



PURO OLIVA

## Informe de práctica

### *Práctica laboral 2*

Nombre: Eddy Rubén Terrazas Zambrana  
Empresa: Puro Oliva SpA  
Fecha: Diciembre del 2025

# Introducción

Durante mi Práctica Laboral 2, desarrollada nuevamente en la empresa Puro Oliva SpA de Arica, tuve la oportunidad de profundizar y expandir significativamente el trabajo iniciado en mi primera práctica. Si bien continué apoyando la comunicación visual y la gestión digital de la marca principal de aceite de oliva y de la línea Cedro, que se creó anteriormente, esta segunda etapa se caracterizó por asumir mayores responsabilidades y por la creación de una identidad visual completamente nueva para un producto distinto: Café Cedro.

Con el cambio en la estructura del equipo, pasando a trabajar directamente con el gerente general, Yusef Buanton Guerra, mi rol evolucionó desde tareas de ejecución hacia una participación más estratégica. Además de continuar con la fotografía, producción de video, diseño de contenidos para redes sociales y la gestión operativa del E-commerce (especialmente en Mercado Libre), un objetivo central fue el desarrollo de la propuesta gráfica integral para el nuevo café. Este proceso, en el que invertí una parte sustancial de mi tiempo, comprendió desde la conceptualización inicial y diseño de logotipos hasta la creación de las primeras etiquetas, definiendo los lineamientos visuales que posteriormente fueron aprobados para su uso.

Esta experiencia no solo me permitió consolidar mis competencias en diseño multimedia, sino también adquirir nuevos conocimientos en gestión comercial y administrativa, áreas en las que recibí directa instrucción. Así, la práctica se transformó en un espacio donde convergieron la aplicación creativa de mi carrera y el aprendizaje del funcionamiento integral de una empresa, fortaleciendo mi perfil profesional hacia un enfoque más multidisciplinario y estratégico.



# Objetivos

## Generales

El objetivo general de esta Práctica Laboral 2 fue diseñar, implementar y gestionar la estrategia de comunicación visual y digital para las marcas del holding Puro Oliva SpA, con especial foco en el lanzamiento de la nueva línea “Café Cedro”, asumiendo además responsabilidades operativas y estratégicas en el E-commerce tras la reestructuración de la empresa

Propuestas de estrategia visual para una nueva marca de Café Molido y en grano.

Fotografía, video, y edición, de un nuevo producto que ya tenía una identidad visual.

Diseño de publicaciones y contenido para redes sociales (post, Reel, Historias)

Propuestas gráficas para una nueva marca (Diseño de logos, Diseño de etiquetas)

Gestión básica de E-commerce en general (Mercado Libre, Introducción a supermercados nacionales).

## Específicos

# Descripción de la empresa



*Yusef Bu-Antun Guerra*

Gerente y dueño  
de la empresa



*Eddy Terrazas Zambrana*

Practicante de la  
carrera

Puro Oliva es una empresa que se dedica a la producción y venta de aceite de oliva extra virgen. Su objetivo principal es ofrecer un producto natural y de alta calidad, proveniente de sus propios cultivos de olivos ubicados en el Valle de Azapa, Arica. La empresa elabora y embotella su aceite de oliva virgen, extra virgen, premium, y actualmente lo comercializa en distintos formatos.

Puro Oliva comienza sus operaciones hace aproximadamente un año y recientemente se ha introducido en el ámbito digital para potenciar sus ventas. Desde hace varios meses, la empresa vende sus productos a través de Mercado Libre, donde ha tenido muy buenos resultados. Además, ha comenzado a utilizar redes sociales como Instagram y Facebook para publicar contenido publicitario y acercarse a nuevos clientes.



# Descripción de los trabajos realizados

## Trabajo N°1

### Manual de marca: Café Cedro



Figura 1 - 2: Contenido del Manual para una marca nueva. Fuente: Propia.

