

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño de Interior

Casa de marca Mind Mix

Natalia Galeano Ramírez
Diseño de Interiores

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Diseño de Interiores

Quito, 21 de diciembre de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Arquitectura y Diseño de Interior

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Casa de marca Mind Mix

Natalia Galeano Ramírez

Nombre del profesor, Título académico

Directora de carrera, Andrea Pinto

Quito, 21 de diciembre de 2020

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior del Ecuador.

Nombres y apellidos: Natalia Galeano Ramírez

Código: 00136910

Cédula de identidad: 1717232878

Lugar y fecha: Quito, 21 de diciembre de 2020

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETheses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETheses>.

RESUMEN

La Casa Mind Mix es el universo creativo de la marca en donde sus productos y servicios tienen su espacio. Es un viaje por el interior del cerebro, pasando por las diferentes regiones. Es así como cada región, se relaciona en función con lo que se quiere de esa área creando una simbiosis.

Este viaje por las regiones del cerebro tiene como finalidad que los usuarios conozcan su interior. Al mismo tiempo que se crean plazas para la interacción de las personas de Holistic Plaza, de esta forma se crean espacios de integración entre la comunidad.

Se ha decidido plantear el proyecto en Centro Plaza Cumbaya, además de su excelente ubicación, por la capacidad de expansión de la Casa Mind Mix, ya que es una multimarca en crecimiento. Además, se plantea una propuesta de funcionamiento, cambiándole el nombre a Holistic Plaza.

Palabras clave: Casa, regiones, cerebro, plaza, interior, interacción.

ABSTRACT

The Mind Mix House, is the creative universe of the brand, in which their products and services have a space. It's a travel inside the brain, crossing the different regions. This is how, each region is related according to what is wanted from that area, creating a symbiosis.

This journey through the brain regions is intended for users to get to know their interior. At the same time that areas are created for the interaction of the people of Holistic Plaza, in this way spaces of integration are created between the community. It has been decided to plan the project in Centro Plaza Cumbaya, in addition to its excellent location, due to the expansion capacity of the Mind Mix House, since it is a growing multi-brand. In addition, a proposal for operation is proposed, changing the name to Holistic Plaza.

Keywords: House, regions, brain, square, interior, interaction.

Contenido

Introducción:	9
Planeamiento de proyecto:	9
-Propuesta	9
-Marca	10
-Historia	10
-Concepto	11
-Proyección	12
Alcance del proyecto:	13
-Problemática	13
-Ubicación	14
-Análisis arquitectónico	16
-Accesos	17
-Referencias	18
-Competencia	19
-Target	21
Programación general y funcionamiento	21
-Funcionamiento	21
-Abastecimiento	22
Programa:	22
-Concepto de funcionamiento	22
-Concepto de Casa Mind Mix	23
-Subconceptos por área	24
Proceso de diseño	28
-Desarrollo de planos	28
Conclusiones	36
Referencias:	37
Anexos	38
Anexo A: Vistas Casa Mind Mix	38
Anexo B: Links	42

Tabla de ilustraciones:

<i>Ilustración 1 Logo Mind Mix</i>	11
<i>Ilustración 2 Frascos de Sweet Mix</i>	12
<i>Ilustración 3 Fachada Centro Plaza Cumbaya</i>	14
<i>Ilustración 4 Implantación de ubicación</i>	15
<i>Ilustración 5 Vistas Centro Plaza Cumbaya actualmente</i>	17
<i>Ilustración 6 Café Dior</i>	18
<i>Ilustración 7 Café Dior</i>	18
<i>Ilustración 8 Hatsu market</i>	19
<i>Ilustración 9 Casa Veggie milk de Hatsu</i>	19
<i>Ilustración 10 Funcionamiento Holistic Plaza</i>	23
<i>Ilustración 11 Regiones del cerebro</i>	24
<i>Ilustración 12 Vista frontal local</i>	24
<i>Ilustración 13 Vista lateral izquierda local</i>	24
<i>Ilustración 14 Vista fachada área de personalización</i>	25
<i>Ilustración 15 Vista lateral izquierda área de personalización</i>	25
<i>Ilustración 16 Vista frontal centro sensorial</i>	26
<i>Ilustración 17 Vista entrada desde recepción a oficinas</i>	26
<i>Ilustración 18 Vista interior derecha oficina</i>	26
<i>Ilustración 19 Vista barra, pastelería, bar y cocina exterior</i>	27
<i>Ilustración 20 Vista elemento unificador y área suspendida</i>	27

Introducción:

La casa Mind Mix, es el espacio donde se desarrolla el universo creativo de la marca Mind Mix, en la cual los diferentes productos y servicios toman protagonismo en espacios únicos. Estos toman relación directa con las diferentes áreas del cerebro, con su función y la que se quiere transmitir en el espacio. Tomando en cuenta, la travesía por las regiones del cerebro, la casa le da al usuario, áreas de encuentro y autoconocimiento, en donde cada vez que la visite puede tener una experiencia distinta. Ubicada en Holistic Plaza, el lugar que desarrolla a la persona y su comunidad, enfocándose en su integridad y como cada espacio nuevo puede aportar.

Planeamiento de proyecto:**-Propuesta**

Se replantea el funcionamiento de Centro Plaza Cumbaya, creando un espacio comercial en donde se encuentra ubicada la Casa Mind Mix. La casa cuenta con 6 áreas principales y varias plazas abiertas. Al mismo tiempo que comparte el espacio con Centro Plaza Cumbaya.

Las áreas que se plantean son las siguientes:

- Local de pasteles instantáneos Sweet Mix
- Área de personalización de Sweet Mix.
- Centro sensorial
- Oficinas Administrativas
- Laboratorio de ideas
- Restaurante pop up

Cada área de la Casa Mind Mix tiene un subconcepto basado en las regiones del cerebro.

Para lograr la unión entre la Casa Mind Mix y Centro Plaza, se cambia de nombre a Holistic Plaza, entrando en el concepto de funcionalidad de todo el espacio. Siendo Holistic Plaza encargada de desarrollar al ser humano en diferentes áreas, todo en el mismo lugar.

-Marca

Mind Mix es una multimarca que se encarga de crear experiencias personalizadas e instantáneas en sus usuarios. A través de los diferentes productos y áreas que ofrece. Ayuda a las personas a desarrollarse íntegramente con la importancia de conocerse a uno mismo.

Cuenta con:

- Restaurantes Pop up
- Concept store
- Centro sensorial
- Supermercado de marca
- Pastel instantáneo Sweet Mix.

-Historia

Mind Mix nace del emprendimiento de pasteles instantáneos Sweet Mix, siendo esta una proyección de la dimensión y fuerza que puede tomar la marca, posicionándose en el mercado internacional como una multimarca llena de ideas innovadoras. En la casa Mind Mix, se le da el

protagonismo a los Sweet Mix, para introducir la multimarca, su historia y proyecciones, dándole la importancia al producto fundador.

