

Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña  
Facultad de Arquitectura y Artes  
Escuela de Diseño

**FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE  
ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN PARA PERSONAS CON  
DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES  
MINIMARKET - PRADO MARKET**

Rosse Abigail Camacho Javier 16-1722

Trabajo de grado para optar por el título de  
Diseñador de Interiores

Asesor: M. Arq. Alan Vidal García Cruz

Santo Domingo, República Dominicana, 2021

FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN PARA  
PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

MINIMARKET (PRADO MARKET)





UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO

TEMA:

***“FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES”***

VEHÍCULO:

***“MINIMARKET (PRADO MARKET)”***

PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE DISEÑADOR DE INTERIORES

SUSTENTANTE:

ROSSE ABIGAIL CAMACHO JAVIER

MATRICULA: 16-1722

ASESOR:

M. ARQ. ALAN VIDAL GARCÍA CRUZ

**SANTO DOMINGO, D. N., REPÚBLICA DOMINICANA, 2021.**

Asesor de Pre-proyecto Arq. Elizardo Isaías Ruíz González

La documentación expuesta de este proyecto de grado está bajo la responsabilidad del sustentante.

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, por cualquier medio o procedimiento sin contar la aprobación previa, expresa del autor y de la UNPHU.

Septiembre 2021  
Amigo del Hogar

# CONTENIDO

1

## Marco General

### 1.1 Tema

Definición  
Justificación del tema  
Motivación del tema  
Objetivos del tema  
Alcances del tema

### 1.2 Vehículo

Definición  
Justificación del vehículo  
Motivación del vehículo  
Objetivos del vehículo  
Alcances del vehículo

### 1.3 Metodología de investigación

Tipo de estudio

2

## Marco Teórico

### 2.1 Marco Teórico del tema

Discapacidad  
Discapacidad Visual  
Discapacidad Visual en Rep. Dom.  
Lenguaje inclusivo en la discapacidad  
Diseño Inclusivo  
Parámetros de accesibilidad

### 2.2 Marco Teórico del Vehículo

Antecedentes Históricos: Supermercados  
Tipologías investigadas  
Minimarket

3

## Marco Referencial

### 3.1 Referencias Nacionales

Proyectos Comparables Nacionales

### 3.2 Referencias Internacionales

Proyectos Comparables Internacionales

4

## Marco Contextual

Localización – Ubicación  
Contenedor a Intervenir  
Forma geométrica  
Dimensiones  
Comportamiento alométrico del contenedor  
Panorama actual del entorno inmediato al contenedor  
Materialidad compositiva del contenedor  
Niveles de piso y/o volúmenes interiores  
Levantamiento Fotográfico descriptivos del contenedor  
Principales vías de Penetración al contenedor  
Uso actual del contenedor  
Grupos Sociales vinculantes al contenedor  
Factor Climático de impacto en el contenedor

5

## Marco Programático

Relación, cuantificación y cualificación de áreas del vehículo  
Definición del usuario  
Composición del usuario  
Características del usuario  
Requerimientos espaciales del usuario

6

## Marco Conceptual

Proceso conceptual  
Representación gráfica del proyecto  
Identidad Visual: Prado Market

7

## Marco Proyectual

Memoria descriptiva  
Planos  
Vistas  
Catálogo

8

## Bibliografía

Libros  
Webgrafía  
Ilustraciones  
Fotografías

# AGRADECIMIENTOS

A Dios las gracias, porque llegó al final de esta etapa sostenida por su gran amor pero con la gran enseñanza de que todo tiene su hora y que su tiempo es perfecto.

Agradezco a la UNPHU, por la oportunidad brindada para formarme como una futura profesional en la carrera que tanto me apasiona. A mis profesores, porque me llevó grandes enseñanzas como profesional pero también como persona.

A mi asesor, el arquitecto Alan Vidal García Cruz, por creer en mí desde el inicio de la carrera, por la paciencia y la dedicación durante todo este proceso.

A mis padres, Juan José Camacho y Jacqueline Javier por ser guías y apoyo incondicional en cada paso, esta etapa no fue la excepción, son mi mayor ejemplo e inspiración.

A mi madrastra, Euquidia Flores, por su interés constante, por siempre estar pendiente de mí, gracias por el cariño.

A mis hermanos: Anderson Camacho, Ariel Camacho por la preocupación y el interés durante este tiempo. A mi hermana Sarah Fermín, gracias por creer siempre en mí y hacer celebración de mis logros como si fueran suyos.

A mis amigas, María F. Hernández y María J. Bisonó (Las Marías), gracias por la comprensión y la disposición a ayudarme de cualquier forma posible, llevaré conmigo siempre esos detalles.

A Odette Casanova, gracias por las risas y los desahogos durante todo este proceso, no pude tener mejor compañera de colegio y en la universidad.

A mis amigas, Janice Acosta y María Jorge, sin ellas mi experiencia en la universidad no hubiera sido igual, gracias mis tercios por estar en toda esta etapa, y hacerla aún mucho mejor.

# GLOSARIO

## A

**Accesibilidad:** Posibilidad de acceder a cierta cosa o facilidad para hacerlo.

**Autonomía:** Condición de quien, para ciertas cosas, no depende de nadie.

## B

**Braille:** El braille es una representación táctil de símbolos alfabéticos y numéricos que utiliza seis puntos para representar cada letra y cada número, e incluso símbolos musicales, matemáticos y científicos. Este sistema de escritura lo usan las personas con discapacidad visual.

## D

**Discapacidad:** Término genérico que engloba deficiencias, limitaciones de actividad y restricciones para la participación.

**Discapacidad visual:** Se define con base en la agudeza visual y el campo visual. Se habla de discapacidad visual cuando existe una disminución significativa de la agudeza visual aun, o bien, una disminución significativa del campo visual.

## I

**Inclusión:** La inclusión es la actitud, tendencia o pauta de integrar a todas las personas en la sociedad, con el objetivo de que estas puedan participar, contribuir en ella y beneficiarse en el proceso.

## M

**Minimarket:** Establecimiento comercial de venta al por menor en el que se expenden todo tipo de artículos y en el que el cliente tiene una mayor autonomía debido al tamaño del espacio y paga a la salida.

## O

**OMS:** La Organización Mundial de la Salud es el organismo de las Naciones Unidas especializado en salud, integrado por 194 Estados Miembros. Trabaja en todo el mundo para promover el grado máximo de salud que se pueda lograr para todas las personas, independientemente de su raza, religión, género, ideología política o condición económica o social.

## INTRODUCCIÓN

Al hablar de estrategias de accesibilidad o diseño universal, lo primero que viene a la mente: un diseño pensado para todas las personas sin distinción alguna, pero el desarrollo o la implementación de la accesibilidad o de ver el diseño universal como un pilar en un espacio, no siempre sucede. Ahí es cuando como persona independientemente de cualquier condición que se presente, no conectas con el espacio, más incómodo es si es un lugar al que debes acudir porque tiene vital importancia en el desarrollo de su día a día como los supermercados o las tiendas de alimentos especializadas, que gratificante sería para una persona con discapacidad visual sentir que tiene completa autonomía en estos espacios, que conecta con los mismos y que no sólo va por cumplir una tarea para el hogar sino también porque siente el confort suficiente como para sentir que puede acudir a un lugar de ocio, donde se sentirá incluido; el enfoque principal será un diseño con estrategias de accesibilidad para personas con discapacidad visual sin dejar de lado todo los usuarios y personas que acudirían al mismo, pero cuando el enfoque se dirige a un grupo de personas para las cuales no siempre se plasman las estrategias adecuadas, como diseñadores y en cualquier otra profesión se pone en una perspectiva donde se entiende que al final del día, el trabajo realizado debe de tener esa versatilidad de ser para todos.



# 1 MARCO GENERAL

## 1.1 Tema

Definición  
Justificación del tema  
Motivación del tema  
Objetivos del tema  
Alcances del tema

## 1.2 Vehículo

Definición  
Justificación del vehículo  
Motivación del vehículo  
Objetivos del vehículo  
Alcances del vehículo  
Metodología de investigación

## 1.3 Metodología de investigación







CDT online (2019). Baldosas podotáctiles.

“La gente ignora el diseño que ignora a la gente”.  
-Frank Chimero

## DEFINICIÓN DEL TEMA

La Clasificación Internacional del Funcionamiento de la Discapacidad y de la Salud (CIF) define la discapacidad como un término genérico que engloba deficiencias, limitaciones de actividades y restricciones para la participación.

Las facilidades y estrategias para personas con discapacidad visual son para que mantengan un desarrollo autónomo igual que los demás, demostrando que a través de ello existe una inclusión y que según sus necesidades como personas son tomados en cuenta, todos tenemos necesidades propias y no por ello debería ser obstruido nuestro desenvolvimiento en el día a día.

## JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Se estima que más de mil millones de personas viven con algún tipo de discapacidad; es decir que alrededor del 15% de la población mundial posee alguna condición según las estimaciones brindadas por la OMS en 2010, a través de su Informe mundial sobre la discapacidad. Debido a esto se puede argumentar la necesidad que tienen las personas con deficiencia visual de autonomía en sus tareas de diario vivir y como el interiorismo debe aportar a que esto suceda.

Por esto nace la necesidad de analizar las problemáticas desde la perspectiva del diseñador de interiores que enfrentan las personas con discapacidad visual, y de esta manera ver que aportes pueden ser realizados a través de estudio a los espacios para que la autonomía sea mayor en tareas que podemos ver cómo tan simples cuando no poseemos dicha condición, pero se vuelve todo un reto si se tiene la misma. Con esto se plantea mejorar un aspecto y calidad de su vida, demostrando que al final todos merecemos tener las mismas oportunidades y facilidades adaptadas a nuestras necesidades.

## MOTIVACIÓN DEL TEMA

Lo que sustenta este tema viene dado por distintas razones: desde el hecho que a través de estudios certificados la OMS ha declarado que todas las personas sufrimos de discapacidad aunque sea de manera parcial, demostrando que todos necesitaríamos aquellas estrategias o facilidades de accesibilidad que se establecen en todos los espacios, probando que no es algo lejano a nuestra situación personal; al igual que es necesario romper las barreras que causan los obstáculos y las desigualdades que nos tratan de diferenciar cuando al final esos obstáculos nos afectarán a todos.

A través del análisis y estructuración de estrategias se podría lograr un plan de acción que todas las profesiones pueden aportar a crear; tocando un tema como este se logra fomentar la sensibilización que lleva a una mejor comprensión y entendimiento de la discapacidad visual y sus tipos, llevándonos a entender que no es razón para diferenciarnos unos de otros como poniendo líneas de separación pero si es razón para entender que hay que buscar que todos tengamos las mismas oportunidades y que merecemos sentir libertad y autonomía propia.

## OBJETIVO GENERAL

Perseguimos lograr perspectivas de desarrollo en cuanto a accesibilidad en un espacio para las personas con discapacidad, de manera que no existan divisiones en el espacio ni percances que obstruyan inclusión alguna para cada persona independientemente de su condición.

Al final del día la discapacidad forma parte de nosotros los humanos, es solo una de tantas condiciones con la que cada uno de nosotros de manera personal lidia diariamente; necesitaremos buscar soluciones que implementar para condiciones que surgen de nuestra naturaleza humana, por diferentes vías demostrar que por tener una condición visual específica no implica necesariamente participación o autonomía limitada.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer estrategias de accesibilidad adecuándolas al espacio y a la situación de las personas con discapacidad visual en espacios específicos.
- Explorar guías que brinden autonomía en las tareas cotidianas de las personas con discapacidad visual.
- Apoyar y reforzar la investigación de discapacidad con el desarrollo del proyecto.

## ALCANCES

- Realizar un diseño basado en los conocimientos previos acerca del tema en el ámbito de interiorismo.
- Solucionar situaciones que presentan inconvenientes para las personas con discapacidad visual a través de elementos conocidos y del cual tienen la mayoría un manejo óptimo, como el sistema braille y demás mecanismos.
- Demostrar en el diseño accesibilidad para todos de forma que las personas con discapacidad visual no perciban esa línea de separación entre como deben realizar sus actividades y sientan ese ambiente de inclusión que nos abarca a todos sin distinción alguna.

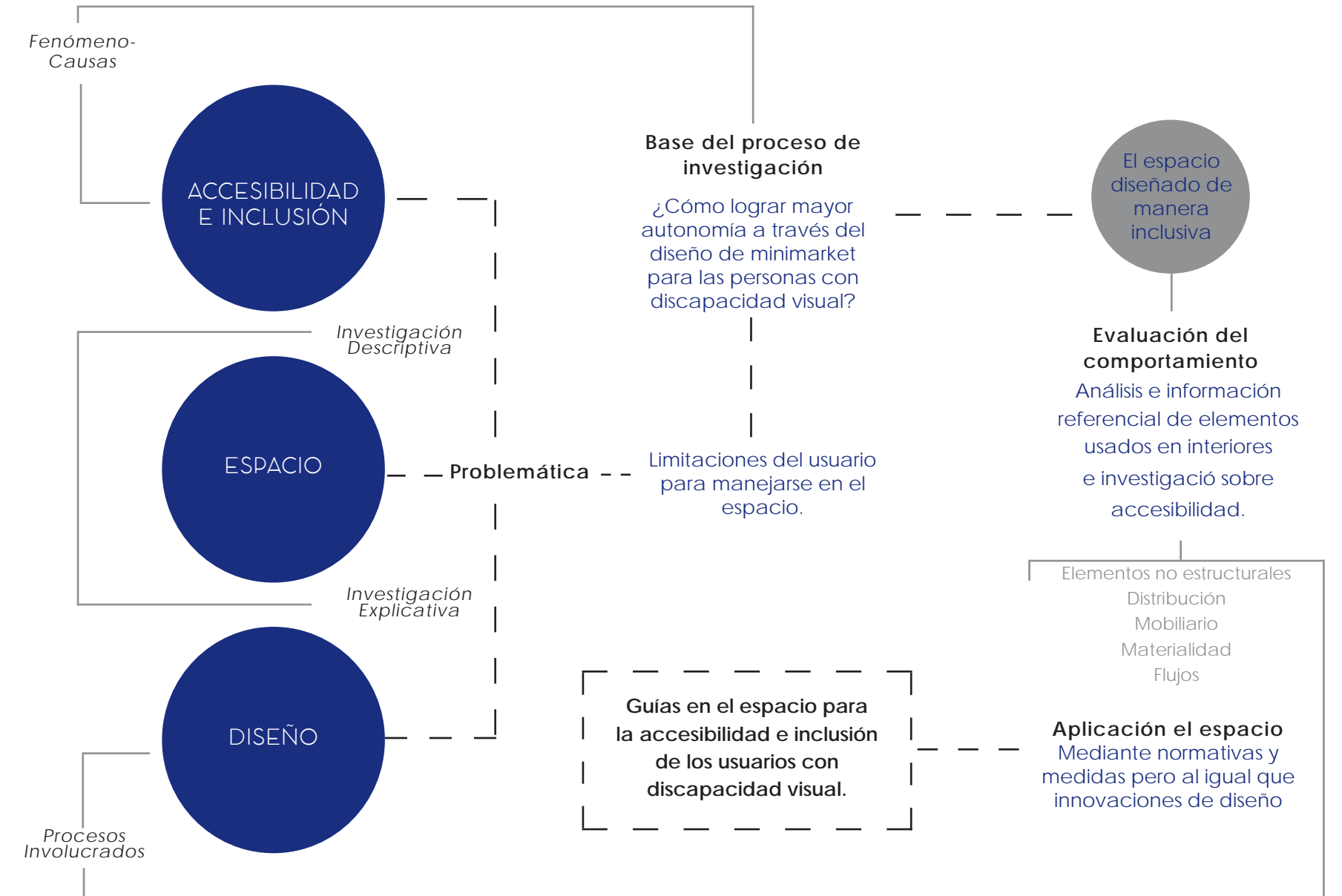


## PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo pautar en el espacio patrones de accesibilidad e inclusión para personas con discapacidad visual a través del diseño de interiores?

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

- 1 Identificación de la problemática:**  
Las personas con discapacidad visual, necesitan pautas más específicas de accesibilidad en los espacios como supermercados, ya que en los mismos los métodos siempre utilizados son a través de la dependencia de otra persona.
- 2 Evaluación de comportamiento:**  
El no tener pautas que logren cierta autonomía, nos limita en este tipo de espacios comerciales.
- 3 Investigación de comportamiento:**  
Existen normativas y estrategias para este tipo de espacios comerciales, los supermercados, que pueden ser establecidas de forma innovadora por un Diseñador de Interiores.
- 4 Aplicaciones en el espacio:**  
Las estrategias de accesibilidad e inclusión pueden ser aplicadas en el espacio logrando ser guía para los usuarios.









## DEFINICIÓN DEL VEHÍCULO

La venta de productos de alimentación es una industria que crece cada día y nos involucra a todos; presente en nuestras vidas a través de medios que nos brindan estos servicios como: bares, restaurantes y mercados. El lenguaje y forma de diseño de estos espacios muchas veces se pueden apreciar como lugares monótonos sin embargo involucran un proceso que va más allá de lo que se percibe, pero así mismo como la industria crece así debe avanzar la parte sistemática y funcional de su diseño, demostrando que los desarrollos van a la par con los logros para que cada usuario logre su bienestar y autonomía a la hora de realizar sus tareas diarias dentro de estos espacios.

## JUSTIFICACIÓN DEL VEHÍCULO

Nuestra personalidad va siendo moldeada según las situaciones positivas o negativas que se presenten en nuestra vida, las cuales de manera directa afectan nuestro desarrollo y desenvolvimiento en la vida, así mismo son las discapacidades; las cuales afectan hasta nuestra perspectiva como consumidor y nuestras decisiones a la hora de comprar, pero considero que el proceso es más complejo cuando un público como el de las personas con discapacidad visual, es dejado a un lado o a la hora de crear espacios comerciales, que no se piensa en esa persona como un consumidor potencial.

A través de este vehículo se intenta demostrar que puede existir una relación de inclusión con todo tipo de usuarios en este tipo de espacios y que se pueden estructurar estrategias y facilidades para estos usuarios sin dejar los otros tipos de usuarios, creando un espacio donde no existen distinciones sino un sistema y un diseño pensado para todos, que de alguna manera la persona pueda interactuar e integrarse al espacio sin condición ni distinción alguna.

## MOTIVACIÓN DEL TEMA

La principal motivación al elegir este vehículo es la necesidad de plasmar un diseño de interiores estructurado de forma que las características brinden solución para los usuarios con discapacidad no sean las típicas estrategias de segundo plano, sino que vayan a la par como los elementos que son plasmados para usuarios en general.

Otro punto de partida y de motivación es el hecho de que son pocos los estudios dedicados a la investigación de integrar facilidades mayores para las personas con una condición y más en lugares que son de tanta frecuencia y necesidad para todo el mundo como las tiendas de alimentos especializadas.

Llevar o brindar a través de un diseño las estrategias o facilidades necesarias que realmente hoy en día suelen ser establecidas de manera general, personalizarlas de alguna manera se ve como un gran paso y también el demostrar que el diseño de interiores abraza la funcionalidad a la hora de ser plasmado en cualquier espacio.

## OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de diseño interior en un mercado con las facilidades y estrategias establecidas para facilitar la autonomía de las personas con discapacidad visual a la vez realizando un diseño dinámico e innovador.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Lograr de manera efectiva saciar las necesidades y demandas de los usuarios en el espacio.
- Analizar el vehículo para explotar cada punto de manera positiva y representativa a través del diseño.
- Determinar una aplicación efectiva de materiales y estrategias de diseño.
- Establecer tecnologías que afiancen y estructuren el diseño interior del vehículo.
- Utilizar métodos de gran veracidad para personas con deficiencia visual.

## ALCANCES

- Identificar las necesidades de los usuarios y según cada perfil de usuario establecer maneras de contemplar y saciar sus demandas en el espacio.
- Analizar las necesidades, carencias y puntos fuertes del vehículo para en el diseño explotar cada punto de manera positiva y representativa.
- Determinar la aplicación eficiente de materiales e implementación de estrategias en ello que aporten al propósito principal de autonomía de los usuarios con condiciones especiales.
- Estructurar un sistema tecnológico para las personas con discapacidad que fortalezca el conjunto de diseño interior del vehículo.
- Implementar el sistema braille como apoyo al diseño interior.

# 2

## MARCO TEÓRICO

### 2.1 Marco Teórico del tema

Discapacidad  
Discapacidad Visual  
Diseño Inclusivo  
Parámetros de accesibilidad  
Sistema Braille

### 2.2 Marco Teórico del Vehículo

Antecedentes Históricos: Mercados  
Tipologías investigadas  
Tiendas de alimentos especializadas  
Organigrama operativo del vehículo  
Necesidades del vehículo



# MARCO TEÓRICO: TEMA

Cuando se habla de facilidades y estrategias de accesibilidad no solo se piensa en un grupo de personas específico, se piensa de forma general a pesar de cualquier condición ya sea física o mental que se presente, está en nuestra naturaleza humana, la perfección no existe; así mismo debería pensarse a la hora de diseñar, la mayoría de espacios comerciales están dirigidos a público general, pero dentro de ese público existen están incluidas aquellas personas con discapacidades. Aunque se trata de establecer estrategias de accesibilidad e inclusión para personas con discapacidad visual, no se busca solo normalizar aquellas estrategias para este grupo de usuarios, sino que servirán en muchos casos para todas las personas en el transcurso de sus vidas y emanando aquella autonomía a la que todos tenemos derecho.



## DISCAPACIDAD: ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La discapacidad desde la antigüedad fue considerada algo distinto o especial según la civilización o el tiempo al que nos dirigimos, demostrando el poco conocimiento o manejo de aquellos tiempos al respecto, poniendo en evidencia que siempre se han presentado casos entre nosotros y por ende debían ser tomados en cuenta. Según el libro "Breve historia de las personas con discapacidad" en algunas civilizaciones fueron utilizadas medidas curativas no tan eficaces como trepanaciones, son heridas en el cráneo para que huya el mal, o amputaciones sin anestesia, estas pruebas verificadas con el cuerpo de un Neandertal. De alguna manera demostrando que no siempre se trato de eliminar o dejar un lado a la persona nacida o que adquiere una condición; pero en algunas civilizaciones las mismas eran consideradas marcas de pecado, en lugares como África eran abandonadas al nacer.

En la Antigua China se utilizaban métodos curativos sin embargo si hablamos de la Antigua Grecia, donde como centro se llevaba la belleza y la misma era relacionada con la perfección, para la discapacidad quedaba poco espacio o ninguna opción; en Esparta si los niños al nacer eran considerados débiles por como nacían, eran abandonados o dejados morir. Si generalizamos si se nacía con una condición se recurría principalmente al infanticidio, cuando era adquirida simplemente se recibía el rechazo de la sociedad.

Cuando nos dirigimos ya a los tiempos de Modernidad, en los pueblos indígenas americanos las personas eran tratadas con bondad, demostrando las costumbres de respeto de unos a otros en estos grupos usualmente. Incluso algunas llegaron a crear su propio sistema

de señas para comunicarse con las personas con condiciones auditivas. Pero ya si nos dirigimos a épocas como durante la revolución francesa, donde los pensamientos de los principales filósofos llevaban a cuestionarnos la experiencia humana en su totalidad, llevo a dejar de ver las personas con discapacidad como distintas, diferentes, a dejar el continuo plan de excluirlas y ver que si se le daban herramientas podrían llevar una vida de autonomía. Aunque esto no basto para en las décadas siguientes mantener el aire de marginación y exclusión constantes.

Luego de la Primera y Segunda Guerra Mundial, debido a las múltiples personas con discapacidades adquiridas debido a las heridas de guerra recibidas, las discapacidades empezaron a tomar importancia, ya que muchas de ellas en plano económico necesitaban apoyo por su condición, debido a esto, organizaciones como la Organización Internacional del Trabajo se adentra en la formulación de Normativas para proteger las personas con discapacidad, esto siempre sucediendo de manera limitada.

Desde este punto a la actualidad ha sido una lucha que va desde el surgimiento de movimientos sociales para alzar su voz hasta el de las sociedades, los gobiernos de escuchar y que llevan al logro de la "Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad", que aunque fue un gran paso, no fueron cumplidos de inmediato y es una lucha que llega hasta la actualidad, pero las personas con discapacidad, son escuchadas demostrando, que su importancia es la misma, que una deficiencia no cambia los derechos de unos y otros.

<sup>1</sup> Valencia, L. V. (2014). *Breve historia de la discapacidad*.



Olin, T. (1983) People with disabilities fighting for their rights.

## DISCAPACIDAD

La Clasificación Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y de la Salud (CIF), define la discapacidad como un término genérico que engloba deficiencias, limitaciones de actividad y restricciones para la participación.

Cuando se habla de discapacidad, se refiere a la consecuencia que presenta la persona por tener dicha condición, ejemplo las limitaciones para actividades como poder ver, hablar o moverse.

Existen distintas clasificaciones para las discapacidades dependiendo su naturaleza, según los estudios y la clasificación pautaada por CIF la cual fue aprobada por los 190 países que conforman la OMS.

### Discapacidad motora



Anomalías orgánicas  
Deficiencias del sistema nervioso  
Alteraciones viscerales

### Discapacidad auditiva



Genética  
Adquirida  
Congénita

### Discapacidad visual



Ceguera  
Baja visión

### Discapacidad visual



Leve  
Moderado  
Grave

<sup>1</sup>OMS. (2001). Clasificación internacional del funcionamiento, de la discapacidad y de la salud (CIF).

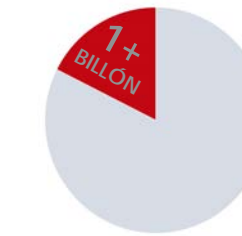
## DISCAPACIDAD VISUAL

Cada persona con una condición es diferente a la otra según la gravedad de su caso, ya sea que tengan una discapacidad similar o distinta porque de esto depende sus necesidades y cuidados. Aunque para el estudio y desarrollo se va a concentrar en un grupo de discapacidad específico: discapacidades visuales.

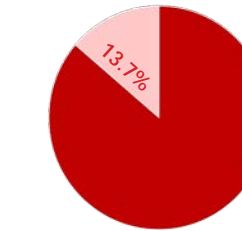
La discapacidad visual abarca la discapacidad visual moderada-grave y la ceguera. La ceguera se define como una agudeza visual de presentación inferior a 3/60, o una pérdida del campo visual a menos de 10°, en el mejor ojo. Por discapacidad visual grave se entiende una agudeza visual inferior a 6/60 e igual o superior a 3/60, y por discapacidad visual moderada, una agudeza visual de entre menos de 6/18 y 6/60, estos datos son establecidos por la OMS en sus definiciones de la discapacidad visual y lo que abarcan las mismas.

Según los datos ofrecidos por la OMS, en 2010, 285 millones de personas del mundo entero sufrían discapacidad visual y 39 millones de ellas eran ciegas. Pero también fue comprobado mediante estos datos que el 80% de estos casos podrían haber sido evitables, demostrando que la salud visual entra en prioridad y debería ser considerado como algo de atención primaria. La discapacidad visual esta más presente en las personas de edades avanzadas y la ceguera es una enfermedad de mayor magnitud en comunidades pobres, debido a la falta de acceso a recursos que podrían llevar a la solución o prevención de la misma.

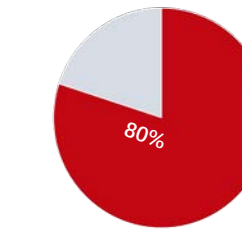
<sup>1</sup> OMS. (2011) Informe mundial sobre la discapacidad.



**15%** de la población mundial vive con algún tipo de discapacidad.



**39** millones de los 285 millones que sufren de discapacidad visual son personas con ceguera.



**80%** de los casos de discapacidad visual podían ser evitables.



## DISCAPACIDAD REPÚBLICA DOMINICANA

El porcentaje total de población con discapacidad en el país según la Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (Enhogar 2013) establece como porcentaje total un 7% de la población dominicana, y dentro de este grupo la discapacidad con el porcentaje más alto es la discapacidad visual con un 37.9%.

Entre las principales dificultades que establecieron cuando salen de su hogar son:



Cruzar la calle

**7%** de la población dominicana vive con algún tipo de discapacidad.



Tomar el transporte público

**37.9%** de la población dominicana con discapacidad, son personas con discapacidad visual.



Ir al supermercado

**74%** viven en la zona urbana del país.

<sup>1</sup> Mejía, M. (2014, 25 abril). La principal discapacidad en la República Dominicana es la visual; 66 % sin empleo. Diario Libre.



## LENGUAJE INCLUSIVO EN LA DISCAPACIDAD

El expresarse sobre las personas con condición de discapacidad como si fueran entes desde la santidad y con necesidad de constante asistencia o sino el otro extremo como seres que necesitan ser normalizados o curados; solo es una parte de lo que las personas con discapacidad deben lidiar, pero adentrarnos a las expresiones que se han utilizado a lo largo de los años, y notar la discriminación constante con las que se han expresado sobre las mismas, solo plantea la necesidad de pautarle a las personas los términos inclusivos y que respetan sus condiciones.

En diferentes sectores ya existen barreras como en las actitudes de rechazo normalizadas de la sociedad, las barreras que en algún punto fueron establecidas de manera arquitectónica, las carencias de oportunidades en trabajos, educación y la lista sigue, pero esta lista debe ir disminuyendo con el avance que se planten todos los ámbitos de nuestra sociedad incluyendo: el lenguaje.

El término utilizado en la actualidad es el de **"Persona con Discapacidad"** este responde a los términos presentados en el Clasificador Internacional del Funcionamiento, de la Discapacidad y la Salud, (CIDDM) elaborado en la década de los ochenta por la OMS (Organización Mundial de la Salud). Cuando nos referimos a una persona en condición de discapacidad visual, no es conveniente dirigirse a la persona como: "el ciego", "no vidente" o "invidente", porque la discapacidad visual abarca distintas deficiencias, y algunas son de manera parcial y no total ósea que tienen visión limitada; demostrando que los términos anteriores no solo son discriminatorios sino generalizan una gran parte de nuestra comunidad con condiciones distintas. Los términos considerados

inclusivos según el libro "Un acercamiento al lenguaje inclusivo en genero y discapacidad" son: persona con discapacidad visual, persona en condición de discapacidad visual, persona con visión limitada, persona que vive con una discapacidad; demostrando que todos estos términos son aceptables, pero al final del día no hay mejor manera que dirigirse a la persona a través de su nombre, viendo más allá de la condición que tiene la misma.



Deluvio, C. (2018) Black metal cane

<sup>1</sup> COCEMFE. (2018). Guía de lenguaje inclusivo.



13ON. (2018) People at the crosswalks.



## DISEÑO INCLUSIVO: EL DISEÑO COMO PARTE DE LA SOLUCIÓN

El diseño inclusivo tiene como centro el ser humano, eso implica analizar las necesidades, deseos y limitaciones de los usuarios. La metodología de diseño inclusivo tiene como propósito buscar que los productos y servicios puedan ser usados por todas las personas sin ninguna distinción.

### **1** Reconocer diversidad y particulares

Se debe tener como foco la diversidad y la particularidad de cada individuo al utilizar un espacio. Al diseñar no se debe dirigir a esa parte única de cada individuo, sino que en la unión de características de cada usuario se logre un conjunto que el mismo usuario descifre de que manera sus necesidades fueron tomadas en cuenta.