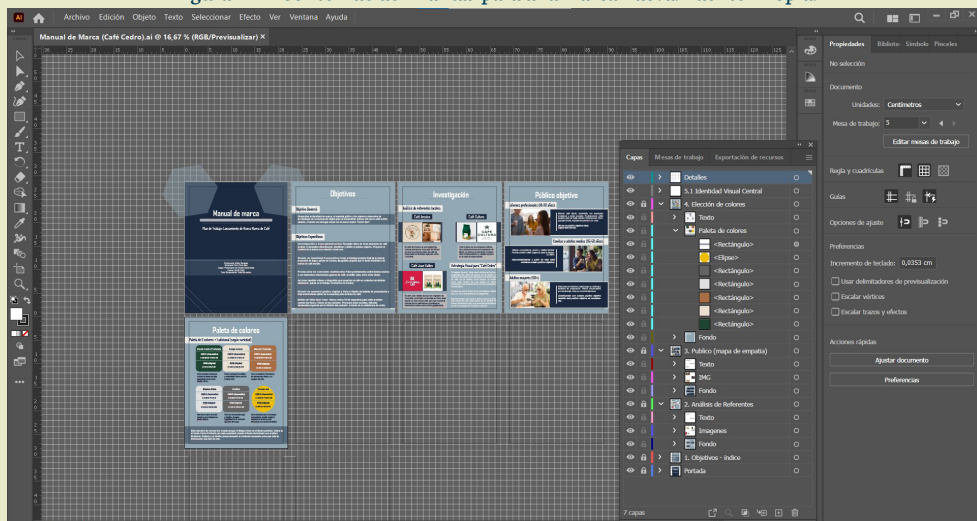


Figura 2: Captura de pantalla de la Diagramación del Manual para una marca nueva. Fuente: Propia.

**Pieza gráfica:** Manual (PDF).

**Nombre de la pieza gráfica:** **Plan de trabajo:** Lanzamiento de Nueva Marca de Café.

**Dimensiones:** 2599 x 3307 píxeles

**Programas utilizados:** Adobe Illustrator 2022.

**Tamaño del PDF:** 128 MB

**Objetivo:** El lanzamiento de la nueva marca de Café "Cedro", es crear una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, además se quiso avanzar más en esta parte, pero según el empleador ya tenía todo en mente.

# Descripción de los trabajos realizados

## Trabajo N°2

### Producción y edición



Figura 3: Fotografía de los productos de la marca Cedro. Fuente: Propia.

**Dimensiones:** 4160 x 2774 píxeles

**Equipo usado:** Cámara profesional (de una tercera persona)

**Resolución:** 96ppp

**Objetivo:** Tomar todas las fotografías y videos posibles para su uso posterior de la marca “Cedro”, así como también la edición para su uso con fines comerciales.



Figura 4: Fotografía del formato de 500ml de la marca Cedro. Fuente: Propia.

**Dimensiones:** 2774 x 4160 píxeles

**Equipo usado:** Cámara profesional (de una tercera persona)

**Resolución:** 96ppp

**Objetivo:** Tomar todas las fotografías y videos posibles para su uso posterior de la marca “Cedro”, así como también la edición para su uso con fines comerciales.



Figura 5: Video del formato de 1 Litro de la marca Cedro. Fuente: Propia.

**Dimensiones:** 1920 x 1080, 30 fps (Vertical).

**Equipo usado:** Cámara profesional (de una tercera persona).

**Tamaño:** 96 MB.

**Duración:** 13 segundos.

**Objetivo:** Tomar todas las fotografías y videos posibles para su uso posterior de la marca “Cedro”, así como también la edición para su uso con fines comerciales.



Figura 6: Video editado de la marca Cedro. Fuente: Propia.

**Dimensiones:** 1920 x 1080 30 fps (Vertical).

**Programas usados:** Davinci Resolve, Cap-Cup.

**Tamaño:** 670,2 MB.

**Duración:** 16 segundos.

**Objetivo:** Tomar todas las fotografías y videos posibles para su uso posterior de la marca “Cedro”, así como también la edición para su uso con fines comerciales.



Figura 7: Fotografía editada de la marca Cedro. Fuente: Propia.

**Dimensiones:** 2774 x 4160 píxeles

**Programa usado:** Adobe Photoshop 2024.

**Resolución:** 300ppp

**Objetivo:** Tomar todas las fotografías y videos posibles para su uso posterior de la marca “Cedro”, así como también la edición para su uso con fines comerciales.