En el 2015 nace Sweet Mix como emprendimiento de un grupo de jóvenes en el colegio.

Participaron en la feria internacional de compañías en México, donde compitieron emprendimientos de toda América Latina. Desde el año 2017 participan en ferias y su canal de ventas es por las redes sociales, con. En el 2020 nace como meta de expansión la multimarca Mind Mx, con la idea crecer como emprendimiento llegando a las personas por diferentes productos y servicios.

-Concepto

Mind Mix se encarga de crear experiencias personalizadas e instantáneas en sus usuarios, a través de los diferentes productos y servicios que ofrece. Explora el cerebro del usuario atravesando sus regiones y la conexión con los productos y el espacio. Ayuda a las personas a desarrollarse íntegramente con la importancia de conocerse a uno mismo.



Ilustración 1 Logo Mind Mix

Va de la mano con el concepto del producto fundador pastel instantáneo, Sweet Mix que te invitan a celebrar cada día junto con los diferentes sabores que tiene. La innovadora propuesta

juega con la psicología de los colores y las funciones de los alimentos para crear una experiencia al momento de comer el pastel. Aplicándolo en el diseño de empaque y su presentación.

Los sabores son:

- Chocolate, que aumenta la felicidad.
- Red velvet, que transmite amor por su color rojizo.
- Cookies and Cream, conlleva a la diversión
- Apple Cinnamon, que incrementa la creatividad gracias a la canela.



Ilustración 2 Frascos de Sweet Mix

-Proyección

Mind Mix se proyecta como una multimarca, capaz de competir con las grandes marcas a nivel internacional, en experiencia al consumidor. Al mismo tiempo que planea crear casas de marca alrededor del mundo, cada una enfatizándola en un producto diferente, creando nuevos e innovadores espacios y productos que satisfagan las necesidades de las personas.

Crecer como una multimarca amigable con el medio ambiente, en sus productos y espacios, al mismo tiempo que aporte a la integridad de las personas con prototipos instantáneos y personalizados que creen nuevas experiencias al consumirlos.

Alcance del proyecto:

Se diseñará el universo creativo de la marca Mind Mix bajo el concepto INSIDE OUT, utilizando las regiones del cerebro para conectar cada área y sus funciones. Estará ubicado en Holistic Plaza, planteando el rediseño de Centro Plaza Cumbayá por zonas. Con el concepto de funcionamiento en el cual la plaza esta encarga de desarrollar al ser humano en diferentes áreas. Estando todo en el mismo lugar.

-Problemática

El proyecto replantea la funcionalidad de Centro Plaza Cumbaya, convirtiéndola en un centro Holístico donde se encuentren las diferentes disciplinas que forman la integridad del ser humano. Cuenta con La casa Mind Mix, locales de arriendo, restaurantes, oficinas, estudios de diseño, consultorios de medicina alternativa, talleres creativos y gimnasios. La Casa Mind Mix se sitúa en el bloque izquierdo. Utilizando la planta baja de 786m² y la planta alta de 203m², contando con un total de 989m². Compartirá las plazas generales con Holistic Plaza, al mismo tiempo que Ilustración 3 Fachada Centro Plaza Cumbaya

son diseñadas con mobiliario urbano bajo el concepto INSIDE OUT de la Casa Mind Mix, para crear un espacio de integración e invitación a las diferentes áreas de la casa.



Ilustración 3 Fachada Centro Plaza Cumbaya

-Ubicación

El proyecto está Ubicado en la Avenida Pampite. En una zona que sirve de conexión entre la zona residencial de Cumbaya y la zona comercial. Al mismo tiempo que es la avenida que sirve de conexión con la Avenida Oswaldo Guayasamin, siendo esta una de las entradas a la ciudad de Quito. Esta zona en los últimos 10 años ha tenido una acogida a muchos locales de muebles, restaurantes, oficinas, colegios y universidad. Siendo así un punto de circulación móvil y a pie todo el día.

Ubicado en el valle de Tumbaco, Cumbayá, está situada a 2.200 m sobre el nivel del mar, vecina al cerro Ilaló. Cuenta con una temperatura más alta a la de Quito, el valle está entre los 10-21C, por lo que lo hace una zona cálida. Tiene aproximadamente 30.000 habitantes. Se encuentra a 20 min de Quito y cuenta con todos los servicios. La zona cuenta con una alta plusvalía, ya que está a menos de 10 cuadras del parque Central de Cumbayá.

Puntos de interés cercanos al proyecto:

-Colegio Menor

-Universidad San Francisco de Quito

-Centros comerciales: Centro comercial Cumbayá, Scala, Paseo San Francisco, La Esquina, Plaza Antara

-Accesos: Via Pampite

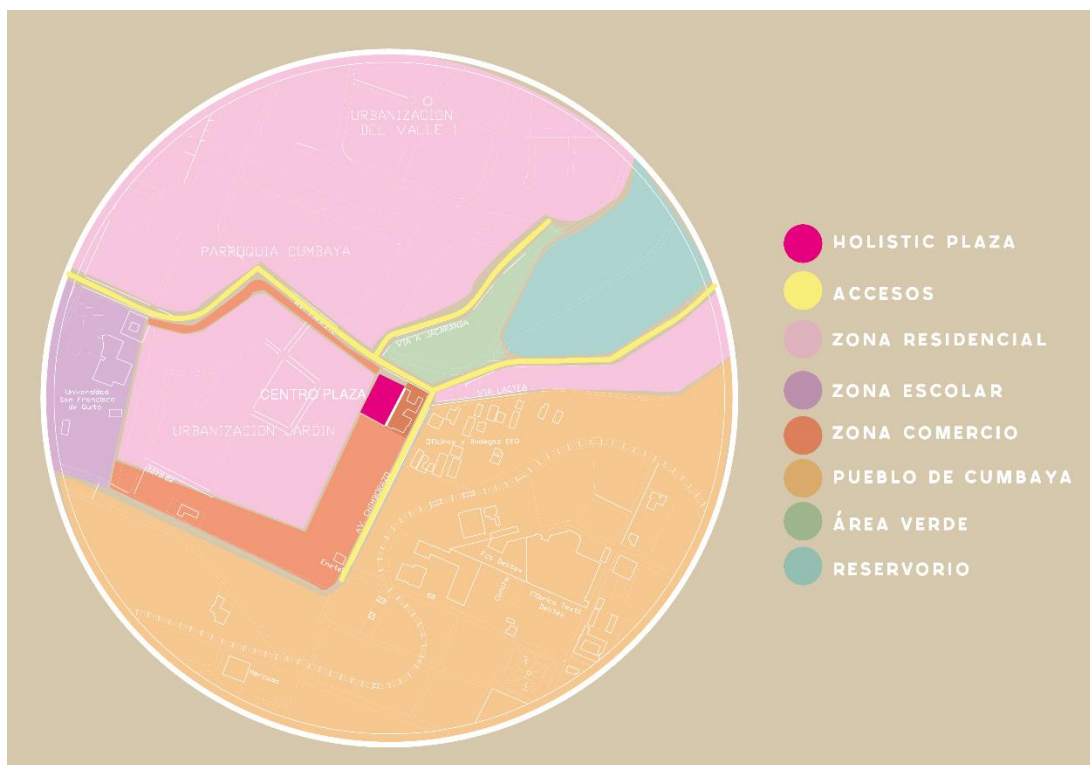


Ilustración 4 Implantación de ubicación

-Análisis arquitectónico

Centro Plaza Cumbaya, tiene dos torres principales que se conectan entre ellas en forma de U.

