



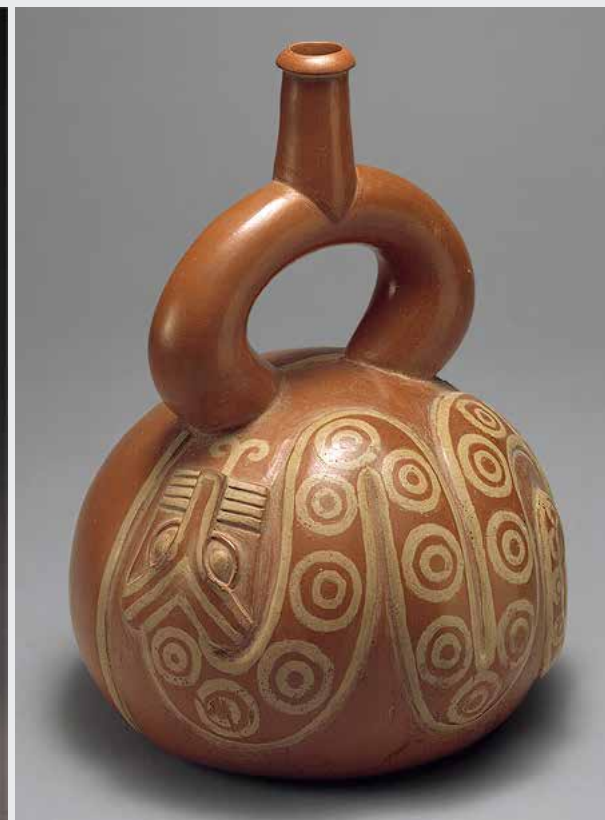
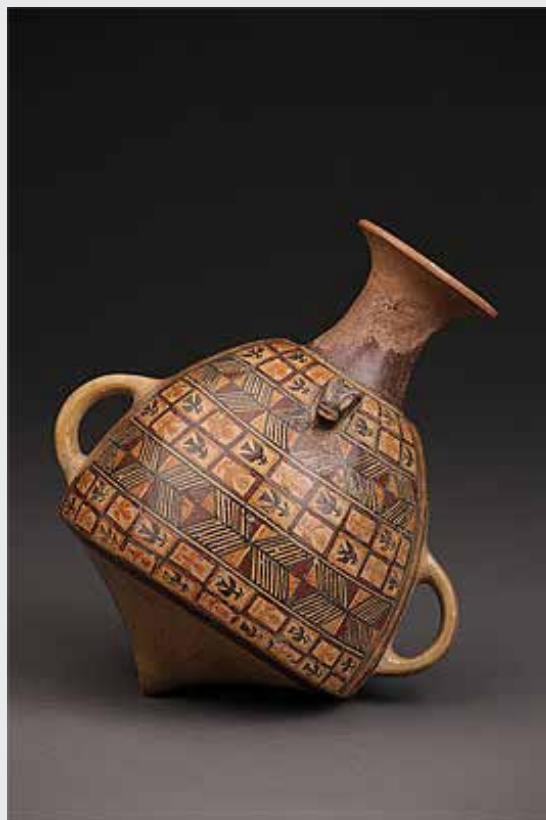
**Piskos.**

Xavier Loránd

# Mi inspiración...

El punto de partida es:

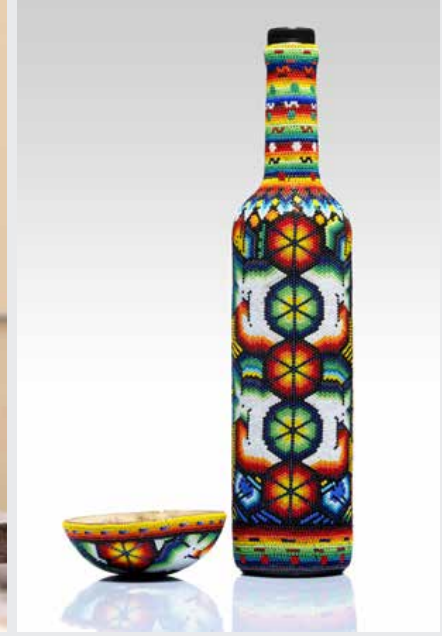
- Tradición
- Formas clásicas
- Figuras únicas
- Estética
- Armonía
- Color
- Patrones
- Identidad



# Proyectos similares...

En los alrededores de Latinoamérica se han llevado a cabo proyectos similares los cuales también sirven como fuente de inspiración y son prueba de la viabilidad de este tipo de objetos.

Sin embargo “Piskos” cuenta con valores agregados basados específicamente en el “briefing” para la Perú Design Net.



## El proyecto...

El pisco recibió su nombre de las vasijas que se utilizaban para fermentar las uvas. Esos 'piskos', nacidos de la profunda tradición de alfarería y cerámica inca en el Valle del Pisco, son los que dan la inspiración para estas tres botellas. Al rediseñar tres piezas de la tradición inca, se quiere evidenciar la relación que mantienen el pisco y su recipiente, tanto así que de una surge el nombre de la otra, y reforzar su identidad peruana, su vínculo con la tierra en la que nace y vive, manteniendo cerca su historia, cultura y procesos. Así, se pueden llevar estos conceptos de la mano de los productores, hombres y mujeres peruanos que mantienen una fuerte relación con sus raíces y cultura dentro de una sociedad contemporánea, dejando clara la diversidad y el valor del pisco y sus productores artesanales.

Se propone implementar un sistema de identificación del producto unitario, que identifique a quienes estuvieron involucrados en el proceso: la botella especificará la región de origen del pisco (un sistema similar a la denominación de las uvas en el vino), la cosecha y su productor, el número de la botella (de ese año), además de la comunidad de artesanos involucrada en el desarrollo y decoración de la botella. La intención es hacer de cada botella un elemento único y relacionable, aumentando el valor intangible de cada una de las botellas y mejorando también la experiencia de compra de los usuarios de la plataforma web, pues no están comprando sólo una bebida alcohólica, sino que están adquiriendo una pieza de artesanía única, están involucrándose en la tradición y sentimiento peruano. Al ayudar a los pequeños productores y artesanos a obtener un producto competitivo, no sólo por su calidad, sino por su presencia, historia y aura, lograremos conectarles con un mercado internacional. Esto nos permite crear una conexión entre los productores y los usuarios y consumidores del pisco a través de [piscosour.com](http://piscosour.com), plataforma que permite todo lo que hemos descrito, pues posibilita el contacto con los productores locales, manteniendo la identidad artesanal del producto y su historia en el siglo XXI.

Las 3 piezas...



Piskos.





**Esta pieza estará sometida a una decoración artesanal y a posibles cambios de color general según se crea conveniente.**



**Esta pieza estará sometida a una decoración artesanal y a posibles cambios de color general según se crea conveniente.**





**Esta pieza estará sometida a una decoración artesanal y a posibles cambios de color general según se crea conveniente.**



# Proyectos personales relacionados

Previo a mi carrera como diseñador, tuve la oportunidad de trabajar en el ámbito de la coctelería y destilería durante 3 años, lo que despertó una gran pasión en este tema y me ha llevado a realizar trabajos con empresas como Glenfiddich whiskey, Hendrick's Gin, Bombay Sapphire y Bruni Glass Milano.



The Empress Glass  
Bombay Sapphire  
Londres UK 2008



Vendetta  
Bruni Glass  
Milan ITA. 2013



Lúmina  
Glenfiddich Whiskey  
Madrid ESP.2013



gracias!