# Descripción de los trabajos realizados

## Trabajo N°3

### Diseño de Identidad Visual

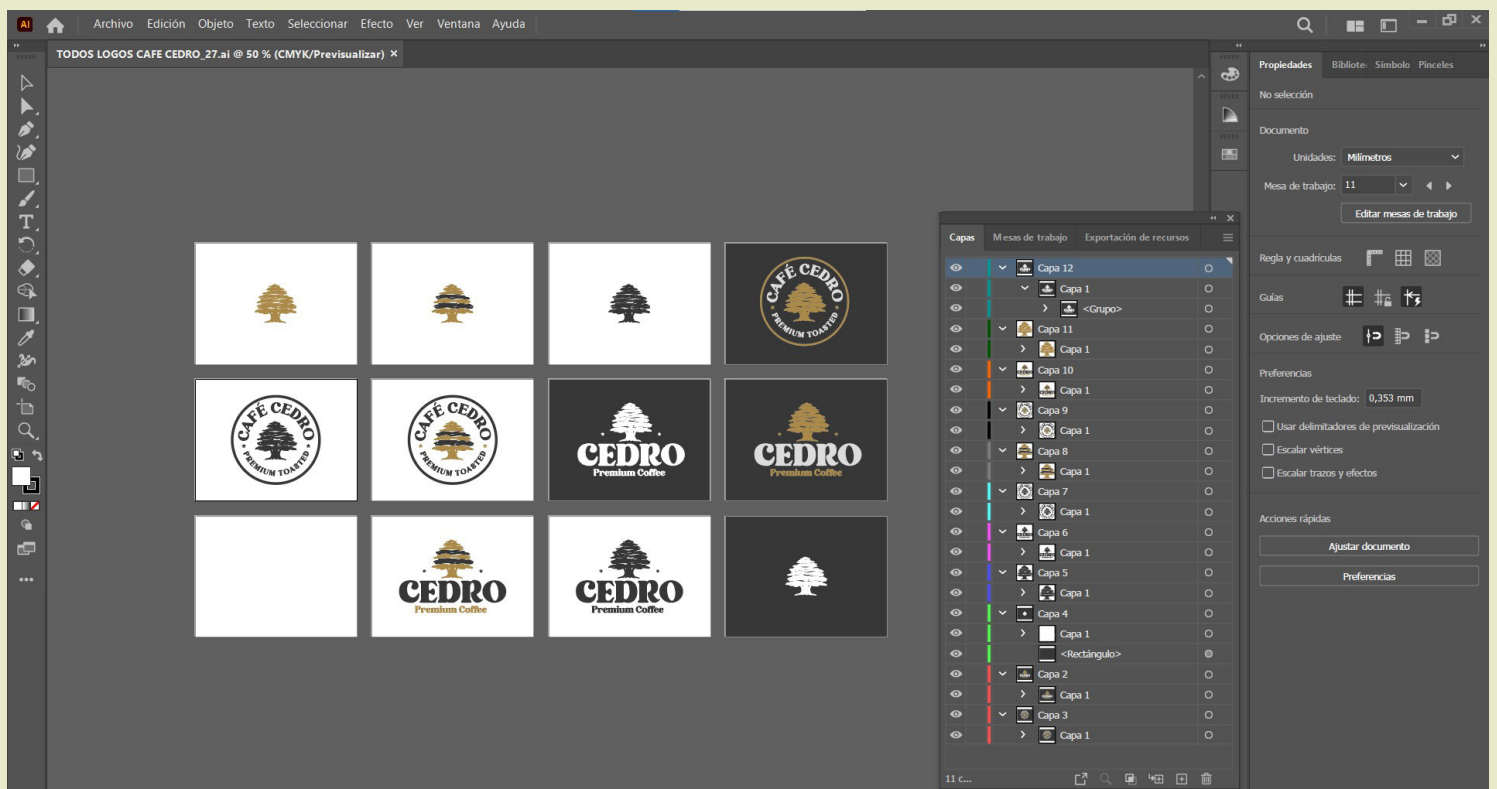


Figura 8: Captura de pantalla de la Diagramación de las propuestas de logos para la marca de Café “Cedro”. Fuente: Propia.



Figura 9: Captura de pantalla de la Diagramación de las propuestas de etiquetas para la marca de Café “Cedro”. Fuente: Propia.



Estas capturas de pantalla muestra las propuestas iniciales de diagramación para la identidad de Café Cedro. Se presentan variaciones del logotipo y maquetas de etiquetas, explorando paletas de color, tipografía y disposición variantes de los elementos gráficos que conforman la base del sistema visual de la nueva marca.



## Propuestas finales



Figura 10: Propuesta de logo de la marca Cedro.  
Fuente: Propia.



Figura 11: Propuesta de logo de la marca Cedro.  
Fuente: Propia.



Figura 12: Propuesta de logo de la marca Cedro.  
Fuente: Propia.