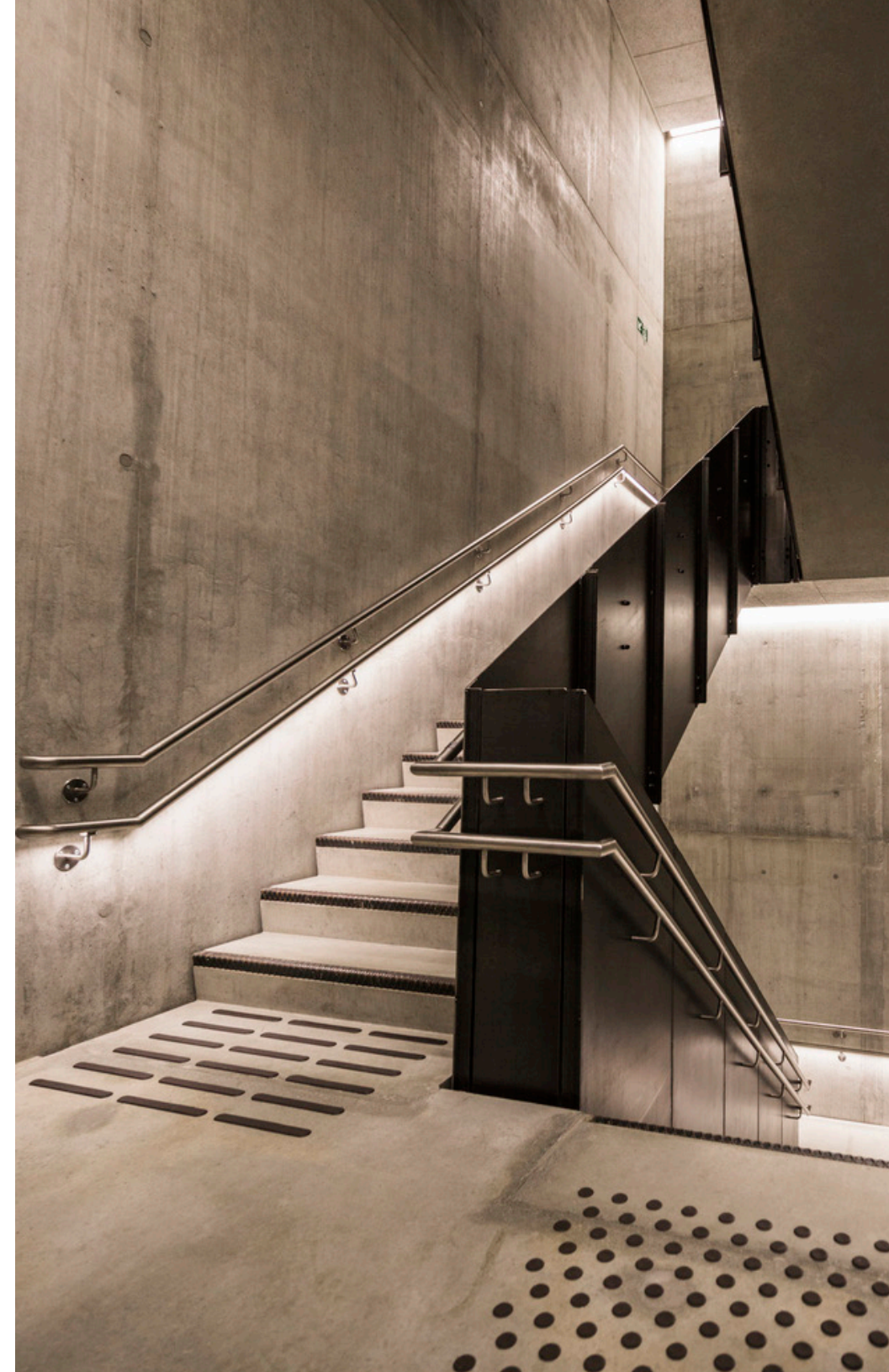
### **2** Apostar por un impacto sustancial y beneficioso

Al diseñar se debe estar dirigido en contexto al propósito en que se está diseñando de manera que el resultado final sea un impacto no solo en el contexto de beneficio hacia al usuario, sino que el proyecto lleva una inclusión hasta con el ambiente en que está localizado.

### **3** Valor del diseño y fidelidad del usuario

Cuando se diseña en base a considerar una mayor cantidad de usuarios, presenta un crecimiento al lugar donde está dirigido, si el usuario se identifica en el espacio y queda satisfecho, se creará una relación de fidelidad al producto y al lugar, de manera que el crecimiento vendrá dirigido por los factores externos que involucraron un buen diseño, acompañado de productos y servicios.

<sup>1</sup> PWC Australia. (2019, mayo). *The benefit of designing for everyone.*



(01) Majewski, T. (2017, 12 octubre). University of Bergen.  
(02) Dunlop, A. (s. f.). Hazelwood School.



## ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL PARÁMETROS

Se define como accesibilidad a la posibilidad que tiene una persona, con o sin discapacidad de entender un espacio, integrarse en él e interactuar en el mismo.

Los parámetros para personas con discapacidad visual mostrados serán los utilizados en el proyecto demostrando que no solo normalizan las condiciones de esta parte de la población en espacios comerciales como supermercados o minimarket sino que preservan la seguridad de todas las personas en el desenvolvimiento de sus actividades cotidianas.

Aunque están dirigidos específicamente a los inconvenientes que se plantean por la discapacidad visual, estas pautas no contradicen o excluyen a la otra parte de la población.

Los parámetros de accesibilidad para personas con discapacidad visual mostrados serán aquellos que son necesarios en espacios interiores y se dividirán en categorías de elementos, ya que todas las pautas involucran elementos no estructurales del espacio que son:

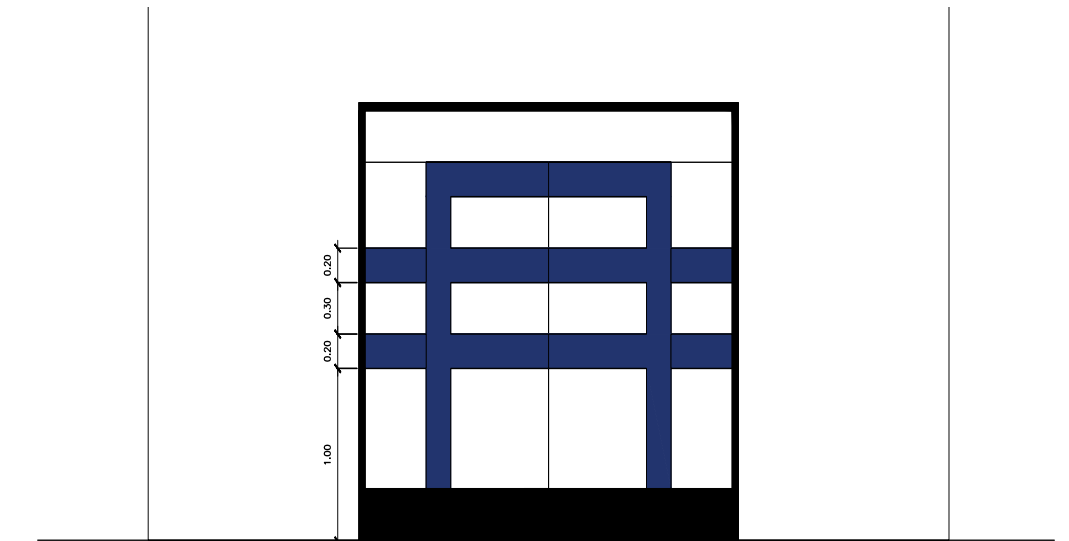
- Puertas y ventanas
- Escaleras
- Ascensores
- Señalización
- Baños

## PARÁMETROS DE ACCESIBILIDAD PUERTAS/ACCESOS

La puerta principal de ingreso a establecimientos comerciales debe tener un ancho mínimo libre de 1.20 metros. En el caso de puertas de dos hojas, una de ellas debe tener un ancho mínimo de 90 centímetros. La altura mínima de las puertas debe ser de 2.10 metros.

Se recomienda poner a las puertas de acceso, si serán de vidrio, el mismo ser laminado y con un zócalo inferior de protección mayor o igual a 25 cms de altura; además deberá tener dos bandas señalizadoras horizontales de 20 cms de ancho, de marcado color y contraste con la superficie acristalada.

Esta norma se aplica también a grandes superficies acristaladas que, al ser difícilmente detectables e identificables, pueden producir accidentes.

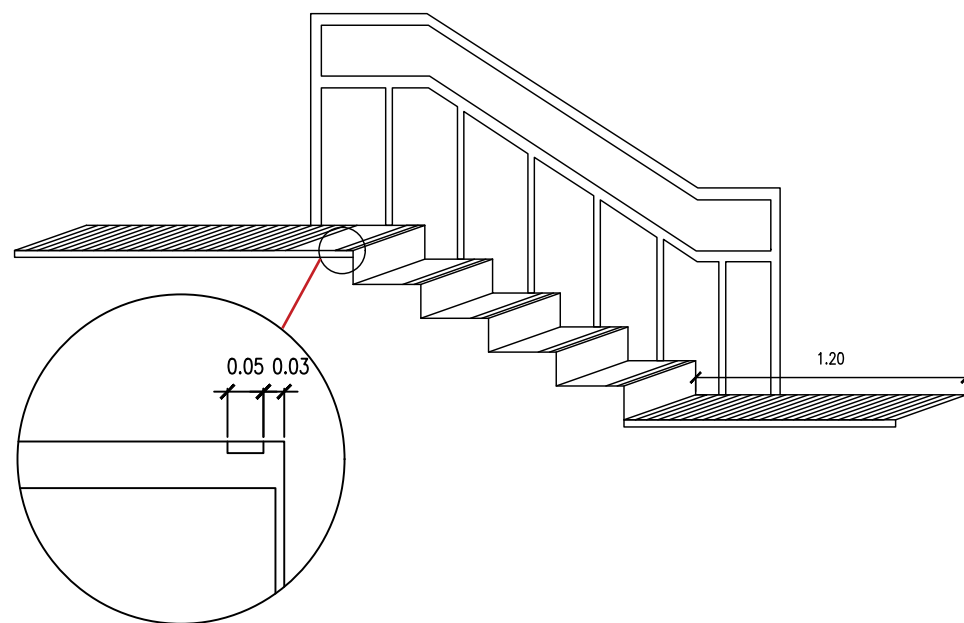


## PARÁMETROS DE ACCESIBILIDAD ESCALERAS

Las escaleras deben ser en dirección recta para una mayor orientación del usuario. En caso de tener forma de abanico, la huella mínima deber ser de 30 cms.

En cuanto a la forma de los escalones se debe evitar que tengan bocel para evitar tropiezos en la pisada.

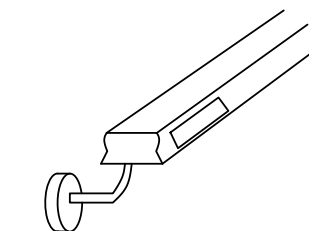
Referente a los materiales debe tenerse especial cuidado en que el tipo de piso elegido para rampas y escaleras sea antideslizante en seco y mojado. Para facilitar la localización de las escaleras se debe colocar antes del primer escalón y después del último una franja señalizadora de textura y color contrastados. Se extenderán a 1.20 mts. Al igual que todos los escalones como señalización deben incluir en la huella una banda de 5 cms de ancho y ubicadas a 3cms del borde del peldaño.



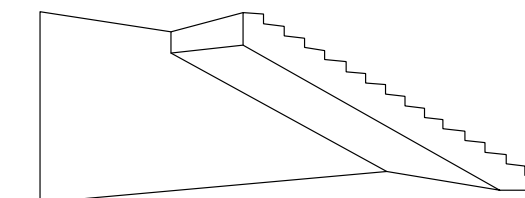
Las escaleras deberán tener pasamanos continuos, a ambos lados, en todas las plantas y descansos.

Es posible incluir información en sistema braille en el pasamanos, por ejemplo, el nivel al que se dirige. Dicha información se situará de forma que al ir deslizando la mano por él, los dedos entren en contacto con el indicador.

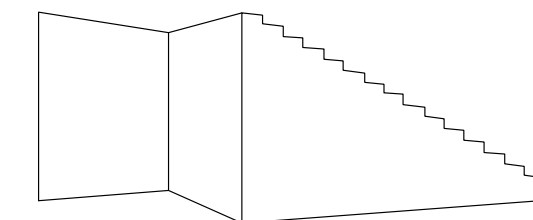
Es esencial cerrar siempre el intradós del tramo más bajo de las escaleras ya sea con cualquier elemento ornamental fijo y continuo.



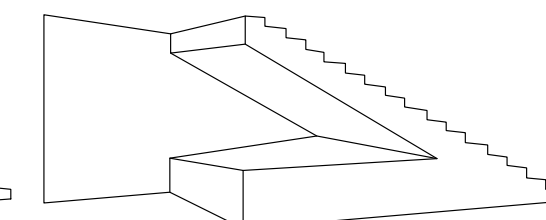
*Pasamanos con marco de señalización del nivel en braille.*



*Escalera sin cierre de intradós.*



*Escalera con cierre de intradós.*

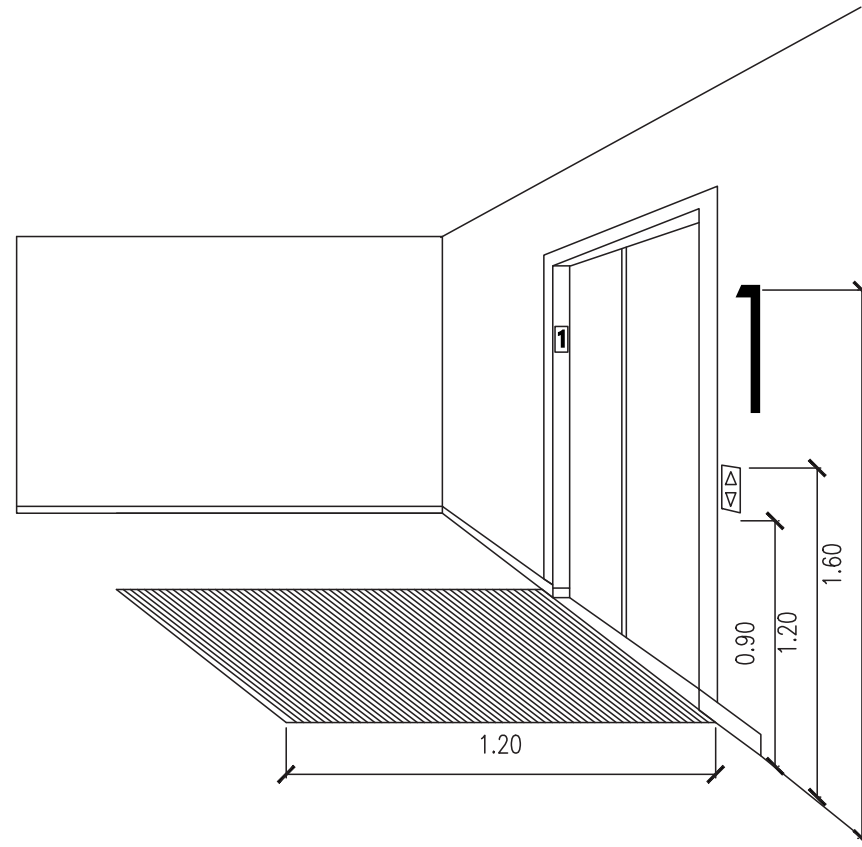


*Escalera con cierre de intradós, espacio para jardín interior u otros elementos.*

## PARÁMETROS DE ACCESIBILIDAD ASCENSORES

Deberá tener un espacio señalizado mediante un pavimento táctil de acanaladuras paralelas a la puerta del ascensor de 1.20 mts x 1.20mts. El material de la acanaladura deberá ser inferior al utilizado en exteriores pero debe ser fácilmente percibido con los pies y mediante el uso de un bastón de movilidad.

La botonera de la parte exterior se colocará entre 0.90 mts y 1.20 mts del suelo. Si hay un solo ascensor se ubicará en la pared derecha, si hay dos o más se colocará entre ellos. Los botones deberán estar adaptados a altorrelieve y sistema braille, al igual que su color debe contrastar sobre la superficie donde estén colocados. No son adecuados pulsadores en bajorrelieve o térmicos ya que no son percibidos por las personas con discapacidad visual.



## PARÁMETROS DE ACCESIBILIDAD SEÑALIZACIÓN

Las señales de acceso en avisos adheridos a paredes, mantendrán el tamaño de 15 por 15 centímetros como mínimo y se instalarán a una altura de 1.40 metros, medidos al borde superior.

Los avisos soportados por postes o colgados, se instalarán a una altura de 2.10 metros, medidos a su borde inferior y tendrán una dimensión mínima de 40 centímetros de ancho por 60 centímetros de altura

- Las rutas accesibles.
- Los estacionamientos accesibles.
- Los servicios higiénicos accesibles.
- Los elementos de mobiliario urbano que lo requieran
- Los sitios de atención preferente



Modelo de señalización



Símbolo de discapacidad visual

Símbolo de discapacidad auditiva

Símbolo de Teléfono de texto

## PARÁMETROS DE ACCESIBILIDAD BAÑOS

Para facilitar el acceso y localización de los mismos se situarán cerca de los principales elementos de comunicación horizontal y vertical del edificio como ascensores y escaleras.

Deben ser fácilmente distinguibles, para lo cual:

El dibujo o símbolo que se utilice como referencia visual debe en altorrelieve y de gran contraste con el color de la puerta.

El suelo debe ser antideslizante en seco y en mojado y tendrá un acabado mate para evitar reflejos.

Se utilizará un máximo de contraste de color entre el suelo, las paredes y el techo para ayudar a definir las dimensiones del espacio.







# MARCO TEÓRICO: VEHÍCULO

BRR Design. (s. f.). Kul and go.

Los supermercados son establecimientos comerciales de venta al por menor en el que se vende todo tipo de artículos, donde el cliente se sirve a sí mismo y paga a la salida. Suelen tener departamentos de distintos tipos de alimentos al igual que productos de limpieza y bebidas.

Aunque con los años se ha modernizado la estructura tradicional llevando lo básico pero también brindando otros servicios de forma que se crea una experiencia aparte de la necesidad de la compra de alimentos, lo que lleva a que el diseño se convierta en algo innovador y que logre esa fidelidad que se necesita con los clientes para que permanezca una compra constante en dicho espacio comercial.



## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

La venta de productos de alimentación se ha convertido en un fenómeno importante en el ámbito económico de cada ciudad o país, volviéndose además de necesidad vital para el desarrollo de las personas. Pero los supermercados no surgen de la nada a lo que son hoy, conlleva un proceso e historia de muchos años.

Los mercados siempre fueron descubiertos, los mismos pasan a cubrirse para dar cobijo a los comerciantes y protegerse de los elementos naturales. Si nos adelantamos hacia el predecesor de los supermercados en Estados Unidos, fue el surgimiento de los almacenes rurales, para los cuales solo se tomaba un gran almacén vacío y se organizaban sin ningún orden específico la mercancía, pero resultaba atractivo el comprar en un mismo lugar todo aquello que se necesitaba.

Pero a inicios del siglo XX el supermercado no brindaba la opción de autoservicio como la tenemos hoy en día, al llegar a una tienda de comestibles se le pasaba la lista de lo que se necesitaba a uno de los empleados de forma que ellos buscaban los productos; cambia cuando Clarence Saunders patenta la idea de supermercado con autoservicio y crea la cadena de supermercados Piggly Wiggly con el primero localizado en Memphis Tennessee.

El término "Super" proviene de los años 20, un fenómeno muy utilizado en Hollywood para causar impacto o demostrar grandeza y superioridad en las cosas, término que optaron los mercados para darle ese atractivo mayor, se dice que el primero en utilizarlo fue "Albert Super Market" en 1933.



Fotografía. (2010). IGA Supermarket.

## SUPERMERCADOS Y SU EVOLUCIÓN

1930

Abre el **primer supermercado** que puede llamarse así por sus medidas, más de mil metros cuadrados, el **King Kullen** de Michael Cullen, en Long Island.



1950

El colombiano **Bernardo Trujillo** es el primero en formalizar las bases teóricas y prácticas de la distribución moderna.



1916

El estadounidense Clarence Saunders patenta el concepto de **supermercado sin mostradores** y abre la cadena Piggly Wiggly.



1937

Sylver Goldman, encargado de la cadena Humpty Dumpty introduce los primeros **carritos de supermercado**, que se llaman **cartwheel**.



1963

Carrefour abre en Francia el **primer hiper-mercado** en Sainte-Geneviève-des-Bois, que se diferencia del supermercado en el tamaño, mucho más grande, y en la venta de todo tipo de productos.



## TIPOLOGÍAS

Tradicionalmente los mercados surgieron para establecer los productos que provenían de las granjas, del mar o del monopolio que traía productos desde otros países cercanos. Pero con el paso del tiempo, las tipologías establecidas tienen muy claras las líneas que diferencian uno de otro y hasta las experiencias que se desarrollan dentro de él.



El mercado sigue siendo el elemento central en algunos países e incluso una de las tipologías que dominan en algunas culturas. Son lugares donde la interacción y la esencia de la cultura se encuentran entre ese ambiente de productos característicos de la zona, la atmósfera que crea ese lugar mayormente plasmado en el ambiente urbano es propio, aunque lleven estructuras similares de un mercado a otro. La estructura de los mercados suele ser informal y cuenta con una estructura un tanto básica entre un puesto y otro que suelen ser divididos por carpas. En nuestro país lo primero que puede venir como ejemplo es el Mercado Modelo de Santo Domingo.



Los supermercados con una estructura más formal en un establecimiento con diseño específico y constante mantienen similitudes en la parte de productos, diferenciándolo en que hay una mayor variedad y que incluye aparte de los productos perecederos, productos de limpieza, los mismos organizados en muchas secciones con un orden de clasificación específico.



También están las tiendas de alimentos especializadas o minimarket, que cuando se escucha el término se piensa en un espacio de venta minorista de productos específicos, pero en cuanto a diseño se refiere a que han demostrado a lo largo de los tiempos una estrategia más dinámica debido a que en su estructura no solo establecen el área de ventas sino que muchas veces tratan de recrear la atmósfera de mercado sin las limitantes que vienen dadas por las grandes cadenas, aparte de que combinan el ocio con el comercio creando espacios con sus productos que emanan un estilo de vida y también hacen que el consumidor no solo acuda al mismo por la compra de los productos sino por la experiencia brindada.



Volkova, D. (2018, 23 diciembre). Food style.

NRD. (2018, 21 noviembre). Bunch of vegetables.

Tullius, T. (2020, 30 mayo). Tuna cans.



## MINIMARKET

Son establecimientos físicos que están dedicados a la venta de productos de consumo masivo e inmediato para la persona, los mismos generalmente se encuentran ubicados en zonas cercanas a residencias o a zonas ejecutivas.

Tienen una gran variedad de productos entre los cuales destacan; alimentos, bebidas, productos de limpieza, entre otros productos básicos del diario vivir.

Su principal característica es su modalidad de autoservicio, ya que el cliente solo tiene que entrar a la tienda y escoger los productos que se llevara, llevan un aire de autonomía mayor a los supermercados ya que el cliente puede desenvolverse mejor y más rápido en cuanto al espacio. Cuando la distribución del espacio va más allá de góndolas y de puestos, sino que hay un balance entre donde se ofrece el producto con un lugar donde puedas disfrutar de él, ya todo se va personalizando, existe una mayor integración entre consumidor-espacio y se está buscando una razón más para hacer que el usuario regrese.

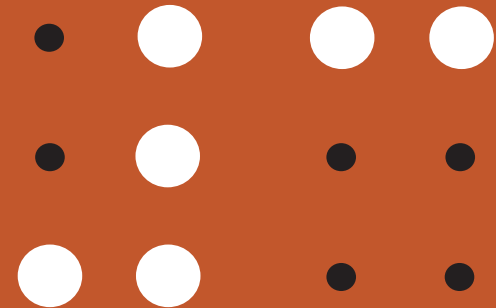


Loaded for bear. (s. r.) Cordellas Market. Fotografía



# 3

## MARCO REFERENCIAL



3.1 Referencias Nacionales  
Proyectos Comparables Nacionales

3.2 Referencias Internacionales  
Proyectos Comparables Internacionales





## REFERENCIA NACIONAL: SUPERFRESH MARKET

Es un supermercado con una estructura pautada con el propósito de ser poco convencional, buscando atraer a los clientes no sólo por las áreas usuales de supermercado sino también por sus áreas de alta gastronomía, ubicado en Santo Domingo y con más de cuatro años de operación, dentro del mismo están incluidos dos restaurantes temáticos y una heladería italiana; demostrando gran diversidad culinaria.

Superfresh ofrecerá siempre la canasta básica sin embargo, el diseño utilizado y la forma estratégica de colocar sus productos al igual que su selección es evocando a los dominicanos a experimentar con dichos productos en sus propias cocinas.



<sup>1</sup> Faxas, N. (2018, 2 noviembre). SuperFresh Market, el nuevo concepto de supermercados en RD. Forbes México.

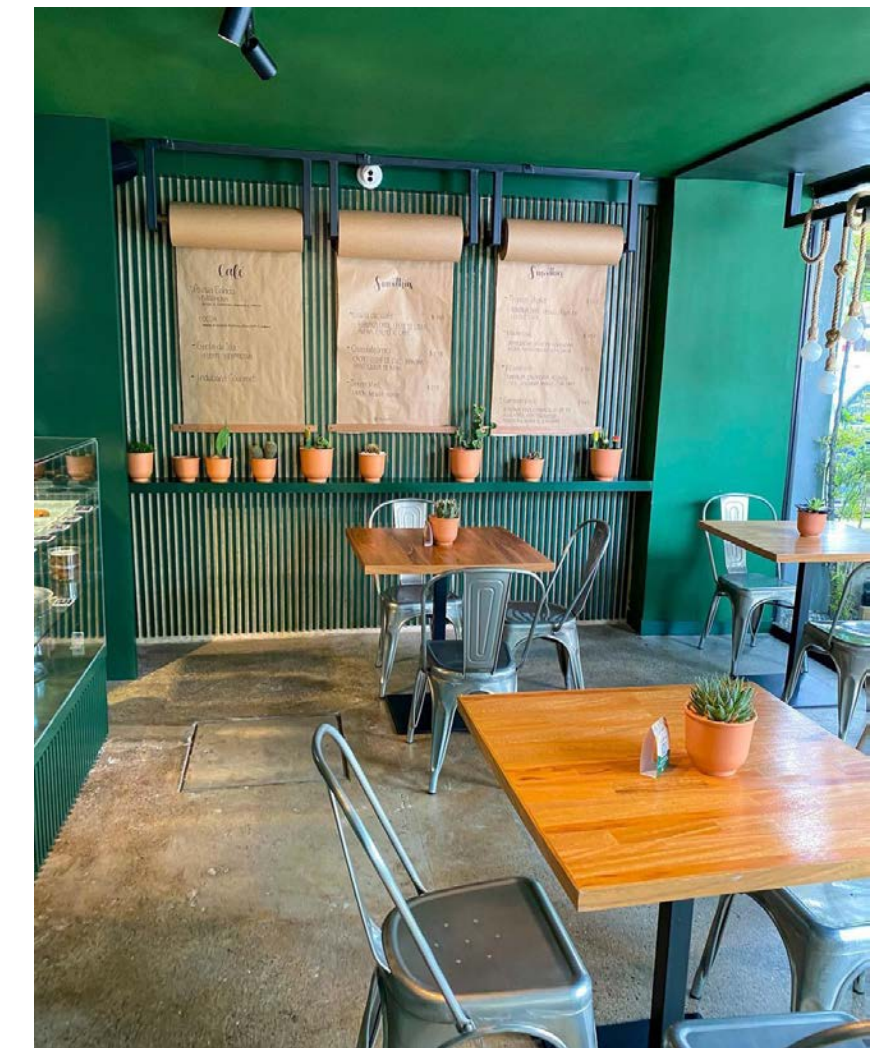




## REFERENCIA NACIONAL: DBL MARKET

Descrito como un híbrido ya que está conformado por: mercado y restaurante. Ofrecen e impulsan en su espacio en gran mayoría productos orgánicos y marcas locales incitando a un estilo de vida saludable, al igual que tienen productos de su marca propia.

El espacio diseñado con la naturaleza como inspiración principal, el uso de la madera como un material característico y el color verde como principal en el espacio y en su branding.



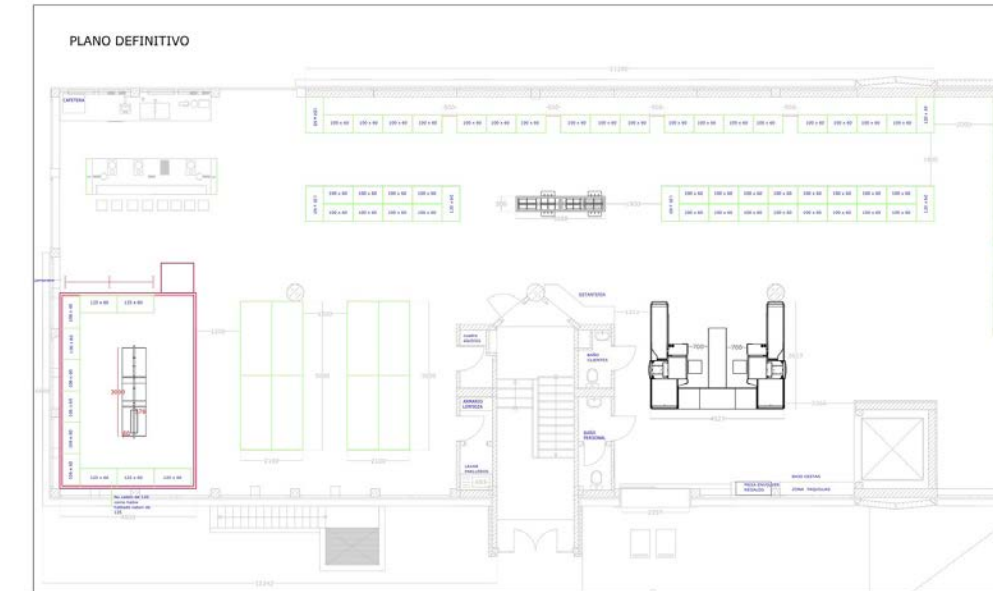
<sup>1</sup> DBL Blog (2020). DBL Market



## REFERENCIA INTERNACIONAL: SOLERA MARKET

Una tienda española que ante la demanda de productos españoles en esa área de Alemania pasa a escalar de manera que se presenta la necesidad de convertirlo en un supermercado de modalidad "cash and carry".

El diseño ejecutado por Masquespacio en cuanto a la marca y espacio interior; se desarrolló en busca de un toque de emoción mediterránea mezclado con lo funcional que caracteriza este tipo de espacios comerciales. Utilizando el color negro como predominante mezclado con colores vibrantes a la vez que mantienen la esencia del estilo español.