Cuenta con:

-Subsuelo

-Planta 1 de comercio

-Planta 2 de oficinas y consultorios

-Planta 3 y 4 departamentos

En total tiene 3825.6 m² de construcción.

Su estructura es de columnas de hormigón y vigas de acero, en forma de malla para sostener la edificación. En la parte interior de la plaza tiene la estructura de las vigas vistas, en las fachadas de cada lado.

Se caracteriza por tener una plaza central, la cual las fachas de las torres, derecha, izquierda e inferior, tiene vista, al igual que circulación horizontal vista, en forma de balcones. Esto da a conocer que es un espacio para compartir con áreas interconectadas en todos sus niveles, con vista a la plaza central.

En sus fachadas tiene una estructura de pérgola vertical para darle un cambio de color y materialidad al conjunto. Al mismo tiempo que las vigas de madera acentúan el espacio de hogar dentro de un espacio público.



Ilustración 5 Vistas Centro Plaza Cumbaya actualmente

-Accesos

La circulación en el área comercial, es decir la planta baja ó 1, tiene como principal la plaza central, y secundarias los pasillos con techo en donde se pueden ver las vitrinas de los locales.

En cuanto a circulación, Centro Plaza cuenta con varias entradas. La peatonal que da a la avenida Pampite, y la de automóviles por el subsuelo, con entrada por la misma Avenida Pampite. Sin embargo, desde el Subsuelo hay la posibilidad de subir por dos accesos verticales, el primero solo con gradas que da a la parte comercial y sube hasta la segunda planta. Mientras que el segundo acceso vertical, sirve para el área de oficinas y departamentos con acceso a todas las plantas, al mismo tiempo que es para el área comercial.

-Referencias

Las casas de marca se crean cuando una marca quiere crear su espacio creativo, donde ofrecen más productos y servicios. Contando con áreas que no tienen una relación directa con la actividad de la marca.

Tomando como referencia Café Dior, donde cuentan con una cafetería, utilizando el mismo concepto de marca para crear el espacio y la experiencia del usuario.



Ilustración 6 Café Dior



Ilustración 7 Café Dior

Por otro lado, tomo como referencia la marca de té Hatsu. En cuanto a su manera de manejar la imagen de la marca y su ampliación de productos, creando espacios popup al mismo tiempo que áreas establecidas de compra de sus productos, como el supermercado Hatsu.



Ilustración 8 Hatsu market



Ilustración 9 Casa Veggie milk de Hatsu

-Competencia

Siendo la Holistic Plaza, un espacio en donde se encuentran desde restaurantes, hasta consultorios de medicina alternativa. Su competencia directa es “La Tejedora”, siendo este un espacio en donde el diseño, el arte y las propuestas innovadoras tienen su lugar. La mayoría de sus clientes son emprendimientos ecuatorianos que buscan dejar un impacto positivo en las personas que visitan el distrito creativo. La plaza cuenta con un espacio cerrado en donde la circulación es peatonal y los visitantes son capaces de recorrer todo el espacio al igual que sus

vitrinas. En cambio, “La tejedora” es un espacio con mayor superficie en donde la movilidad en carro es más frecuente y presenta un problema de seguridad para los peatones.

Por otro lado, los centros comerciales “Paseo San Francisco” y “Scala Shopping” son competencia, ya que siendo centros comerciales cuentan con locales y restaurantes. Además, que el “Paseo San Francisco” cuenta con un área de oficinas, y se facilita para sus usuarios por la conexión con la Universidad San Francisco de Quito.

A continuación, el Centro comercial “La esquina” es la mayor competencia por ubicación, ya que son edificaciones vecinas. “La Esquina” es un centro de restaurantes, cafeterías, locales y oficinas, que tiene más de 20 años de construcción.

En la ciudad de Quito, no hay un espacio que incluya muchos espacios y actividades de la misma marca. Sin embargo, tomando al producto principal, los pasteles instantáneos, la competencia sería la siguiente:

-República del Cacao, con sus locales donde se puede comprar el producto empacado al mismo tiempo que comer los productos en el mismo espacio.

-Tippytea blends: marca de té que cumplan la misma función de comprar empacado o tomarlo en el local.

-Personalización: La competencia son las tiendas que permiten a sus clientes personalizar su orden, comérsela ahí o llevársela, como:

-Chicberry / Cocolimon, que tienen la opción de que cada persona se sirva la cantidad que quiere y se paga por el peso del producto final.

-Target

El target para la Casa Mind Mix es la población económicamente activa, que busquen nuevas experiencias y la personalización en los productos. Al mismo tiempo que disfrute de la gastronomía nueva y cambiante. Además, deben ser personas de mentalidad abierta para permitirse aventurarse al interior de sus cabezas y conocerse en ese viaje.

Por otro lado, el target de Holistic Plaza, al igual que la casa Mind Mix, es la población económicamente activa que tenga afinidad con el diseño y el desarrollo personal. También que valoren el arte y diseño.

Programación general y funcionamiento

-Funcionamiento

La Casa Mind Mix al ser parte del establecimiento de Holistic Plaza, cumple con los siguientes horarios de funcionamiento:

-Oficinas: 7:00 am - 9:30 pm

-Restaurante: 8:00 am – 10:00 pm

-Local: 8:00 am- 8:00 pm

Por consiguiente, cada área cumple con una función específica:

1. Local Sweet Mix: Conocer la marca y su origen, es la esencia de Mind Mix.
2. Área de personalización: Creación de tu propio Sweet Mix.

3. Restaurante: Espacio de presentación de nuevos chefs, la cocina cambia cada 3 meses de chef. Tomando en cuenta el concepto de lo sensorial.
 4. Centro sensorial: Experimentar el efecto Mind Mix, con juegos de exploración personal.
- Los espacios públicos de acceso general son: local, área de personalización, restaurante y centro sensorial. Mientras que las oficinas y el laboratorio de ideas es privada y solo pueden ingresar los trabajadores de la casa.

-Abastecimiento

La Casa Mind Mix se abastece a las 7:00 am, los camiones de alimentos ingresan por el subsuelo y se hace uso del montacargas para llegar al área de producción o directamente al restaurante.