**Pieza gráfica:** Propuesta de logotipos de la marca de café “Cedro”.

**Nombre de la pieza gráfica:** Café Cedro Premium.

**Dimensiones (PNG):** 889 x 667 píxeles

**Programas utilizados:** Adobe Illustrator 2022.

**Objetivo:**

El lanzamiento de la nueva marca de Café “Cedro”, es crear una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, conforme a ello se obtuvo estas propuestas finales, las cuales fueron aprobadas por el empleador y de las cuales junto con la etiqueta final, se deberá exportar en CMKY (modo de color de impresión) un PDF.



Figura 12: Propuestas de etiquetas de la marca Cedro. Fuente: Propia.

**Pieza gráfica:** Propuestas de etiquetas de la marca de café “Cedro”.

**Nombre de la pieza gráfica:** Café Cedro Premium.

**Dimensiones (PNG):** 4859 x 5154 píxeles

**Programas utilizados:** Adobe Illustrator 2022.

### Objetivo:

El lanzamiento de la nueva marca de Café “Cedro”, es crear una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, conforme a ello se obtuvo estas propuestas finales, las cuales fueron aprobadas por el empleador y de las cuales junto con la etiqueta final, se deberá exportar en CMKY (modo de color de impresión) un PDF.

Estas propuestas finales representan la conclusión del proceso de todo diseño que se llevó al cabo desde el inicio, donde se seleccionaron y refinaron los elementos gráficos más efectivos. Los logotipos y etiquetas aquí mostrados constituyen la identidad visual oficial aprobada por el empleador, estableciendo la base para su aplicación en todos los soportes de la marca según lo solicitado.

# Descripción de los trabajos realizados

## Trabajo N°4

### Contenido para Redes



**Pieza gráfica:** Propuesta de diseño para redes sociales de la marca Aceite de Oliva premium “Cedro”.

**Nombre de la pieza gráfica:** Aceite de Oliva Cedro Premium.

**Dimensiones (PNG):** 4500 x 8000 píxeles

**Resolución:** 300ppp

**Programas utilizados:** Adobe Illustrator 2022. Adobe Photoshop 2024.

#### Objetivo:

La nueva marca de Aceite de Oliva “Cedro” fué creada desde antes, pero aun carecía de identidad visual. Una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, fueron hacer contenidos para redes sociales y contenido publicitario.

Figura 13: Primeras propuestas de diseño para productos de la marca Cedro. Fuente: Propia.



Figura 14: Captura de pantalla de la Diagramación de las primeras propuestas de diseño (portada y contraportada) para productos de la marca Cedro. Fuente: Propia.