<sup>1</sup> Archdaily (2017, 15 marzo). Masquespacio/Solera supermarket

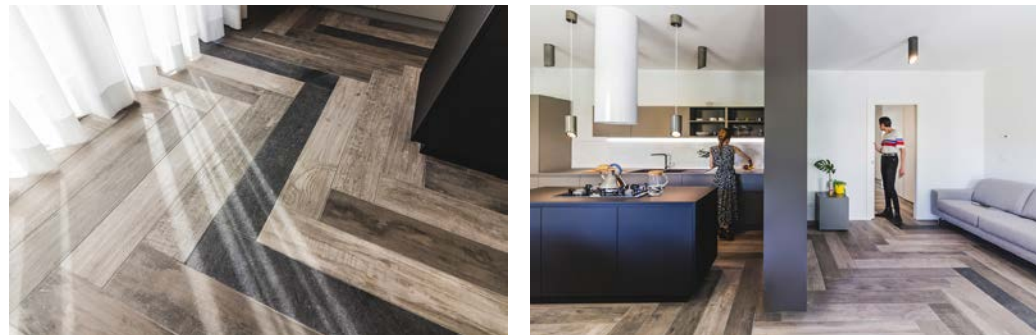


## REFERENCIA INTERNACIONAL: CASA MAC

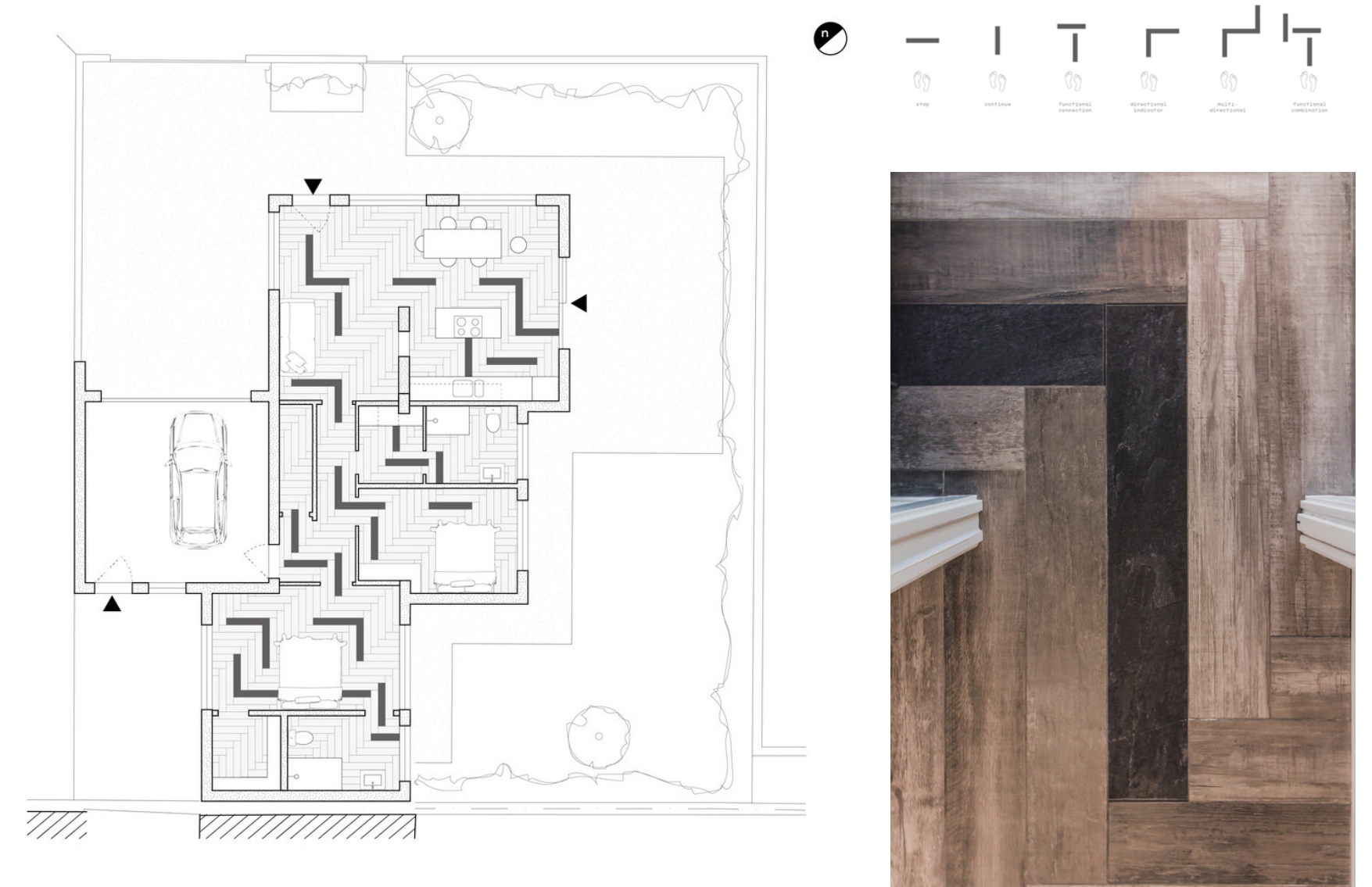
Un espacio inteligente, elegante e intuitivo fue la intención en la casa diseñada por So & So Studio para una mujer ciega en Thiene, Italia.

Los diseñadores optaron por implementar un proceso natural de ajuste y búsqueda de la visión para que la mujer con discapacidad visual circule por su nuevo espacio.

El primer paso en el diseño fue orientar los espacios alrededor de un corredor central, minimizando cualquier posible efecto de laberinto y asegurando un movimiento eficiente en toda la casa. Al usar una losa de piedra texturizada dentro del patrón de piso, los nodos de programa se acentúan y se genera un sistema de búsqueda.



<sup>1</sup> Plataforma Arquitectura. (2018, 1 septiembre). Diseñando un nuevo hogar para un cliente ciego / So & So Studio



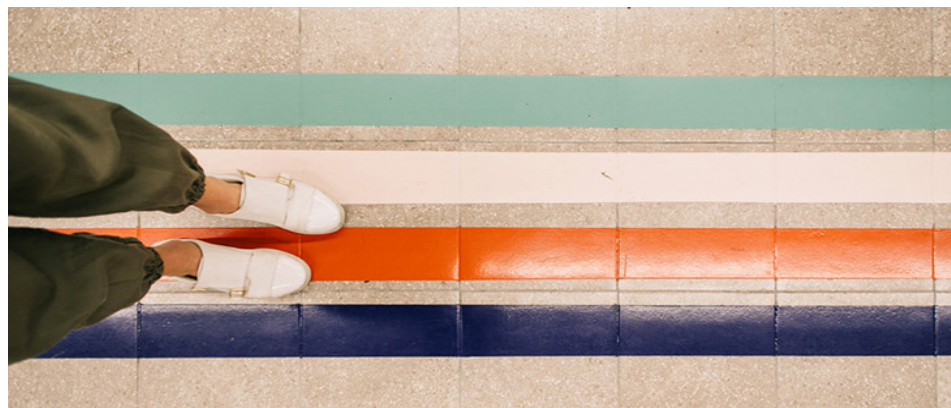


## REFERENCIA INTERNACIONAL: ALCAMPO SUPERMARKET

El diseño de interior del supermercado Alcampo fue diseñado por Insayn Design en colaboración con Pelusa Studio.

El proyecto está ubicado en Gotico, antigua ciudad de Barcelona.

Se incorporaron colores en cada espacio y en los pisos también para ayudar a las personas a encontrar justo lo que buscan y evitarles el recorrer todo el lugar para el producto que desean comprar.



<sup>1</sup> Insayn Design. (s.f.). Alcampo supermarket.





## REFERENCIAS: CARACTERÍSTICAS VINCULANTES



Ofrecer áreas distintas a las usuales en un supermercado como el juice bar del segundo nivel, al igual que existe cierta semejanza en la distribución de los espacios.



Distribución y definición de los espacios similar al igual que el hecho de tener una distribución de mercado con otros espacios innovadores como área de restaurante.



Definición de áreas o elementos específicos a través de patrones combinados con el branding, brindando una guía al usuario.



Uso del piso con losas texturizadas que crean un corredor central como guía de todo el espacio logrando ese sentido de gran orientación en el usuario.



Uso en el piso de colores como guía de todo el espacio al igual que el sistema de señalizaciones.



# 4

## MARCO CONTEXTUAL

### Marco Contextual

Localización – Ubicación

Contenedor a Intervenir

Forma geométrica

Dimensiones

Comportamiento altimétrico del contenedor

Panorama actual del entorno inmediato  
al contenedor

Materialidad compositiva del contenedor

Niveles de piso y/o volúmenes interiores

Levantamiento Fotográfico descriptivos del contenedor

Principales vías de Penetración al contenedor

Uso actual del contenedor

Grupos Sociales vinculantes al contenedor

Factor Climático de impacto en el contenedor

Factor Vegetación e incidencia en el contenedor



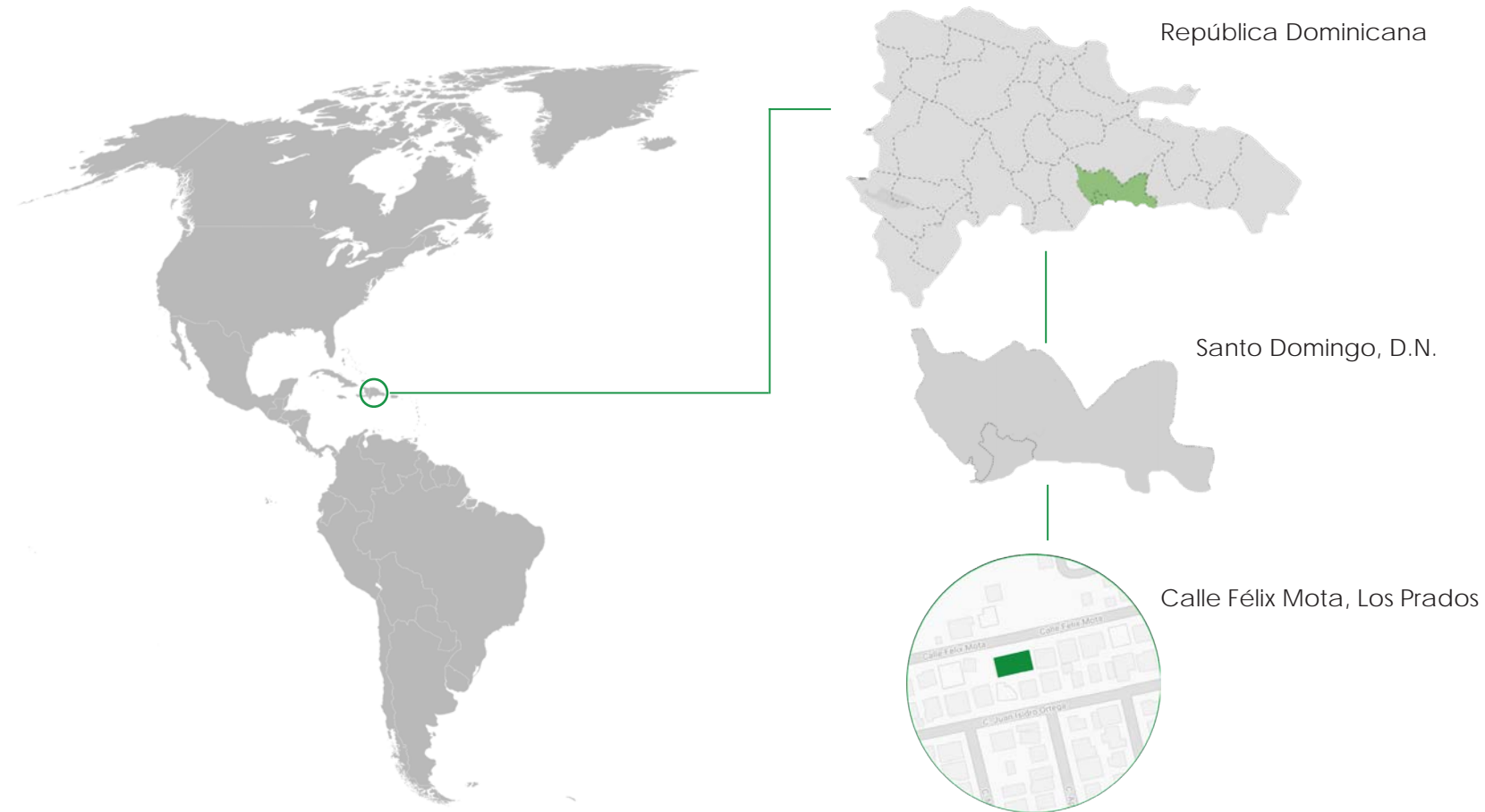
Lambertus, H. (2017). Oficinas Setec.



## LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN

El proyecto a desarrollar se emplaza en la ciudad de Santo Domingo, capital de la República Dominicana la cual comprende el Distrito Nacional localizado al sureste del país que a su vez se divide en tres circunscripciones perteneciendo este a la primera. El área que incorpora el proyecto es la región urbana denominada Los Prados.

El proyecto propuesto se encuentra en la calle Félix Mota, situado cerca de la John F. Kennedy y la Av. Núñez de Cáceres siendo una zona urbanizada de carácter comercial en su mayoría. Se trata de una obra arquitectónica de ubicación estratégica debido a fácil acceso por las diferentes vías de transporte en la ciudad de Santo Domingo.



## CONTENEDOR A INTERVENIR

La edificación a intervenir se trata de la sede de Servicios e Instalaciones técnicas (Setec), empresa que ofrece plantas eléctricas y ascensores; el edificio se encuentra emplazado en el sector Los Prados, con un área total de construcción de 1,075 metros cuadrados.

La edificación está compuesta por dos niveles con una estructura porticada de hormigón con planta básicamente libre, el edificio lleva carácter industrial como la idea principal de diseño.



Lambertus, H. (2017). Oficinas Setec.

## ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El edificio existente de la sede de Servicios e Instalaciones Técnicas (Setec), no posee antecedentes históricos disponibles debido a que fue construido para su uso actual por ende es nueva edificación.

## USO ACTUAL CONTENEDOR

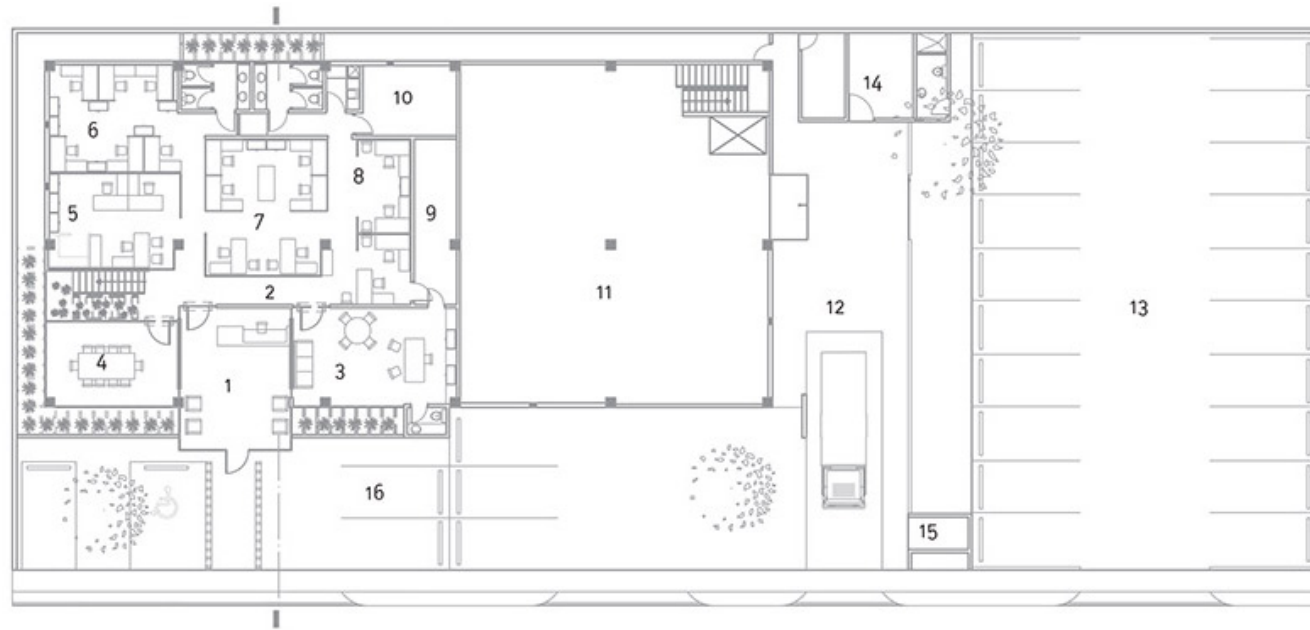
Es una empresa que ofrece soluciones eficientes para plantas eléctricas y ascensores; entre ellos ofrecen la prestigiosa línea de transporte vertical Kone.



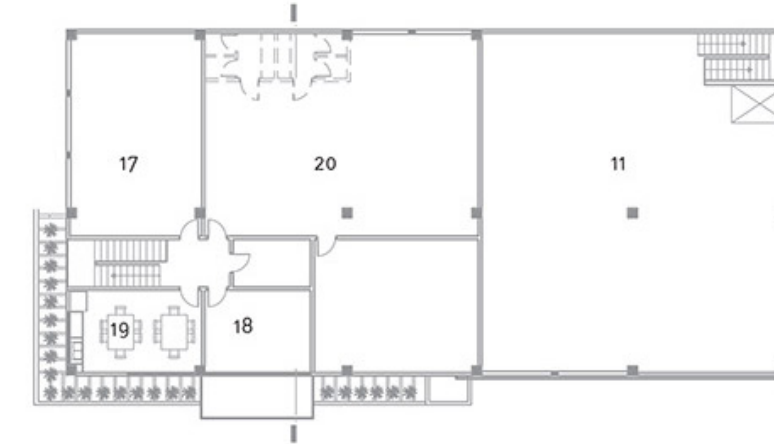
## PLANÍMETRIA EXISTENTE

Planta arquitectónica de conjunto y primer nivel y segundo nivel, elevación frontal y sección

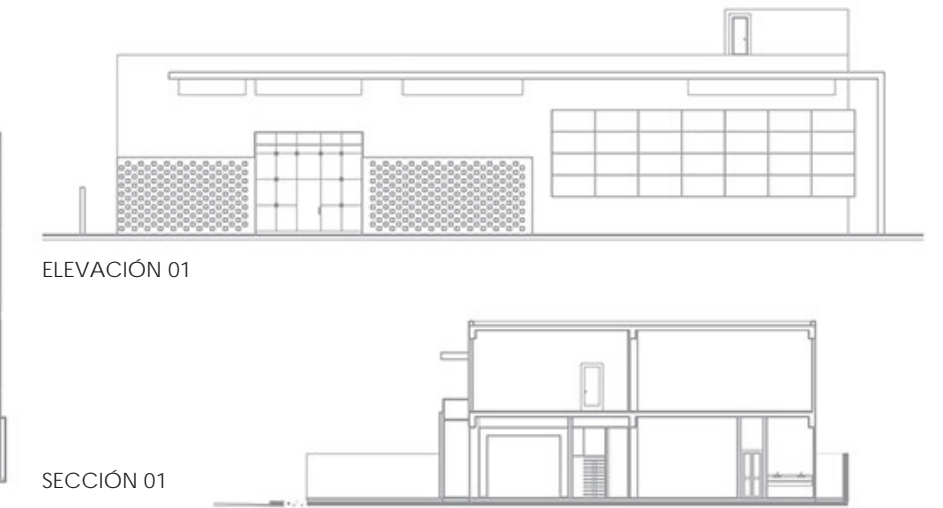
Leyenda: 1 Recepción 2 Circulación general 3 Despacho principal 4 Sala de juntas 5 Contabilidad 6 Cobros 7 Departamento de mantenimiento 8 Departamento de operaciones 9 Depósito 10 Almacén de mantenimiento 11 Almacén general 12 Área de carga y descarga 13 Estacionamientos de empleados 14 Áreas de servicio 15 Garita 16 Estacionamientos de visitantes 17 Centro de capacitación 18 Laboratorio 19 Comedor 20 Área de expansión futura



PLANTA PRIMER NIVEL



PLANTA SEGUNDO NIVEL



ELEVACIÓN 01

SECCIÓN 01



# LEVANTAMIENTO FOTOGRÁFICO

MATERIALIDAD DESCRITA



Hormigón

Bloques calados cemento

Estructura metálica y de vidrio

Gramaquines



Mobiliario ejecutivo

Porcelanato gris

Pared con relieve 3D

Pared divisora de madera maciza

Ventanales de vidrio



Vegetación interior

Escalera metálica con escalones de madera



## LEVANTAMIENTO FOTOGRÁFICO

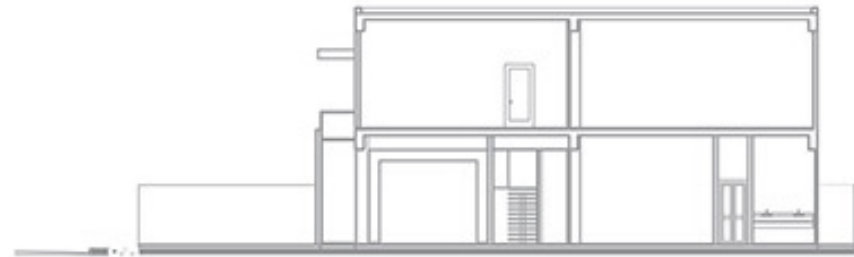




## NIVELES DE PISO

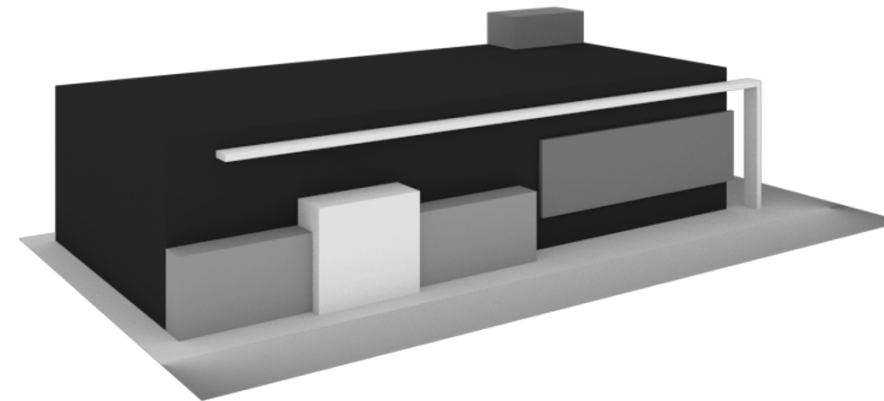
Los niveles o volúmenes interiores del edificio son similares en altura ya que la morfología es uniforme de todo el contenedor. Cada nivel mide aproximadamente 4.10 metros de altura.

El edificio cuenta con un núcleo de circulación principal el cual está conformado por una escalera y un ascensor de puerta doble que relaciona ambos niveles.



## MORFOLOGÍA DEL CONTENEDOR

El contenedor está conformado arquitectónicamente pero analizándolo en base a formas geométricas es un gran rectángulo colocado de forma central, luego adheridos varios rectángulos colocados de forma estratégica resaltando ya que se unen al principal como adiciones, al igual que un detalle irregular en la parte de arriba.



Google Maps (2020). Oficinas Setec.

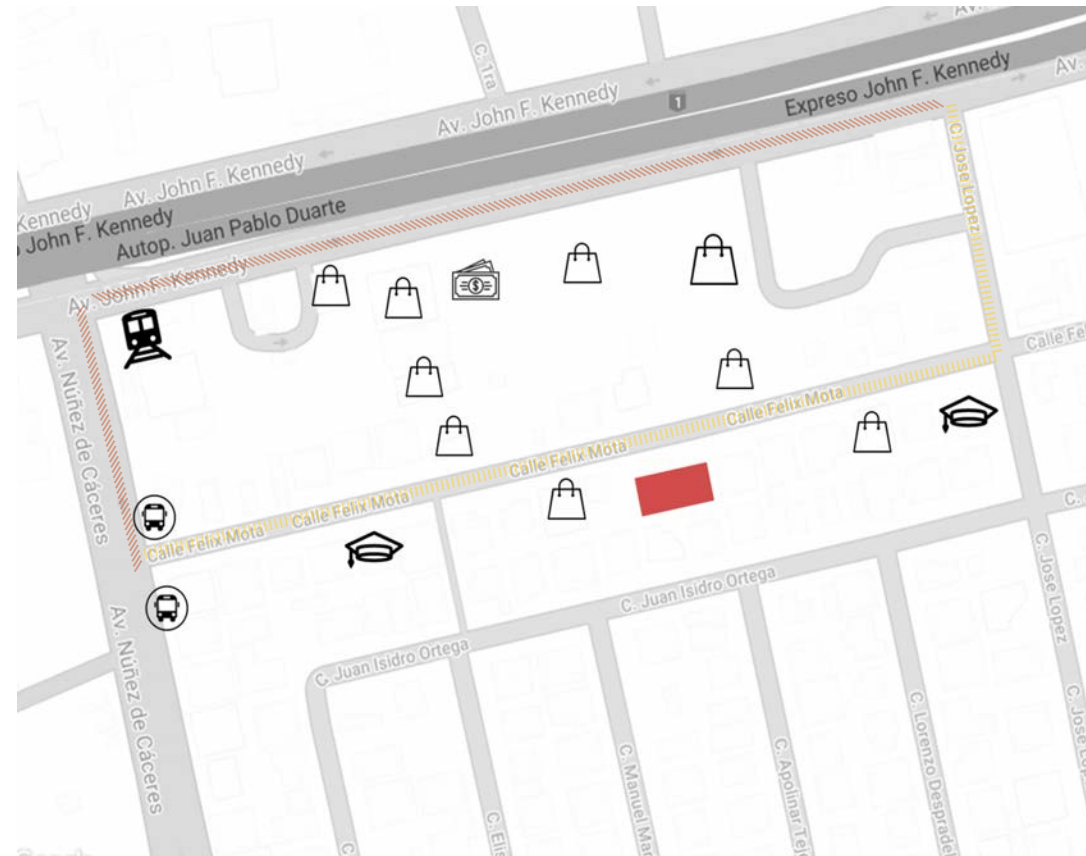


## PANORAMA ACTUAL CONTENEDOR Y VIAS DE ACCESO

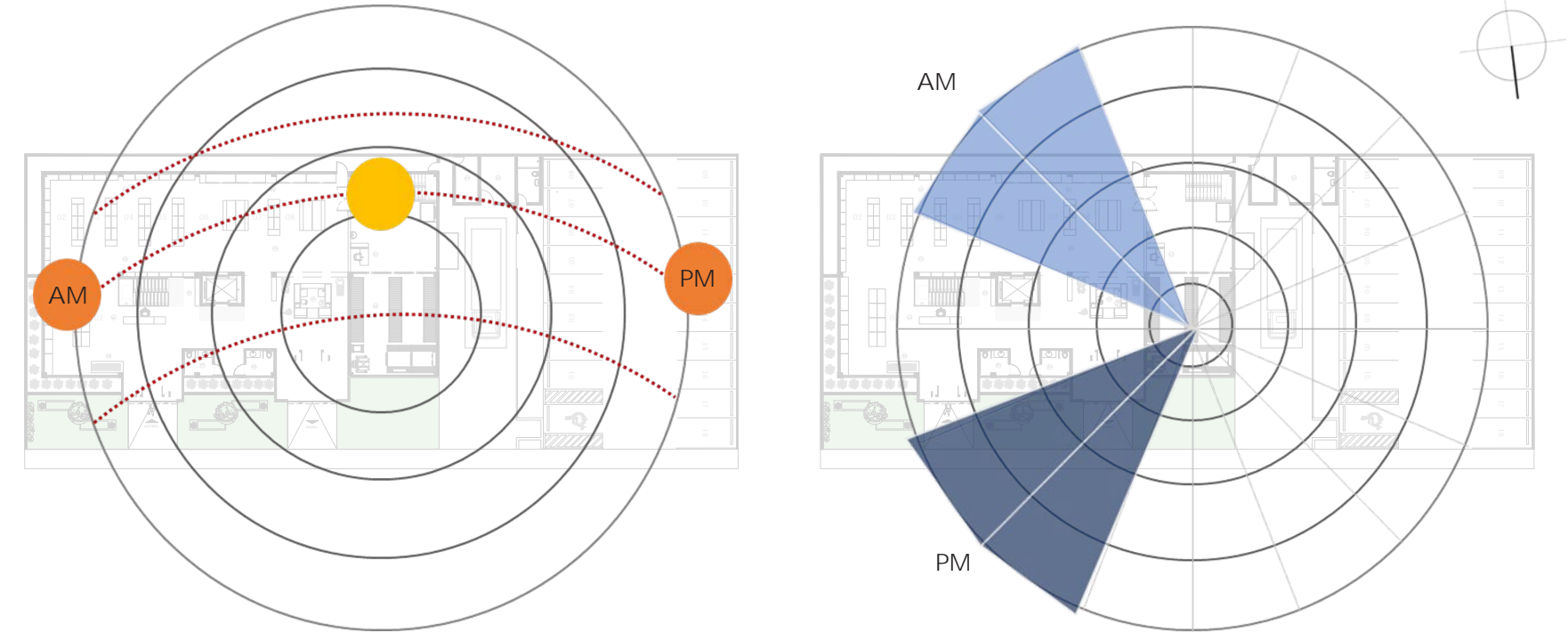
El panorama actual alrededor del contenedor es principalmente de ambiente comercial, se encuentran centros educativos en sus alrededores y en minoría entidades financieras.

Al analizar el establecimiento se designa actualmente a este como de carácter comercial debido a que en el mismo se brindan servicios y productos a cambio de un monto. Las personas que habitualmente utilizan los servicios que brinda el inmueble económica y socialmente son de clase alta, media superior, media, media baja.

La principal vía de acceso hacia el contenedor es por las calles: Felix Mota y José Lopéz, las vías secundarias sería la Av. Nuñez de Cacéres y la Av. John F. Kennedy.



## FACTOR CLIMÁTICO

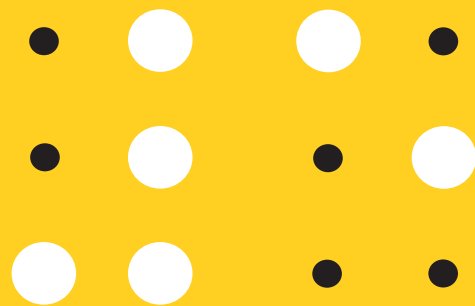


Según la ubicación la proyección de luz solar es con mayor incidencia hacia el sur, abarcando una gran parte del contenedor. Los vientos en la ciudad de Santo Domingo se comportan en horario diurno en dirección sur-sureste y en horario nocturno noreste, las aberturas de la edificación están en la parte frontal del edificio, de modo que el viento circula aunque se hace un uso mínimo de estas aberturas.



# 5

## MARCO PROGRAMÁTICO



### 4.1 Marco Programático

- Relación, cuantificación y cualificación de áreas del vehículo
- Definición del usuario
- Composición del usuario
- Características del usuario
- Requerimientos especiales del usuario



# USUARIO

## DEFINICIÓN

Está definido por cualquier tipo de persona, sin distinción o diferencia alguna. Ya que al final todos en nuestro día a día, nos dirigimos a una tienda de alimentos especializada de nuestra preferencia y este tipo espacio diseñado debe ser pensado para todos.

