

Manual Básico para

*Implantação de Quiosques e
Área para Exposição e
Promoção de Produtos e
Serviços nos*

Terminais de Passageiros (TPS) da
INFRAERO

Requisitos
**Arquitetônicos e
Mercadológicos**

Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária – INFRAERO
Diretoria Comercial – DC
Superintendência de Relações Comerciais - DCRC
Gerencia de Planejamento e Acompanhamento de Projetos – RCAP
Gerencia de Desenvolvimento Mercadológico - RCDM

Manual Básico para Implantação de Quiosques e Área para Exposição e Promoção de Produtos e Serviços nos Terminais de Passageiros (TPS) da INFRAERO

Empresa Brasileira de Infra-Estrutura Aeroportuária – INFRAERO
Diretoria Comercial – DC
Superintendência de Relações Comerciais - DCRC
Gerência de Planejamento e Acompanhamento de Projetos – RCAP
Gerência de Desenvolvimento Mercadológico – RCDM

26 de AGOSTO de 2008

SUMÁRIO

1. CONCEITO E TIPOLOGIAS.....	2
1.1. Implantação de quiosque.....	2
1.1.1. Quiosque-ilha.....	2
1.1.2. Quiosque-loja.....	3
1.1.3. Quiosque-estande.....	4
1.2. Exposição e Promoção de produtos e serviços – Ações promocionais.....	5
1.3. Feira.....	6
2. REQUISITOS DE PROJETOS.....	7
2.1. Características Físicas e Dimensões.....	7
2.1.1. Quiosque-ilha.....	8
2.1.2. Quiosque-loja.....	10
2.1.3. Quiosque-estande.....	12
2.1.4. Exposição e Promoção – Ações promocionais.....	13
2.1.5. Recomendações gerais.....	13
2.2. Localização.....	18
2.2.1. Mix de atividades (adequação do espaço).....	18
2.2.2. Local e fluxos (operacional e de passageiros).....	18
2.3. Acessibilidade.....	23
3. ORIENTAÇÕES E RECOMENDAÇÕES DE PROCEDIMENTOS.....	24
3.1. Manutenção.....	24
3.2. Atendimento.....	26
4. GLOSSÁRIO.....	27

1. CONCEITO E TIPOLOGIAS

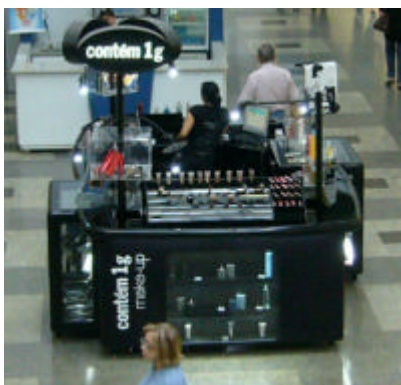
Como parte da estratégia de padronização das melhores práticas comerciais nos Terminais de Passageiros (TPS) dos aeroportos da Rede Infraero e a fim de garantir qualidades estética e funcional, serão apresentados neste trabalho os parâmetros de procedimentos e requisitos básicos de projeto, os quais devem ser observados na implantação de quiosques e na concessão de área para exposição e promoção de produtos e serviços, conhecidas como ações promocionais.

Com o objetivo de facilitar e padronizar a definição das nomenclaturas das concessões de uso de áreas comerciais soltas (fora de lojas), estas foram classificadas a partir de modelos usualmente adotados nos terminais, o que envolve conceitos mercadológicos e arquitetônicos conforme segue abaixo.

1.1. IMPLANTAÇÃO DE QUIOSQUE

O quiosque poderá ser empregado para venda ou promoção de produtos ou serviços. Por ser implantado de maneira solta no terminal, geralmente no meio do saguão, nas salas de embarque ou em áreas externas como os meios-fios de embarque e desembarque, foram definidos três tipos distintos, a saber:

1.1.1. QUIOSQUE-ILHA: tipo de concessão com uso de mobiliário, em modelo de balcão ou similar, com atendimento interno, sem fechamentos lateral e superior, podendo apresentar elementos aéreos de identificação visual. Tipo usualmente empregado nos Saguões de Embarque e Desembarque e nas Salas de Embarque e Desembarque, onde também poderá ser encostado em uma parede.