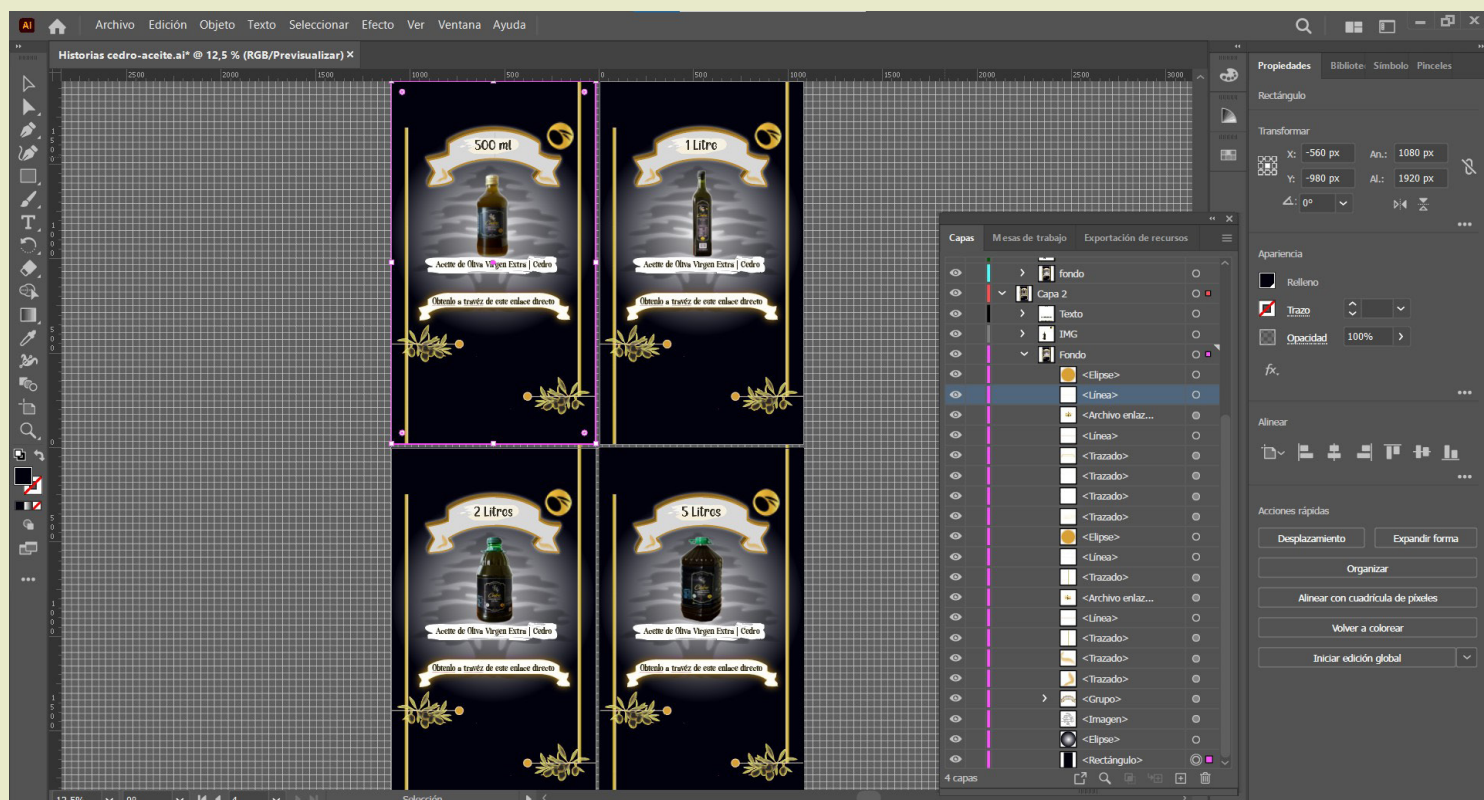


Figura 15: Captura de pantalla de la Diagramación del Re-diseño de las propuestas de diseño (historias) para productos de la marca Cedro. Fuente: Propia.

## Propuestas finales



**Pieza gráfica:** Propuesta de diseño para redes sociales de la marca Aceite de Oliva premium “Cedro”.

**Nombre de la pieza gráfica:** Portadas de Aceite de Oliva Cedro Premium.

**Dimensiones (PNG):** 4500 x 8000 píxeles

**Resolución:** 300ppp

**Programas utilizados:** Adobe Illustrator 2022. Adobe Photoshop 2024.

### **Objetivo:**

La nueva marca de Aceite de Oliva “Cedro” fué creada desde antes, pero aun carecía de identidad visual. Una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, fueron hacer contenidos para redes sociales y contenido publicitario. Esta primera propuesta se aprobó como la final.

Figura 16: Propuesta final del diseño para redes sociales (portadas) Cedro. Fuente: Propia.



**Pieza gráfica:** Propuesta de diseño para redes sociales de la marca Aceite de Oliva premium “Cedro”.

**Nombre de la pieza gráfica:** Portadas de Aceite de Oliva Cedro Premium.

**Dimensiones (PNG):** 4500 x 8000 píxeles

**Resolución:** 300ppp

**Programas utilizados:** Adobe Illustrator 2022. Adobe Photoshop 2024.

### Objetivo:

La nueva marca de Aceite de Oliva “Cedro” fue creada desde antes, pero aun carecía de identidad visual. Una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, fueron hacer contenidos para redes sociales y contenido publicitario. Esta primera propuesta se aprobó como la final.



Figura 17: Propuesta final del diseño para redes sociales (historias) Cedro. Fuente: Propia.