El local y el área de personalización que necesitan mercancía todo el tiempo, cuentan con una bodega en la parte de atrás de sus áreas donde se almacena lo necesario para el día. Del mismo modo, el área de producción, realiza viajes en coches, para abastecer los puntos necesarios en las mañanas, mientras que se mantiene un control desde las oficinas de la misma.

Programa:

-Concepto de funcionamiento

El concepto de funcionamiento de Holistic plaza se basa en el cuerpo humano, siendo este el mapa. Envuelve todas las áreas, usando los órganos principales y sus características aplicándolas en el espacio.

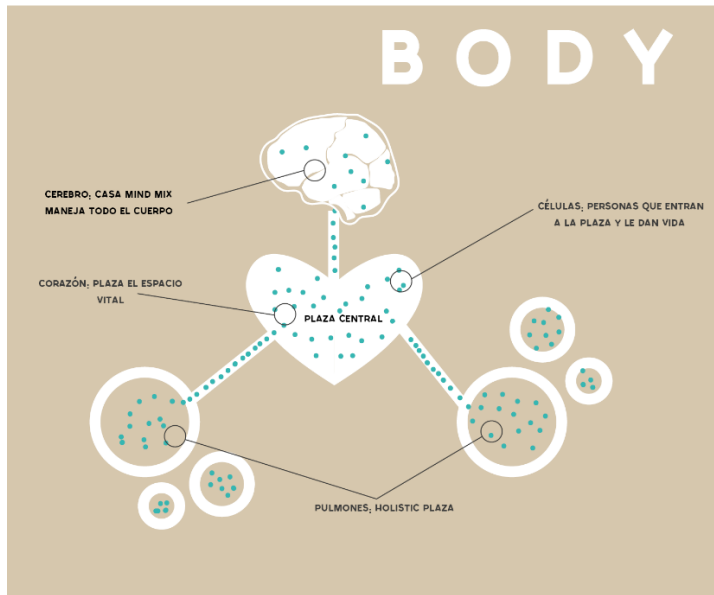


Ilustración 10 Funcionamiento Holistic Plaza

-Concepto de Casa Mind Mix

INSIDE OUT, el efecto Mind Mix. Los espacios de la casa te transportan al interior de tu cabeza, en un viaje por las conexiones neuronales.

Conoces tus emociones y como se conectan entre ellas por medios de los productos y actividades de la casa.

El efecto que tiene los productos de la marca, tomando en cuenta a Sweet Mix, se da como el efecto de los neuroquímicos. Que con la ayuda de los neurotransmisores mandan señales de una neurona a otra, atravesando las regiones del cerebro.

Basado en la psicología de los colores, más las diferentes personalidades de “The Myers-Briggs Indicator”

-Subconceptos por área

Se relaciona la función de cerebro más espacio, cada región del cerebro representa un espacio.

Sus características se fusionan.

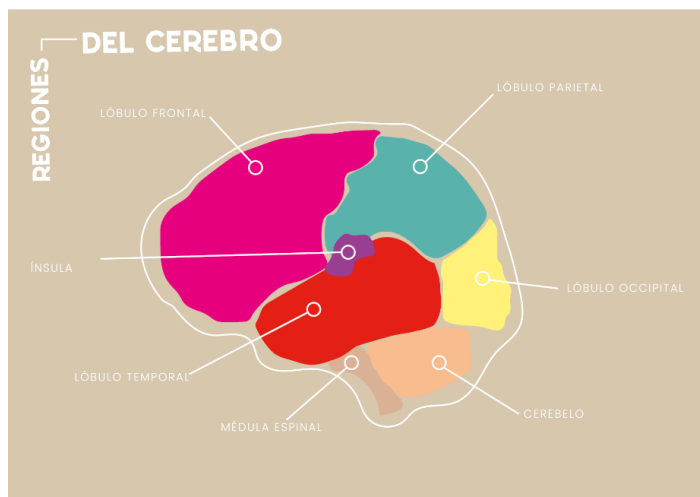


Ilustración 11 Regiones del cerebro

-Lóbulo occipital: Local Sweet Mix. Esta región del cerebro está encargada de la forma, el color y movimiento. Experimentar emociones según lo que vemos, además de la interpretación del color. Todo entra por los ojos, la combinación de colores, texturas y tamaños modulan el espacio. Se utiliza la morfología del ojo como recorrido espacial.



Ilustración 12 Vista frontal local



Ilustración 13 Vista lateral izquierda

local

-Lóbulo frontal: Área de personalización. Región encargada de planear. Mantiene el control motoro, la memoria y permite la imaginación. Se plantea un laberinto de opciones, hay que tomar decisiones para salir de él. Muchas opciones al igual que la cantidad de ingredientes. “Decisiones personales”.



Ilustración 14 Vista fachada área de personalización



Ilustración 15 Vista lateral izquierda área de personalización

-Lóbulo parietal: Centro sensorial. Nos dota de ubicación espacial, la percepción sensorial y el desarrollo del yo. Al mismo tiempo que integra los sentidos y determina nuestro estado anímico. Se crea un nuevo ecosistema donde los sentidos son los protagonistas. El juego de niveles y texturas ayuda a desarrollar la personalidad. Basando las actividades en las personalidades de “The Myers-Briggs Indicator”, tomando en cuenta la personalidad que modula el ambiente y las experiencias.



Ilustración 16 Vista frontal centro sensorial

-Lóbulo temporal: Oficina más laboratorio de ideas. Esta región del cerebro es la única que se divide en dos, al igual que el espacio que representa. El hemisferio izquierdo está encargado de la comprensión del lenguaje y cumple la función en las oficinas. Mientras que el hemisferio derecho corresponde a la memoria y se aplica para el laboratorio de ideas junto con el área de producción. El trabajo es un aprendizaje constante en donde las personas se desarrollan y se causa un efecto domino. Pasa de modo secuencial, como las capas.



Ilustración 17 Vista interior derecha oficina



Ilustración 18 Vista entrada desde

-Ínsula: Pastelería. Encargada del gusto y olfato. Controla el sistema digestivo, al mismo tiempo que de la percepción y emoción. Se lleva al restaurante a la suspensión del tiempo, aplicándolo al espacio. Comer es toda una experiencia que involucra los sentidos, empezando por el gusto y el olfato. Cuando la persona come, se crea una suspensión del tiempo que te transporta a otra parte.