EXEMPLO DE QUIOSQUE-ILHA



EXEMPLO DE QUIOSQUE-ILHA

1.1.2. QUIOSQUE-LOJA: modelo de concessão com emprego de mobiliário, estilo balcão ou similar, com atendimento interno, podendo apresentar fechamentos lateral e superior. De modo exclusivo, é instalado junto de paredes-cegas ou vedações.



EXEMPLO DE QUIOSQUE-LOJA
(uso de fechamentos lateral e superior)



EXEMPLOS DE QUIOSQUE-LOJA
(uso de fechamentos lateral e superior)

1.1.3. QUIOSQUE-ESTANDE: concessão com uso de mobiliário tipo balcão e vitrines para exposição de produtos, sem fechamento lateral, com atendimento externo, podendo apresentar elementos aéreos de identificação visual ou fechamento superior. Este modelo geralmente é empregado em feiras.



EXEMPLO DE QUIOSQUE-ESTANDE



EXEMPLO DE QUIOSQUE-ESTANDE

1.2. EXPOSIÇÃO E PROMOÇÃO DE PRODUTOS E SERVIÇOS – AÇÕES PROMOCIONAIS

Padrão de concessão próprio para atendimento ao cliente, com foco comercial na exposição e promoção de determinado produto ou serviço, sendo permitida também a comercialização.

Pode apresentar tipologia física de quiosque-ilha, quiosque-estande ou elementos soltos, com ou sem mobiliário tipo balcão para atendimento.



EXEMPLO DE AÇÃO PROMOCIONAL
(uso de elementos soltos e balcão para atendimento)



EXEMPLO DE AÇÃO PROMOCIONAL
(uso de produto solto)

1.3. FEIRA

Tipo de concessão eventual, em espaço único e reservado para vários expositores de produtos e serviços. Pode apresentar tipologia única, padronizada ou variada de quiosque-estande ou quiosque-ilha.



EXEMPLO DE FEIRA
(uso de quiosque-estande padronizado)

2. REQUISITOS DE PROJETOS

2.1. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS E DIMENSÕES

2.1.1. QUIOSQUE-ILHA

a) a área de ocupação varia de acordo com a categoria do aeroporto e localização dentro do TPS, conforme quadro abaixo, não podendo ultrapassar os limites da área determinada no *Mix Comercial*, específica de cada aeroporto.

CATEGORIA DO AEROPORTO	DIMENSÃO (m²) em ÁREA PÚBLICA (saguão)		DIMENSÃO (m²) em ÁREA RESTRITA (sala de embarque)	
	ALIMENTAÇÃO	VAREJO	ALIMENTAÇÃO	VAREJO
Pequeno Porte	Menor que 10	Menor que 5	Menor que 7,5	Menor que 5
Médio Porte	Até 15	Até 10	Até 10	Até 7,5
Grande Porte e Especiais	No máximo 20	No máximo 15	No máximo 15	No máximo 10

b) altura máxima permitida do balcão é de 1,20 m (um metro e vinte centímetros). Essa metragem preserva a visibilidade do ambiente circundante e o sentido de localização e orientação do passageiro no TPS. Neste caso, é necessário prever rebaixo especial para atendimento ao consumidor com deficiência ou com mobilidade reduzida.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM ALTURA ADEQUADA
E SEM PREJUÍZO À SINALIZAÇÃO DO TERMINAL



**EXEMPLO DE QUIOSQUE COM ALTURA ADEQUADA,
GARANTINDO VISIBILIDADE PARA AS LOJAS DO FUNDO**

c) não serão permitidos fechamentos lateral e superior, exceto fechamento lateral em vidro incolor, transparente e sem adesivagem, com altura máxima de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros).



**EXEMPLO DE EXCEÇÃO DE QUIOSQUE-ILHA
(uso de fechamento lateral em vidro incolor, transparente e sem adesivagem)**



EXEMPLO DE EXCESSÃO DE QUIOSQUE-ILHA
(uso de fechamento lateral em vidro incolor, transparente e sem adesivagem)

d) A ocupação máxima do letreiro, a identificação visual e os demais elementos aéreos (vitrines, mostruário etc), em projeção (área efetivamente ocupada), deve corresponder a 20% (vinte por cento) da área máxima de ocupação da concessão, limitada a 3 m (três metros) lineares, em planta baixa.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM USO ADEQUADO DE LETREIRO
EM APENAS UMA FACE.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM USO INADEQUADO DE LETREIRO E VITRINES, CONFIGURANDO-SE BARREIRA VISUAL PARA O AMBIENTE

e) A altura máxima de coroamento da identificação visual e dos demais elementos aéreos é de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros), desde que não interfira no STVV (Sistema de TV e Vigilância), o que deve ser verificado com a área de Segurança do aeroporto.