# Descripción de los trabajos realizados

## Trabajo N°5

### Piezas gráficas (Instagram)

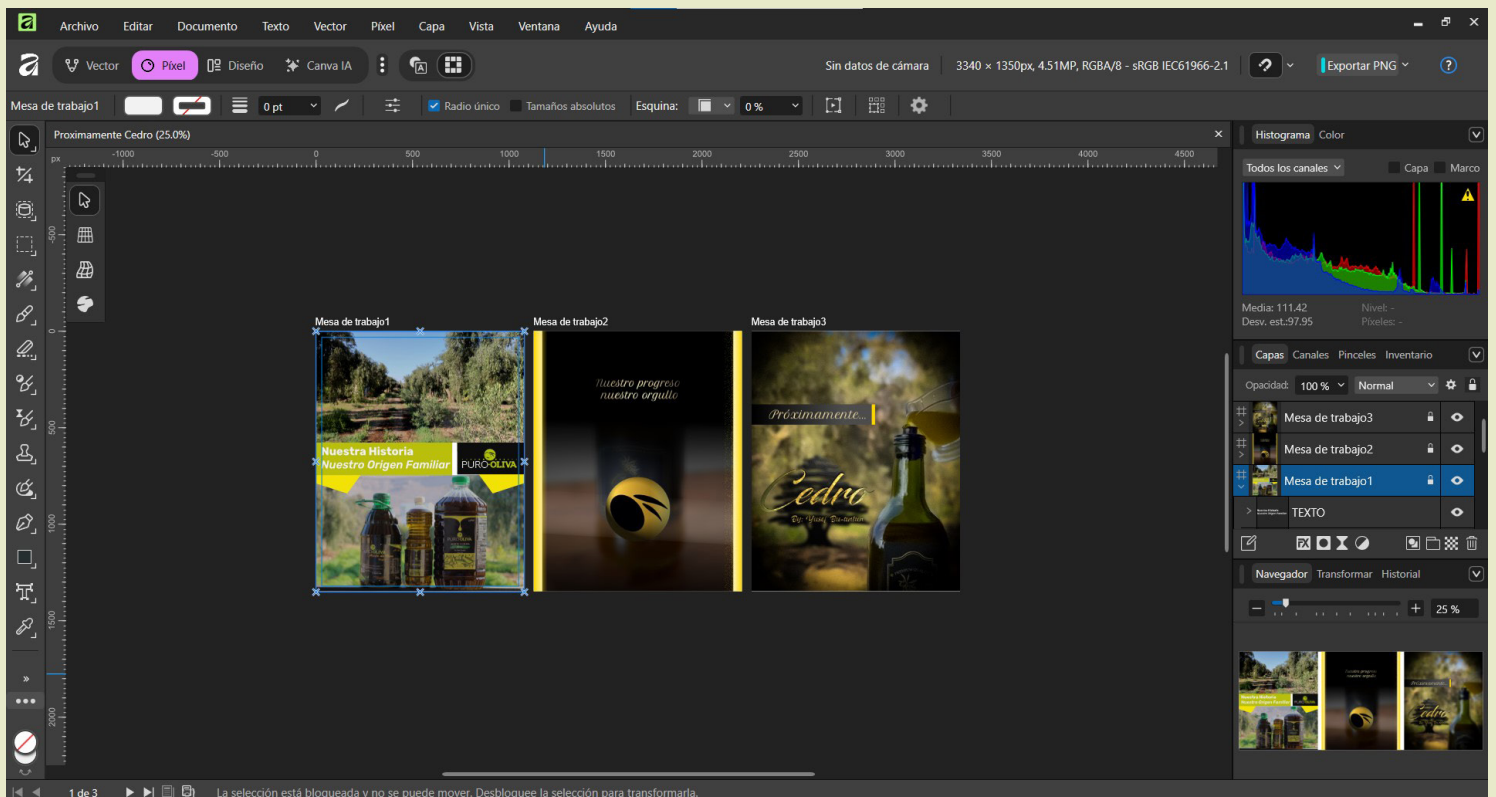


Figura 18: Captura de pantalla de la Diagramación de un post para instagram (carrusel) para promocionar la marca Aceite de Oliva Cedro. Fuente: Propia.