Ilustración 19 Vista barra, pastelería, bar y cocina exterior



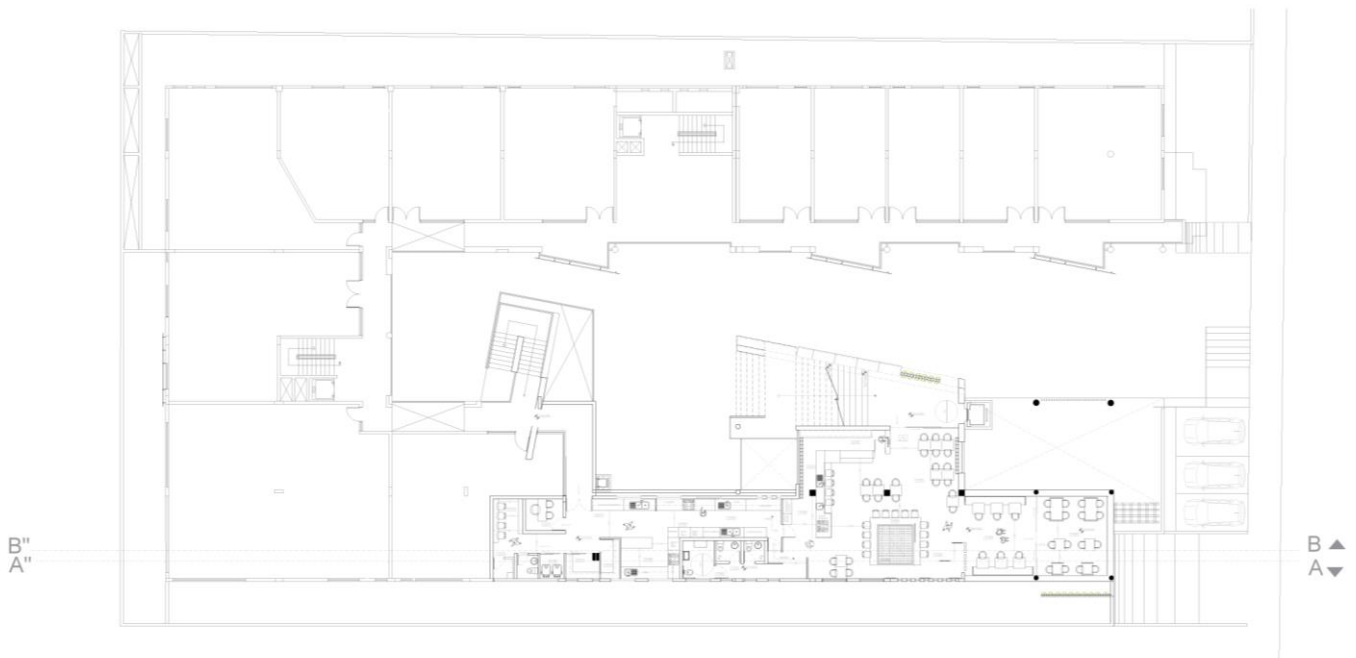
Ilustración 20 Vista elemento unificador y área suspendida

