

2026년 브라질 K-FOOD 팝업스토어 대행 용역 제안요청서

I 제안개요

- ☐ 사업명 : 2026년 브라질 K-FOOD 팝업스토어
- ☐ 행사명칭 : Universo K-food Brasil
- ☐ 추진배경
 - 한국 농식품의 글로벌 수요에 대응, K-Food 관련 다각적 체험 제공이 가능한 복합 스토어를 통해 소비자변 확대 및 브랜드 가치 제고
- ☐ 추진목적
 - 한국 농식품의 신시장 수출 확대를 위해 신규 스토어 개소 및 운영을 통한 성과제고
- ☐ 계약기간 : 계약 체결일로부터 2026.11.30. 까지
 - ※ 종료일은 협의 조정 가능
- ☐ 사업예산 : BRL 778,954 * 부가세 등 관련 세금 및 환차 등 포함
- ☐ 운영기간 : 2026.10.3 ~ 10.31. / 29일 *10.3일은 미디어데이
- ☐ 운영규모 : 180.32m² 내외 * 현지 여건에 따라 규모 변동 가능
- ☐ 운영장소 : Shopping Eldorado
(주소 : Av. Rebouças, 3970 - Pinheiros - SP)
- ☐ 과업내용
 - (B2B·B2C) 팝업스토어 기획, 홍보 장치설치·철거, 단기인력 운영, 준별 프로그램 운영, 사전·후 행사 홍보 및 이벤트 운영, 성과측정 설문조사 시행 및 결과보고 등
 - (기타) 언론보도, 온·오프라인 홍보 등 사업 관련 aT 요구사항

2

대행업체 선정계획

□ 용역명 : 2026년 브라질 K-FOOD 팝업 스토어 대행용역

□ 계약방법 : 일반경쟁입찰(협상에 의한 계약)

□ 정산방식 : 총액계약

※ 선금 지급 없이 중간 정산을 원칙으로 하되 불가피할 경우 본사 선금지급절차 준용

□ 입찰공고 및 제안서 접수

- 공고방법 : 상파울루지사 일반공고(인스타그램 및 웹사이트)
- 공고기간 : 2026.8.4 ~ 9.14 / 16:00시까지(상파울루 기준)
- 제안서접수 : saopaulo@at.or.kr (이메일 접수)
- 문의처 : 상파울루지사 김은실 대리 (Tel : 11-3286-0059)

※ 제안서 제출 후 유선 확인 필수

□ 대행업체 선정

- 기획재정부 계약예규(협상에 의한 계약체결 기준) 및 aT 협상에 의한 계약 제안서평가 기준 등 관련 규정 준용
- 기술평가(70%) 및 가격평가(30%) 결과 고득점자부터 순차적 협상
- 제안서 평가결과 기술평가 점수가 배점한도의 85% 미만이거나 투찰금액이 사업예산을 초과할 경우 협상 대상에서 제외

○ 평가항목

구분	평가항목	배점					세부 평가내용
		A	B	C	D	E	
기술 평가 (70)	사업수행계획 (10)	10	8	6	4	2	○ 사업 이해도, 운영계획의 충실성 및 적정성 ○ 과업 수행을 위한 추진체계 적정성 등 ○ 과업 수행 일정의 적정성
	기술·지식능력 (20)	20	18	15	10	5	○ 기획 및 제안내용의 차별성 및 경쟁력 ○ 기획 및 연출의 적정성 및 수행실적 ○ B2B 및 B2C 유입 확대를 위한 행사 프로그램 기획력과 실행력
	인력·관리능력 (10)	10	8	6	4	2	○ 과업 수행을 위한 전문인력 보유 현황 ○ 사업 추진을 위한 온·오프라인 운영 능력
	홍보수행능력 (10)	10	8	6	4	2	○ 성공적 스토어 운영을 위한 홍보 방안 ○ 현지 인력 및 전문 네트워크 보유 수준 ○ 사전·사후 홍보 계획 및 SNS 홍보 전략
	성과분석·사후관리 (10)	10	8	6	4	2	○ 사업 목표 수립 및 성과도출 방안의 적정성 ○ 성과분석 방안의 구체성 및 합리성 ○ 행사 피드백 계획 등
	안전관리·재난관 리 등 비상대책 수립(10)	10	8	6	4	2	○ 안전·재난관리 방안의 현실성 및 구체성 ○ 비상대책 방안의 적절성 및 구체성 ○ 재난관리기관과의 협조체계 구축에 대한 적정성
가격평가(30)							○ 입찰가격 평점산식을 적용하여 평가 - $30 \times (\text{최저입찰가격} \div \text{당해입찰가격})$
합계(100)							