2.1.2. QUIOSQUE-LOJA

a) a área de ocupação varia de acordo com a categoria do aeroporto, conforme quadro abaixo, não podendo ultrapassar os limites da área determinada no *Mix Comercial*.

CATEGORIA DO AEROPORTO	DIMENSÃO (m²) em ÁREA PÚBLICA (saguão)		DIMENSÃO (m²) em ÁREA RESTRITA (salas de embarque)	
	ALIMENTAÇÃO	VAREJO	ALIMENTAÇÃO	VAREJO
Pequeno Porte	Menor que 10	Menor que 5	Menor que 7,5	Menor que 5
Médio Porte	Até 15	Até 10	Até 10	Até 7,5
Grande Porte e Especiais	No máximo 20	No máximo 15	No máximo 15	No máximo 10

b) altura máxima permitida do balcão é de 1,20 m (um metro e vinte centímetros).

c) poderá apresentar fechamento lateral e superior. Os fechamentos laterais se limitam a 2 (duas) faces e restringi-se àquelas que fazem limite com paredes, vedações ou pilar do TPS. A altura máxima admitida será de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros).



EXEMPLO DE QUIOSQUE-LOJA IMPLANTADO INADEQUADAMENTE
(a localização no meio do ambiente configurou barreira visual)



EXEMPLO DE QUIOSQUE-LOJA IMPLANTADO INADEQUADAMENTE
(a localização no meio do ambiente configurou barreira visual)

d) A ocupação máxima do letreiro, da identificação visual e dos demais elementos aéreos (vitrines, mostruário etc), em projeção (área efetivamente ocupada), deve corresponder a 20% (vinte por cento) da área máxima de ocupação da concessão, limitada a 3 m (três metros) lineares, em planta baixa.

e) A altura máxima de coroamento da identificação visual e demais elementos aéreos é de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros), desde que não interfira no STVV (Sistema de TV e Vigilância), o que deve ser verificado com a área de Segurança do aeroporto.

2.1.3. QUIOSQUE-ESTANDE

a) a área de ocupação varia de acordo com a categoria do aeroporto, conforme quadro abaixo, não podendo ultrapassar os limites da área determinada no *Mix Comercial* específico do Aeroporto. Dentro da área de projeção poderá ser usada cadeira ou banqueta para o atendente.

CATEGORIA DO AEROPORTO	DIMENSÃO em PROJEÇÃO (m²)	OCUPAÇÃO com MOBILIÁRIO (m²)
Pequeno e Médio Porte	Menor que 10	Menor que 5
Grande Porte e Especiais	No máximo 15	No máximo 7,5

b) altura máxima do balcão é de 1,20 m (um metro e vinte centímetros).

c) não será permitido fechamento lateral.

d) poderá apresentar elementos aéreos de identificação visual ou fechamento superior com altura máxima de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros).

e) A ocupação máxima do letreiro e da identificação visual, em projeção (área efetivamente ocupada pelo mobiliário), deve corresponder a 20% (vinte por cento) da área máxima de ocupação da concessão com mobiliário, limitada a 3 m (três metros) lineares, em planta baixa.

f) Elementos aéreos como vitrines e mostruários poderão ocupar no máximo de 50% (cinquenta por cento) da área total da ocupação com mobiliário (quadro acima – item a) do quiosque-estande.



EXEMPLO DE QUIOSQUE-ESTANDE COM USO ADEQUADO DE LETREIRO E VITRINES, PRESERVANDO A LEVEZA E A TRANSPARÊNCIA

g) A altura máxima de coroamento da identificação visual e dos demais elementos aéreos é de 2,50 m (dois metros e cinquenta centímetros), desde que não interfira no STVV (Sistema de TV e Vigilância), o que deve ser verificado com a área de Segurança do aeroporto.