Proceso de diseño

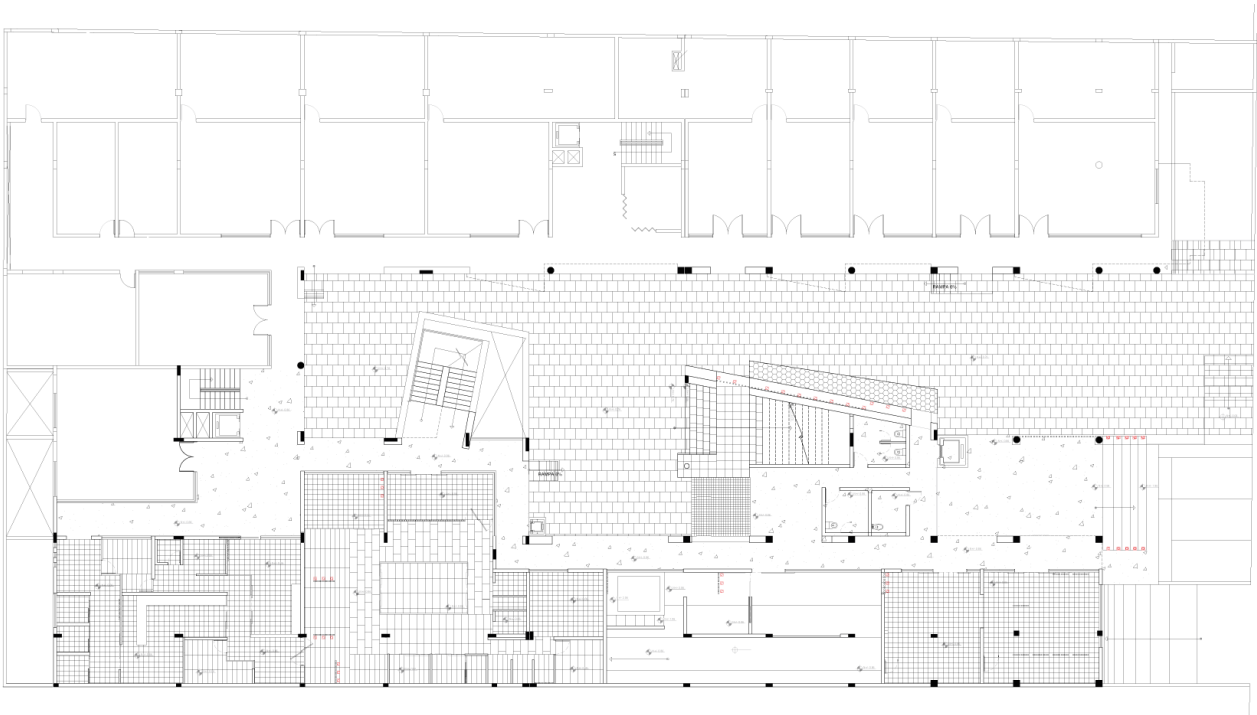
-Desarrollo de planos



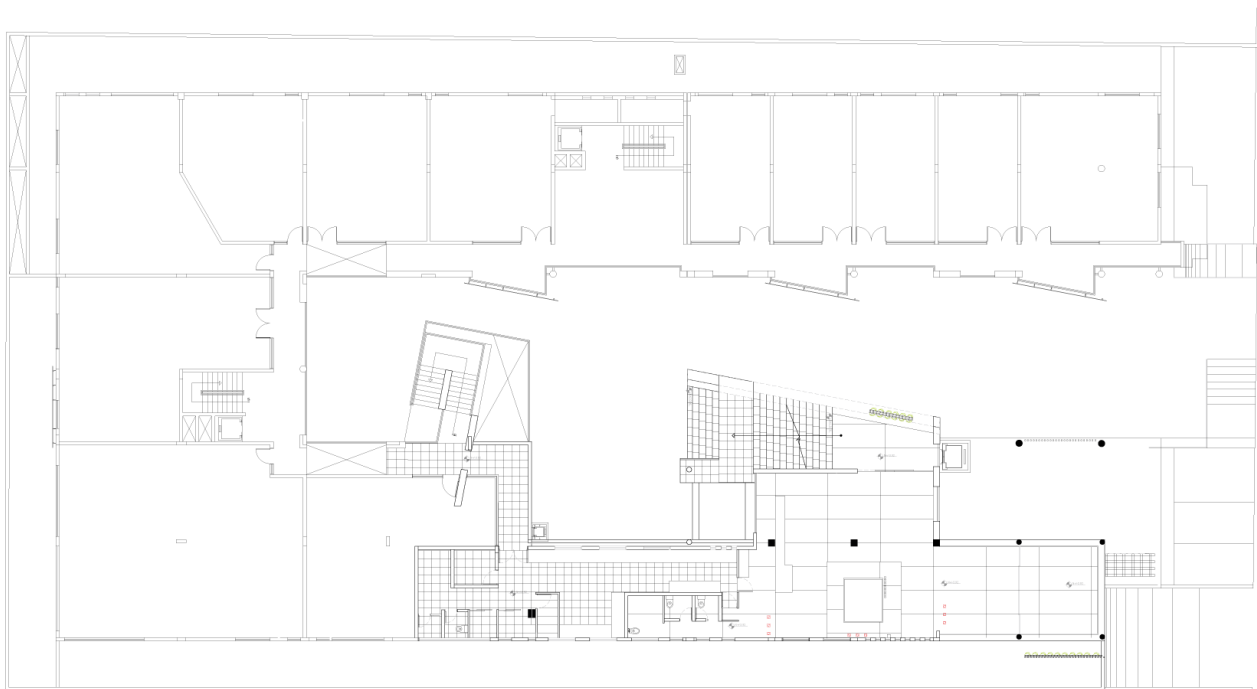
Plano mobiliario. Planta Baja



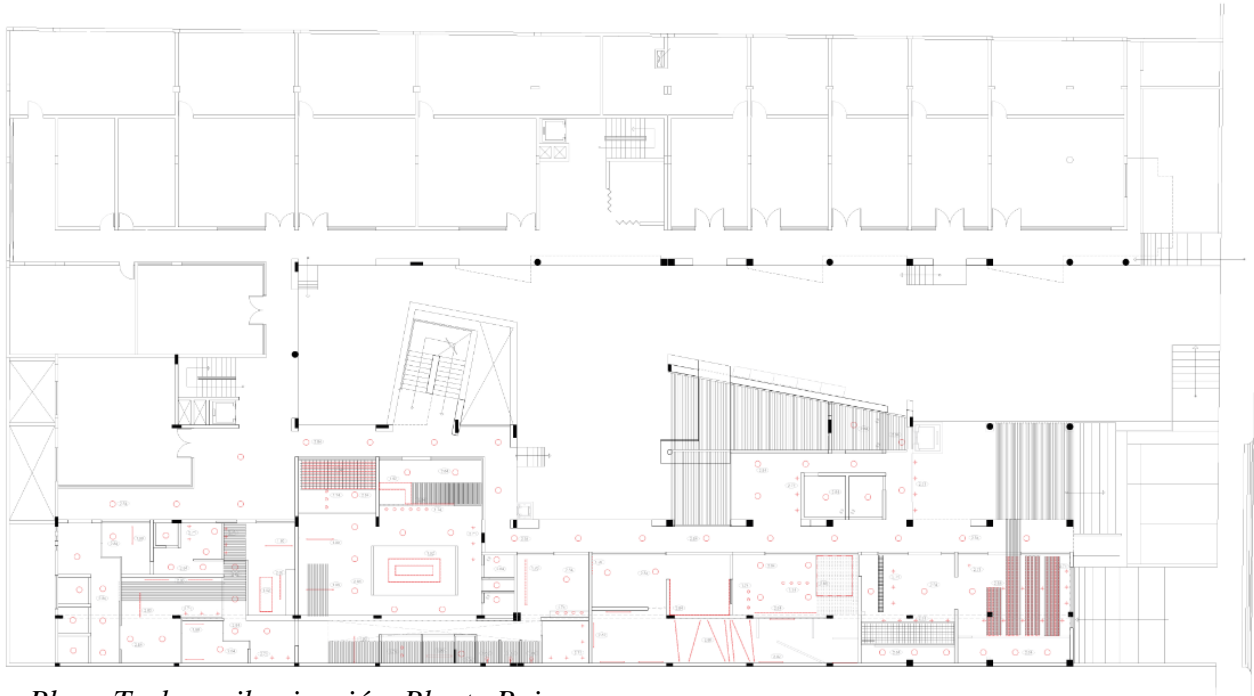
Plano mobiliario. Planta Alta



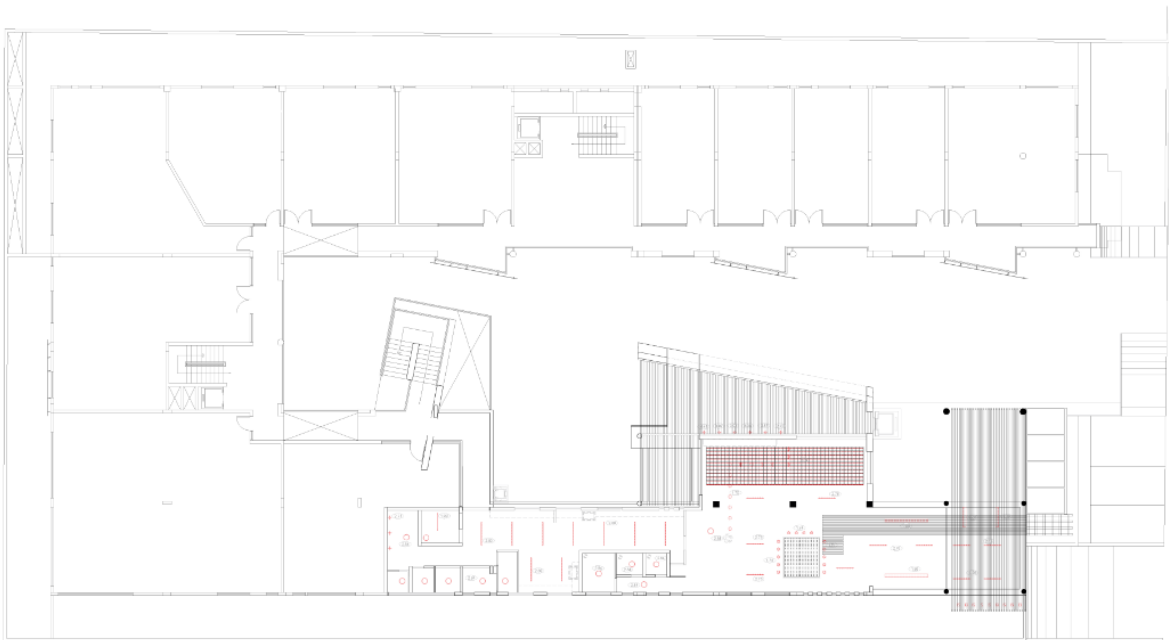
Plano Pisos. Planta Baja



