

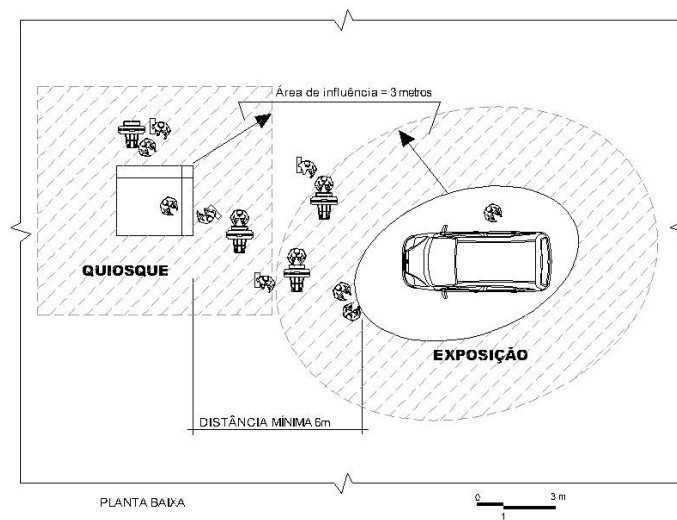
os fluxos gerados pelos principais processadores operacionais (*check-in*, embarque e desembarque) ou comprometer a conveniência do passageiro.



**EXEMPLO DE QUIOSQUE IMPLANTADO ADEQUADAMENTE
preservando os principais processadores operacionais**

b) A distância entre quiosques e áreas para exposição ou promoção não pode ser inferior a 6 m (seis metros) de face a face, tomando como referência o elemento mais proeminente da fachada. Assim, a área de influência de cada quiosque é de 3 m (três metros), em torno do seu perímetro, e este setor deve estar livre de qualquer obstrução. Não são permitidas instalações cuja localização interfira na área de influência de quiosques vizinhos.

Obs.: nos aeroportos de pequeno porte, será permitida a sobreposição das áreas de influência (3 m de cada quiosque). Entre dois quiosques, por exemplo, a distância mínima permitida é de 3 m (três metros).

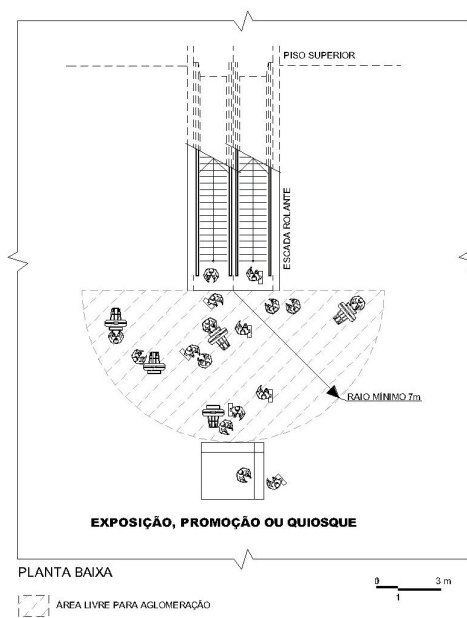


**EXEMPLO DE DISTÂNCIA MÍNIMA ENTRE QUIOSQUES,
EXPOSIÇÕES OU PROMOÇÕES**

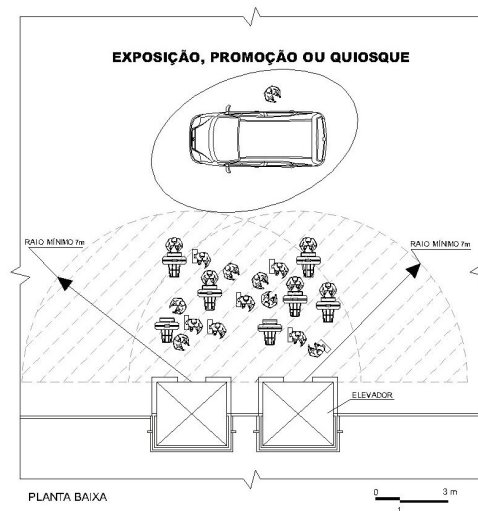


EXEMPLO DE DISTÂNCIA INADEQUADA ENTRE QUIOSQUES

c) Não são admitidas implantações de quiosques e áreas de exposição ou promoção adjacentes aos elementos de circulação vertical (escadas fixas ou rolantes, *shafts* de elevadores, rampas e afins), resguardando a distância mínima de 7 m (sete metros) da entrada e saída destes.