2.1.4. EXPOSIÇÃO E PROMOÇÃO – AÇÃO PROMOCIONAL

a) a área de ocupação varia de acordo com a categoria do aeroporto conforme quadro abaixo, não podendo ultrapassar os limites da área determinada no *Mix Comercial*.

CATEGORIA DO AEROPORTO	DIMENSÃO (m²) em ÁREA PÚBLICA (saguão)	DIMENSÃO (m²) em ÁREA RESTRITA (salas de embarque)
Pequeno Porte	Menor que 15	Menor que 7,5
Médio Porte	Até 20	Até 10
Grande Porte e Especiais	No máximo 25	No máximo 20

b) quando a tipologia física usada for de quiosque-ilha, quiosque-loja ou quiosque-estande, as dimensões deverão obedecer ao descrito nos itens 2.1.1, 2.1.2 e 2.1.3, respectivamente.

c) quando houver emprego de balcão para atendimento ou exposição, o móvel necessariamente deverá ter altura máxima de 1,20 m (um metro e vinte centímetros).

2.1.5. RECOMENDAÇÕES GERAIS

a) Conforme determina o item “a” de cada tipo de quiosque, os produtos expostos não podem ultrapassar os limites do quiosque.



EXEMPLOS DE QUIOSQUES COM EXPOSIÇÃO INADEQUADA DE PRODUTOS
(produtos fora do limite estabelecido)

b) Os quiosques devem ser totalmente apoiados no chão. Não são admitidas brechas entre base e piso, uma vez que essas aberturas são foco para o acúmulo de sujeira e insetos, além de não contribuírem funcional ou esteticamente para a instalação. A alternativa de uso de tablados e tapetes não é recomendada pois desvaloriza a apresentação visual do ponto e configura-se risco de acidente.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM DESNÍVEL INADEQUADO, OCACIONANDO RISCO DE ACIDENTE.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM DESNÍVEL ADEQUADO, (nivelado ao piso do saguão com uso de rampa)

c) Os materiais de acabamento de quiosques e áreas de exposição ou promoção devem fazer parte da arquitetura, compondo um conjunto harmônico com outros elementos da ambientação interna da edificação do terminal. A escolha dos materiais deve considerar o conceito de quiosque convidativo, conciliatório com o ambiente e valorizador de produtos. Para que isso seja realizado, é ideal a aplicação de materiais nobres e de alta durabilidade na confecção do mobiliário.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM MOBILIÁRIO INADEQUADO
(sem elaboração de projeto específico, o que desvaloriza o espaço promocional e produtos)



EXEMPLO DE QUIOSQUE-ESTANDE COM USO DE MATERIAIS NOBRES E ELABORADOS
(valorização do espaço promocional e produtos)



**EXEMPLO DE QUIOSQUE-ESTANDE COM USO DE MATERIAIS NOBRES E ELABORADOS
(valorização do espaço promocional e produtos)**

d) Quiosques de linhas curvas ou com acabamentos transparentes conferem mais leveza ambiente do que aqueles de formas retas e revestimentos opacos.

e) Todos os materiais adotados na elaboração de quiosques devem ser resistentes ao vandalismo e ao uso contínuo.

f) Materiais para cobertura de quiosques-loja devem ser de material lavável e durável.

g) Elementos aéreos e faces internas dos quiosques, próximos a escadas ou que possam ser visualizados a partir de pavimentos superiores, devem ser confeccionados com materiais de acabamento de qualidade igual ou similar à das faces externas.



