 메뉴판이 고객의 판매 욕구를 끌어올리는 역할을 잘 해야, 홀 직원들이 판매에 신경을 덜 쓰고 음식을 경갈하게 서빙하는 것에 집중 할 수 있습니다.

효과적인 메뉴판을 만들기 위해서는 그 디자인이 식당의 전체 이미지와 통일되어야 합니다. 메뉴판도 식당 정체성을 나타내는 일부로 생각하고, 그 통일성을 지키며 디자인해야 합니다.

좋은 메뉴판을 만들기 위해서는 가장 먼저 타겟 고객층을 생각해야 합니다. 그들이 선호하는 것이 무엇인지 정확히 파악하고 그 선호에 맞추어 디자인해야 더 많은 고객들의 선택을 받을 수 있습니다.

다음은 메뉴판 디자인 할때의 4가지 tip입니다.

#### ① 색상

색상은 사람에게 심리적인 영향을 미치기 때문에 보다 더 많은 공을 들여서 선택해야 합니다. 알맞은 색상은 매장의 분위기, 개성을 느끼게 해주며 고객의 식욕을 돋우고, 음식에 집중할 수 있도록 해줍니다.

#### ② 시각자료

가장 판매하고 싶은 메뉴의 설명 가까이 좋은 질의 사진과 같은 시각자료를 배치합니다. 이것은 음식을 홍보하는 가장 효과적인 방법입니다.



사진 II-2 매장과 메뉴판의 색상을 일치 시킨 맥도날드

### ③ 글자체

글자체를 선택할 때는 타겟 고객층을 고려해야 합니다.  
예를 들어, 주 고객이 노년층이라면 큰 글씨를 선호할 것입니다.

메뉴의 글자체는 너무 멋을 낸 것 보다는 읽기 쉬운 것이 좋고, 한 메뉴판에서 3개 이상의 글자체가 쓰이는 것은 좋지 않습니다.

### ④ 배치

신문의 기사문 배치처럼 메뉴 역시 중요도에 따라 배치하는 것이 중요합니다.

일반적으로 가장 많이 주문 받는 위치는 제일 앞장의 오른쪽 윗 부분입니다. 그 다음으로 주문을 받을 수 있는 곳은 각 페이지의 가장 윗부분과 가장 아랫부분입니다.



#### 4. E-mail 활용 Tip

E-mail을 통한 홍보는 고객들과 관계를 유지하고, 수익을 올리는 가장 효과적인 방법 중 하나입니다.

다음은 경영주들이 E-mail 마케팅을 기획할 때 참고하면 좋을 8가지 tip입니다.

① 고객에게 이익이 되는 내용이 되도록 본문을 작성합니다.

고객에게 특별 서비스를 제공한다는 안내 메일이 가장 대표적인 예입니다. 다른 매체를 통해서도 제공하지 않는 VIP 서비스 등과 같은 혜택을 E-mail을 통해서만 제공하는 것입니다.

② 창의적으로 내용을 작성합니다.

흥미로운 소식 및 행사 등에 대한 내용으로 고객들의 이목을 끌어야 합니다.

최근에는 E-mail을 통한 홍보물들이 많아서, 고객 메일함의 수많은 메일 중 눈에 띄는 E-mail이 되는 것이 중요합니다. 특별한 날이나 공휴일에 식당에 올 수 있도록 특별한 프로모션을 진행하는 것도 좋은 방법입니다.

③ 이용하기에 편하고 좋은 서비스를 제공하고 있는 E-mail 배포자를 찾습니다.

E-mail 홍보에서 배포는 가장 중요한 부분이므로 이 과정을 간과해서는 안됩니다. 배포자가 우수업체에 포함되어 있는지 알아봐야합니다. 우수업체가 아닐 경우, 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어갈 수 있습니다.

④ 온라인과 오프라인 채널을 결합합니다.

식당의 E-mail 홍보에 대해서 고객들이 알 수 있도록 매장, 지역 행사, 홍보지, 온라인 등에서 E-mail 홍보를 알립니다.

직원들이나 고객들에게 E-mail 홍보를 알리면 인센티브를 주는 등의 방법들도 효과적입니다. 이렇게 여러 매체를 통합하여 E-mail 홍보를 알리면 홍보 효과가 더욱 증진됩니다.

⑤ E-mail의 신빙성을 높입니다.

E-mail의 신빙성을 높여, 포함된 내용들이 모두 사실임을 명확히 전달합니다. 이것 역시 식당의 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어가는 것을 방지합니다.

⑥ 발신자를 명확히 합니다.

모든 E-mail에서 식당의 연락 정보와 브랜드를 명시합니다.

고객들은 발신자가 알고있는 식당인 것을 인식했을 때 더욱 친숙하게 느낄 수 있습니다. 또한 고객이 E-mail에서 소개한 서비스에 대한 문의 사항이 생겼을 때 본문에 적힌 연락 정보는 유용히 쓰입니다.