III

입찰관련 세부사항

□ 입찰 참가자격

- 해당사업 수행이 가능한 업체

□ 낙찰자 선정

- 제안서 평가결과 기술능력평가 배점한도(70점)의 85%(59.5점)이상 득점 업체 대상 입찰가격 평가점수(30점)를 합산하여 고득점 순으로 협상순위 결정

※ 합산점수가 동일한 경우 기술능력 평가점수가 높은 순, 기술능력 평가점수도 동일한 경우 세부평가항목 중 배점이 큰 항목 점수가 높은 순으로 협상 순위 부여

□ 제안요청사항

- B2B 수출상담회 및 B2C 소비자체험 세부 추진계획
 - 행사장별 운영 컨셉 및 공간 구성 방안
 - 바이어 발굴 및 매칭, 소비자 체험행사, 홍보방법, 인력운영 등
- 세부 프로그램 및 추진 일정, 성과측정 및 분석 방법
- 최근 5년 유사사업 수행실적
- 주요 항목별 소요예산(세부산출내역 포함) 등

※ 공정한 평가를 위해 제출되는 모든 제안서 내에 회사명 미표기 또는 음영처리

□ 제안서 제출 유의 사항

- 입찰참가자는 반드시 제안서의 정상 송신 여부를 확인하여야 하며, 미확인으로 발생하는 모든 책임은 입찰참가자에게 있으며, 미제출시 입찰 무효 처리됨
- 제안서 제출 시 계약담당자의 제안 관련 문의를 위하여 사업담당자 정보(이름, 전화번호 등)를 반드시 입력 후 메일 전송
- 본 제안요청서의 결과에 의한 계약은 계약예규, 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 등 관련 규정을 준수함
- 낙찰자로 결정된 이후에는 공동수급 구성원을 변경할 수 없음
- 계약상의 사업을 수행함에 있어 부실, 조잡 또는 부당하게 하거나, 부정한 행위를 한 경우 향후 사업의 참여 제한을 받을 수 있음

IV

과업 세부사항

- 스토어 컨셉 : 주요 방문층인 MZ세대와 어린이날 기간동안 가족 소비자 공략이 가능한 젊고 트렌디함을 강조하는 디자인

□ (스토어 조성) 스토어 존별 구성 및 기능 조성, 인테리어 공사

- 스토어 존별 공간기능과 디자인에 의거, 구조물, 집기 등의 제작, 배치, 설치로 공간 조성(전기·경비·설치 등 제반공사 등 포함)
- 원활한 운영을 위한 적정규모의 창고시설 등 부대시설 조성

구 성(안)	주요기능	예상면적(m ²)
판매마켓존	라면, 스낵류, 음료, 아이스크림류 등 판매	60
마켓테스트존	마켓테스트용 신상품 제품 전시 및 소비자 설문 추진	20.32
플레이존	소비자 참여형 이벤트 공간 및 포토존	20
쿠��존	B2C 쿠��클래스 및 상품 조리 시연존	30
B2B존	바이어 온·오프라인 상담 가능 공간	10
Next K-푸드존	Next K-푸드 통합관구성, 제품 전시	15
컬쳐존	K-뷰티 제품 전시	10
기타	리셉션, 적재공간, 휴게공간 등	15
총 계		180.32

※ 현지 여건에 따라 스토어 구성 및 규모 변동 가능

- 외벽 디자인, 설치 및 음향·조명·영상 등 일체 기획 및 제작·설치
- 판매마켓존에서 판매가 가능하도록 판매대 및 냉장 및 냉동장치 기본설치
- 모든 시설의 규격, 디자인 형태 또는 제작 등에 대한 구체적인 시설계획 수립과 이를 바탕으로 한 체계적인 공간조성 진행
- 소비자가 안전하게 이용할 수 있도록 현지 안전 관리법 준수 시공
 - 대규모 인원 집객에 대비한 동선계획 및 관리 철저
- 인테리어 물품, 장치 등 홍보관 관련 물품 운송·반입·반출
- 운영 시작 전 설치 완료하며 운영 기간 종료 직후 철거 진행