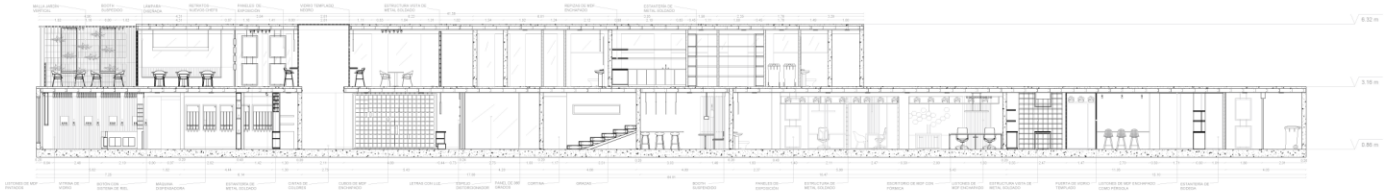
Plano Pisos. Planta Alta



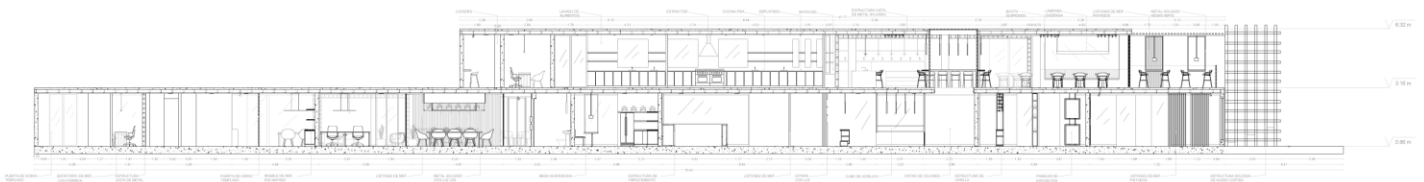
Plano Techos e iluminación. Planta Baja



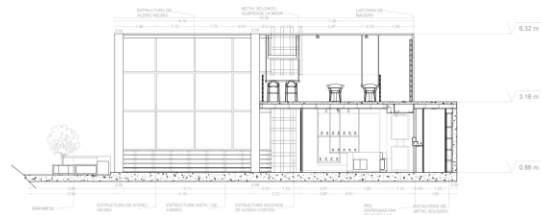
Plano Techos e iluminación. Planta Alta



Corte A-A''

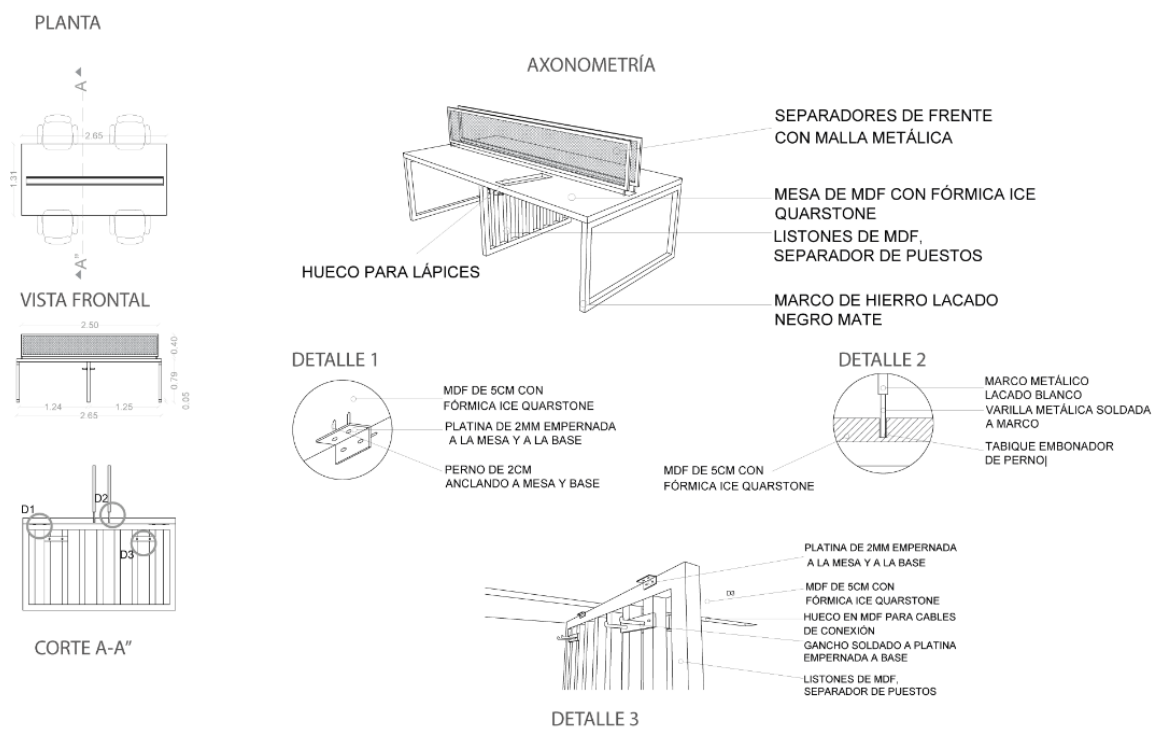


Corte B-B''