Pero como objeto de enfoque y con finalidad de encontrar estrategias de accesibilidad para las personas con discapacidad visual, en el proceso de investigación y desarrollo serán tomadas como un enfoque necesario, ya que buscamos una integración mayor a la ya existente en estos tipos de espacios.



Shutov, M. (2018, 25 octubre). Yellow fruit.

## COMPOSICIÓN

Se presentan las siguientes características resaltando que un caso presentado por un usuario puede ser muy distinto al otro, se realiza un cuadro de generalización para poder tener un enfoque para todos:

- Persona de rango de edad entre 18-65 años. (Rango de edad estipulado el promedio de personas con discapacidad visual que acuden sin acompañante).
- Las condiciones visuales (abarcadas en grandes grupos): manchas y pérdida parcial de visión; pérdida de visión del campo visual central, pérdida de campo visual periférico, visión de objetos deformados a la distancia, opacidad del cristalino (cataratas), ceguera (parcial hasta un 10% resto o percepción visual) y ceguera total.
- Puede tener manejo o no del sistema braille.
- Apoya su orientación a través de bastón ya sea blanco, verde o perro guía.

## REQUERIMIENTOS ESPACIALES

- Señalización clara al igual que en sistema braille.
- Ningún tipo de obstaculización con elementos innecesarios o poco funcionales.
- Revestimientos de piso o pared que apoyen la comprensión del espacio y los elementos presentes en él.
- Mobiliarios con facilidades de uso o sistema de comprensión en braille para uso de los mismos.
- Apoyo en sistema sonoro para comprensión del lugar.



# USUARIO

## TIPOS

En el proyecto se tiene un enfoque de estudio principal hacia un tipo de usuario, pero para el proyecto se toman en cuenta distintos tipos de usuarios como: clientes, personal de planta, personal administrativo, personal de mantenimiento.



CLIENTES

**Clientes:** Este grupo constituye a los consumidores, compradores, son el público objetivo a quien va dirigido al proyecto.



PERSONAL A.

**Personal Administrativo:** Conformado por el grupo de colaboradores que administra el lugar logrando que el funcionamiento del mismo sea el correcto, este grupo se divide en los departamentos de: Gerencia, Administración, Producción, Contabilidad y Seguridad.



PERSONAL P.

**Personal de Planta:** Está constituido por los colaboradores que laboran interactuando con los clientes o en el espacio del supermercado como el personal de caja, de reposición de góndolas y almacén.



PERSONAL M.

**Mantenimiento:** Conformado por el grupo de colaboradores que mantiene el lugar logrando que el mismo permanezca en condiciones óptimas, este grupo se divide en los departamentos de: limpieza, almacén.



Lo, I. (2019, 19 octubre). Traditional french Provençal tapenade. Fotografía. K



# ÁREAS POR NIVELES

Las áreas del proyecto se dividen en: espacios públicos y de servicio. Se presentarán por niveles.

# 1

## Primer Nivel Áreas Públicas

Entrada  
Área de carritos  
Información  
Panadería  
Cereales y legumbres  
Frutas y vegetales  
Productos dietéticos  
Lácteos  
Carnes  
Pescados  
Bebidas  
Cajas  
Baños  
Salida

## Áreas de servicio

Almacén  
Área de carga y descarga

# 2

## Segundo Nivel Áreas Públicas

Entrada  
Barra  
Área de comensales  
Caja  
Góndolas de productos

## Áreas de servicio

Oficinas Cerradas  
Oficinas Abiertas  
Seguridad  
Kitchenette  
Baño de empleados



## PROGRAMA DE ÁREAS

ÁREAS	ESPACIO	CANTIDAD	REQUERIMIENTOS	MTS2
ÁREAS PÚBLICAS - PRIMER NIVEL	ENTRADA	01	ESTACIÓN DE CARRITOS, COUNTER	11.13
	PASILLO 01 FRUTAS Y VEGETALES	01	GÓNDOLAS, CANASTILLAS	51.04
	PASILLO 02	01	GÓNDOLAS	22.87
	PASILLO 03	01	GÓNDOLAS	18.27
	PASILLO 04	01	GÓNDOLAS	15.30
	PASILLO 05	01	GÓNDOLAS REFRIGERADAS, NEVERAS	25.29
	PASILLO 06/07/08	01	GÓNDOLAS REFRIGERADAS, NEVERAS	69.88
	ÁREA DE CAJAS	01	CAJAS, ÁREA DE FUNDAS	28.17
	BAÑOS	02	WC, LAVAMANOS	10.32

## PROGRAMA DE ÁREAS

ÁREAS	ESPACIO	CANTIDAD	REQUERIMIENTOS	MTS2
ÁREAS DE SERVICIO - PRIMER NIVEL	ENTRADA AL ALMACÉN	01	-	27.60
	ÁREA DE CARGA Y DESCARGA	01	SEÑALIZACIÓN	39.62
	CÁMARAS DE ALIMENTOS EN REFRIG.	02	GÓNDOLAS	10.56
	ALMACENAMIENTO GENERAL	01	GÓNDOLAS	51.13



## PROGRAMA DE ÁREAS

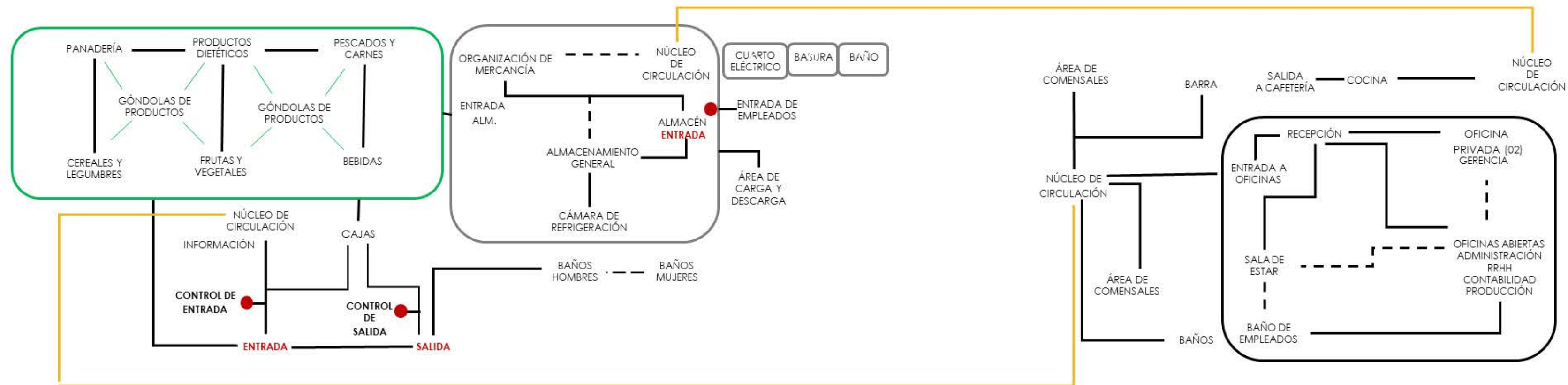
ÁREAS	ESPACIO	CANTIDAD	REQUERIMIENTOS	MTS2
ÁREAS PÚBLICAS - SEGUNDO NIVEL	CAJA	01	CAJA, SILLA PARA COLABORADOR	2.43
	BARRA	01	SILLAS, ARREA DE PREPARACIÓN ALIMENTOS	27.02
	GÓNDOLAS DE PRODUCTOS	01	GÓNDOLAS	13.44
	ÁREA DE COMENSALES	01	MESAS, SILLAS	119.41
	BAÑOS	02	WC, LAVAMANOS	10.32
	ALMACÉN	01	CÁMARA FRIGORIFICA, ÁREA DE PREP. DE ALIMENTOS	69.37

## PROGRAMA DE ÁREAS

ÁREAS	ESPACIO	CANTIDAD	REQUERIMIENTOS	MTS2
ÁREAS DE SERVICIO - SEGUNDO NIVEL	ENTRADA OFICINAS	01	CONTROL DE ENTRADA	6.26
	RECEPCIÓN	01	COUNTER, MUEBLES	28.82
	OFICINAS ABIERTAS	01	ESTACIONES DE TRABAJO, SILLAS	72.20
	OFICINA PRIVADA - GERENCIA	02	ESCRITORIO, SILLA EJECUTIVA, ALMACENAMIENTO	23.49
	SALA	01	SOFA, BUTACAS, MESA DE CENTRO	21.94
	BAÑO DE EMPLEADOS	01	WC, LAVAMANOS	7.91



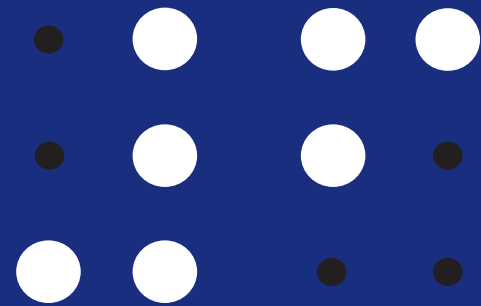
## DIAGRAMA DE ÁREAS





# 6

## MARCO CONCEPTUAL Y OPERATIVO



**Marco Conceptual**  
Proceso conceptual  
Representación gráfica del proyecto  
Identidad Visual: Prado Market  
Soluciones sostenibles del proyecto





PATRONES: TEXTURA Y COLOR  
COMO GUÍA EN EL ESPACIO

El concepto como punto de partida tiene los patrones de diseño, que son una técnica que se utiliza para resolver problemas, al utilizar un patrón de diseño se busca utilizar soluciones reusables, se refiere, a una solución aceptable partiendo de técnicas que ya se han aplicado en problemas de diseño anteriormente.

Al utilizar patrones en la terminación que tengan un propósito de guía para los usuarios, facilitando el manejarse en el mismo, le brindamos una mayor funcionalidad a los acabados con textura y color más allá de la estética, cumpliendo ambas partes.

Con este concepto se eligen texturas, colores que forman patrones en el espacio que al percibirlos se identificará su función.

Palabras claves  
Funcional  
Secuencia  
Balance  
Relieve





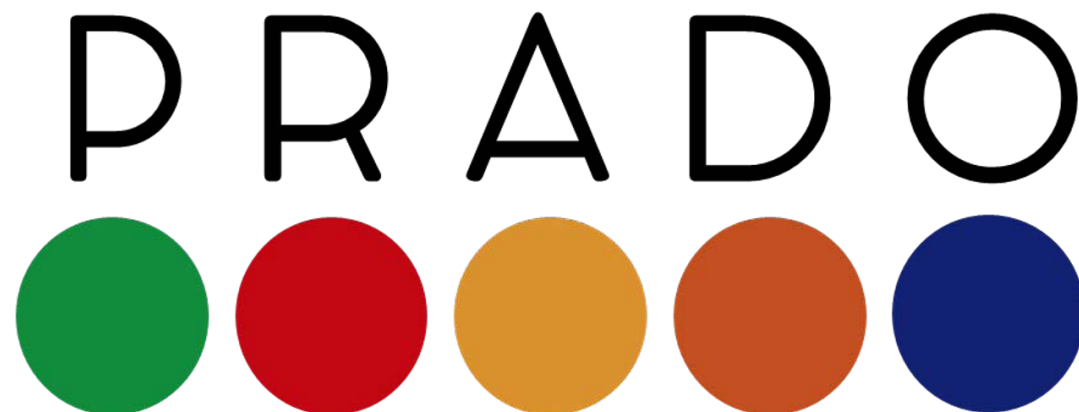
## MATERIALES Y TERMINACIONES





## IDENTIDAD VISUAL LOGOTIPO

Prado Market es un minimarket que ofrece productos de necesidades básicas, pero es una propuesta gastronómica diferente en cuanto a su diseño y estructura; el nombre de Prado es por la amplia propuesta de productos orgánicos suplidos por nuestros locales y apoyando un estilo de vida saludable.



## PRADO MARKET ISOTIPO



El isotipo está conformado por cinco círculos, con los colores básicos y secundarios para facilidad de percepción, en cuanto a la tonalidad según Adobe Color, los mismos pueden ser diferenciados uno de otro por los daltónicos.

## TIPOGRAFÍA

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o  
p q r s t u v w x y z

La tipografía utilizada para el logotipo es Cocomat Regular. Se usó ésta debido a que le da un aspecto amigable a la marca, lo que hace que se sienta más familiar hacia los consumidores. Es una tipografía bastante legible que junto a los círculos utilizados permite ser un logotipo bastante identificable.



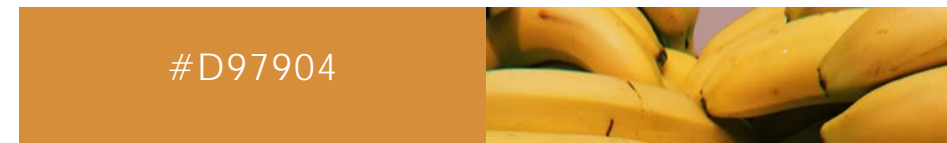
## IDENTIDAD VISUAL PALETA DE COLORES



Frescura  
Calidad



Amor



Creatividad  
Optimismo  
Alegría



Calidez  
Sociabilidad



Seguridad

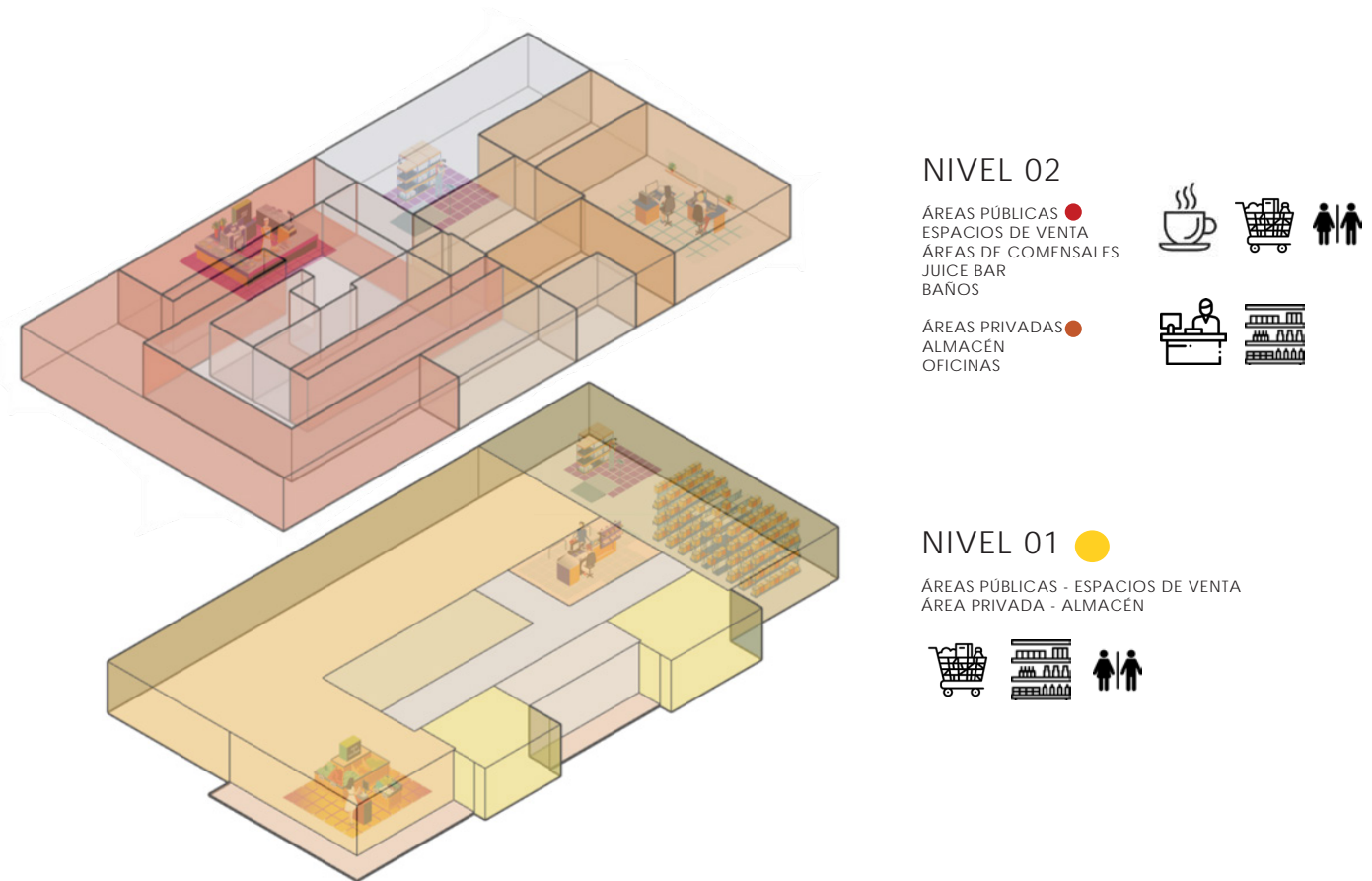
## PRADO MARKET DISEÑO DE MATERIAL





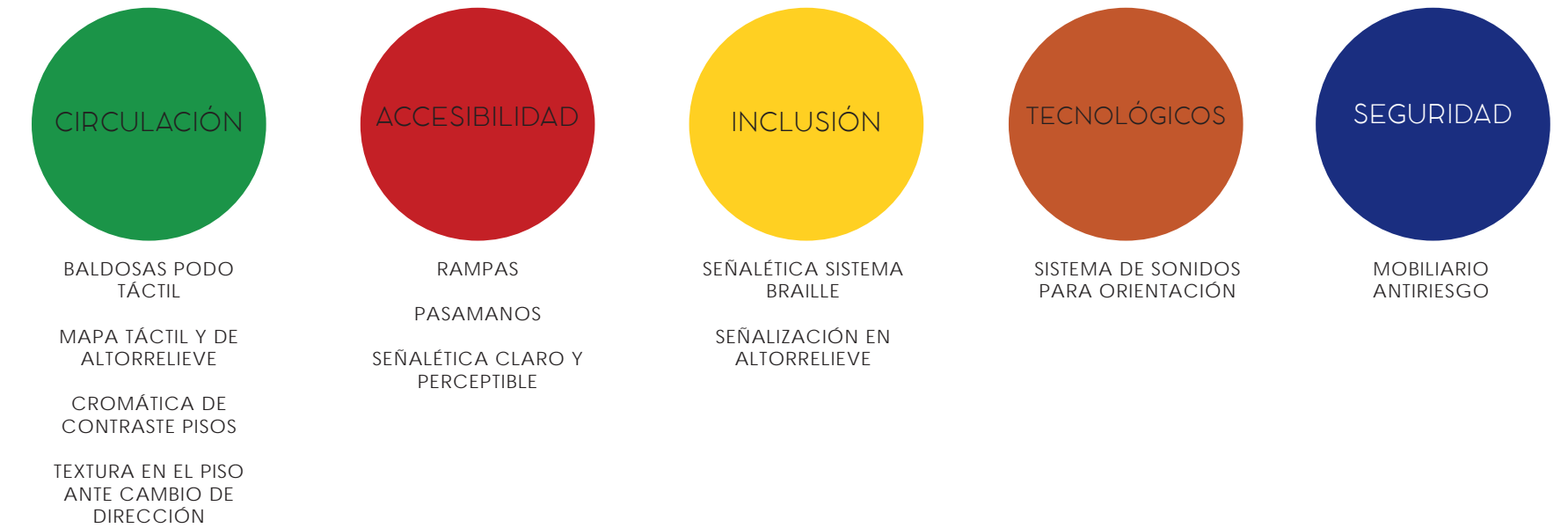
## ZONIFICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

Se realizó un análisis por nivel y se realizó una clasificación tratando de mantener los espacios de venta y uso de los usuarios en una misma área de forma que el flujo tiene un desarrollo más eficiente, contando al igual con tres salidas de emergencia para cualquier situación que presente necesidad de evacuación, al mantener el núcleo de circulación en medio sirve de separación y también de centro de forma que al segundo nivel se llega con mayor facilidad.



## ESTRATEGIAS Y PATRONES OPERATIVOS

Esta estrategia se desarrolla en base a criterios de diseño en relación con la funcionalidad y la multisensorialidad abarcando consigo parámetros de accesibilidad, tratando de lograr resultados que se enfatizan en torno a la funcionalidad.



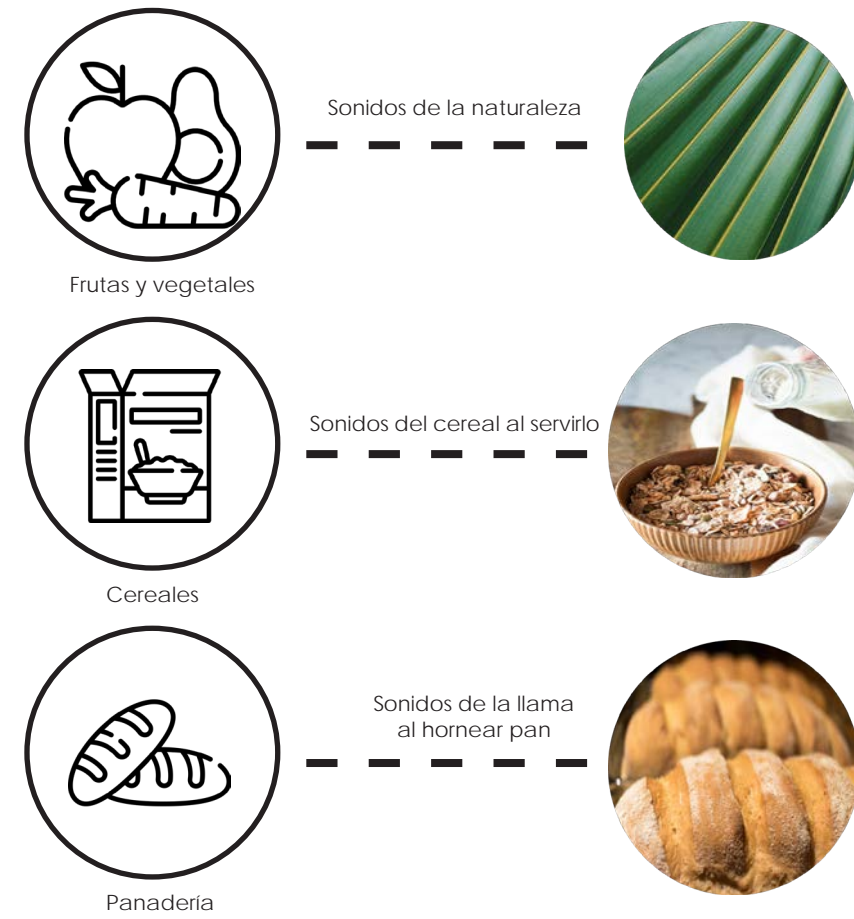
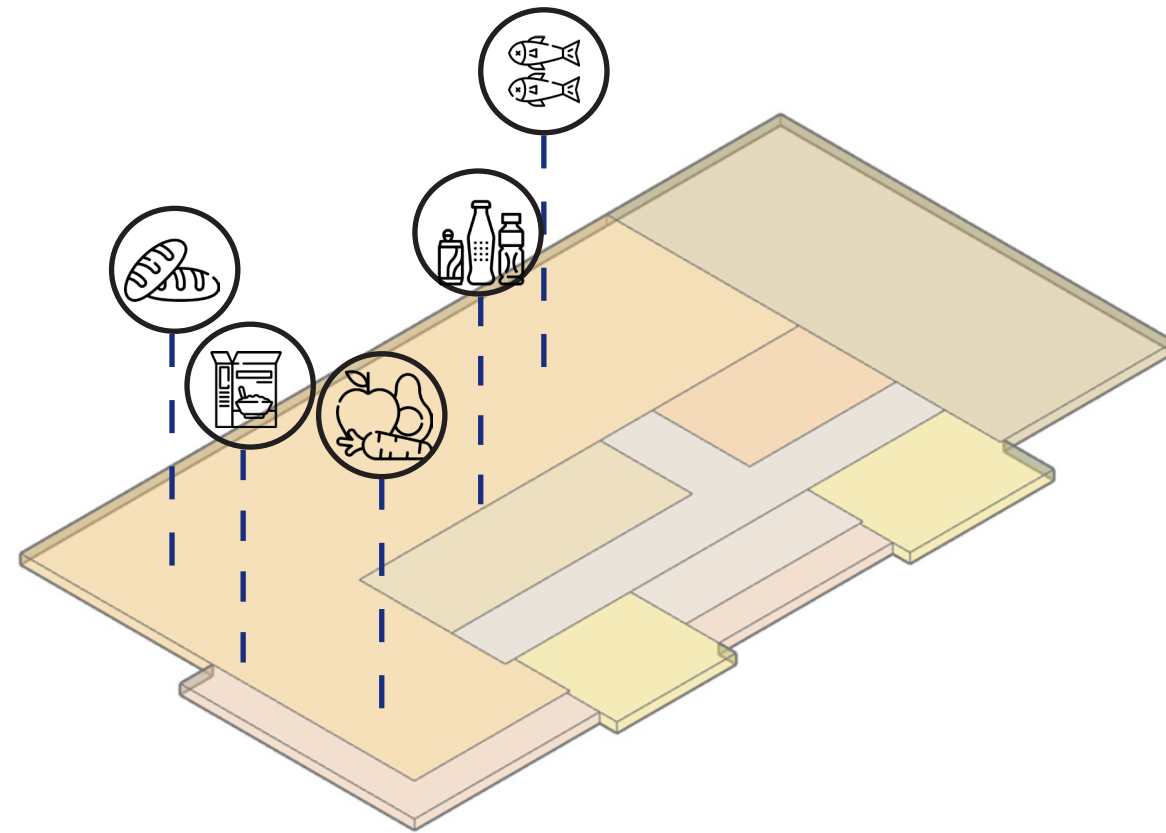


## ESPACIO RECORRIDO GUIADO POR SONIDOS

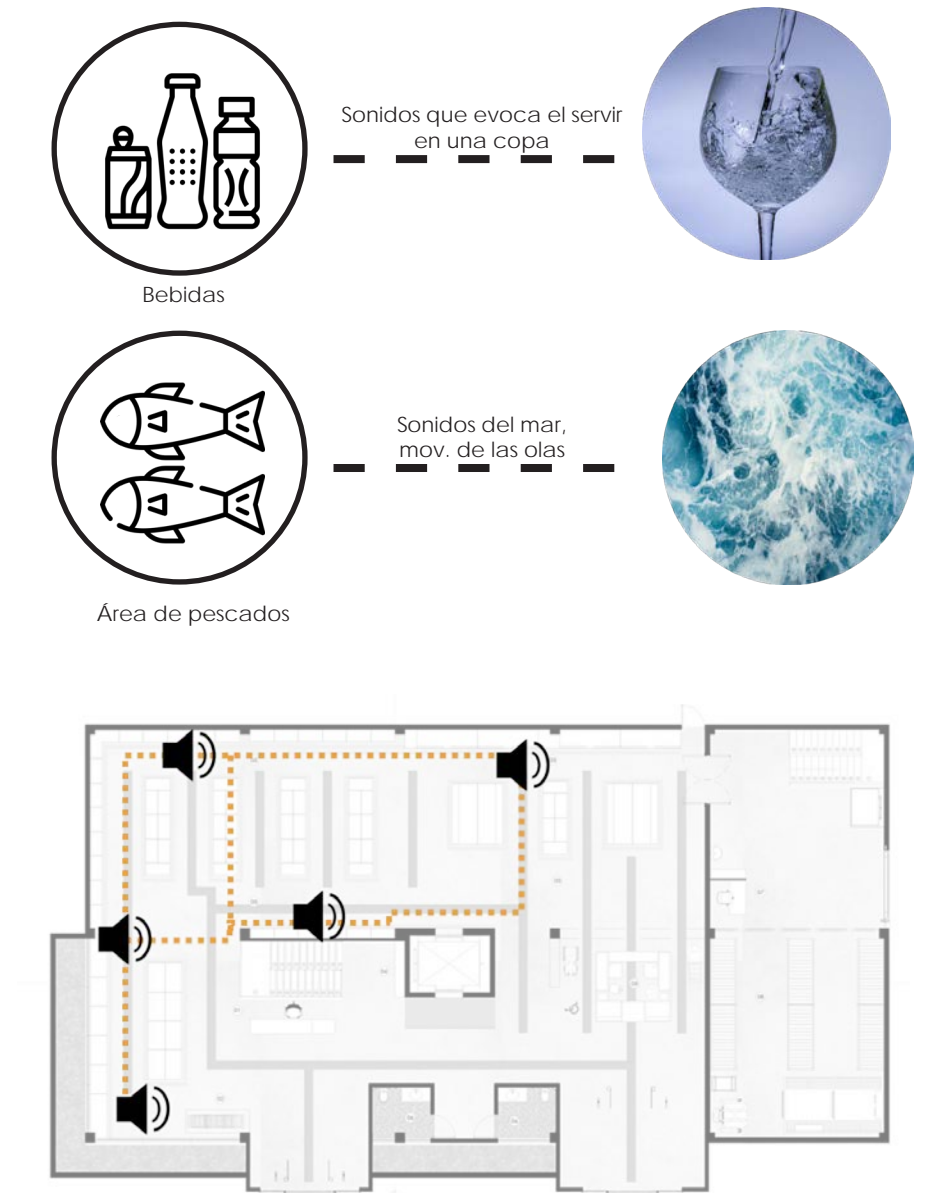
Un recorrido a base de sonidos es una idea que apoya a los otros sistemas y patrones utilizados en el espacio de guía, de forma que esto solo genera un recorrido con mejor precisión y mayor autonomía.

Consiste en colocar un esquema que evoque sonidos en ciertas áreas, y el sonido estará inspirado en el producto de venta colocado allí.

Este sistema no será colocado en todas las áreas debido a que solo son ciertos puntos de enfoque, que de uno estar enfatizado servirá de guía al otro que no lo está por el sentido de la ubicación.



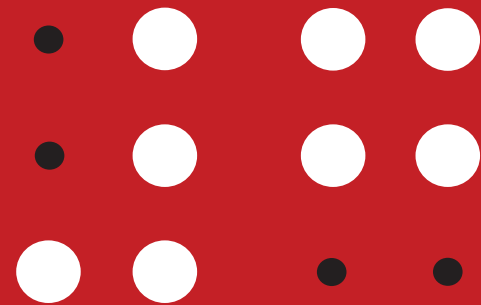
Planta esquemática





# 7

# MARCO PROYECTUAL



## PLANTAS DE ZONIFICACIÓN

NIVEL 01  
NIVEL 02

## PLANTAS DE INTERVENCIÓN

PLANTA CONJUNTO  
NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTAS ARQUITECTÓNICAS

PLANTA CONJUNTO  
NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTAS DIMENSIONADAS

NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTAS DE TERMINACIÓN

NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTAS DE PUERTAS Y VENTANAS

DESCRIPCIÓN DE PUERTAS Y VENTANAS  
NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTAS DE TECHOS E ILUMINACIÓN

NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTA DE MOBILIARIO

NIVEL 1  
NIVEL 2

## PLANTAS DE SEÑALÉTICA

PLANTA DE CONJUNTO  
NIVEL 1  
NIVEL 2

## SECCIONES

SECCIÓN A - A'  
SECCIÓN B-B'

## DETALLES Y VISTAS 3D

INFORMACIÓN/SERV. AL CLIENTE  
PASILLOS  
GÓNDOLAS  
BAÑOS  
CAFETERÍA/JUICE BAR SEGUNDO NIVEL

## CATÁLOGO MOBILIARIO



# MEMORIA DESCRIPTIVA

El proyecto está conformado por el diseño interior de un minimarket , donde se presenta un diseño novedoso con el propósito principal de lograr una autonomía total del usuario en el espacio y estableciendo guías de accesibilidad e inclusión para las personas con discapacidad visual en el proyecto.