EXEMPLO DE ÁREA LIVRE EM FRENTE ÀS ESCADAS E DISTÂNCIA DE QUIOSQUES, EXPOSIÇÕES OU PROMOÇÕES



AREA LIVRE PARA AGLOMERAÇÃO

**EXEMPLO DE ÁREA LIVRE EM FRENTE AOS ELEVADORES
E DISTÂNCIA DE QUIOSQUES, EXPOSIÇÕES OU PROMOÇÕES**



**EXEMPLO DE EXPOSIÇÃO INADEQUADA
atrapalhando o acesso ao elevador**

d) Não é permitida a instalação de quiosques de alimentação próximos de acessos a sanitários. Essa medida preserva os fluxos de entrada e saída de banheiros, além de evitar que odores incomodem funcionários ou usuários de quiosques.

e) Para a implantação de quiosques próximos aos guarda-corpos ou superfícies envidraçadas, deve-se manter um afastamento de no mínimo 1,50 m (um metro e cinqüenta centímetros) destes elementos. Fechamentos em vidro, além de permitirem a passagem de iluminação natural, proporcionam uma melhor percepção do espaço como um todo, o que facilita a orientação do passageiro e confere sensação de amplitude essencialmente preservada.



EXEMPLO DE QUIOSQUE ENCOSTADO, INADEQUADAMENTE, NO GUARDA-CORPO.



EXEMPLO DE QUIOSQUE BEM IMPLANTADO PRÓXIMO AO GUARDA-CORPO preservando a transparência

f) A localização de quiosques ou áreas de exposição e promoção não podem comprometer os princípios operacionais de visibilidade desimpedida para os sistemas de informações (Sistema de Informação de Vão – SIV e sinalização), os princípios de segurança (câmeras de vídeo) e o funcionamento de nenhum dos sistemas de condicionamento de ar, de iluminação e de som dos Terminais de Passageiros. (Ver também os itens 2.1.1 “e”, 2.1.2 “e” e 2.1.3 “g”).

2.3. ACESSIBILIDADE

2.3.1. Todas as tipologias de quiosques e áreas de exposição ou promoção devem garantir a acessibilidade universal de pessoas portadoras de deficiências, de acordo com o compromisso público assumido pela Infraero.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM ALTURA ADEQUADA E ACESSÍVEL

2.3.2. Os projetos de arquitetura devem levar em consideração as orientações atualizadas e constantes da Norma Técnica Brasileira relativa à "Acessibilidade a Edificações, Mobiliário, Espaços e Equipamentos Urbanos" (NBR 9050).

3. ORIENTAÇÕES E RECOMENDAÇÕES DE PROCEDIMENTOS

3.1. MANUTENÇÃO:

a) Não será admitido o uso de materiais de caráter provisório (lona, madeira, plástico, pano ou caixa) para fechamento físico de quiosques nos horários de não funcionamento das atividades comerciais, pois procedimentos desta natureza agridem visualmente o espaço e comprometem a segurança e integridade física das instalações do TPS e dos passageiros. Para tanto, é necessário também que os concessionários cumpram com rigor os horários previstos em contrato comercial ou pactuados com a Administração do aeroporto.



EXEMPLO DE FECHAMENTO INADEQUADO

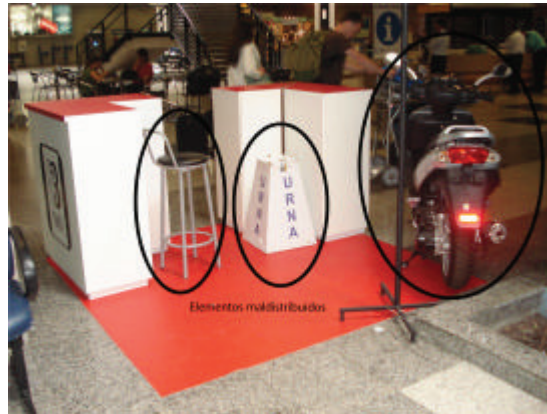
b) Equipamentos necessários para manutenção, conservação e limpeza, como escada, depósito de produtos, vassoura, balde e resto de material, não podem ficar à vista do público sob nenhuma hipótese. O quiosque deve ser provido de local fechado e adequado para o armazenamento desses materiais.

c) Quiosques que comercializam produtos alimentícios devem priorizar a manutenção e limpeza do espaço interno.

d) Quiosques-loja devem receber manutenção continuada de modo a evitar o acúmulo de sujeira e detritos no fechamento superior (cobertura).

e) Os materiais de utilização e acabamento do quiosque devem estar sempre em ótimo estado de limpeza e conservação. Avarias (acabamento e equipamento danificados ou pintura desgastada) que comprometam a integridade física do passageiro, a apresentação ao público usuário e o perfeito desenvolvimento da atividade devem ser corrigidas no prazo máximo de 48 horas.

f) Atenção especial deve ser dada à montagem da vitrine do quiosque. Para isso, é necessário planejamento que contemple: tema proposto, seleção de mercadorias, cores e material que serão aplicados.