EXEMPLO DE QUIOSQUE VISUALIZADO A PARTIR DO PISO SUPERIOR

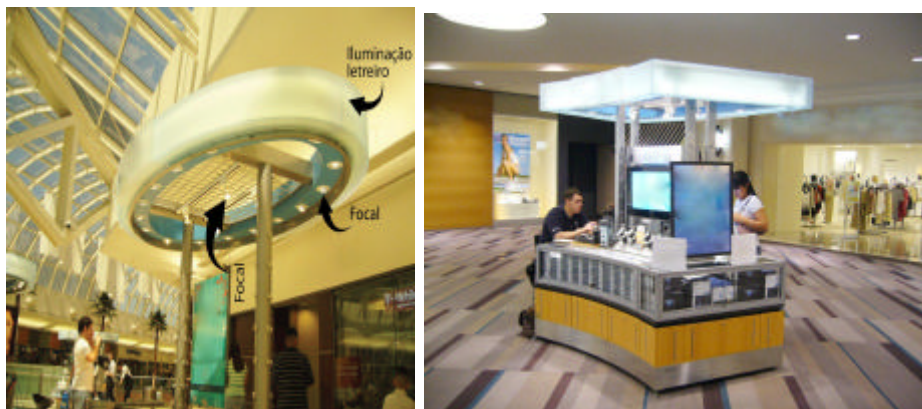
h) Lixeiras necessárias na face externa do quiosque devem ser compatíveis com as características arquitetônicas da construção. Os recipientes para lixo, em áreas com atividade alimentícia, devem ser de material lavável, resistente, com balde removível e dispor de tampa com abertura acionada por pedal.

i) A fim de proteger os quiosques de impactos de malas e carrinhos de bagagem, é recomendável o uso de elemento, denominado *defense*, na face inferior externa. Com isso, minimiza-se a periodicidade de manutenção e reforma do mobiliário.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM *DEFENSE*

j) Produtos com iluminação adequada se destacam e atraem consumidores. Por isso a escolha e o emprego de determinado tipo de lâmpada devem considerar que luzes frias produzem ambientes estimulantes e as lâmpadas quentes, aconchegantes. Neste caso, é essencial observar o Índice de Reprodução de Cor – IRC, entendida como a capacidade de a luz emitida pela lâmpada reproduzir a cor de determinado objeto como se estivesse iluminado naturalmente. É necessário destacar também que lâmpadas com baixo IRC são desaconselháveis em pontos onde se comercializa produtos alimentícios.



EXEMPLOS DE QUIOSQUE COM ILUMINAÇÃO ADEQUADA

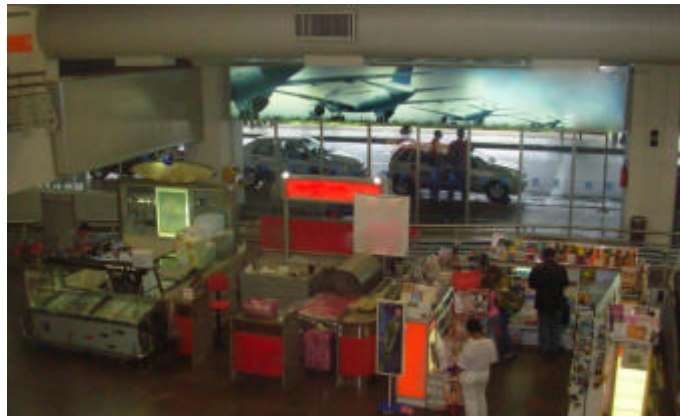
2.2. LOCALIZAÇÃO

2.2.1. MIX DE ATIVIDADES (adequação do espaço):

a) A localização dos quiosques para exposição e promoção é antes de tudo uma decisão mercadológica, pois quando instalados em pontos estratégicos propiciam a atração de clientes para as marcas, especialmente daqueles que se sentem inibidos em entrar numa loja convencional. Com isso, é possível promover venda por impulso em um ambiente próprio para testar novas atividades ou produtos e serviços inovadores e capazes de complementar o *mix* comercial do aeroporto. Por essa e outras razões, entende-se que o quesito localização é fundamental para o sucesso das atividades desde que os quiosques sejam implantados em lugares por onde passa grande parte dos potenciais clientes, tendo maior chance de chamar a atenção, despertar o interesse, estimular o desejo e levar os consumidores à ação de compra.

b) O local de implantação dos quiosques para exposição e promoção deve ser pensado de modo a não caracterizar extensão das lojas já existentes nos aeroportos, coibindo assim a concorrência predatória. Mesmo que sejam instalados temporariamente, esses espaços comerciais não devem oferecer nenhum prejuízo à operação e à funcionalidade do Terminal de Passageiros.

c) O *Mix* Comercial deve ser proposto atendendo ao conceito de "mix mágico", aquele que prevê atividades complementares na oferta de produtos e serviços, agregando valor e incremento mais significativo ao volume de vendas.