⑦ 회사의 E-mail 관련 규정을 설명합니다.

고객들이 이해하기 쉽게 회사의 E-mail 규정 설명을 삽입합니다. 이것은 고객들이 E-mail을 더욱 신뢰할 수 있게 하는 요인이 됩니다.

⑧ E-mail 발송 빈도를 관리합니다.

홍보 E-mail을 너무 자주, 혹은 너무 가끔 보낸다면 고객이 홍보 E-mail 주소를 삭제할 수 있습니다. 한달에 한번이나 두번 정도가 적당한 빈도입니다.



### 5. 효과적인 직원 동기부여 Tip

직원 동기부여는 직원의 장기 근속에 중요하고 또한 고객들에게 좋은 외식 경험을 제공하는 데에도 중요합니다.

효과적인 직원 동기부여를 위한 4가지 tip은 다음과 같습니다.

#### ① 참여를 장려합니다.

식당의 개선을 위한 아이디어를 공유하며 문제 해결 방법을 함께 나눕니다. 식당의 성공을 함께 고민하는 직원들은 식당에 대한 애착을 키울 수 있고, 더욱 열심히 일할 것입니다.

#### ② 책임을 공유합니다.

상호 책임을 증진하여 '우리는 동료'라는 생각을 키웁니다. 맛있는 요리를 만드는 것부터 사소한 청소업무까지 똑같이 가치가 있고 모든 업무가 식당의 궁극적인 목표를 위한 절차라는 것을 강조하면, 직원들은 자신의 업무의 목적을 깨닫고 열정을 키울 수 있을 것입니다.

#### ③ 투명하고 공정해야 합니다.

모순적인 태도와 편애는 직원의 사기를 죽일 수도 있습니다. 모든 직원들을 똑같이 대우하고, 그들한테서 무엇을 기대하고 있는지 알리는 것이 중요합니다.

#### ④ 도움을 줍니다.

육아 및 가정 문제 등 업무 외의 문제 또한 직원의 능력에 영향을 미칩니다. 이런 부분에 있어서, 직원에게 도움을 줄 수 있는지 확인하거나 배려해 주는 것은 직원들에게 감동을 주는 원인이 됩니다.



## 6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

많은 사람들이 이용하는 대표적 SNS인 'Facebook(페이스북)' 페이지에 채용 관련 내용을 공지합니다.

특히 지원 사이트로 링크를 거는 것이 아닌, '페이스북' 페이지를 통해 지원을 할 수 있도록 하여 지원자들의 번거로움을 줄이는 것이 중요합니다.

또한, '페이스북' 광고를 이용하여 채용하고자 하는 지역 근처 사용자들에게 집중적으로 홍보를 하는 것도 효과적입니다.

통계학적으로 사람들이 온라인 상에서 보내는 시간의 70%가 SNS 사이트이며, 특히 온라인에서 보내는 시간의 15% 이상을 페이스북에 사용하기 때문에 SNS를 통한 채용 공고는 보다 많은 구직자들에게 노출될 수 있습니다.

채용 공고를 올릴 '페이스북' 페이지에는 업무 설명 및 연락 가능한 번호/이메일 주소를 남기는 것 또한 중요합니다. 그 중에서도 지원자들이 궁금한 사항을 바로 물어볼 수 있고, 이력서도 보낼 수 있는 이메일 주소는 가장 중요합니다.



## 7. 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문

면접 시 잘못된 질문은 해당 국가 및 도시의 반 차별법에 의하여 면접관에게 불이익이 갈 수도 있습니다.

그러므로 업무와 관련된 내용만 질문하고 불필요한 정보는 요구하지 않는 것이 중요합니다.

다음은 잘못된 질문은 피하면서 원하는 정보를 얻어내는 방법의 4가지 tip입니다(단, 국가와 지역의 법에 따라 차이가 있을 수 있음).

### ① 장애

- 질문할 것: 지원자에게 직무 내용 및 절차를 설명하고 각 절차에서 필요한 신체적 요건에 대해 명확히 설명합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자에게 장애 유무를 직접적으로 물어보지 않습니다.

### ② 가족관계

- 질문할 것: 지원자에게 업무 시간에 대해 설명하고 특별한 경우가 아닌 이상 업무 시간을 변경할 수 없으며, 이러한 요구 사항을 충족 할 수 있는지 물어봅니다.
- 질문하지 말 것: 결혼 여부, 자녀의 수 등에 대해 질문하지 않습니다.

### ③ 시민권/국적

- 질문할 것: 지원자에게 해당 국가에서 일 할 자격이 되는지 물어보며 자격 증명서 제시를 요구합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자가 어디에서 태어났는지 물어보지 않습니다.

### ④ 범죄/체포 기록

일반적으로 범죄 기록 관련 질문은 피하는 것이 좋습니다. 하지만, 지원자의 범죄 경력이 작업 수행 시, 문제를 일으킬 수 있다고 생각되면 (돈과 관련된 업무 수행등), 경범죄 또는 사소한 교통위반 이외의 범죄 행위를 행한적이 있는지 물어봅니다.