Compuesto por dos niveles donde se presenta la venta de todo tipo de alimentos y en el segundo nivel con una cafetería/ juice bar con un diseño poco tradicional en cuanto a este tipo de negocios que fusiona la estética y lo funcional, tomando en cuenta la estructura tradicional de un minimarket pero dándole un giro estableciendo patrones de accesibilidad que funcionan de guía a través de los elementos establecidos en el diseño desde la terminación del piso hasta los colores utilizados en el mobiliario y señalética.



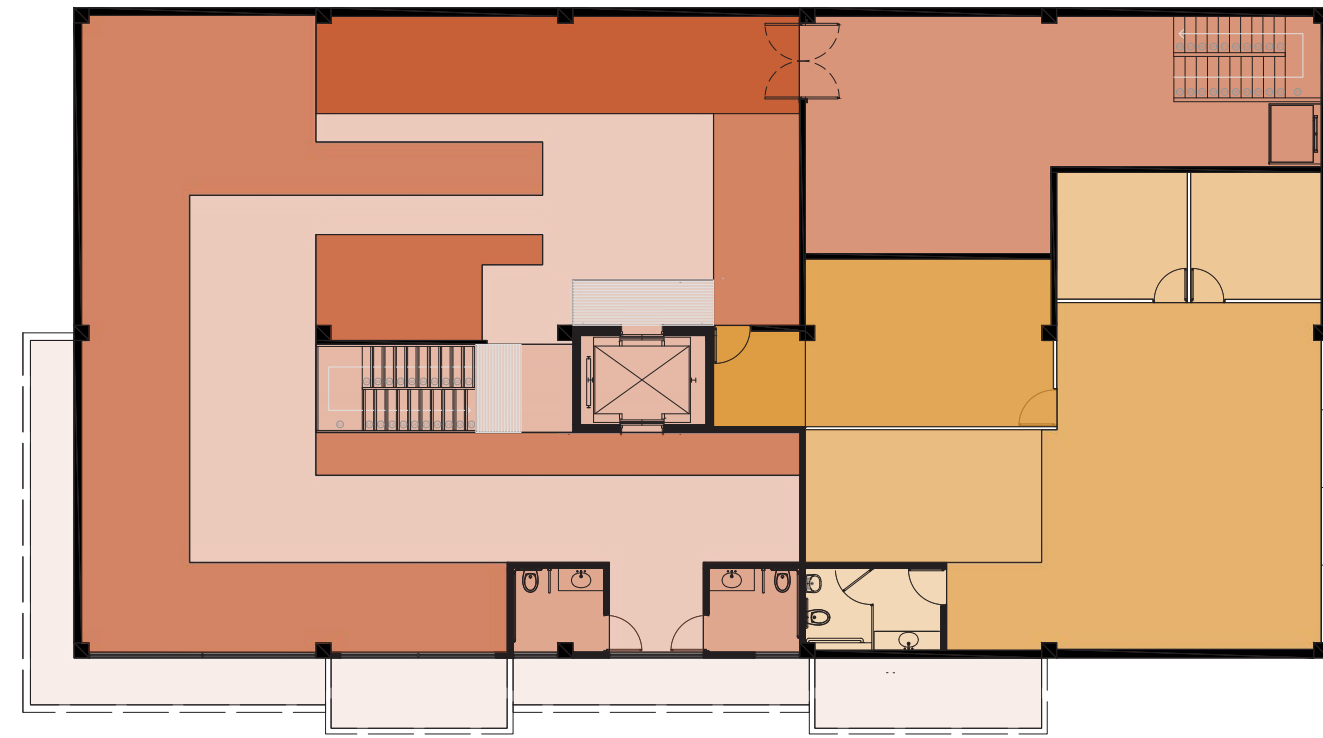
# ZONIFICACIÓN





- ENTRADA/SALIDA - 21.58 MTS<sup>2</sup>/ 26.25 MTS<sup>2</sup>
- SERVICIO AL CLIENTE - 8.15 MTS<sup>2</sup>
- ÁREA DE CARRITOS - 2.98 MTS<sup>2</sup>
- PASILLOS/GÓNDOLAS - 261.54 MTS<sup>2</sup>
- ÁREA DE CAJAS - 27.05 MTS<sup>2</sup>
- BAÑOS - 5.16 MTS<sup>2</sup> C.U.
- ALMACÉN - 121.05 MTS<sup>2</sup>
- NÚCLEO DE CIRCULACIÓN - 28.67 MTS<sup>2</sup>
- CIRCULACIÓN - 58.47 MTS<sup>2</sup>

01 PLANTA ARQUITECTÓNICA PRIMER NIVEL  
1:200



- JUICE BAR - 32.79 MTS<sup>2</sup>
- GÓNDOLAS - 13.44 MTS<sup>2</sup>
- ÁREA DE COMENSALES - 119.41 MTS<sup>2</sup>
- ALMACÉN - 69.37 MTS<sup>2</sup> C.U.
- BAÑOS - 5.16 MTS<sup>2</sup> C.U.
- N. CIRCULACIÓN - 28.67 MTS<sup>2</sup>
- CIRCULACIÓN - 103.01 MTS<sup>2</sup>
- ENTRADA OFICINAS - 6.26 MTS<sup>2</sup>
- RECEPCIÓN - 28.82 MTS<sup>2</sup>
- OFICINAS ABIERTAS - 72.20 MTS<sup>2</sup>
- SALA - 21.94 MTS<sup>2</sup>
- OFICINAS PRIVADAS - 23.49 MTS<sup>2</sup>

01 PLANTA ARQUITECTÓNICA SEGUNDO NIVEL  
1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
ZONIFICACIÓN PRIMER NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

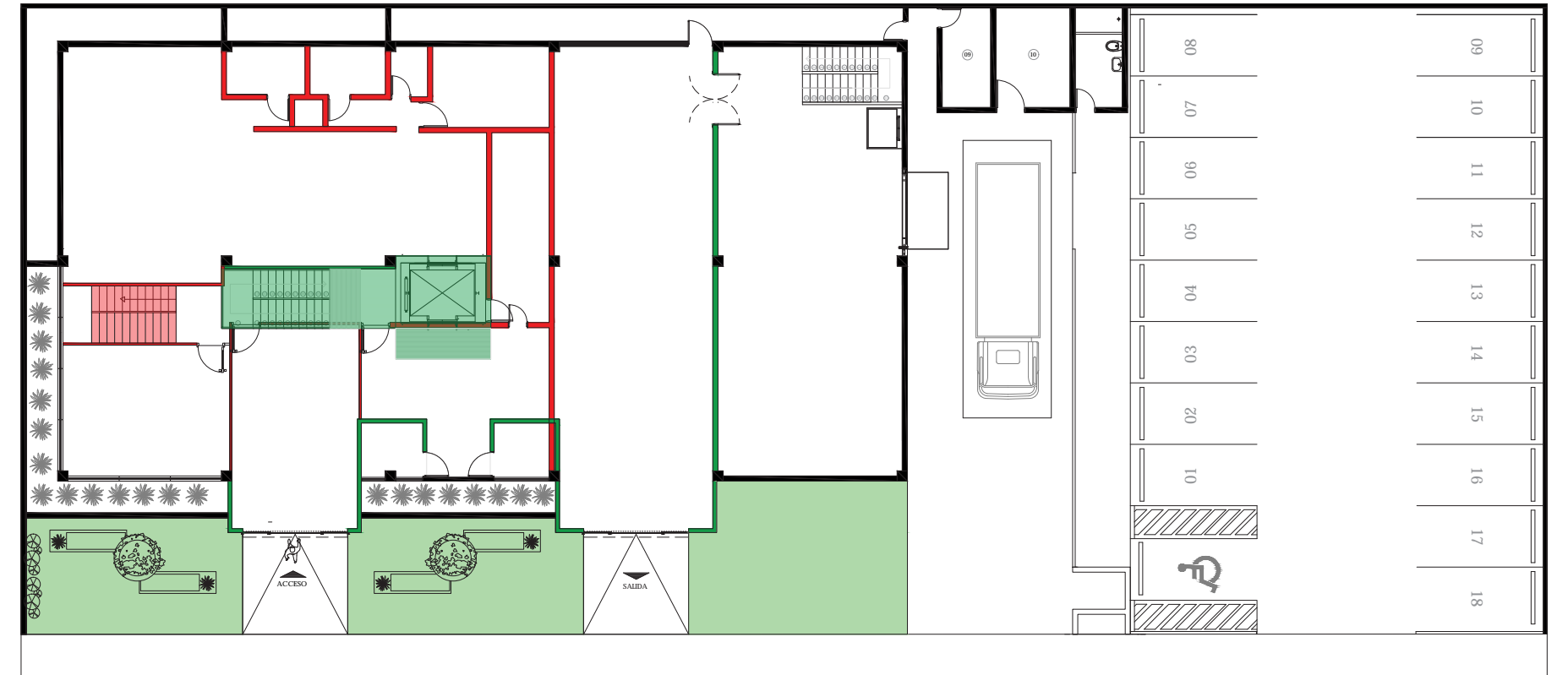
TÍTULO PLANO  
ZONIFICACIÓN SEGUNDO NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA





# INTERVENCIÓN



01 PLANTA INTERVENCIÓN DE CONJUNTO  
1:250

- ELEMENTOS AGREGADOS
- ELEMENTOS ELIMINADOS
- ELEMENTOS A MANTENER



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO  
DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS, SANTO DOMINGO.

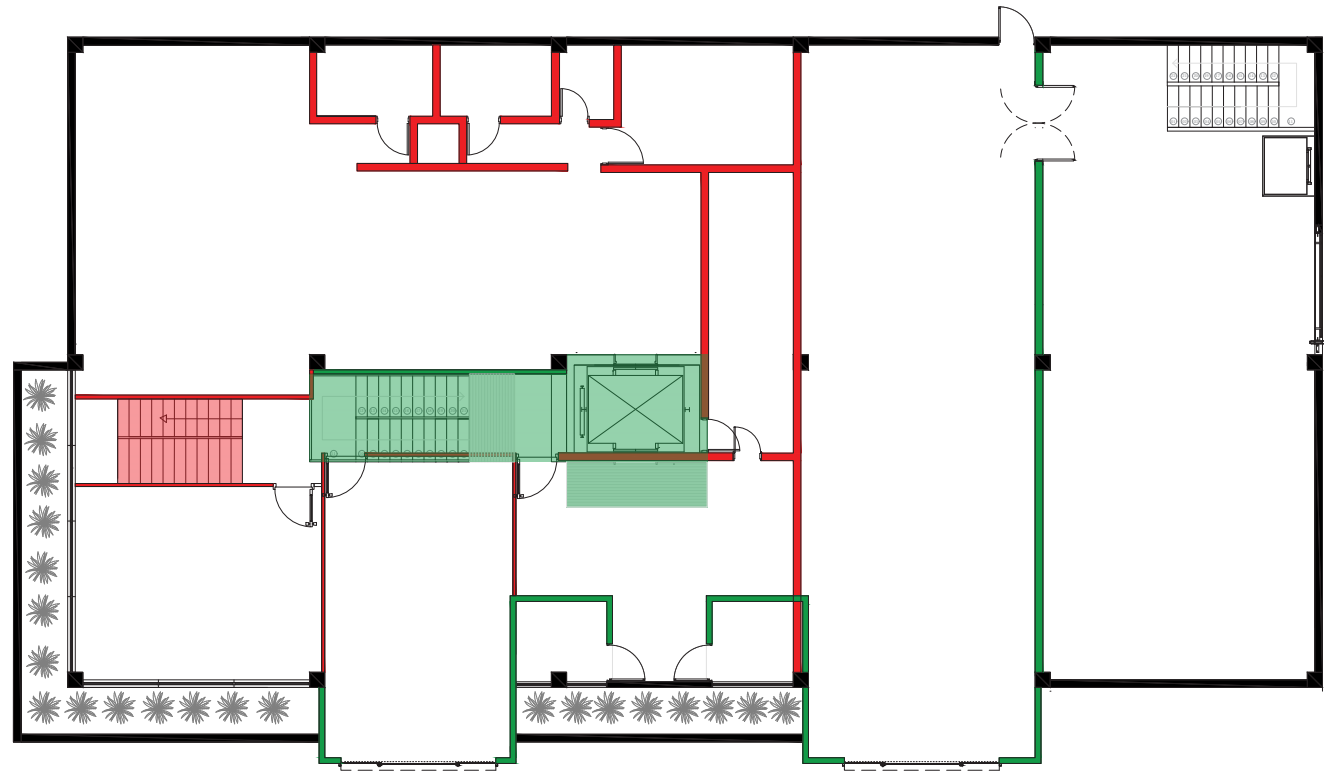
TÍTULO PLANO  
PLANTA DE INTERVENCIÓN  
ESCALA  
1: 250

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA

NOTAS  
AGOSTO 2021

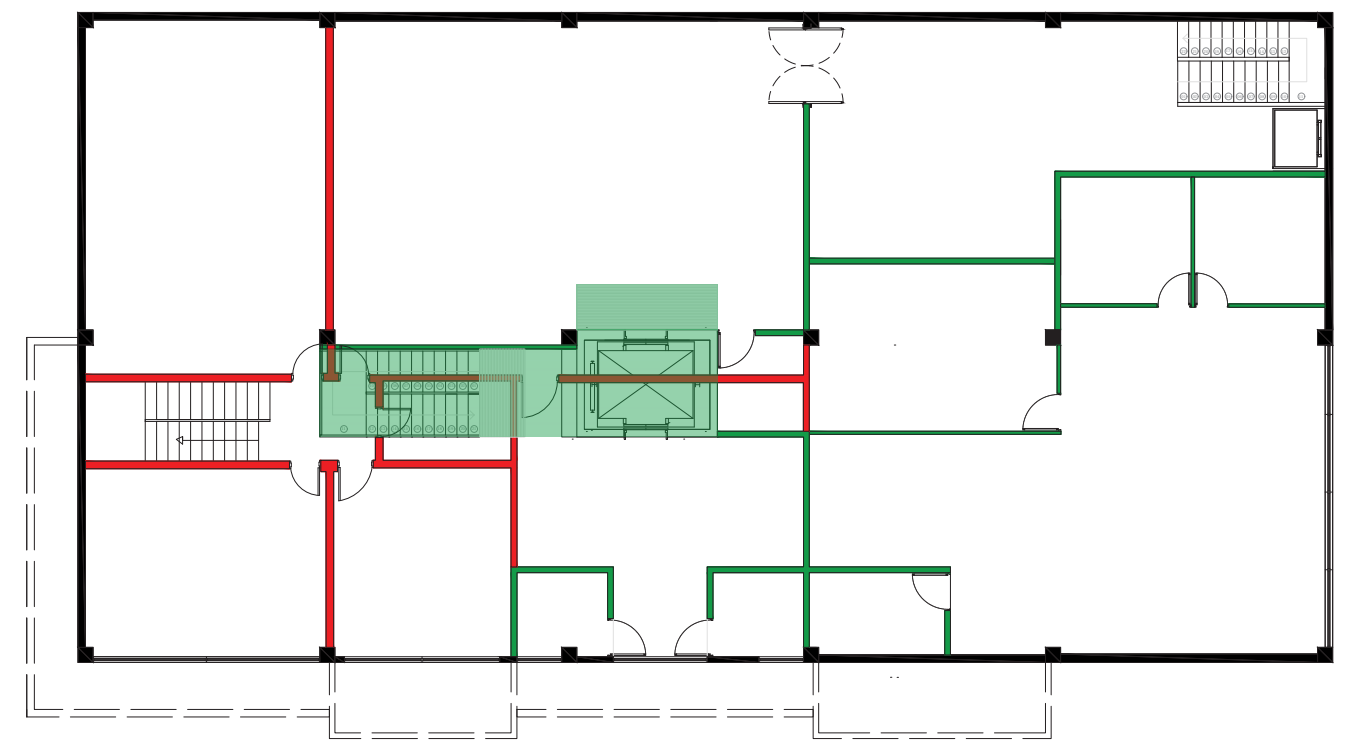






01 PLANTA DE INTERVENCIÓN PRIMER NIVEL  
1:200

- ELEMENTOS AGREGADOS
- ELEMENTOS ELIMINADOS
- ELEMENTOS A MANTENER



01 PLANTA DE INTERVENCIÓN SEGUNDO NIVEL  
1:250

- ELEMENTOS AGREGADOS
- ELEMENTOS ELIMINADOS
- ELEMENTOS A MANTENER



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE INTERVENCIÓN  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE INTERVENCIÓN  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA





# ARQUITECTÓNICAS



01 PLANTA ARQUITECTÓNICA DE CONJUNTO.  
1:250

01 SERVICIO AL CLIENTE	N.P.T.	06 BAÑOS	N.P.T.
02 ÁREA DE CARRITOS	N.P.T.	07 RECIBIDOR/ALMACÉN	N.P.T.
03 GÓNDOLAS	N.P.T.	08 ALMACENAMIENTO GENERAL	N.P.T.
04 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN	N.P.T.	09 CUARTO ELÉCTRICO	N.P.T.
05 ÁREA DE CAJAS	N.P.T.	10 ALM. BASURA	N.P.T.



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO  
DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FELIX MOTA #66, LOS PRADOS, SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE CONJUNTO  
ESCALA  
1: 250

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA  
01/

NOTAS  
AGOSTO 2021







01 PLANTA ARQUITECTÓNICA PRIMER NIVEL  
1:200

- |                        |                          |                           |
|------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 01 SERVICIO AL CLIENTE | 04 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN | 07 RECIBIDOR/ALMACÉN      |
| 02 ÁREA DE CARRITOS    | 05 ÁREA DE CAJAS         | 08 ALMACENAMIENTO GENERAL |
| 03 GÓNDOLAS            | 06 BAÑOS                 |                           |



01 PLANTA ARQUITECTÓNICA SEGUNDO NIVEL  
1:200

- |                          |                            |                      |
|--------------------------|----------------------------|----------------------|
| 01 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN | 05 COCINA/PREPARACIÓN      | 09 OFICINAS ABIERTAS |
| 02 ÁREA DE COMENSALES    | 06 RECEPCIÓN               | 10 OFICINAS PRIVADAS |
| 03 BARRA                 | 07 SALA DE ESPERA          | 11 BAÑO DE EMPLEADOS |
| 04 BAÑOS                 | 08 SALA DE ESTAR EMPLEADOS | 12 GÓNDOLAS          |



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

**SUSTENTANTE**  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
**ASESOR**  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

**PROYECTO**  
PRADO MINIMARKET  
**UBICACIÓN**  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

**TÍTULO PLANO**  
PLANTA PRIMER NIVEL  
**ESCALA**  
1: 200

**FECHA**  
AGOSTO 2021  
**HOJA**



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

**SUSTENTANTE**  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
**ASESOR**  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

**PROYECTO**  
PRADO MINIMARKET  
**UBICACIÓN**  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

**TÍTULO PLANO**  
PLANTA SEGUNDO NIVEL  
**ESCALA**  
1: 200

**FECHA**  
AGOSTO 2021  
**HOJA**



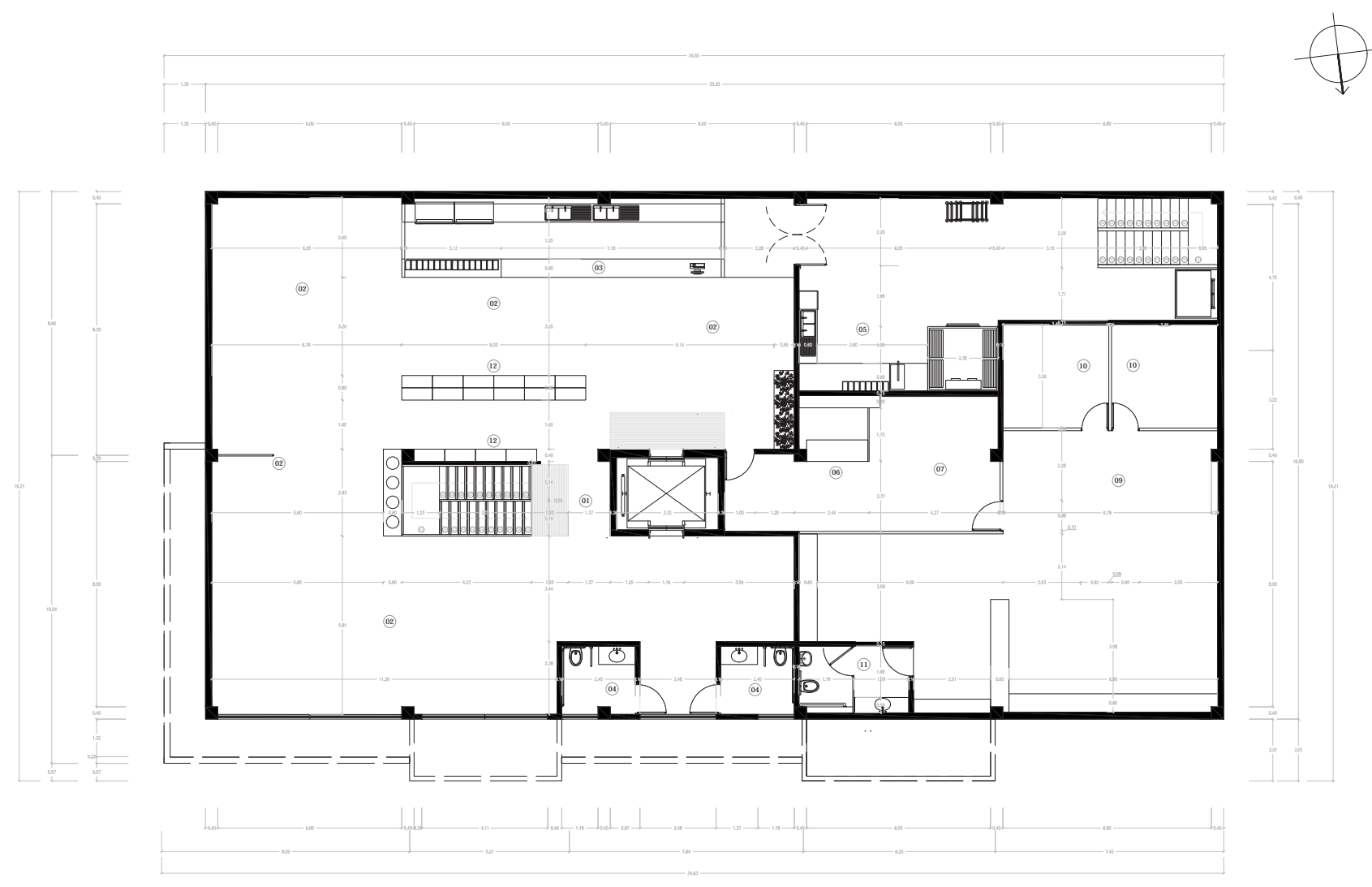


# DIMENSIONES





01 PLANTA DIMENSIONADA PRIMER NIVEL  
1:200



01 PLANTA DIMENSIONADA SEGUNDO NIVEL  
1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DIMENSIONADA  
PRIMER NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DIMENSIONADA  
SEGUNDO NIVEL  
ESCALA  
1: 200











FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA











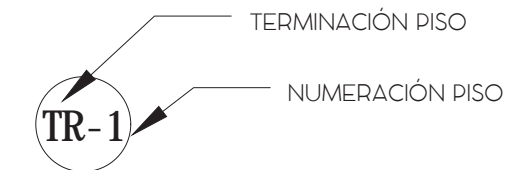
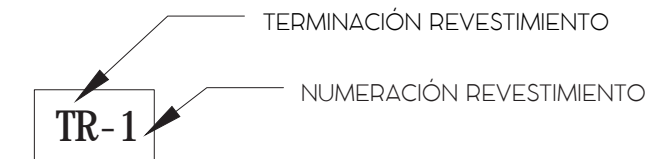
# PISOS Y TERMINACIÓN

## REVESTIMIENTOS

	TR-1		TR-6
MICROCEMENTO		MOSAICOS DE CHROMA COBALTO BRILLO 20x20	
	TR-2		TR-7
PINTURA SHERWIN WILLIAMS COLOR SNOWBELT		MOSAICOS DE VIDRIO AREA25 ROSSO GRIP	
	TR-3		TR-8
PINTURA SHERWIN WILLIAMS COLOR BLUEBLOOD		MOSAICOS DE VIDRIO AREA25 GIALLO GRIP	
	TR-4		TR-9
PANELADO DE MADERA - LISTONES BLANCOS DE 8CMS		PANELADO DE MADERA - LISTONES DE 8CMS	
	TR-5		TR-10
MALLA METÁLICA DE ENLAZADO CIRCULAR		MOSAICOS DE VIDRIO AREA25 NIEBLA	

## PISOS

	TP-1		TP-6
MICROCEMENTO		MOSAICO ALFOMBRA COLOR D37965	
	TP-2		
MOSAICOS DE VIDRIO AREA25 GIALLO GRIP			
	TP-3		
MOSAICOS DE VIDRIO AREA25 ROSSO GRIP			
	TP-4		
TERRAZZO BLUE HAWAII FORMATO: 0.60 x 0.60 MTS			
	TP-5		
PISO ACANALADO DE ALUMINIO			



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCIA CRUZ

PROYECTO  
\_\_\_\_\_  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

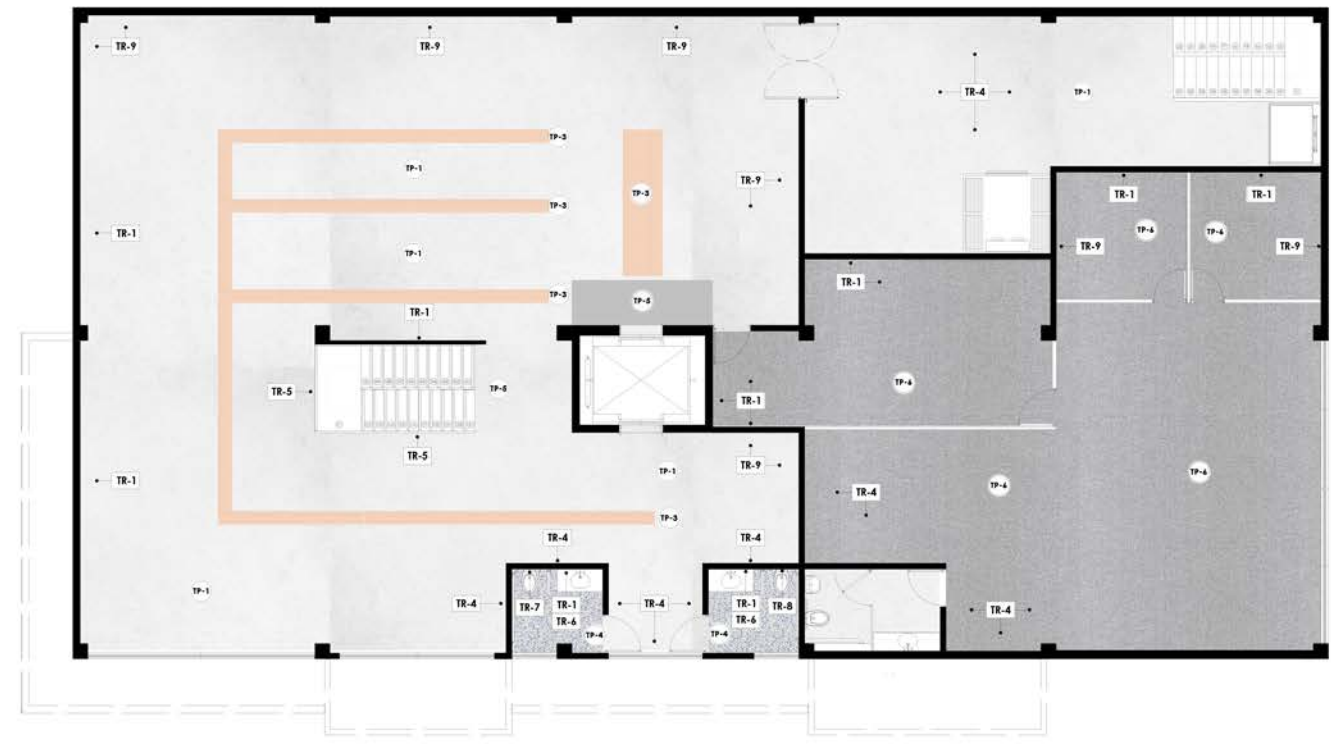
TÍTULO PLANO  
LEYENDA TERMINACIÓN  
ESCALA

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA  
01/





01 PLANTA TERMINACIÓN PRIMER NIVEL  
1:200



01 PLANTA TERMINACIÓN SEGUNDO NIVEL  
1:200



**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

**SUSTENTANTE**  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
**ASESOR**  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

**PROYECTO**  
PRADO MINIMARKET  
**UBICACIÓN**  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

**TÍTULO PLANO**  
PLANTA DE CONJUNTO  
**ESCALA**  
1: 200

**FECHA**  
AGOSTO 2021  
**HOJA**



**UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

**SUSTENTANTE**  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
**ASESOR**  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

**PROYECTO**  
PRADO MINIMARKET  
**UBICACIÓN**  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

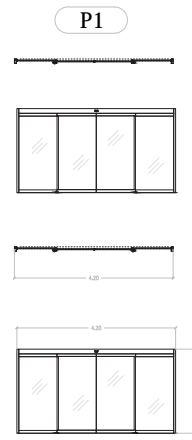
**TÍTULO PLANO**  
PLANTA DE CONJUNTO  
**ESCALA**  
1: 200

**FECHA**  
AGOSTO 2021  
**HOJA**

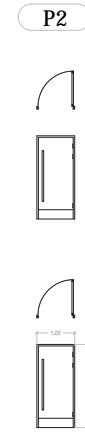




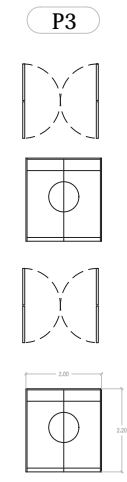
# PUERTAS Y VENTANAS



**PUERTA AUTOMÁTICA CORREDIZA**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 4.20M X 2.23M  
 HOJAS: 4



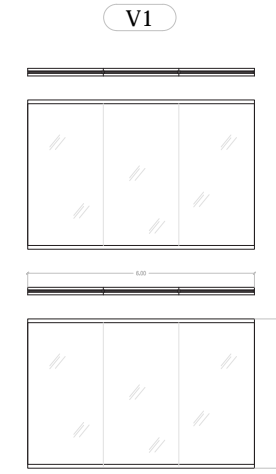
**PUERTA BATIENTE SIMPLE**  
 MATERIAL : PVC  
 DIMENSIONES : 1.00M X 2.20M  
 HOJAS: 1