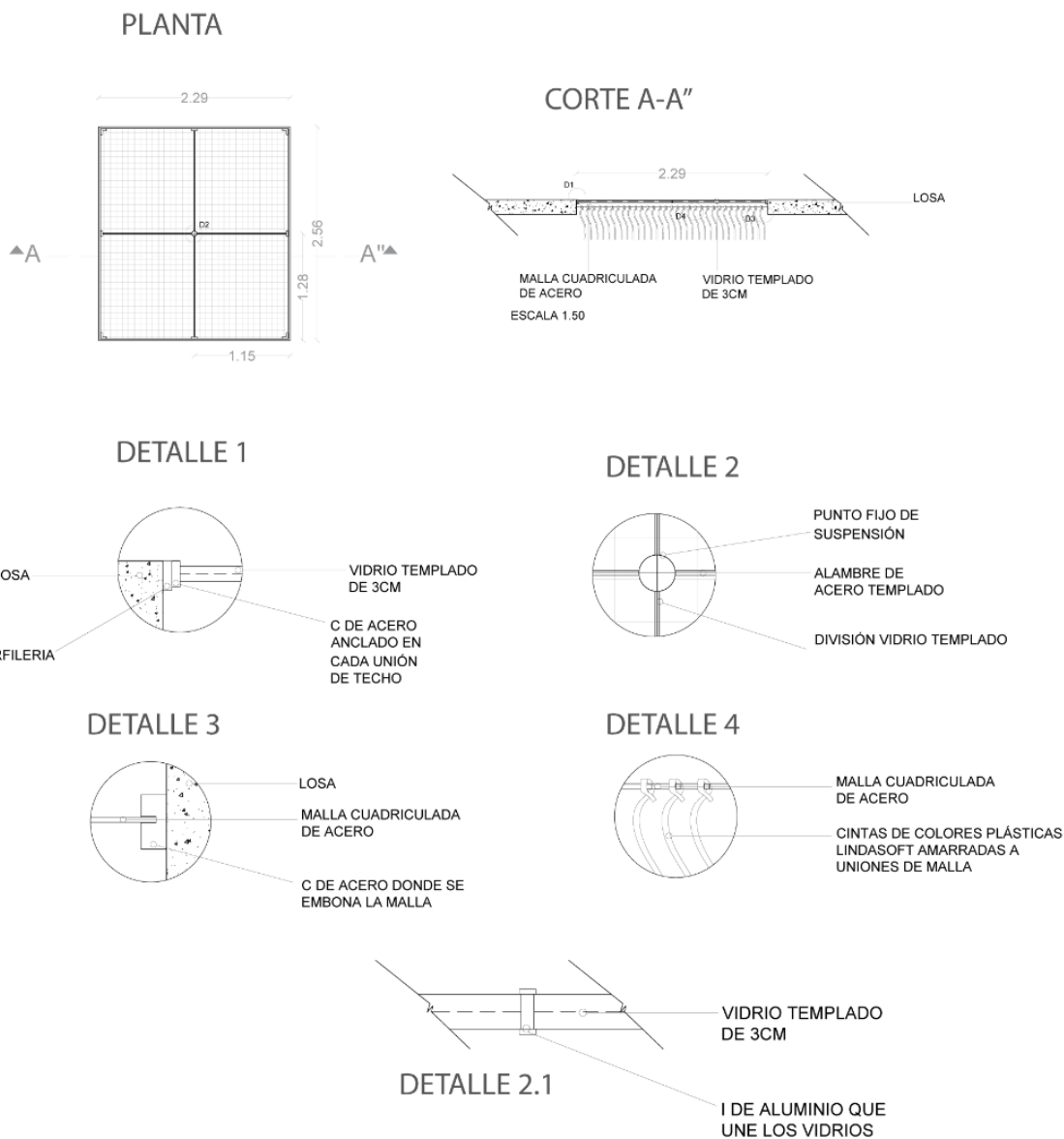


Corte C-C''

Detalle escritorio puesto de trabajo



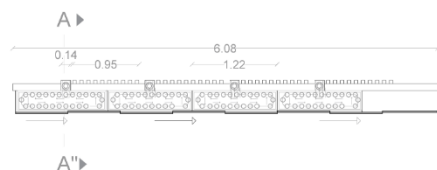
Detalle vidrio templado con cintas de colores



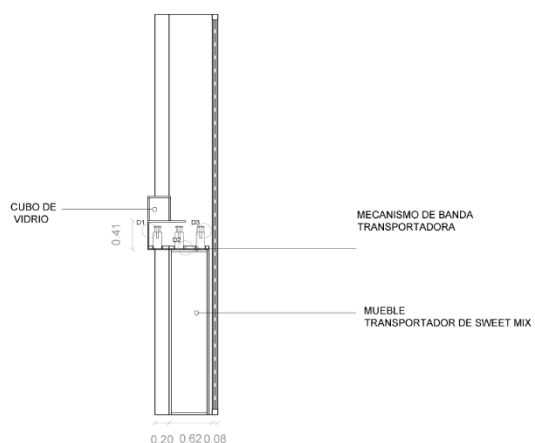
Detalle banda transportadora Sweet Mix

DISPENSADOR SWEET MIX

PLANTA



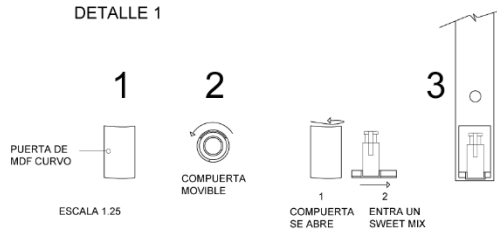
CORTE A-A''



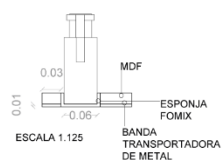
CORTE B-B''

ESCALA 1.50

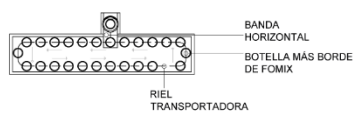
DETALLE 1



DETALLE 2



DETALLE 3



Conclusiones

La Casa Mind Mix, se plantó dentro de Holistic Plaza. Se diseñó la casa de marca, bajo el concepto Inside Out que invita a las personas a la exploración personal. Todas las áreas juegan un papel indispensable en la casa. Entre ellas se complementan y logran la experiencia Mind Mix.

Se diseño: Planta baja: 608,49 m²

 Planta alta: 309, 38 m²

 Plazas y áreas de servicio: 929,91 m²

En conclusión, el proyecto cuenta con todos los elementos necesarios conceptual y funcionalmente para hacerse realidad. El diseño fue pensado con materiales viables en base a un presupuesto medio. Al mismo tiempo que cada área de la casa corresponde a un subconcepto y todo se enlaza al concepto general.

Con este trabajo de diseño, espero ampliar la investigación de funcionamiento de las casas de marca, para el futuro desarrollo de varias de ellas en el país.

Referencias:

Bertran Prieto, P., n.d. *25 Curiosidades Y Datos Interesantes Sobre El Cerebro*. [en línea] Medicoplus.com. Disponible en: <<https://medicoplus.com/neurologia/curiosidad-cerebro>> [Encontrado el 8 octubre 2020].

Izquierdo, A., 2019. *Hatsu, Té Y Estilo De Vida*. [en línea] Revista PyM. Disponible en: <<https://revistapym.com.co/mercadeo/hatsu-te-y-estilo-de-vida>> [Encontrado el 11 octubre 2020].

Kopec, D. (2012). *ENVIRONMENTAL PSYCHOLOGY FOR DESIGN*. Canada : Farichild Books, a Division of Condé Nast Publications .

Mollá, J., n.d. *Los 4 Lóbulos Del Cerebro (Anatomía Y Funciones)*. [en línea] Medicoplus.com. Disponible en: <<https://medicoplus.com/neurologia/lobulos-del-cerebro>> [Encontrado el 11 octubre 2020].

psicologia-online.com. 2020. *Cómo Funciona El SISTEMA NERVIOSO* - Con Fotos, Gráficos Y Vídeo. [en línea] Disponible en: <<https://www.psicologia-online.com/como-funciona-el-sistema-nervioso-4171.html>> [Encontrado el 13 octubre 2020].

Time Out Miami. n.d. *Café Dior*. [en línea] Disponible en: <<https://www.timeout.com/miami/restaurants/caf%C3%A9-dior>> [Encontrado el 11 octubre 2020].

Anexos

Anexo A: Vistas Casa Mind Mix

Vista de plazas Casa Mind Mix



Vista local Sweet Mix



Vista área de personalización



Vista centro sensorial



Vista oficina



Vista restaurante



Anexo B: Links

-Presentación Prezi: <https://prezi.com/view/SqcYWqHIzRyG2JiCt2cV/>

-Video Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=JBeMikpNmsk&feature=youtu.be>