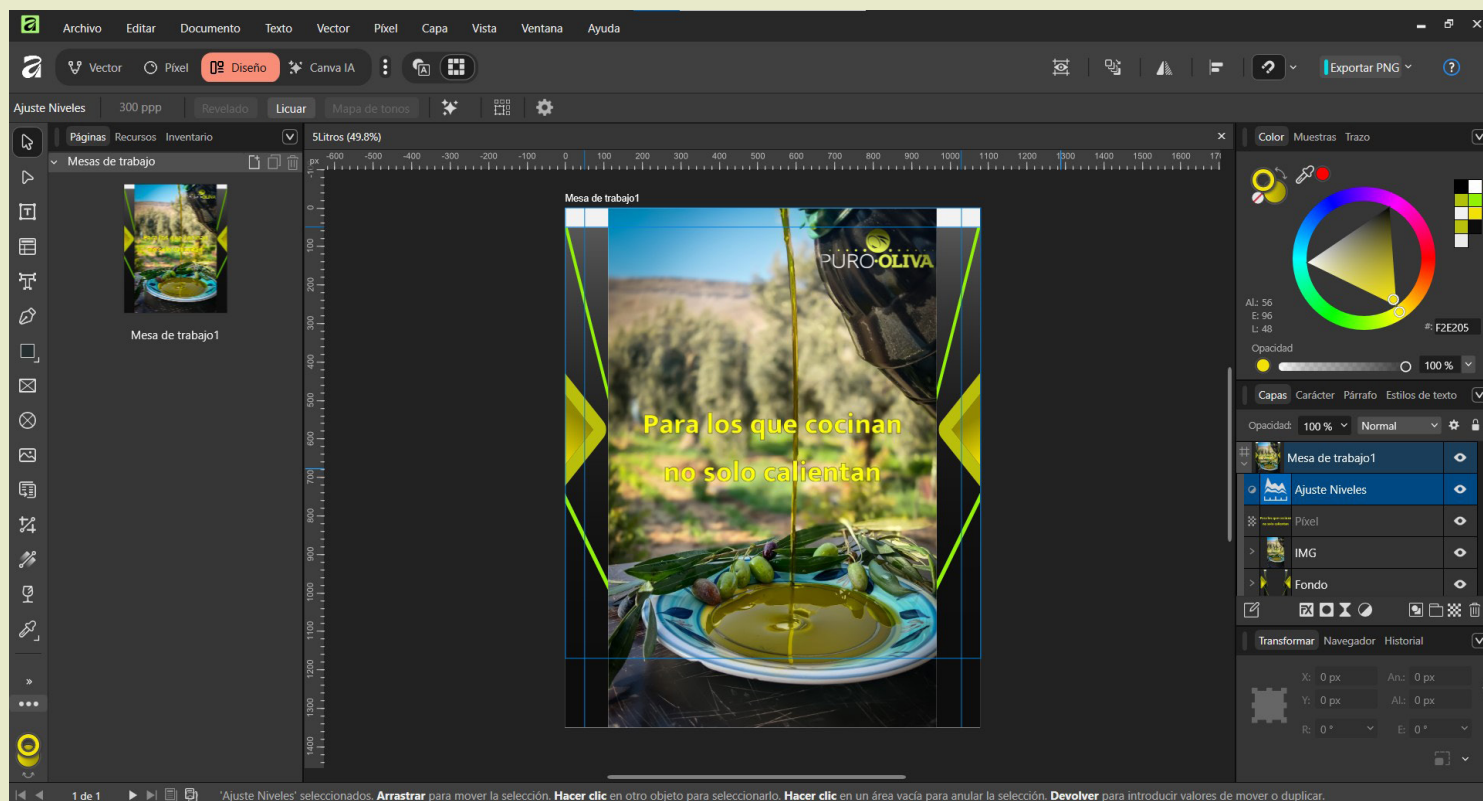


Figura 19: Captura de pantalla de la Diagramación de un post para instagram (publicitario) para promocionar la marca Puro Oliva. Fuente: Propia.

Estas capturas de pantalla muestran el diagrama visual, la metodología de trabajo aplicada en el desarrollo de la identidad visual. Para su ejecución, se utilizó Affinity Suite como herramienta principal, explorando sus entornos integrados de edición fotográfica, diseño vectorial y composición de página (aunque para las fotografías principales se uso Adobe Photoshop), lo que facilitó una producción eficiente y coherente.

## Propuestas finales



Figura 20: Diseño final del post para instagram (carrusel) para promocionar la marca Aceite de Oliva Cedro. Fuente: Propia.

**Pieza gráfica:** Post para redes sociales (carrusel).

**Nombre de la pieza gráfica:** Promocionar Aceite de Oliva Cedro (carrusel).

**Dimensiones (PNG):** 1080 x 1350 píxeles.

**Profundidad de bits:** 8.

**Programas utilizados:** Affinity Suite. Adobe Photoshop 2024.

**Objetivo:**

La nueva marca de Aceite de Oliva “Cedro” fué creada desde antes, pero aun carecía de identidad visual. Una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, fueron hacer contenidos para redes sociales y contenido publicitario, en este caso se realizó un post para promocionar la nueva marca.