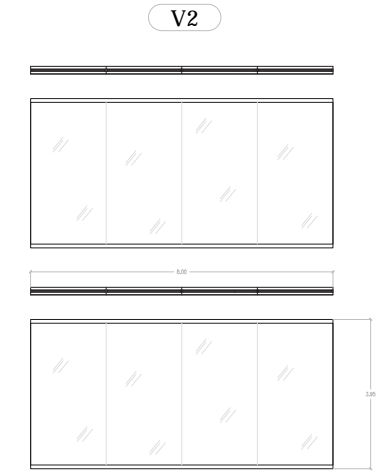
**PUERTA DOBLE BATIENTE**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 2.00M X 2.20M  
 HOJAS: 2



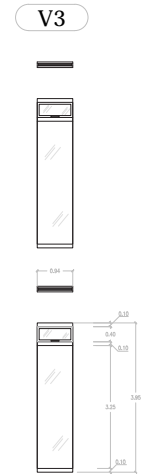
**PUERTA BATIENTE SIMPLE**  
 MATERIAL : ALUMINIO  
 DIMENSIONES : 1.00M X 2.20M  
 HOJAS: 1



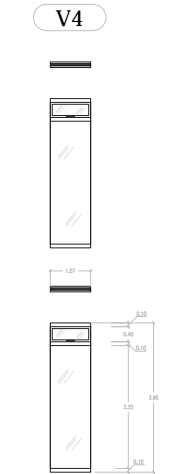
**VENTANAL FIJO**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 6.00 M  
 HOJAS: 3



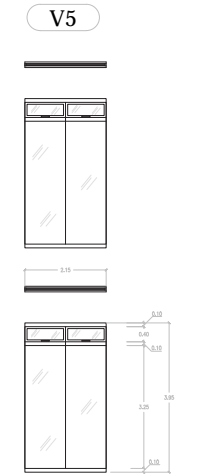
**VENTANAL FIJO**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 8.00M  
 HOJAS: 4



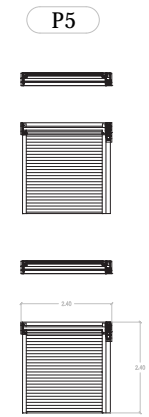
**VENTANAL FIJO/PROYECTABLE**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 0.94 M  
 HOJAS: 1



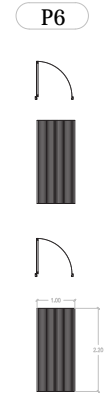
**VENTANAL FIJO/PROYECTABLE**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 1.07M  
 HOJAS: 1



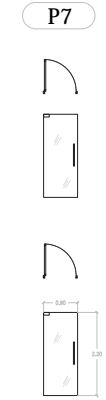
**VENTANAL FIJO/PROYECTABLE**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 2.15M  
 HOJAS: 2



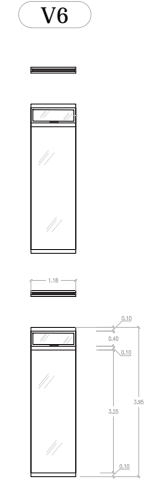
**PUERTA AUTOMÁTICA INDUSTRIAL (SHUTTER)**  
 MATERIAL : ALUMINIO  
 DIMENSIONES : 2.40 M X 2.40M  
 HOJAS: 1



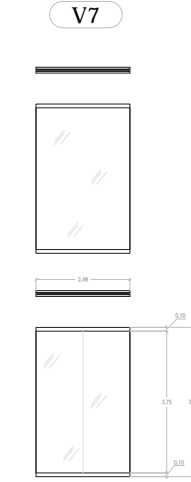
**PUERTA CIEGA BATIENTE SIMPLE**  
 MATERIAL : MADERA/PANEL FRONTAL ENTABLILLADO  
 DIMENSIONES : 1.00M X 2.20M  
 HOJAS: 1



**PUERTA BATIENTE SIMPLE**  
 MATERIAL : VIDRIO  
 DIMENSIONES : 0.90 M X 2.20M  
 HOJAS: 1



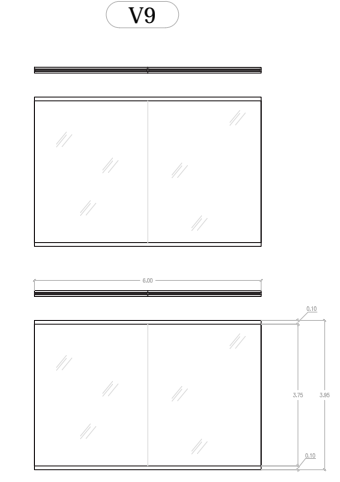
**VENTANAL FIJO/PROYECTABLE**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 6.00 M  
 HOJAS: 1



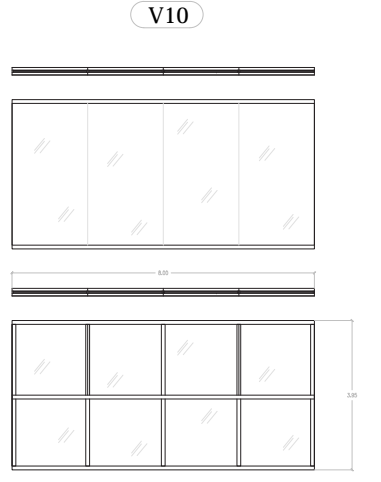
**VENTANAL FIJO**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 2.48 M  
 HOJAS: 2



**VENTANAL FIJO**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 4.11 M  
 HOJAS: 2



**VENTANAL FIJO**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 4.11 M  
 HOJAS: 2



**VENTANAL FIJO**  
 MATERIAL : ALUMINIO/ VIDRIO  
 DIMENSIONES : 3.95 M X 8.00M  
 HOJAS: 4



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
 ESCUELA DE DISEÑO  
 PROYECTO DE GRADO  
 FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
 PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

**SUSTENTANTE**  
 ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
 16-1722

**ASESOR**  
 M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

**PROYECTO**  
 PRADO MINIMARKET

**UBICACIÓN**  
 CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
 SANTO DOMINGO.

**TÍTULO PLANO**  
 PUERTAS Y VENTANAS

**ESCALA**  
 1: 200

**FECHA**  
 AGOSTO 2021

**HOJA**



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
 FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
 ESCUELA DE DISEÑO  
 PROYECTO DE GRADO  
 FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
 PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

**SUSTENTANTE**  
 ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
 16-1722

**ASESOR**  
 M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

**PROYECTO**  
 PRADO MINIMARKET

**UBICACIÓN**  
 CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
 SANTO DOMINGO.

**TÍTULO PLANO**  
 PUERTAS Y VENTANAS

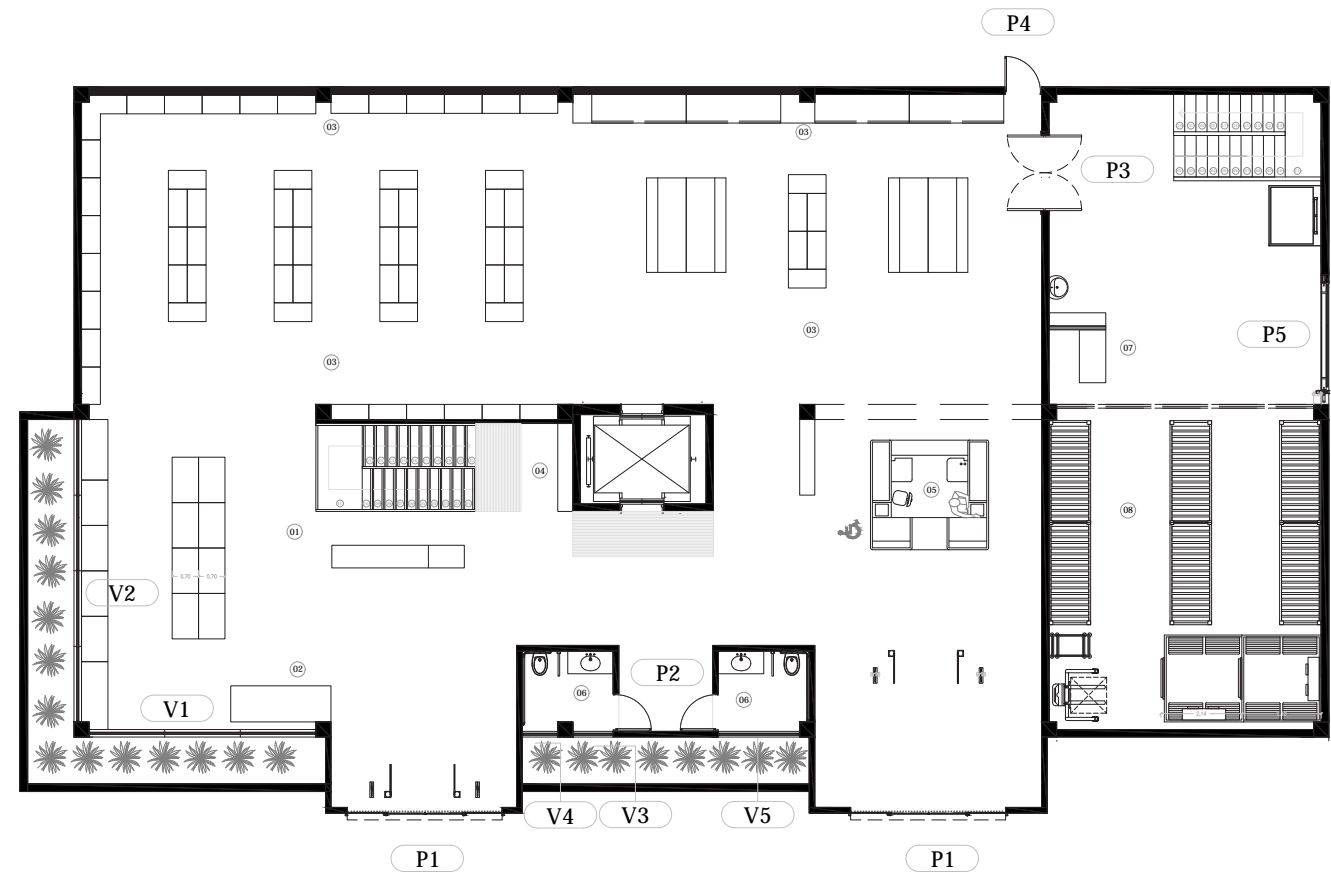
**ESCALA**  
 1: 200

**FECHA**  
 AGOSTO 2021

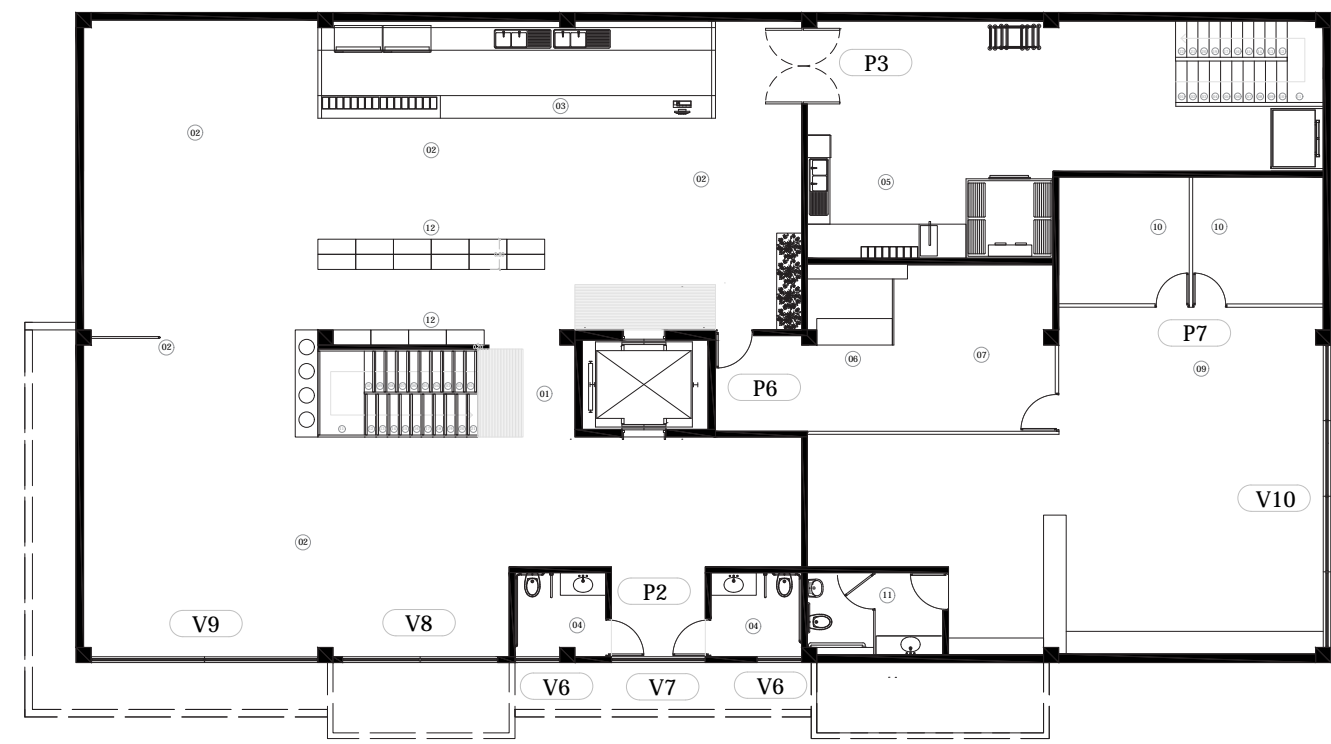
**HOJA**







01 PLANTA DE PUERTAS Y VENTANAS PRIMER NIVEL  
1:200



01 PLANTA DE PUERTAS Y VENTANAS SEGUNDO NIVEL  
1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
16-1722  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PUERTAS Y VENTANAS  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
16-1722  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.




TÍTULO PLANO  
PUERTAS Y VENTANAS  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



# TECHOS E ILUMINACIÓN

## LUMINARIAS

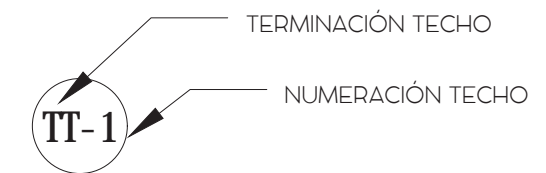
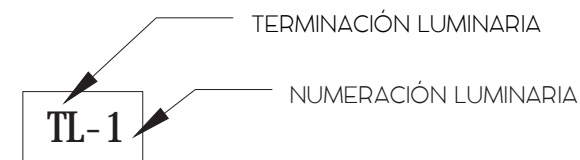
	TL-1		TL-6
MINI BOX MARCA AXIS LIGHTING		TWIN CEILING SUSPENDED MARCA EUREKA MEDIDAS: 0.26 MTS	
	TL-2		TL-7
MAGNETO SYSTEM MARCA CORONET		REV ACOUSTIC MARCA OCL	
	TL-3		
SM291C LED 10/830 PSU WH MARCA PHILIPS			
	TL-4		
THE WAREHOUSE PENDANT LIGHT - MARCA BARN LIGHT MEDIDAS: R 0.20 MTS			
	TL-5		
LUZ INDUSTRIAL MARCA TRONIX MEDIDAS 1.50 MTS			

## TECHOS


PINTURA SHERWIN WILLIAMS COLOR TRICORN BLACK

PLAFÓN YESO

LISTONES DE MADERA COLGANTES COLOR VERDE



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

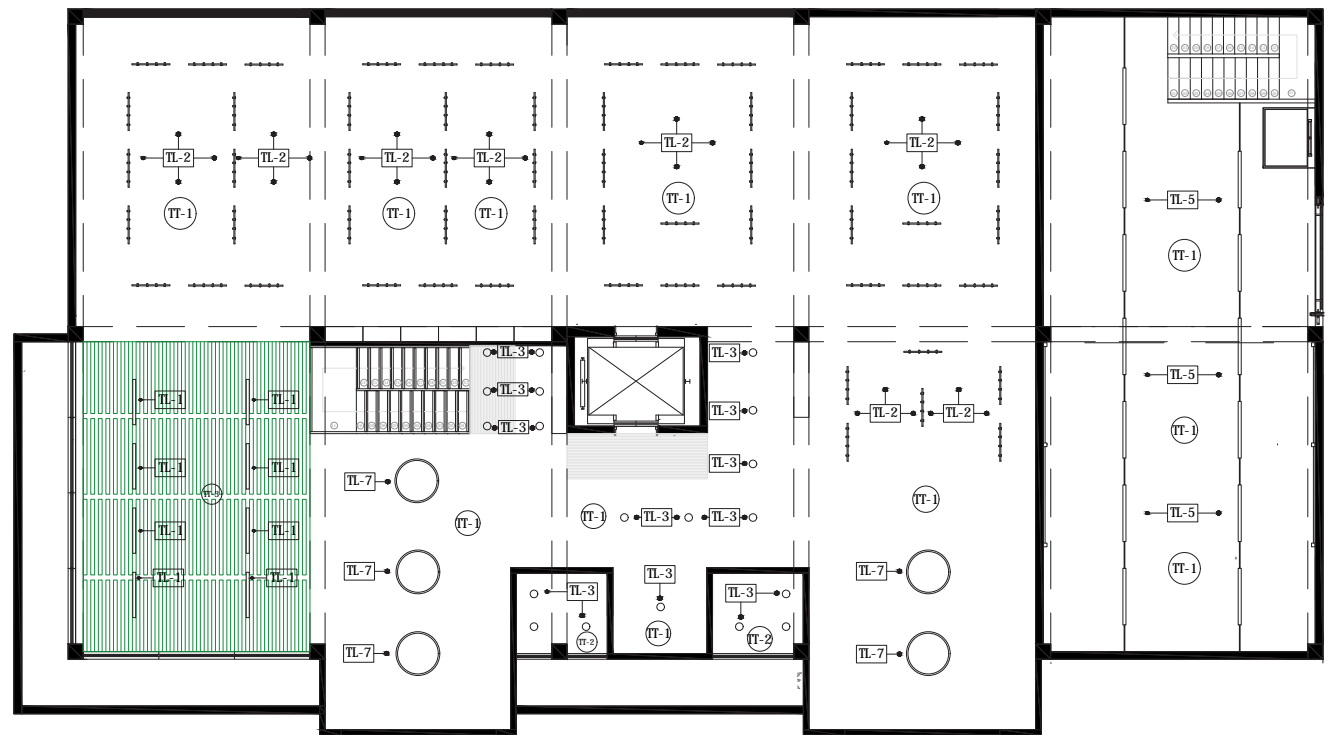
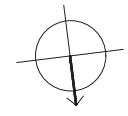
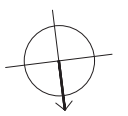
PROYECTO  
EL PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
LEYENDA DE TECHOS Y LUMINARIAS  
ESCALA  
1: 250

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA  
01/

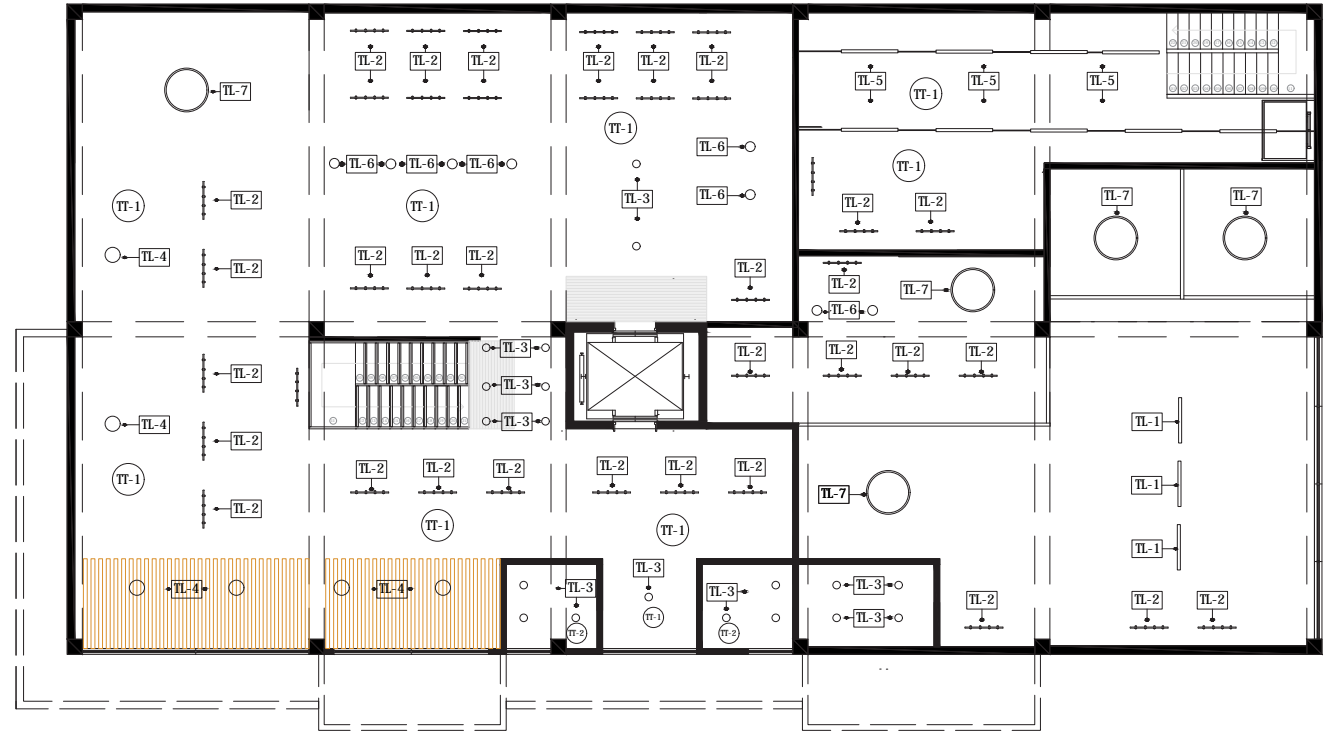






01 PLANTA DE TECHO E ILUMINACIÓN PRIMER NIVEL  
1:200

- |                                    |                                      |                                       |
|------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------|
| 01 SERVICIO AL CLIENTE H: +3.95MTS | 04 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN H: +3.95MTS | 07 RECIBIDOR/ALMACÉN H: +3.95MTS      |
| 02 ÁREA DE CARRITOS H: +3.95MTS    | 05 ÁREA DE CAJAS H: +3.95MTS         | 08 ALMACENAMIENTO GENERAL H: +3.95MTS |
| 03 GÓNDOLAS H: +3.95MTS            | 06 BAÑOS H: +3.95MTS                 |                                       |



01 PLANTA DE TECHO E ILUMINACIÓN SEGUNDO NIVEL  
1:200

- |                                      |  |                                  |
|--------------------------------------|--|----------------------------------|
| 01 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN H: +3.95MTS | 05 COCINA/PREPARACIÓN H: +3.95MTS      | 09 OFICINAS ABIERTAS H: +3.95MTS |
| 02 ÁREA DE COMENSALES H: +3.95MTS    | 06 RECEPCIÓN H: +3.95MTS               | 10 OFICINAS PRIVADAS H: +3.95MTS |
| 03 BARRA H: +3.95MTS                 | 07 SALA DE ESPERA H: +3.95MTS          | 11 BAÑO DE EMPLEADOS H: +3.95MTS |
| 04 BAÑOS H: +3.95MTS                 | 08 SALA DE ESTAR EMPLEADOS H: +3.95MTS | 12 GÓNDOLAS H: +3.95MTS          |



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FELIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE TECHO PRIMER NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FELIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE TECHO SEGUNDO NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



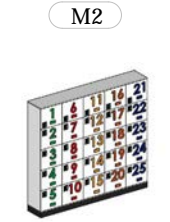
# MOBILIARIO



# MOBILIARIO - PRIMER NIVEL



COUNTER DE DOS ALTURAS



LOCKERS CON NUMERACIÓN



GÓNDOLA DE FRUTAS DE DOS FILAS A AMBOS LADOS



GÓNDOLA TIPO A DE PASILLOS



GÓNDOLA REFRIGERADA MODELO E6 MIRADO MARCACARRIER



GÓNDOLA REFRIGERADA CON PUERTAS CORREDIZAS MODELO E6 METHOS GD MARCACARRIER



SILLA SLIM 02



ESCRITORIO RECTA SERVEX DOMINICANA



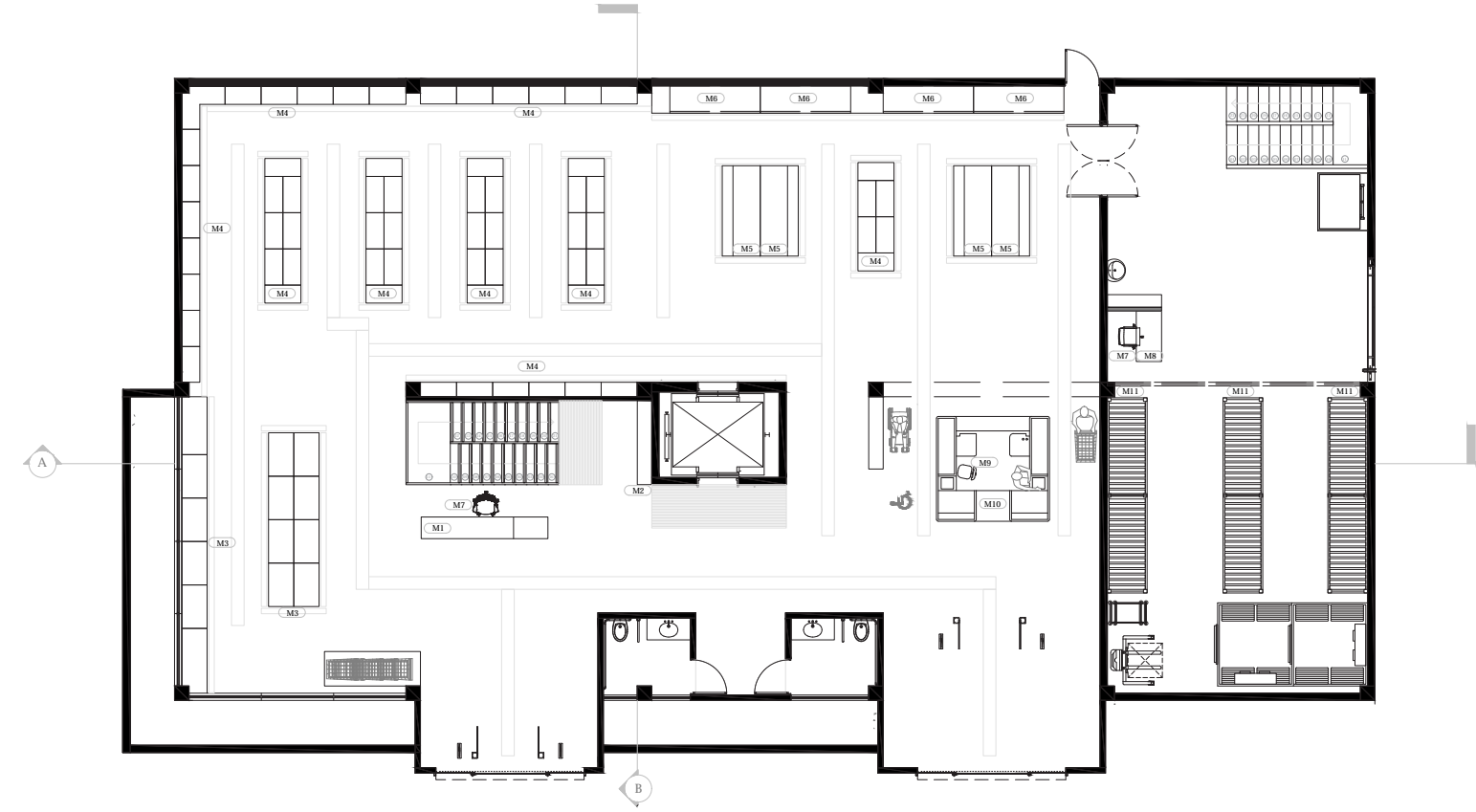
SILLA TIPO TASK CROMO DESSA MUEBLES



CAJA DE SALIDA SUPERMERCADO DOBLE MARCA MODERN EXPO



ANAQUEL DE SISTEMA DE PALETIZACIÓN TRADICIONAL



01 PLANTA DE MOBILIARIO PRIMER NIVEL  
1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
LEYENDA MOBILIARIO  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

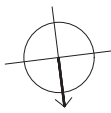
PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA MOBILIARIO  
PRIMER NIVEL  
ESCALA  
1: 200


FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA




# MOBILIARIO - SEGUNDO NIVEL




- M12




SILLA NOLITA 3657  
MARCA PEDRALI
- M13




SILLA NOLITA 3659  
MARCA PEDRALI
- M14




SILLA NOLITA 3651  
MARCA PEDRALI
- M15




COVER CHAIR  
MARCA HERMAN MILLER
- M16




MESA MEGAPED  
MARCA HERMAN MILLER
- M17




MESA PED CAFÉ  
MARCA HERMAN MILLER
- M18




MESA MARTEN  
MARCA MALteni & CO
- M19




MESA NOLITA 5453  
MARCA PEDRALI
- M20




MESA AUXILIAR RELATED  
MARCA MUTO
- M21




SOFÁ MODULAR GRUPO WILKES  
MARCA HERMAN MILLER
- M22




CAPPER LOUNGE CHAIR  
MARCA PHASE DESIGN
- M23




SILLA KUBO NIVEL  
SERVEX DOMINICANA
- M24




COUNTER RECEPCIÓN OFICINA  
SERVEX DOMINICANA
- M25




CREDENZA DE PUERTAS Y GAVETAS  
SERVEX DOMINICANA
- M26




SILLA 3.60  
FORMA 5
- M27




ESCRITORIO EJECUTIVO ELITE  
SERVEX DOMINICANA
- M28




ALMACENAMIENTO  
SERVEX DOMINICANA
- M29



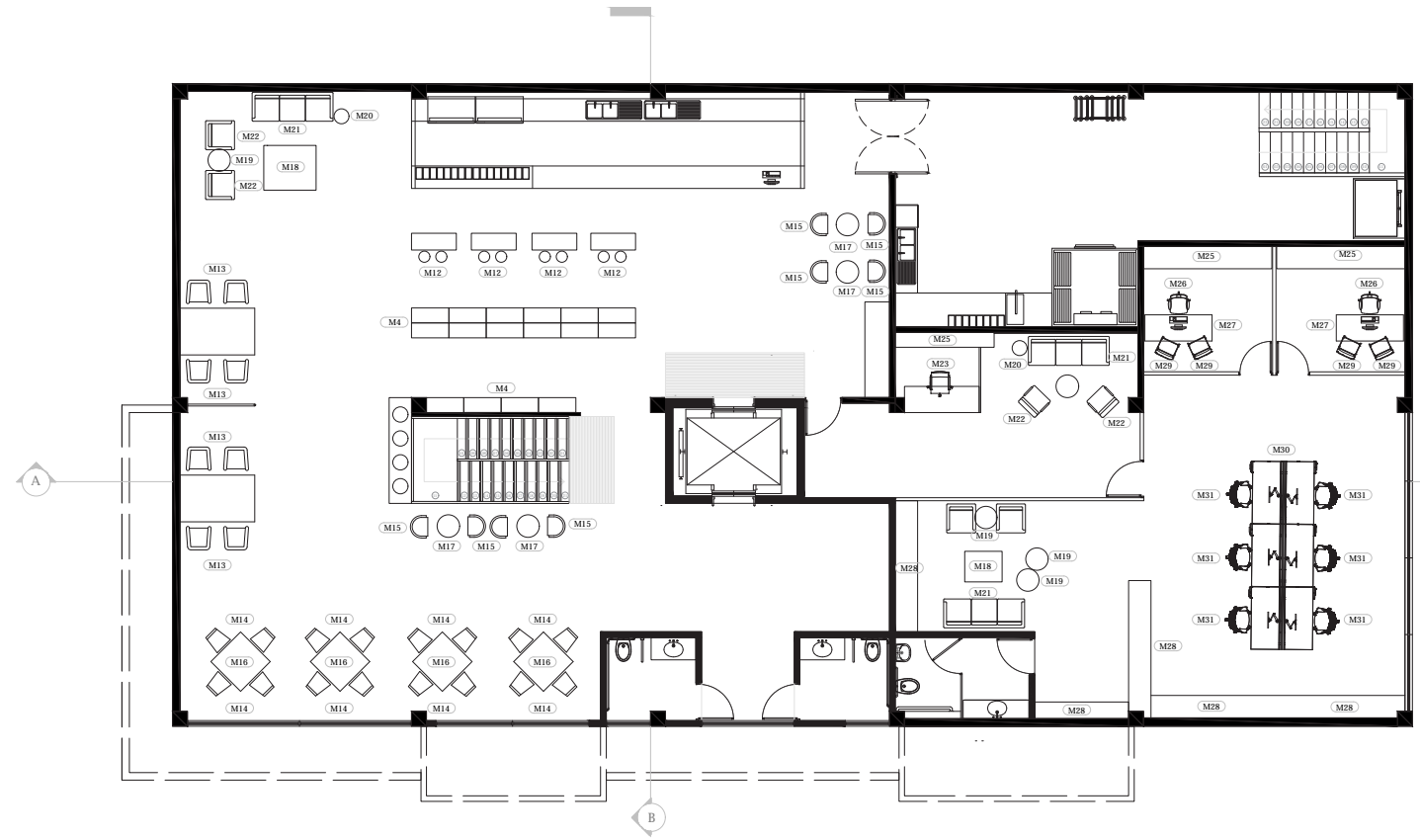
SILLA DE VISITA EKONO
- M30



NEV LINK BENCHING  
HERMAN MILLER
- M31



SILLA SLICK  
SERVEX DOMINICANA



01 PLANTA DE MOBILIARIO SEGUNDO NIVEL  
1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
LEYENDA MOBILIARIO  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA MOBILIARIO  
SEGUNDO NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA





# SEÑALÉTICA

# LEYENDA SEÑALÉTICA



SALIDA DE EMERGENCIA



SALIDA DE EMERGENCIA ESCALERAS



ZONA SEGURA PARA SISMOS



PUNTO DE REUNIÓN



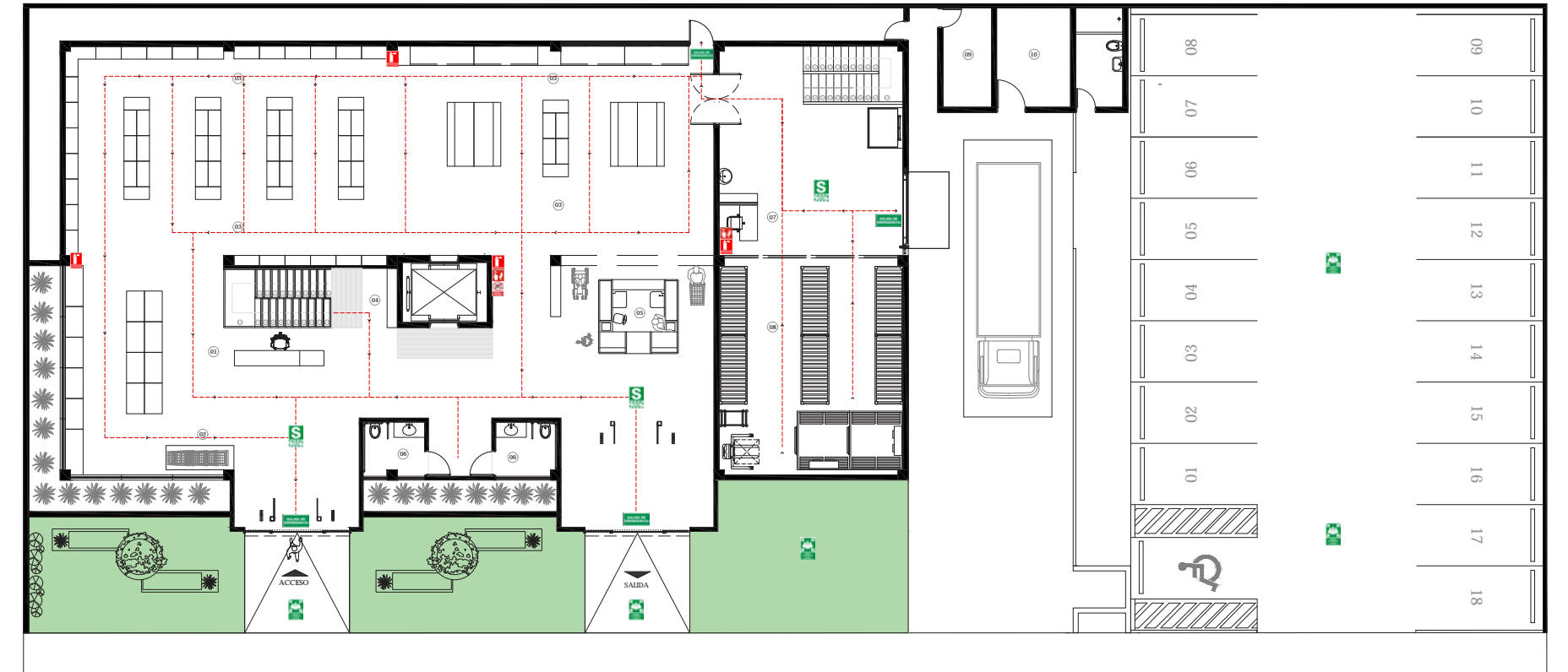
EXTINTOR



ACTIVACIÓN CONTRA INCENDIOS



NO USAR ELEVADOR EN CASO DE SISMO O ELEVADOR



01 PLANTA SEÑALÉTICA DE CONJUNTO  
1:250

01 SERVICIO AL CLIENTE	N.P.T.	06 BAÑOS	N.P.T.
02 ÁREA DE CARRITOS	N.P.T.	07 RECIBIDOR/ALMACÉN	N.P.T.
03 GÓNDOLAS	N.P.T.	08 ALMACENAMIENTO GENERAL	N.P.T.
04 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN	N.P.T.	09 CUARTO ELÉCTRICO	N.P.T.
05 ÁREA DE CAJAS	N.P.T.	10 ALM. BASURA	N.P.T.



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS, SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
LEYENDA SEÑALÉTICA  
ESCALA

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS, SANTO DOMINGO.

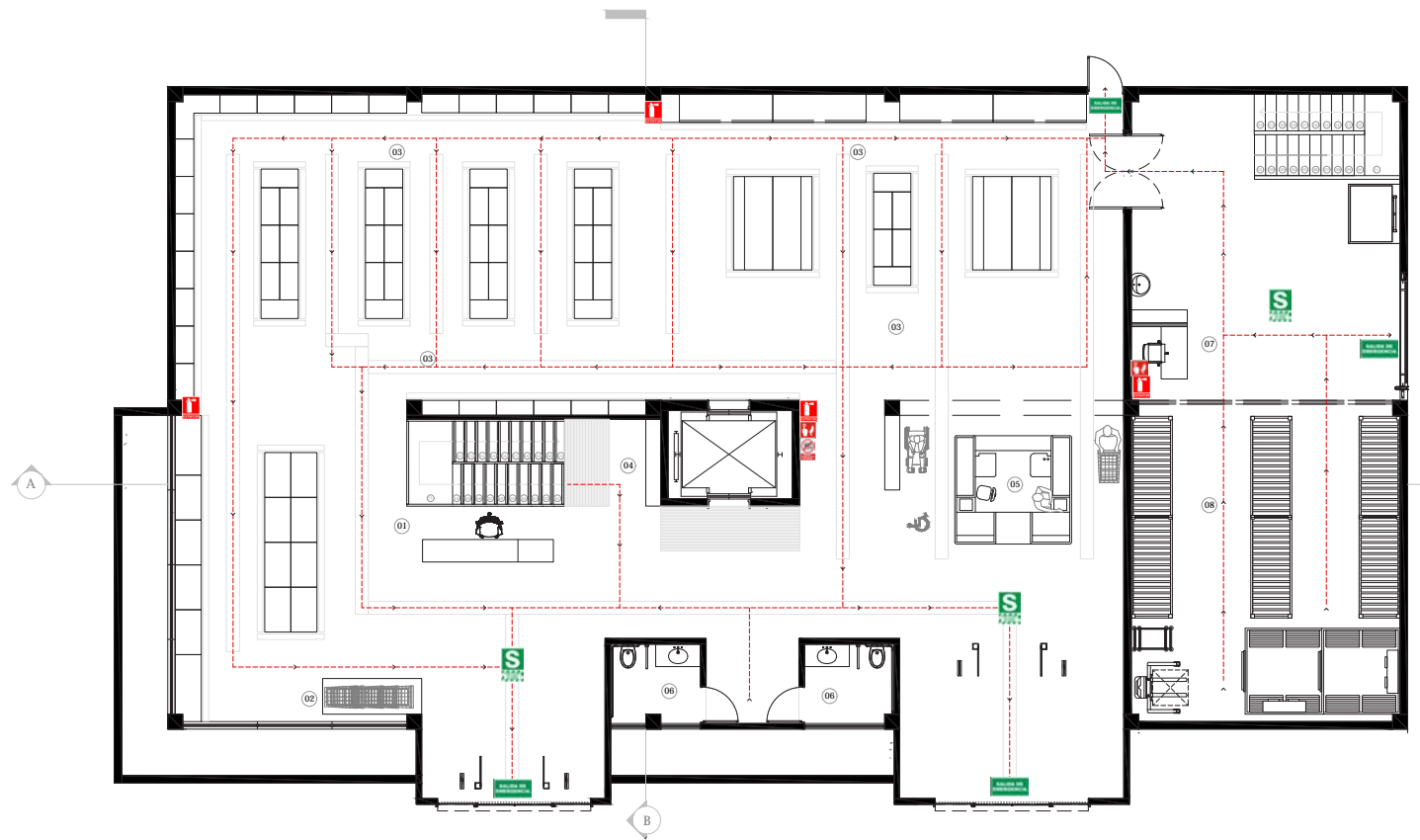
TÍTULO PLANO  
PLANTA SEÑALÉTICA CONJUNTO  
ESCALA  
1: 250

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA

NOTAS

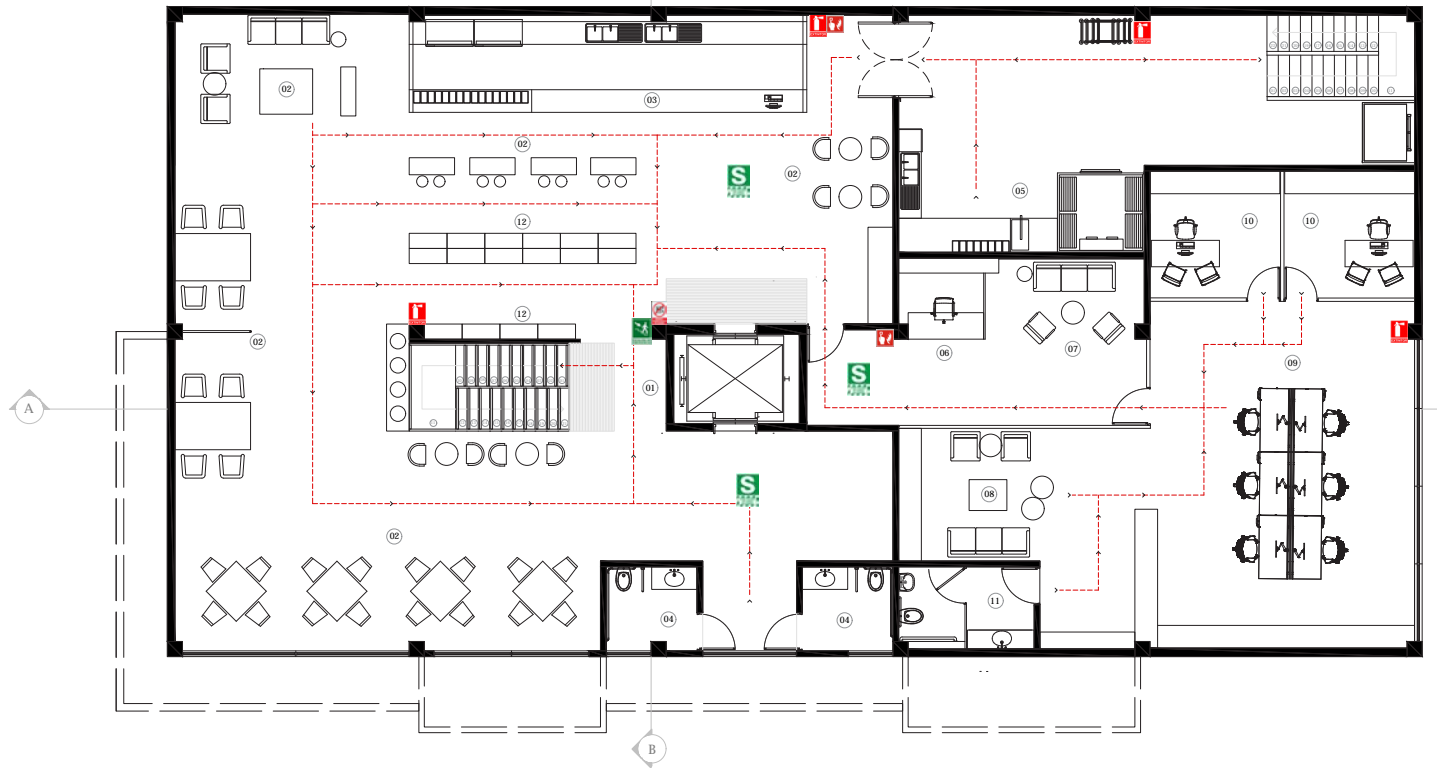






01 PLANTA SEÑALÉTICA PRIMER NIVEL  
1:200

- |                        |                          |                           |
|------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 01 SERVICIO AL CLIENTE | 04 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN | 07 RECIBIDOR/ALMACÉN      |
| 02 ÁREA DE CARRITOS    | 05 ÁREA DE CAJAS         | 08 ALMACENAMIENTO GENERAL |
| 03 GÓNDOLAS            | 06 BAÑOS                 |                           |



01 PLANTA SEÑALÉTICA SEGUNDO NIVEL  
1:200

- |                          |                            |                      |
|--------------------------|----------------------------|----------------------|
| 01 NÚCLEO DE CIRCULACIÓN | 05 COCINA/PREPARACIÓN      | 09 OFICINAS ABIERTAS |
| 02 ÁREA DE COMENSALES    | 06 RECEPCIÓN               | 10 OFICINAS PRIVADAS |
| 03 BARRA                 | 07 SALA DE ESPERA          | 11 BAÑO DE EMPLEADOS |
| 04 BAÑOS                 | 08 SALA DE ESTAR EMPLEADOS | 12 GÓNDOLAS          |



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE SEÑALÉTICA  
PRIMER NIVEL  
ESCALA  
1: 200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

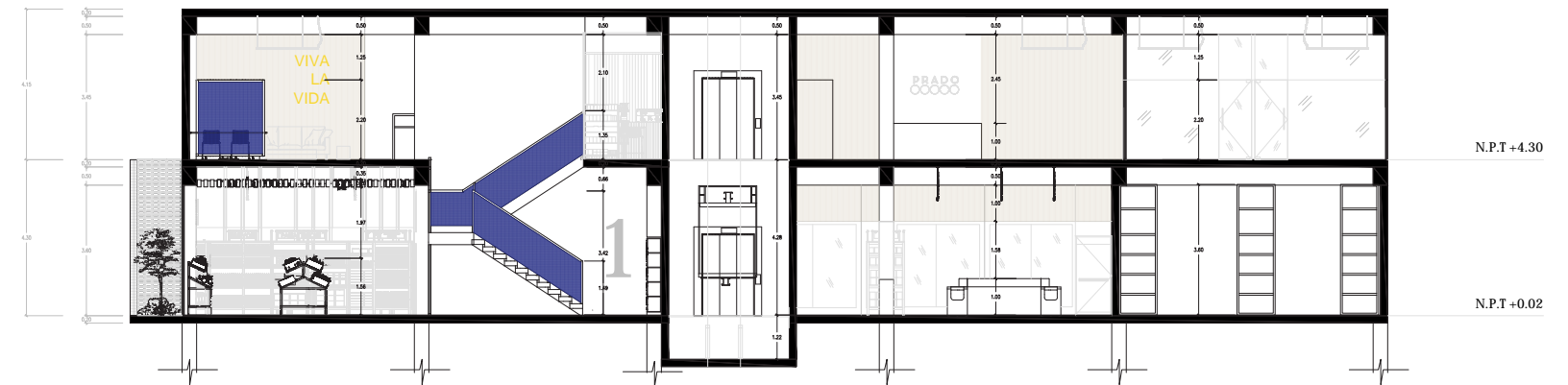
PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
PLANTA DE SEÑALÉTICA  
SEGUNDO NIVEL  
ESCALA  
1: 200

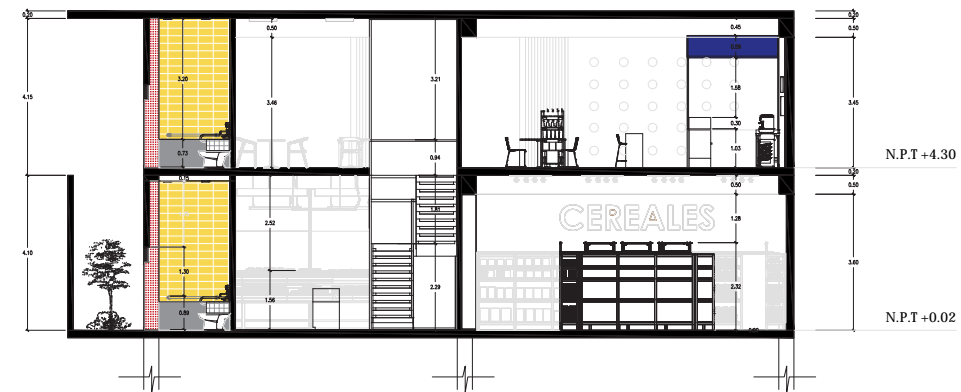
FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



# SECCIONES



01 SECCIÓN A-A'  
1:200



02 SECCIÓN B-B'  
1:200



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE  
INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

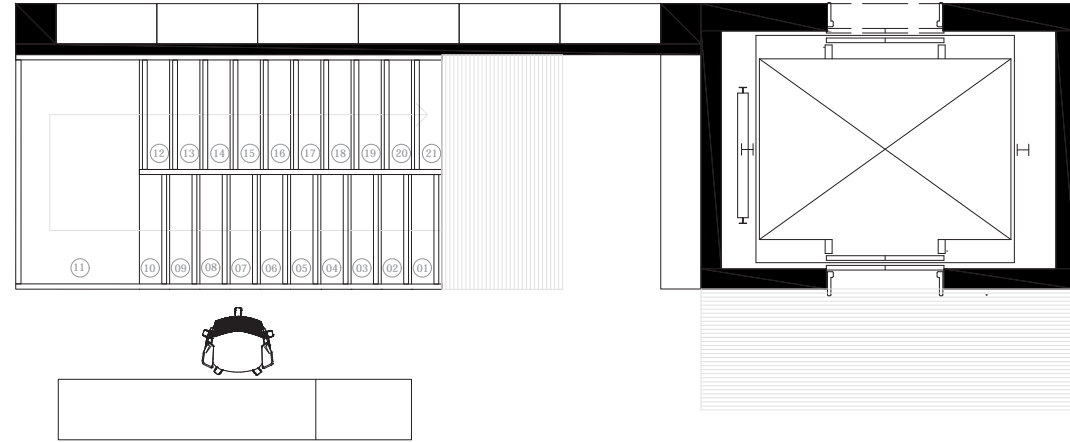
TÍTULO PLANO  
SECCIÓN A-A'  
SECCIÓN B-B'  
ESCALA  
1:200

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA

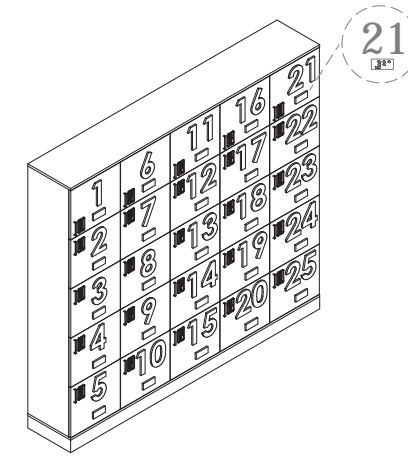




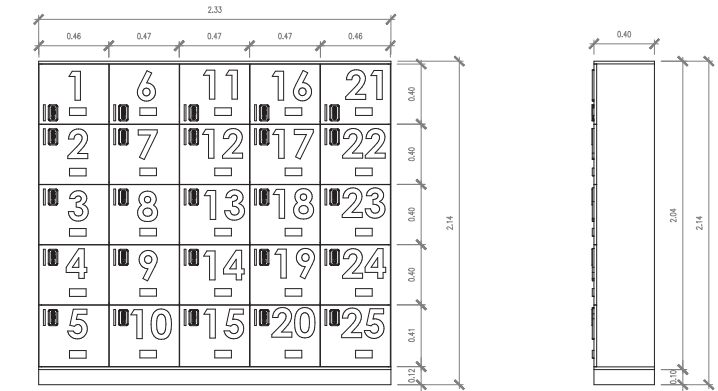
# DETALLES Y VISTAS



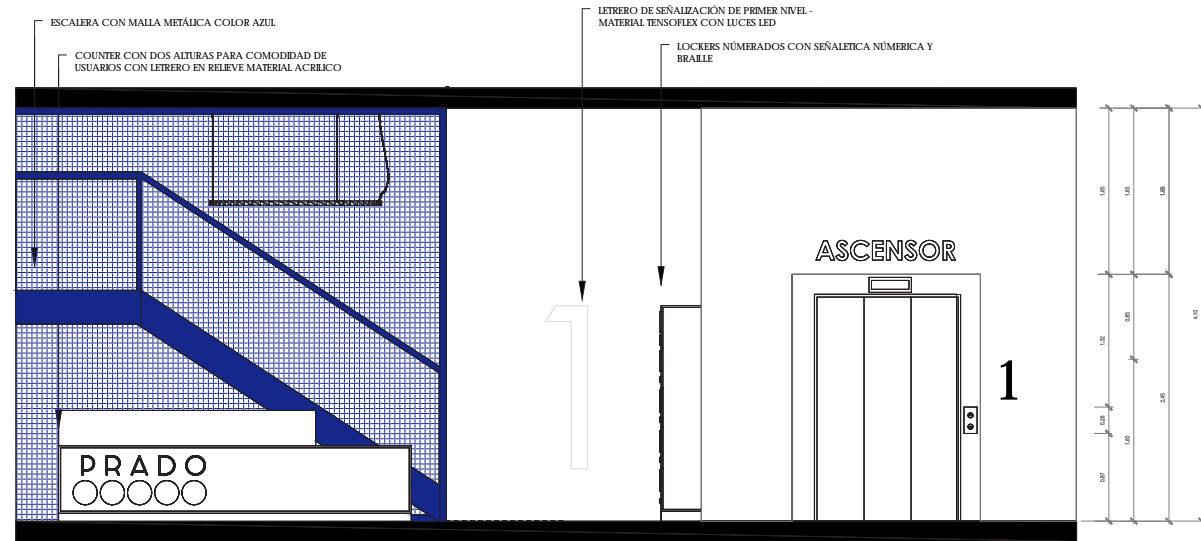
01 PLANTA ARQUITECTÓNICA NÚCLEO DE CIRCULACIÓN  
1:75



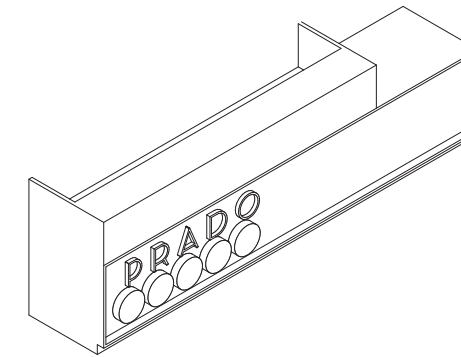
ISOMÉTRICA LOCKERS PRIMER NIVEL



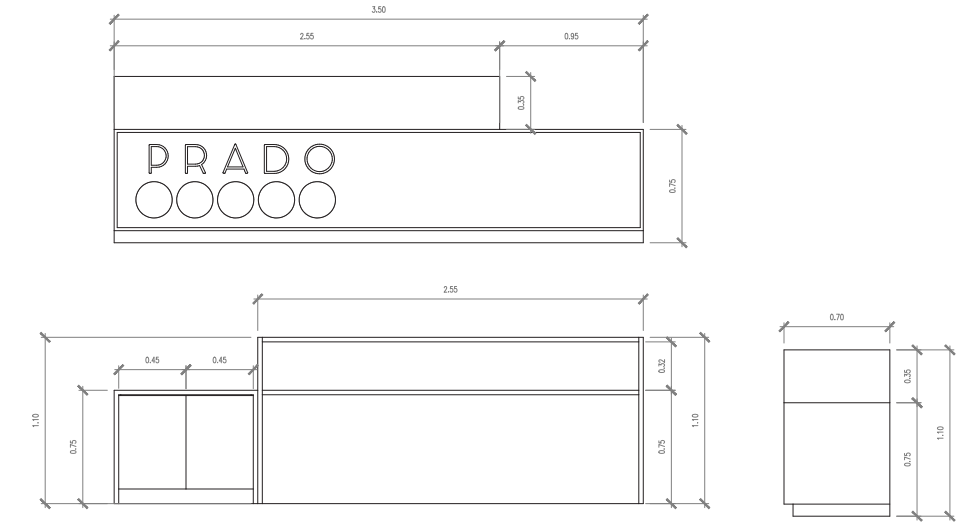
ELEVACIONES DIMENSIONADAS  
LOCKERS PRIMER NIVEL



02 ELEVACIÓN SECCIONADA NÚCLEO DE CIRCULACIÓN  
1:75



ISOMÉTRICA COUNTER INFORMACIÓN/SERV. AL CLIENTE



ELEVACIONES DIMENSIONADAS COUNTER INFORMACIÓN/SERV. AL CLIENTE



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE NÚCLEO CIRCULACIÓN  
ESCALA  
1: 75

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE MOBILIARIO NÚCLEO DE  
CIRCULACIÓN  
ESCALA  
1: 50

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA





# INFORMACIÓN

















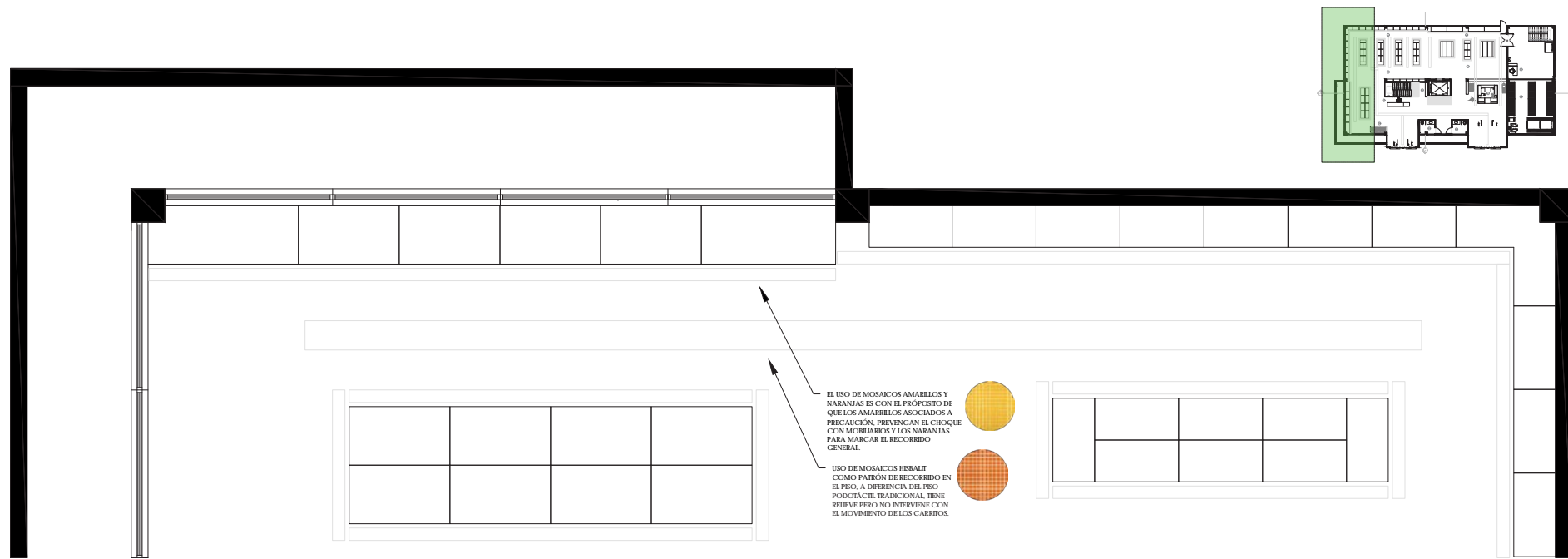








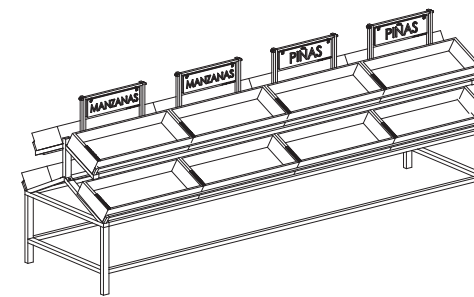




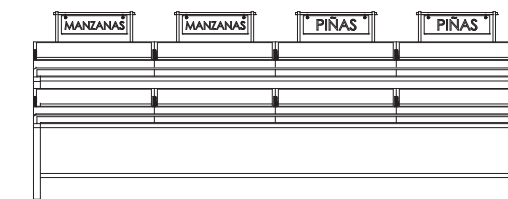
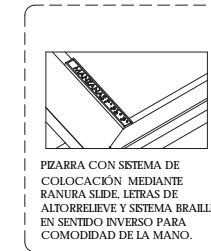
01 PLANTA ARQUITECTÓNICA PASILLOS  
1:75



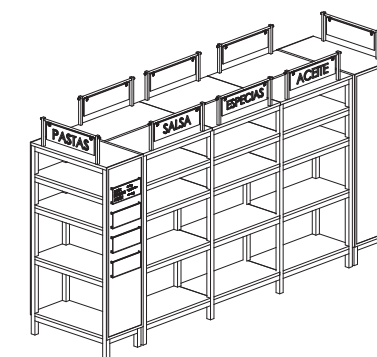
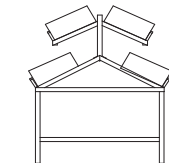
02 ELEVACIÓN SECCIONADA PASILLOS  
1:75