**EXEMPLO DE EXPOSIÇÃO INADEQUADA,
SEM PROGRAMAÇÃO DA EXPOSIÇÃO DOS PRODUTOS**



**EXEMPLO DE EXPOSIÇÃO INADEQUADA,
SEM PROGRAMAÇÃO DA EXPOSIÇÃO DOS PRODUTOS**

g) As vitrines devem ser organizadas de modo que os produtos sejam dispostos por afinidade.

h) Vitrines com excesso de produtos – com a proposta de expor tudo o que se tem na loja – comprometem a visualização e dificultam que o cliente se detenha em algo particularizado. Nesta situação, a ênfase funciona mais do que a variedade de produtos.

i) Não são admitidos arranjos ou arrumações improvisadas nos casos de eventos sazonais, como campanha promocional, quando normalmente há o recebimento de novos produtos.

3.2. ATENDIMENTO:

a) Funcionários que integram a equipe de trabalho em quiosques e que lidam diretamente com o público devem sempre adotar atitude cortês e educada. Para tanto, é essencial que sejam instruídos para o perfeito atendimento ao cliente.

b) Não é admitida a exposição de mercadorias mal conservadas, sejam elas quebradas, amarrotadas ou sujas.

c) Não é permitida a exposição improvisada de cartazes com anúncios de ofertas, promoções, condições de pagamento ou liquidação. Considera-se, neste caso, que tudo o que está visível integra a apresentação geral do quiosque.

4. GLOSSÁRIO

Área de influência – área de todo o perímetro de uma instalação de quiosque, exposição ou promoção destinada ao público em geral para contemplação e visualização do produto.

Coroamento – ornamento que arremata o topo de um edifício, de um vão ou de um elemento arquitetônico.

Corte – representação gráfica de uma construção por meio de plano vertical ou horizontal para mostrar seu detalhamento interior. Trata-se da vista do interior de uma sala ou de um mobiliário onde são identificadas as medidas e eventualmente algum detalhe construtivo.

Elementos aéreos – vitrine, mostruário ou letreiro.

Elevação – desenho que representa uma edificação ou um mobiliário visto de frente (elevação frontal), de lado (elevação lateral) ou detrás (elevação posterior).

Exposições/promoções – área para demonstração e lançamento de produtos e serviços com característica promocional.

Face externa – superfície de uma vedação ou mobiliário visto do lado externo, ou seja, do lado onde fica o cliente do quiosque.

Face interna – superfície de uma vedação ou mobiliário visto do lado interno, ou seja, do lado onde fica o atendente do quiosque.

Fotomontagem – técnica de reunir duas ou mais imagens distintas para criar uma nova composição. Técnica usada também para demonstrar produto, mobiliário ou edificação, por meio de fotografia da localidade associada a um desenho (maquete eletrônica) do que será construído, resultando em visualização da implantação final.

Guarda-corpo – parapeito em terraço ou balcão, que protege contra queda

Mall – área de circulação e estar, em frente a lojas comerciais.

Parede-cega – parede que não tem aberturas ou vidros transparentes. Vedação opaca que configure em barreira visual.

Perspectiva – representação em desenho de um ambiente ou mobiliário, a partir de um ponto de vista determinado (como numa fotografia), explicitando o que será construído, considerando suas verdadeiras relações.

Promoção – conjunto de atitudes tomadas para que determinado produto ou serviço tenha maior aceitação num período de tempo, podendo ser direcionado para a venda ou propaganda.

Publicidade – compreende os espaços e sistemas destinados a veiculação de anúncios e mensagens de caráter publicitário.

Quiosque – estabelecimento de pequenas dimensões e construção leve destinado à venda, exposição ou promoção de produtos e serviços.

Rebaixo especial – parte do mobiliário mais baixa que as demais, com a função de atender alguma especificidade.

Varejo – compreende as atividades comerciais que englobam o processo de venda de produtos para atender as necessidades pessoais dos consumidores finais.

Vitrine – ambiente da loja, composto de armário envidraçado onde ficam expostos produtos, amostras de mercadorias destinadas à venda ou promoção.

OBS.: O material fotográfico deste *Manual Básico para Implantação de Quiosques e Áreas para Exposição e Promoção de Produtos e Serviços* foi obtido a partir de pesquisa de representantes das gerências de Desenvolvimento Mercadológico (RCDM) e de Planejamento e

Acompanhamento de Projetos (RCAP) entre março e abril de 2008, durante visitas a áreas comerciais de shopping centers e de aeroportos da Rede Infraero. As áreas comerciais de alguns aeroportos colaboraram com fornecimento de imagens.