□ (스토어 운영) 존별 프로그램 운영, 입점업체 관리, CS 등 스토어 전반 운영

- 존별 목적에 맞는 시식, 체험, 프로그램 운영을 위한 인력 배치
- 총괄 매니저 1인 상시 상주, 존별 최소 1인 이상 배치로 원활한 운영
 - 팝업스토어 운영인력에 대한 현지 모집, 교육, 운영관리 전반을 책임
- 세부존별 운영내용(안)

판매 마켓존	수입 바이어	○ 약 3개 업체로 참가기업은 aT에서 선정 예정이며, 제안사는 사업성과 제고를 위해 현장 내 입점업체 운영지원 및 실적관리를 통해 성과제고 도모
마켓 테스트존		○ 입점 수입사 사전 제안을 통해 마켓테스트 제품 확정 ○ 제품 전시 및 시식 진행 - 전시제품 소개를 위한 네임택 제작 - 시식 행사를 위한 소모품(접시, 종이컵, 포크, 위생장갑 등) 준비 ○ 방문객 대상 제품 마켓테스트 설문조사 시행, 태블릿 PC 등 장치 준비 - 행사종료 후 설문결과 취합하여 수출업체, 수입사 대상 리포트 제공
플레이존		○ 전시장 내부, 쇼핑몰 전시장 입구공간, 전시장 안쪽(전시공간) ○ (전시장 내부) 상설 프로그램 운영 필요 ex) 과자 뽑기 체험 등 ○ (전시장 입구공간) 모객을 위한 이벤트 ex) 포토존, 호떡 및 라면맛보기 등 ○ (전시장 안쪽 전시공간) 발표식품(김치, 장류) 특별전시를 통해 한국 농식품 관련 스토리텔링 및 우수성 전달 ○ (전시장 내부) 한식테마 영상물 상영, 사진·일러스트 전시(강의실 벽면), 인생4컷 포토부스, 특별 체험 프로그램 등 ○ 구성을 위한 LED TV, 전자기기 등 임차
쿠��존		○ 한국문화원 주관 소비자 대상 쿠��클래스 프로그램 추진
B2B존		○ 상시 온라인 화상 상담 공간 및 오프라인 상담공간 조성 ○ 밴더, 바이어 등 방문 시 상품설명회 등 B2B 프로그램 지원 ○ 일일상담결과 기록 등 B2B 지원 전문인력 배치
NEXT K-푸드존		○ NEXT K-Food 참여 5개 기업의 제품을 활용한 한국 음식 조리 및 시식 행사를 통한 마켓테스트 설문조사 및 바이어초청 행사 및 한국수출업체와 화상상담 등 B2B 상담공간 조성
컬처존		○ 뷰티를 위한 K-푸드 컨셉으로 K-뷰티 전시 홍보공간 조성

※ 세부 존별 운영사항은 대행업체 선정 후 기술협상 등을 통해 구체화

※ 주브라질한국문화원이 운영하는 프로그램에 대해 용역대행사는 장치디자인, 안내판 등을 제작·설치하며 총괄하여 홍보 추진 / 문화원은 프로그램 기획 및 운영
<주브라질 한국문화원 주관 프로그램>

플레이존	① 한식 상식 퀴즈 골든벨 : 주말 1회, 일반인 참가자 20명 (리셉션공간) ② 한식 ‘해피아워’ : 우리술 각테일, 막걸리잔치날 컨셉 행사 (10.3일, 인플루언서 등 초청객 대상개최)
쿠��존	① 한국장을 활용한 한식 ② 브라질 어린이날 한식 ③ BTS멤버 선호 한식 ④ NEXT K-푸드 식재료활용 한식

□ (홍보 마케팅) 팝업 스토어 성과제고를 위한 사전, 현장, 사후홍보 추진

- (홍보전략) 스토어 이슈화를 위한 단계별 홍보계획 수립 및 추진
 - 스토어 입점객 및 매출액 달성을 위한 홍보전략 기획 및 운영
 - 홍보 포인트 개발 및 메시지 발굴, 타겟층별 세부 프로그램 계획수립
 - 한국문화원이 운영하는 쿠킹존·플레이존 이벤트 포함하여 홍보전략 수립
- (온라인) 팝업스토어 집객 홍보 및 이벤트 관련 모집, 선정 안내를 위한 전용 웹사이트 혹은 SNS 기획, 제작 및 콘텐츠 업로드 관리(주별 3회 이상)