Figura 21: Diseño final del post para instagram (Publicitario) para promocionar la marca principal Puro Oliva.  
Fuente: Propia.

**Pieza gráfica:** Post para redes sociales (Publicitario).

**Nombre de la pieza gráfica:** Post publicitario Puro Oliva.

**Dimensiones (PNG):** 1080 x 1350 píxeles.

**Profundidad de bits:** 8.

**Programas utilizados:** Affinity Suite. Adobe Photoshop 2024.

#### **Objetivo:**

La nueva marca de Aceite de Oliva “Cedro” fué creada desde antes, pero aun carecía de identidad visual. Una base importante sobre qué es el producto y la identidad de la marca y que se habló junto con el empleador, fueron hacer contenidos para redes sociales y contenido publicitario, en este caso se realizó un post para promocionar la marca principal “Puro Oliva”.



# Conclusiones

## Experiencias adquiridas

**Dominio de Softwares:** Profundización en el uso de Affinity Suite (Photo, Designer, Publisher) como herramienta integral para el diseño editorial, retoque fotográfico profesional y creación de gráficos vectoriales, expandiendo las competencias previamente adquiridas con otros programas y habilidades adquiridas hasta el momento.

**Gestión Integral de E-commerce:** Conocimiento práctico y operativo de los backoffice de plataformas como Mercado Libre y la introducción a esta, comprendiendo procesos de listado, logística, atención al cliente, análisis de métricas básicas y políticas de venta online. Además se buscaba profundizar en esta rama, por temas de tiempo no se logró.

**Estrategia de Contenido Digital:** Aprendizaje aplicado en la planificación de calendarios editoriales, análisis de métricas de engagement en redes sociales (Instagram, Facebook) y adaptación del contenido (posts, reels, carruseles) a los distintos algoritmos y públicos objetivos.

**Desarrollo de Identidad de Marca desde Cero:** Experiencia completa en el proceso de crear una identidad visual para un nuevo producto (Café Cedro), desde el brainstorming y sketching inicial hasta la presentación de propuestas finales de logotipo y etiquetado aprobadas para producción.

## Conclusión

La Práctica Laboral 2 que se realizó en Puro Oliva SpA, representó una evolución significativa en la formación como diseñador multimedia, transitando desde un rol de apoyo hacia uno con autonomía y visión estratégica. El desafío central del desarrollo de la identidad visual para Café Cedro no solo consolidó las competencias en diseño gráfico y de marca, sino que también se permitió aplicar y validar los conocimientos adquiridos de la carrera en un caso real de lanzamiento de producto.

Asumir las funciones del área digital de manera integral, especialmente en la gestión del E-commerce, amplió mi perspectiva profesional más allá del diseño, conectándolo directamente con los resultados comerciales. Esta inmersión en el funcionamiento completo de una empresa, bajo la tutoría directa del gerente, fue fundamental para comprender la sinergia entre la creatividad, la comunicación y la administración.

En síntesis, esta práctica fortaleció el perfil profesional como un diseñador con capacidad de gestión, adaptación e iniciativa, confirmando la vocación por aportar valor a los proyectos desde una mirada integral que une el diseño eficaz con los objetivos de negocio.

## Referencias Bibliográficas

Cedro Chile [@cedro.chile]. (2025). Página de Instagram. Instagram. Recuperado el 9 de diciembre de 2025, de <https://www.instagram.com/cedro.chile/>

Mercado Libre. (2025). Tienda Puro Oliva. Mercado Libre Chile. Recuperado el 9 de diciembre de 2025, de <https://www.mercadolibre.cl/mi-pagina/resumen#menu-user>

Puro Oliva Arica [@purooliva.arica]. (2025). Página de Instagram. Instagram. Recuperado el 9 de diciembre de 2025, de <https://www.instagram.com/purooliva.arica/>

Puro Oliva SpA. (2025). Tienda oficial. Apanio. Recuperado el 9 de diciembre de 2025, de <https://purooliva.apanio.store/>

## Anexos

### **Bitacora:**

<https://drive.google.com/file/d/1i8N2UAPtvAx4kjXiDUWkhcwbO7lauNQL/view?usp=sharing>

### **Portafolio de trabajos y evidencias:**

<https://drive.google.com/drive/folders/10yjRCsj8zrVTssGeP-jLApRl8qP6n4-7?usp=sharing>



PURO·OLIVA