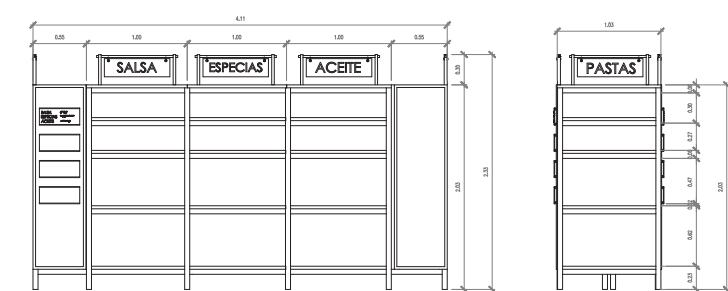
ISOMÉTRICA GÓNDOLA TIPO A - FRUTAS Y VEGETALES



ELEVACIONES DIMENSIONADAS GÓNDOLAS TIPO A



ISOMÉTRICA GÓNDOLA TIPO B - PASILLOS



ELEVACIONES DIMENSIONADAS GÓNDOLAS TIPO B



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET

UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE PASILLOS

ESCALA  
1:75

FECHA  
AGOSTO 2021

HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET

UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE PASILLOS

ESCALA  
1:75

FECHA  
AGOSTO 2021

HOJA





# PASILLOS







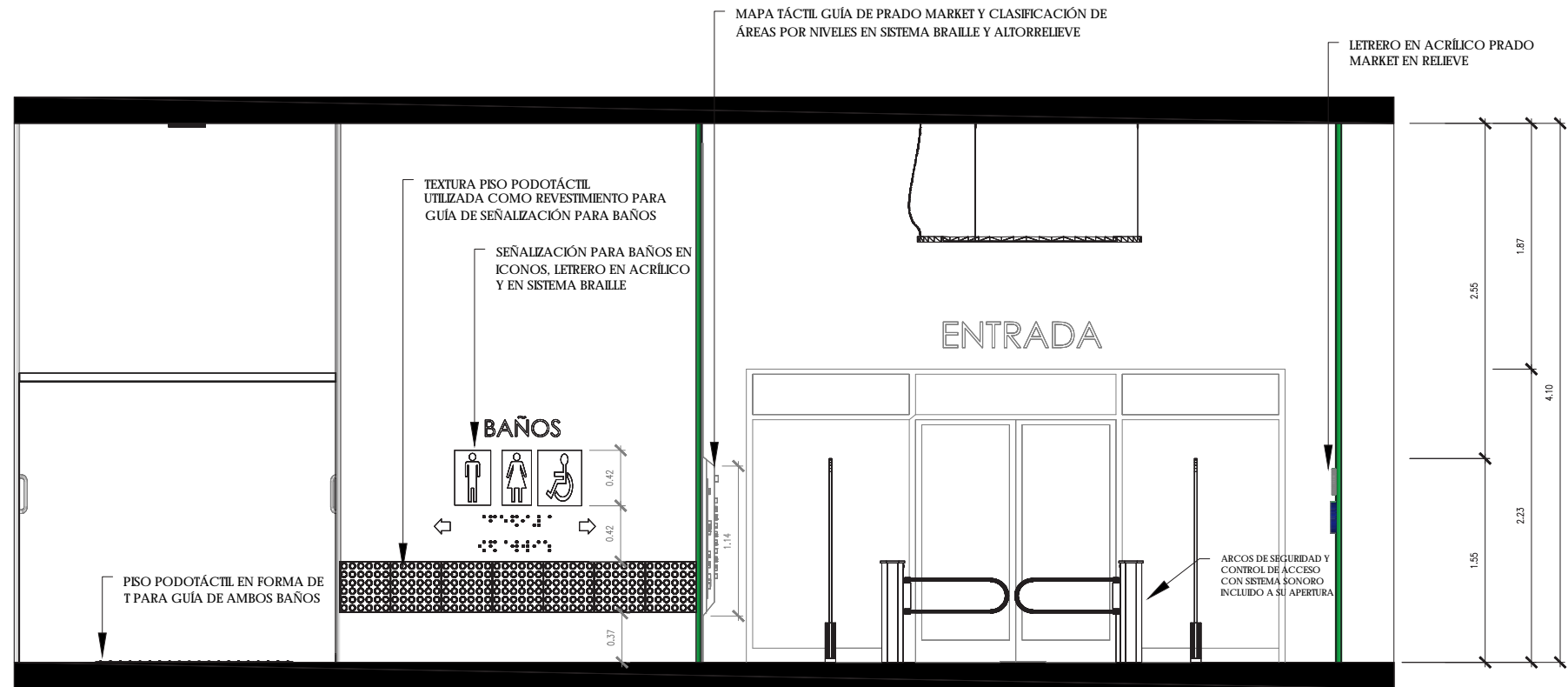




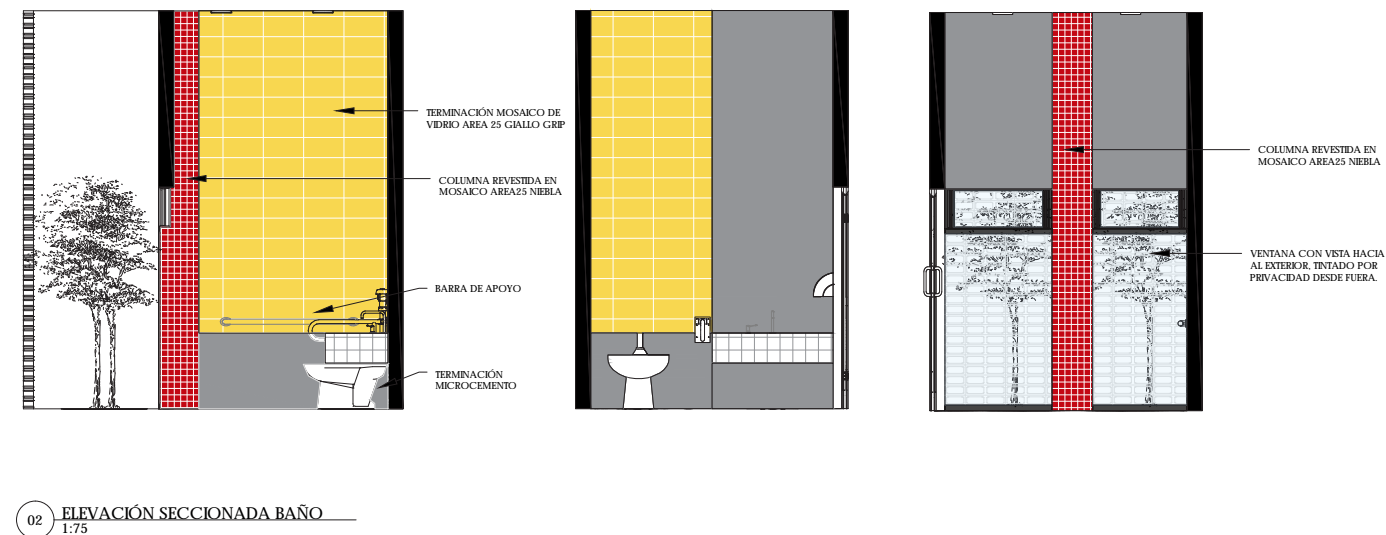
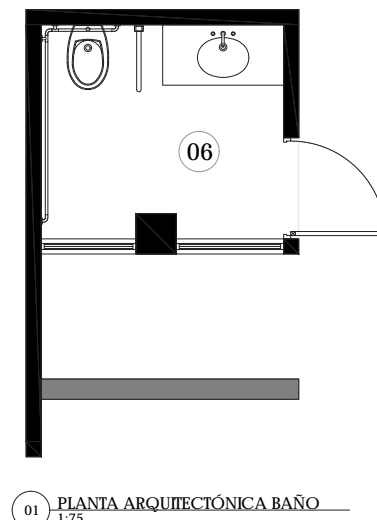








01 ELEVACIÓN SECCIONADA ENTRADA Y ENTRADA BAÑO  
1:50



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE ENTRADA Y ENTRADA BAÑO  
ESCALA  
1: 50

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE BAÑO  
ESCALA  
1: 75

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA



# BAÑOS

ENTRADA, SEÑALIZACIÓN E INTERIOR



















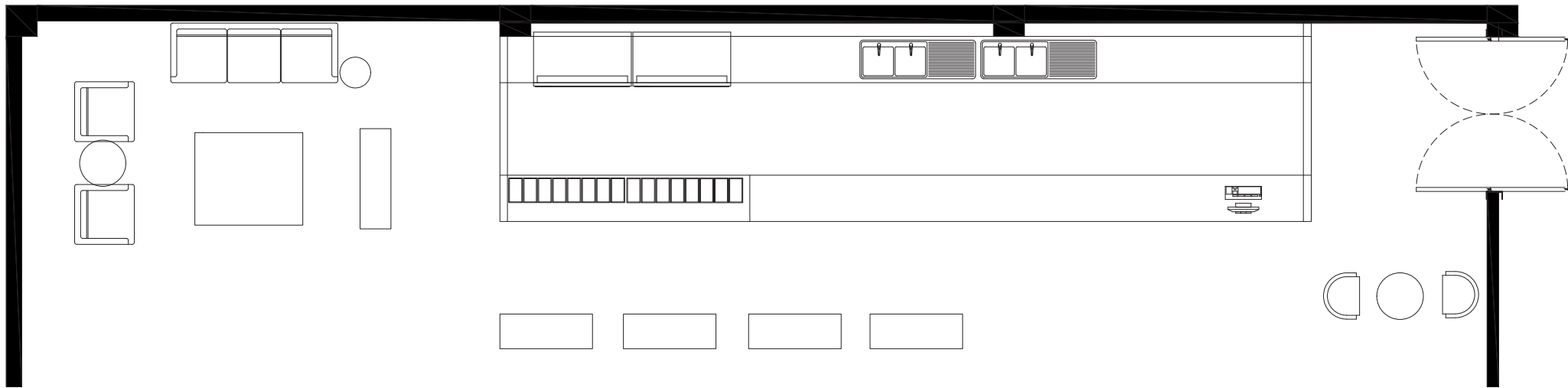
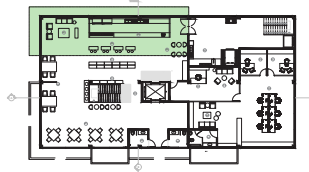




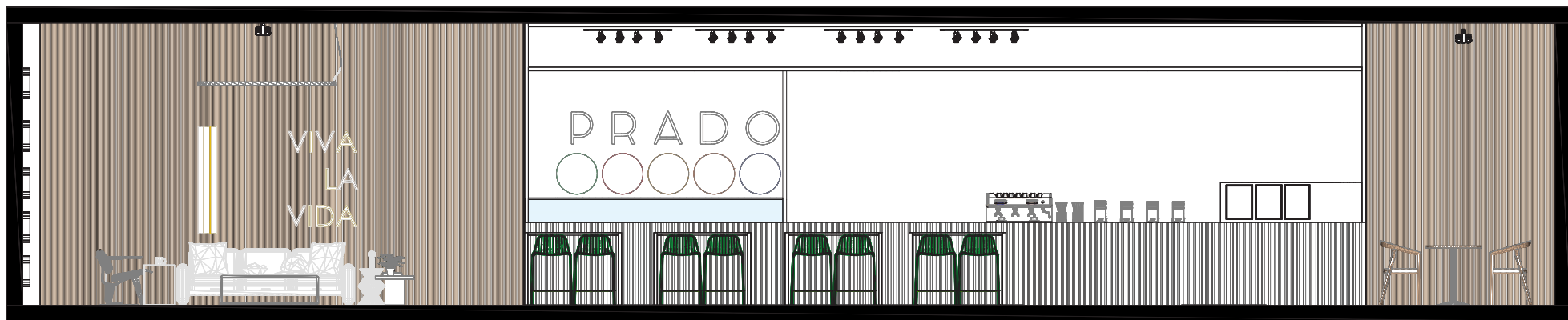








01 PLANTA ARQUITECTÓNICA SEGUNDO NIVEL  
1:75



02 ELEVACIÓN SECCIONADA SEGUNDO NIVEL  
1:75



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO HENRÍQUEZ UREÑA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ARTES  
ESCUELA DE DISEÑO  
PROYECTO DE GRADO  
FACILIDADES Y ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD E INCLUSIÓN  
PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL EN EL DISEÑO DE INTERIORES

SUSTENTANTE  
ROSSE A. CAMACHO JAVIER  
16-1722  
ASESOR  
M. ARQ. ALAN GARCÍA CRUZ

PROYECTO  
PRADO MINIMARKET  
UBICACIÓN  
CALLE FÉLIX MOTA #66, LOS PRADOS,  
SANTO DOMINGO.

TÍTULO PLANO  
DETALLE SEGUNDO NIVEL  
ESCALA  
1:75

FECHA  
AGOSTO 2021  
HOJA







## SEGUNDO NIVEL CAFETERÍA/JUICE BAR















































# CATÁLOGO

MOBILIARIO Y LUMINARIAS



## CAFETERÍA/JUICE BAR



**Nolita 3657**  
Silla bar  
Marca Pedrali



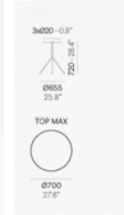
**Nolita 3651**  
Silla  
Marca Pedrali



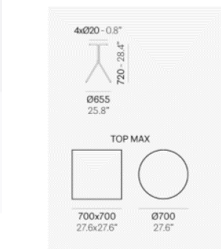
**Nolita 3659**  
Silla  
Marca Pedrali



**Nolita 5453**  
Mesa  
Marca Pedrali



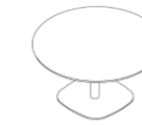
**Nolita 5454**  
Mesa  
Marca Pedrali



**Megaped table**  
Mesa  
Herman Miller



**Megaped table redonda**  
Mesa  
Herman Miller



Mesa Megaped-redonda  
Altura: 29.5"  
Ancho: 41.5"-79"  
Profundidad: 41.5"-79"



**Related side table**  
Mesa auxiliar  
Muuto



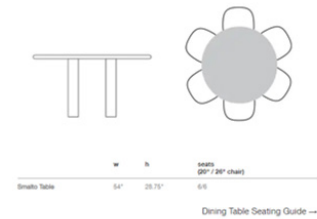
**Modular sofa group Wilkes**  
Sofá  
Herman Miller



Modular Sofa Group de Wilkes - 3  
asientos  
Altura: 70,5 cm  
Ancho: 2,16 m  
Profundidad: 78,3 cm  
Profundidad del asiento: 48,89 cm  
Altura del asiento: 59,37 cm  
Altura del brazo: 31,4 cm



**Smalto table**  
Mesa  
Knoll



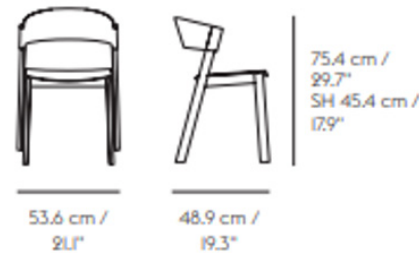
Dining Table Seating Guide



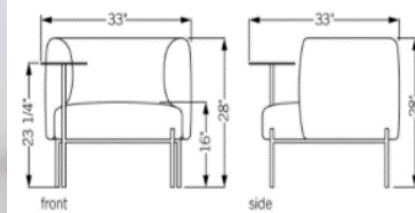
## CAFETERÍA/JUICE BAR



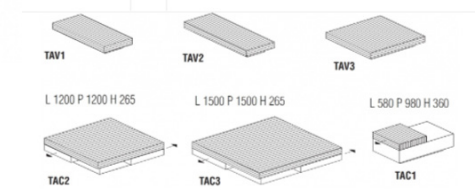
**Cover chair**  
Silla  
Herman Miller



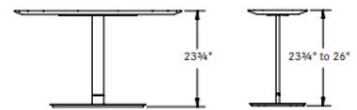
**Capper lounge chair**  
Silla  
Phase design



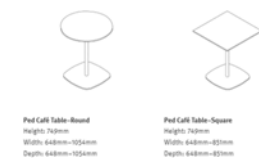
**Marten coffee table**  
Mesa  
Molteni & co



**Quiet table**  
Mesa  
Bernhardt



**Ped café table**  
Mesa  
Herman Miller



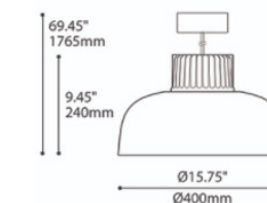
## LUMINARIAS



**Rev Acoustic**  
Lámpara colgante  
Marca OCL



**Twin ceiling suspended**  
Lámpara colgante  
Marca Eureka

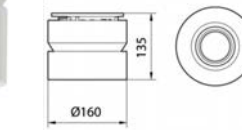


**Industrial lightbar**  
Luminaria empotrada  
Marca Tronix

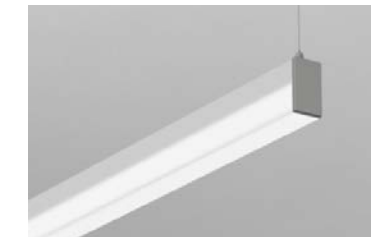
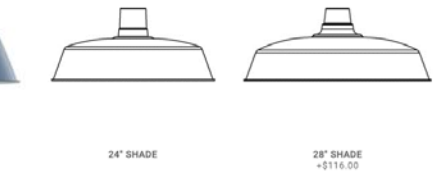
Length	1500 mm
Width	85 mm
Height	64 mm



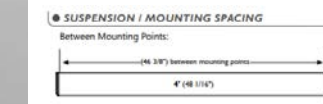
**SM291C LED10/830 PSU WH**  
Luminaria empotrada  
Marca Philips



**The original led warehouse pendant light**  
Lámpara colgante  
Barn Light

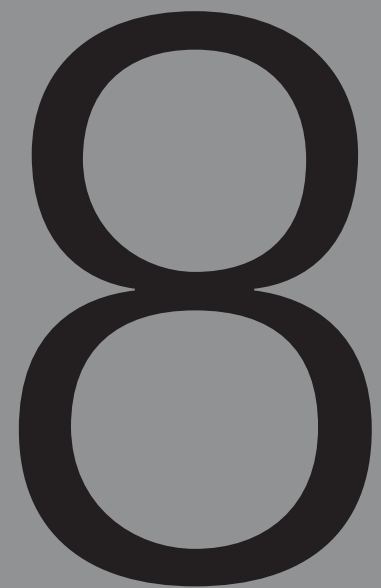


**Minibox pendant**  
Lámpara colgante  
Marca Axis

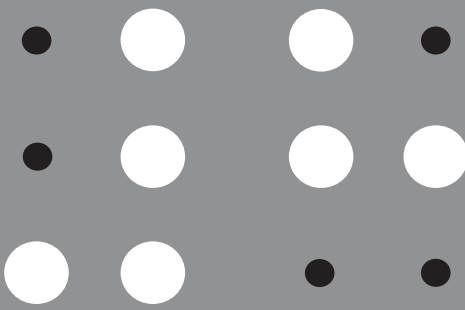


**Track light Magneto**  
Marca Coronet





# BIBLIOGRAFÍA



**Bibliografía**  
Libros  
Webgrafía  
Ilustraciones  
Fotografías



## BIBLIOGRAFÍA

## LIBROS

ONCE. (2006). Características de la rotulación para personas con discapacidad visual (1.a ed.). Madrid, España: Artes Gráficas Palermo, S.L.

ONCE. (2003). Accesibilidad para personas con ceguera y deficiencia visual (1.a ed.). Madrid, España: Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE).

OMS. (2011b). Informe mundial sobre la discapacidad. Recuperado de [https://www.who.int/disabilities/world\\_report/2011/summary\\_es.pdf](https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf)

OMS. (2001). Clasificación internacional del funcionamiento, de la discapacidad y de la salud (CIF). Recuperado de <https://www.imserso.es/InterPresent2/groups/imserso/documents/binario/435cif.pdf>

Valencia, L. V. (2014). Breve historia de la discapacidad. Recuperado de <https://rebellion.org/docs/192745.pdf>

Huerta Peralta, J. (2007). Discapacidad y diseño accesible (Vol. 2).

Hernández, J. H. (2005). Bares y restaurantes accesibles para todas las personas.

Morgan, T. M. (2016). Visual Merchandising (3.a ed.). COCEMFE. (2018). Guía de lenguaje inclusivo. Recuperado de [https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO27486/Gu%C3%ADa\\_lenguaje\\_inclusivo.pdf](https://sid.usal.es/idocs/F8/FDO27486/Gu%C3%ADa_lenguaje_inclusivo.pdf)

PWC Australia. (2019, mayo). The benefit of designing for everyone. Recuperado de <https://g3ict.org/publication/the-benefit-of-designing-for-everyone-a-research-report-on-the-importance-of-inclusive-design>

## WEBGRAFÍA

DBL Market. (2020). DBL MARKET. Recuperado 31 de julio de 2021, de <https://www.dblblog.com/dbl-market>

Faxas, N. (2018, 2 noviembre). SuperFresh Market, el nuevo concepto de supermercados en RD. Forbes México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx>

Insayn Design. (s. f.). Alcampo Supermarket. Recuperado 3 de agosto de 2021, de <https://insayndesign.com/project/project-4-alcampo/>

Leiva, S. (2021, 3 marzo). Solera Supermarket / Masquespacio. Recuperado 31 de julio de 2021, de <https://www.archdaily.com/867137/supermercado-solera-masquespacio>

Masquespacio. (2017, 15 marzo). Solera Supermarket. Recuperado 30 de julio de 2021, de <https://www.archdaily.com/867137/supermercado-solera-masquespacio>

Plataforma Arquitectura. (2018, 1 septiembre). Diseñando un nuevo hogar para un cliente ciego / So & So Studio. Recuperado 31 de julio de 2021, de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/901015/disenando-un-nuevo-hogar-para-un-cliente-ciego-so-and-so-studio>

Mejía, M. (2014a, abril 25). La principal discapacidad en la República Dominicana es la visual; 66 % sin empleo. Diario Libre. Recuperado de <https://www.diariolibre.com>

Disiswork Peru. (2017, 6 noviembre). Descubre los Tipos de Discapacidad que Existen y su Clasificación. Recuperado agosto de 2021, de <https://disiswork.com/blog/tipos-de-discapacidad/>

Caballero, P. (2019, 24 octubre). Thanopoulos Supermarket Kifisia- Athens / Klab architecture. Recuperado agosto de 2021, de <https://www.archdaily.com/892034/thanopoulos-supermarket-kifisia-athens-klab-architecture>

A. (2020, 11 diciembre). Spectrum Lighting in Leever's Supermarket. Recuperado 24 de agosto de 2021, de <https://www.archdaily.com/catalog/us/products/21772/spectrum-lighting-in-leevers-supermarket-spectrum-lighting>

infoRETAIL, R. (2018, 29 agosto). Un supermercado para ciegos. Recuperado agosto de 2021, de <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/un-supermercado-para-ciegos/ab337323345c0843ddf36c6482e42b1f>

VIVES Azulejos y Gres S.A. (s. f.). Supermercado Cocomero - VIVES Ceramica. Recuperado 24 de agosto de 2021, de <https://www.vivesceramica.com/proyectos/cocomero.html>

elDinero, R. (2016, 31 mayo). SuperFresh Market, una

promesa más allá del supermercado. Recuperado 24 de agosto de 2021, de <https://eldinero.com.do/24055/superfresh-market-una-promesa-mas-alla-del-supermercado/>

Area 17 INRES Carlo Ratti: el Supermercado del futuro en la zona de Bicocca en Milán | Floornature. (2016). Recuperado 24 de agosto de 2021, de <https://www.floornature.es/area-17-inres-carlo-ratti-el-supermercado-del-futuro-en-la-z-12247/>

MaxiAids | Wegman's Supermarket Chain offers the Blind a new «visionary» way to navigate and shop throughout their grocery stores. (2018, octubre). Recuperado 24 de agosto de 2021, de <https://www.maxiaids.com/wegmans-supermarket-chain-offers-the-blind-a-new-visionary-way-to-navigate-and-shop-throughout-their-grocery-stores>

Kosasih,T. (2016, 25 marzo). MAP THE BLIND (FINAL BOOK). Recuperado 24 de agosto de 2021, de [https://www.behance.net/gallery/35398411/MAP-THE-BLIND-\(FINAL-BOOK\)](https://www.behance.net/gallery/35398411/MAP-THE-BLIND-(FINAL-BOOK))

Yukari, S. (2020, 3 octubre). ARTFATO. Recuperado 24 de agosto de 2021, de [https://www.behance.net/gallery/105341773/ARTFATO-catalogo-guia-livro?tracking\\_source=search\\_projects\\_recommended%7Cdiagrama%C3%A7%C3%A3o%20magazine&](https://www.behance.net/gallery/105341773/ARTFATO-catalogo-guia-livro?tracking_source=search_projects_recommended%7Cdiagrama%C3%A7%C3%A3o%20magazine&)



## FOTOGRAFÍAS/ILUSTRACIONES

## MARCO GENERAL

## PÁGINA 11

Bracht, F. (2018, 7 junio). [Carritos de supermercado]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/e3oE-l-rtpA>

## PÁGINA 12

[Hombre con bastón sobre piso podotáctil]. (2019, 7 octubre). Recuperado de <https://www.cnet.com/tech/computing/why-the-fate-of-online-accessibility-may-rest-with-a-dominos-pizza-lawsuit/>

## PÁGINA 18-19

Neon Brand. (2017, 28 septiembre). [Assorted drinks]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/SvhXD-3kPSTY>

## MARCO TEÓRICO

## PÁGINA 23

[Fotografía]. (2018). Campus WU Wien. Recuperado de <https://buerobauer.com/projekte/campus-wu/>

## PÁGINAS 24-25

Shin, D. (2017, 27 septiembre). [People with disabilities.]. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2017/09/27/opinion/aid-in-dying-dementia.html>

## PÁGINA 27

Olin, T. (s. f.). People with disabilities fighting for their rights [Fotografía]. Recuperado de <https://www.chicagoreporter.com/beyond-legal-protections-disability-rights-advocates-see-economic-progress/>

## PÁGINA 31

Onufszak, S. (2016, 27 julio). Play with your egos [Ilustración]. Recuperado de <https://www.behance.net/gallery/41066901/Play-With-Four-Egos>

## PÁGINA 32

Deluvio, C. (2018, 18 noviembre). Black metal cane [Fotografía]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/CDJuKaNHFA>

## PÁGINA 33

13ON. (2018, 4 abril). People at the crosswalks [Fotografía]. Recuperado de [https://unsplash.com/photos/a4gn0tegY\\_g](https://unsplash.com/photos/a4gn0tegY_g)

## PÁGINA 35

Majewski, T. (2017, 12 octubre). Faculty of Fine Art, Music and Design of the University of Bergen [Fotografía]. Recuperado de <https://www.archdaily.com/881485/faculty-of-fine-art-music-and-design-of-the-university-of-bergen-snohetta>

## Dunlop, A. (s. f.). Hazelwood School [Fotografía].

Recuperado de <http://www.arch2o.com/architecture-design-disabled/>

## PÁGINAS 37-38-39-40

GráficoS elaboración propia.

## PÁGINA 41

[Ascensor con señalización]. (2018, 17 abril). Recuperado de <http://www.sleepydays.es/2018/04/wayfinding-sistema-orientacion.html>

## PÁGINA 42-43

BRR Design. (s. f.). Kum and go [Fotografía]. Recuperado de <https://www.brrarch.com/portfolio/kum-go/>

## PÁGINA 44

[Fotografía]. (2010). IGA Supermarket. Recuperado de <http://pleasantfamilyshopping.blogspot.com/2010/12/>

## PÁGINA 47

Volkova, D. (2018, 23 diciembre). Food style [Fotografía]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/BMnX7L9G5xc>

## NRD. (2018, 21 noviembre). Bunch of vegetables [Fotografía].

Recuperado de [https://unsplash.com/photos/D6Tu\\_L3chLE](https://unsplash.com/photos/D6Tu_L3chLE)

## Tullius, T. (2020, 30 mayo). Tuna cans [Fotografía].

Recuperado de [https://unsplash.com/photos/9lQ7EBlk\\_MQ](https://unsplash.com/photos/9lQ7EBlk_MQ)

## PÁGINAS 48-49

Loaded for bear. (s. f.). Cordelias Market [Fotografía]. Recuperado de <https://weareifb.com/work/cordelias-market>

## MARCO REFERENCIAL

## PÁGINA 51

DL Design. (s. f.). 365 by Whole Foods Market L.A. [Fotografía]. Recuperado de <https://dlenghishdesign.com/projects/365-by-whole-foods-market/>

## PÁGINAS 52-53

Fotografías varias de Faxas, N. (2018, 2 noviembre). SuperFresh Market, el nuevo concepto de supermercados en RD. Forbes México. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx>

## PÁGINAS 54-55

Fotografías varias de DBL Market. (2020). DBL MARKET. Recuperado 31 de julio de 2021, de <https://www.dblblog.com/dbl-market>

## PÁGINAS 56-57

Fotografías varias de Masquespacio. (2017, 15 marzo). Solera Supermarket. Recuperado 30 de julio de 2021, de <https://www.archdaily.com/867137/supermercado-solera-masquespacio>

## PÁGINAS 58-59

Fotografías varias de Plataforma Arquitectura. (2018, 1 septiembre). Diseñando un nuevo hogar para un cliente ciego / So & So Studio. Recuperado 31 de julio de 2021, de <https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/901015/disenando-un-nuevo-hogar-para-un-cliente-ciego-so-and-so-studio>

## PÁGINAS 60-61

Fotografías varias de Insayn Design. (s. f.). Alcampo Supermarket. Recuperado 3 de agosto de 2021, de <https://insayndesign.com/project/project-4-alcampo/>



**MARCO CONTEXTUAL**

PÁGINAS 63-65-68-69-70-71-73

Fotografías varias de Arquitexto. (2018). Oficinas Setec. Autor. Recuperado de <https://arquitexto.com/2018/05/oficinas-setec/>**MARCO PROGRAMÁTICO**

PÁGINA 77

de Mazenod, B. (2020, 15 abril). Paralel universes [Fotografía]. Recuperado de [https://unsplash.com/photos/f\\_mGDtPvMmk](https://unsplash.com/photos/f_mGDtPvMmk)

PÁGINA 78

Shutov, M. (2018, 25 octubre). Yellow fruit [Fotografía]. Recuperado de [https://unsplash.com/photos/R\\_6WSLe1pDs](https://unsplash.com/photos/R_6WSLe1pDs)

PÁGINA 81

Lo, I. (2019, 19 octubre). Traditional french Provençal tapenade [Fotografía]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/p9paogDuM4k>

PÁGINA 82

de Mazenod, B. (2020, 20 abril). Infinite way [Fotografía]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/z0-E1YPrQ5Y>

PÁGINA 91

Isotipo Prado Market. Elaboración propia.

Páginas 92-93-94

Collages. Elaboración propia.

PÁGINA 95

Gold, D. (2017, 15 agosto). Yellow and orange flooring [Fotografía]. Recuperado de <https://unsplash.com/photos/sHn6aeKL4dw>

PÁGINA 96-97-99

Imágenes. Elaboración propia