* 유튜버, 인플루언서 등 협력 라이브커머스 이벤트, 온라인 캠페인 추진 등

** 활용 가능 SNS채널 : 페이스북, 인스타그램, 틱톡 등 효과적인 채널 활용

- (영상) 사전 홍보를 위한 영상(1분)과 사후 스케치 영상(3분 이내) 2개와 사진(Professional Quality)을 촬영 및 편집하여 홍보활용 및 aT 제출
 - 영상은 촬영 전 aT와 스토리보드 협의가 필요하며, 방문객 인터뷰 등을 포함
- (언론미디어) 해외 미디어 매체별 홍보전략 수립 및 시행
 - 10.3일 미디어 데이 및 오프팅 세레모니 개최 : 브라질 현지 미디어 및 인플루언서, 관계자를 초청
 - 일 시 : 2026년 10월 3일(토) 18:30~20:00

- 언론사, 라디오 등 다양한 현지매체에 팝업 스토어 홍보 보도자료 배포 및 식품 전문지 기자, 뉴스, 유관기관, 인플루언서 등에 초청장 발송
 - 팝업스토어가 위치한 쇼핑몰 내외부로부터 행사장 유입을 위한 옥외 광고, 온라인(SNS, 포털사이트 등) 광고 기획 및 시행
 - (기념품) 일반 홍보물 및 기념품 굿즈(2종 이상) 등 콘텐츠 제작
 - 이벤트 참여자 대상 스토어 전용 기념품, 굿즈 디자인 및 제작 8,000개* 내외
- ※ 주 평균 방문객 B2C 이벤트 참가자 2,000명 X 4주 / 개당 한도는 4~5천원 내외

- 기타 홍보과업 운영에 수반되는 업무 전반

□ (집객 이벤트) 스토어 이슈화 및 집객 증대를 위한 체험 프로그램 제안(바이어 초청, K-pop 스타 연관 콘텐츠 홍보 등) 및 추진 총괄

- 소비자 및 방문객 참여 현장 체험 프로그램 기획 및 운영

- 건물입구, 마켓테스트존, 플레이존 등 B2C용 공간을 활용해 팝업 스토어 집객을 유도하는 특별 프로그램 및 체류 확대를 위한 참여형 상시 프로그램 및 시식 이벤트 제안 및 운영

ex) 호떡 및 라면 타임체험, K-food 관련 인형탈 집객홍보 등

- 이외에도 이벤트 참가자를 위한 리워드, 베네피트 제안가능

마켓테스트존 (상시운영)	○ 마켓테스트존 활용한 신상품 시음-시식행사(상시) 추진 및 설문조사 실시 ○ 방문객 대상 제품 마켓테스트를 위한 태블릿 PC 등 장치 준비 * 마켓테스트용 물품 조달은 aT협의를 통해 진행하며, 설문조사 양식은 aT제공 * 추진횟수 : 48회 이상(회당 최소 30명 대상 설문 일 2회 x 24일)
플레이존	○ (상시) 포토존, 전시존, 경품리워드존, 럭키드로우 등 ○ (특별) K-컬처 연계 이벤트, 한식테마 인생4컷 등 * 추진횟수 : 8회 이상 (주 2회 x 4주, 회당 최소 50명 대상)

○ B2B용 오프라인 프로그램 운영 및 B2B 상담존 운영

- 바이어 초청 상품설명회, 상담존 온라인 화상상담(상시) 추진 및 오프라인 상담 운영

B2B존	○ (상시) 온라인 - 수출업체 온라인 화상상담 및 현장 대면상담 * 추진횟수 : 최소 10건 이상 매칭 ○ 화상상담 일정수립 및 추진, 사후 상담·계약 실적관리 등 전담 운영 ○ 바이어 초청 상품설명회
------	--

○ 이외 스토어 홍보·관측을 위한 프로그램 제안 및 기획

- ★ 상기 제시된 최소과업 외에도 팝업스토어 방문자 유입을 위한 홍보방안 자유롭게 제시가능(관측이벤트, 제안사 자체 또는 협력사 온·오프라인 채널 활용)