또한, 지원자의 대답이 지원 자격을 박탈하는 것이 아니라 단지 고려요인 중 하나라는 것을 강조합니다. 과거에 체포된 적이 있는지는 물어보지 않는 것이 좋습니다.

## 8. 피크타임이 아닌 시간대에 매출 올리는 방법

피크타임이 아닌 시간대에 매출을 올리고 싶다면, 기존 고객을 감소시키지 않으면서 사람들의 소비심리를 자극하기 위한 노력을 해야 합니다.

다음은 피크타임이 아닌 시간대에 새로운 수요를 창출해낼 수 있는 방법에 대한 3가지 tip입니다.

### ① 아침과 이른 오후

아침시간에 매출을 올리고 싶다면 생과일, 견과류 스낵, 베이글과 같은 작은 음식들을 파는 것이 좋습니다. 아침식사 대용으로 좋은 이런 음식들은 영양보충을 위해 점심 전후에도 먹을 수 있기에 판매가 용이합니다.

점심과 저녁 중간 시간도 매출 증가에 활용 할 수 있습니다. 많은 경영주들이 오후 2시를 간식 파는 시간대로 활용하고 있으며, 많은 패스트 캐주얼 레스토랑은 오후 2시와 4시 사이의 시간대에 할인 메뉴를 제공하고 있습니다.

### ② 해피아워(Happy Hour)

많은 식당 경영주들은 '해피아워 (보통 오후 5시부터 7시 사이)' 또한 중요한 영업 시간으로 활용하고 있습니다. 해피아워는 고객들이 비용을 아끼면서 외식 할 수 있는 기회를 제공합니다. 보통 할인된 가격의 칵테일, 에피타이저 등이 해피아워에 제공되는 메뉴입니다.

또한 해피아워는 저녁식사 타임과 연결하는 다리역할을 하기도 합니다. 경기가 안좋을 때 손님들은 여러 가게들을 다니기 보다 한 곳에서 오래 시간을 보내는 경우가 증가합니다.

### ③ 늦은 밤

저녁시간 이후의 늦은 밤에 방문하는 고객들이 무엇을 원하는지 파악하는 것이 가장 중요합니다. 예를 들어, 늦은 밤에 식사하러 오는 사람들 중에는 파티나 떠들썩한 술자리 이후 새로운 분위기를 즐기기 위해 오는 젊은이들이 많을 수 있습니다.

이러한 그룹에게는 즐겁고 활기찬 분위기의 식당이 좋을 것입니다. 메뉴 역시 보통 저녁시간에 나오는 정찬보다 여러 명이 나눠먹을 수 있는 간단한 미니버전으로 준비하는 것이 효과적일 수 있습니다.



# INDEX

<b>주요지표</b>	세무 관련 정보	108
면적	8 노동법 관련 유의사항	108
인구수	9 보건/위생 관련 유의사항	96
1인당 GDP	25 수입/통관 관련 정보	112
GDRP/GDP(명목)	25 수익성 분석	118
물가상승률	28 금융 서비스	128
가처분소득	29 상권현황	60
외국인투자	27 집객시설	61
에스닉별 점유율	51	
식음료지출	29	
한식당 수	72	
재외동포수	70	
<b>산업정보</b>		
경제 동향	30	
외식산업 정책	23	
식품산업 정책	23	
경제 활성화 정책	21	
투자 정책	21	
이민 정책	23	
인종 구성	10	
주식 및 식습관	17	
전통음식	18	
언어	10	
날씨	9	
종교	11	
외식산업 규모	34	
외식산업 업태별 현황	35	
주요 에스닉 식당 진출 현황	53	
외식시장 트렌드	37	
한식산업 규모	72	
한식당 진출 현황	72	
외식 소비자 특성	42	
외식 소비 특성	46	
한류	15	
<b>실무정보</b>		
사업자 등록 절차	79	
인허가 요건 및 관련 법규	90	
부동산 관련 유의사항	91	

## 글로벌 한식당 운영 길라잡이 [상파울로]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in São Paulo

발행월 | 2015년 6월

발행 | 한식재단

연구수행기관 | 언스트앤영 어드바이저리

디자인 | 은다로미

주소 | 서울특별시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호

전화 | 02-6300-2071

팩스 | 02-6300-2055

홈페이지 | [www.koreanfood.net](http://www.koreanfood.net) / [www.hansik.org](http://www.hansik.org)

이 책에 실린 모든 저작물과 관련 경보들은 '해외 외식 및 한식산업 정보시스템' 및 '한식포털([www.hansik.org](http://www.hansik.org))'을 통하여 보다 상세히 확인하실 수 있으며, 해당 내용의 일부 또는 전부를 재사용하려면 반드시 저작권자의 동의를 얻어야 합니다.