EXEMPLO DE QUIOSQUE COM MIX DE ATIVIDADES DESASSOCIADAS E NÃO COMPLEMENTARES (peixaria, proteção de bagagem e livraria)

d) A localização dessas atividades deve garantir a visibilidade necessária ao ponto-de-venda, bem como o fácil acesso de clientes, em especial, dos portadores de deficiência física. Esses fatores contribuem para a melhoria do giro comercial e o rápido retorno do investimento.

e) Não há impedimentos de as empresas, que já são concessionárias no aeroporto, fazerem uso ou proporem novos negócios, desde que sejam observados os critérios promocionais, com o objetivo de promover marcas, produtos e serviços que não conflitem com o *mix* comercial existente.

2.2.2. LOCAL E FLUXOS (operacional e de passageiros):

a) A localização de quiosque e área de exposição ou promoção deve ser planejada a fim de garantir a perfeita operação e funcionalidade do Terminal de Passageiros. Não deve, portanto, interferir ou conflitar com

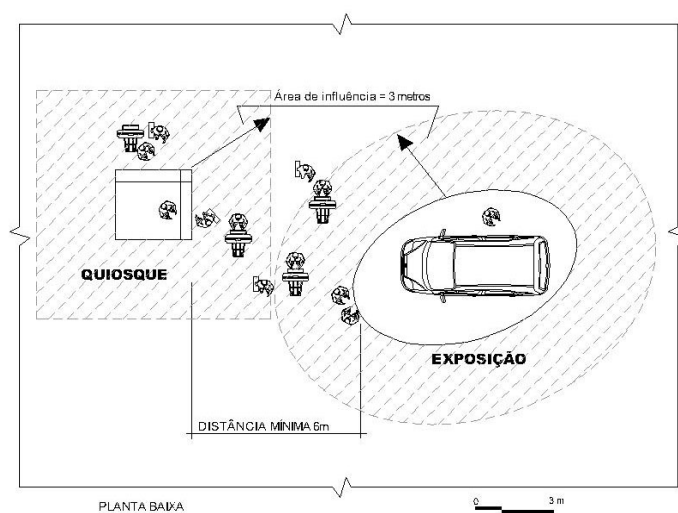
os fluxos gerados pelos principais processadores operacionais (*check-in*, embarque e desembarque) ou comprometer a conveniência do passageiro.



**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).

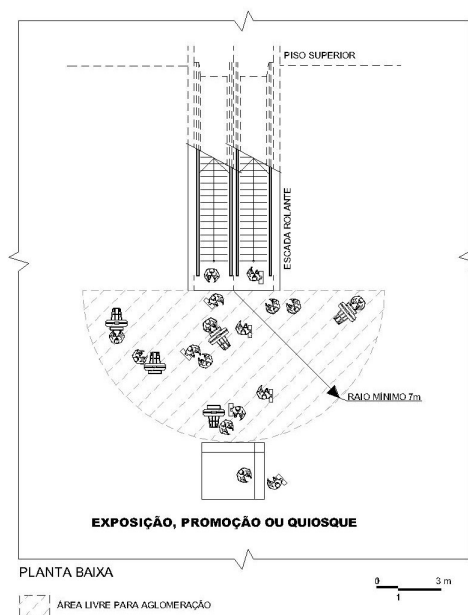


**EXEMPLO DE DISTÂNCIA MÍNIMA ENTRE QUIOSQUES,
EXPOSIÇÕES OU PROMOÇÕES**

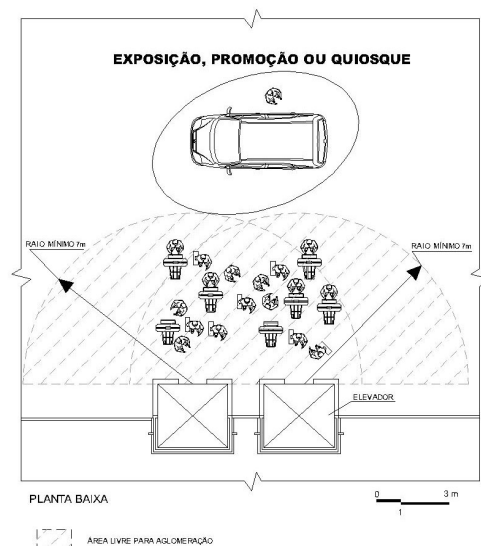


EXEMPLO DE DISTÂNCIA INADEQUADA ENTRE QUIOSQUES

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**



**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 Voo – 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.