□ 사업운영 관리

- 위탁운영대행 과업에 대한 총괄 PM은 제안발표자로 하며 변동불가
- 계약체결 후 2주 이내에 착수보고회를 추진하고 사업추진 세부일정 보고
- 팝업스토어 오픈 이후 주 단위 운영현황 보고 추진
- 성과관리 : 매출액, 방문객, 언론보도, SNS 확산지수 외에 B2B 상담건수, 바이어 방문실적, 소비자 설문조사, 마켓테스트 품목 신규 입점 실적 등 주요 성과항목 중심 사업관리

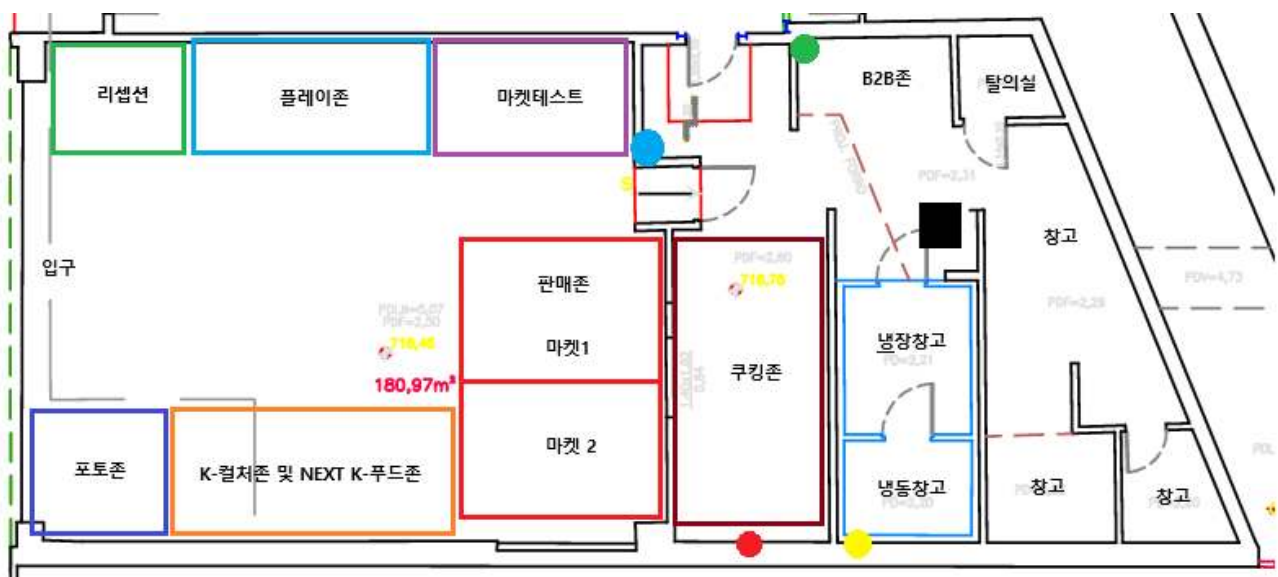
- 주요성과, 사진, 동영상, 각종 기록물 및 수치실적 등 포함 결과보고서는 행사 종료 후 20일 내에 제출

☐ 기타사항

- 과업에 제시된 행사 프로그램(안)은 입찰공고 예정가격을 고려하여 용역사에서 변경하여 제안할 수 있음
- 행사에 활용되는 영상, 이미지 콘텐츠 제작과 대여비용은 과업비용에 포함
- 장치의 시공과 철거, 광고물 설치 등 행사 관련 준비사항 및 운영 일체는 임차한 쇼핑몰의 규정을 준수하여 진행
 - 운영상 필요한 모든 비품은 구매 또는 임대하고, 임대 비품은 행사종료 후 반납
- 용역 수행 과정에서 생산된 각종 보고서, 분석 자료 등 모든 성과물에 대한 권리는 “aT”와 “계약상대자”가 공동소유하나, aT가 제공한 정보 및 자료에 대한 권리는 “aT”에 있음

[참고] 팝업스토어 레이아웃(안)

〈 지하 1층 〉



*상기(안)은 예시로 업체의 제안사항, 마켓존 참여업체 수에 따라 달라질 수 있음