



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO

**CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE MARKETING Y PUBLICIDAD
PARA CLÍNICAS**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Diseño
Gráfico**

FABIANA LUCIA QUISPE MIJA

(0009-0000-4485-2887)

ASMYS YAMILE SARMIENTO SANTOS

(0009-0008-3264-654X)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria 1

*A todos los profesionales de la salud,
comprometidos a cuidar y mejorar la vida de los demás.*

*Con la esperanza de que nuestra labor en el diseño
contribuyan a mejorar su comunicación y presencia.*

Dedicatoria 2

*A nuestra familia, un especial agradecimiento
por su apoyo incondicional.*

*A los profesores que nos brindaron cada enseñanza
y guiarnos en este proceso, su conocimiento y
apoyo fueron fundamentales para lograr esta meta.*

Índice General

Resumen Ejecutivo	8
Introducción	9
Capítulo I: Portafolio Digital	10
Identificación de la Importancia del Portafolio en el Ámbito Laboral	10
Creación del Portafolio Digital	12
Diseño del Portafolio	18
Capítulo II: Logo Naming	21
Desarrollo de la Conceptualización del Logo Naming	21
Desarrollo del Tratamiento Gráfico	27
Desarrollo y Conceptualización del Estilo Visual	30
Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales	37
Desarrollo de Marca para Medios Digitales	37
Implementación de la Marca para Diversos Espacios y Formatos Digitales y Web	43
Presentación de Propuesta del Portafolio Digital	58
Capítulo IV: Evento Comercial y Diseño de Mobiliario	64
Uso de las Tendencias Actuales de Animación	64
Identificación del Valor Diferencial de la Marca	72
Aplicación del Pitch Elevator para la Presentación	73
Conclusiones y Recomendaciones	79
Referencias Bibliográficas	83
Anexos	83

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Buyer persona</i>	11
Figura 2 <i>Moodboard para el portafolio digital</i>	15
Figura 3 <i>Tipografía utilizada para el portafolio digital</i>	16
Figura 4 <i>Iconografía de Innovación</i>	18
Figura 5 <i>Iconografía de Confianza</i>	18
Figura 6 <i>Iconografía de Profesionalismo con enfoque Humano</i>	19
Figura 7 <i>Health Boost, agencia de marketing y publicidad para clínicas</i>	20
Figura 8 <i>Tipografía principal</i>	23
Figura 9 <i>Conceptualización y construcción de Health Boost</i>	24
Figura 10 <i>Paleta de colores</i>	25
Figura 11 <i>Manual de marca de Health Boost</i>	26
Figura 12 <i>Health Boost, en diversos formatos y soportes publicitarios</i>	27
Figura 13 <i>Paleta de colores y degradados, para piezas gráficas y aplicaciones de marca</i>	28
Figura 14 <i>Diseño inicial de pantalla principal para clínica odontológica “VitalDent”</i>	29
Figura 15 <i>Rediseño de pantalla principal para clínica odontológica “VitalDent”</i>	30
Figura 16 <i>Diseño inicial de logotipo de clínica de cardiología “CardioVida”</i>	31
Figura 17 <i>Rediseño de logotipo para clínica de cardiología “CardioVida”</i>	31
Figura 18 <i>Imagen de identidad visual para la clínica de cardiología “CardioVida”</i>	32
Figura 19 <i>Diseño inicial de logotipo de clínica dermatológica “GlowSkin”</i>	33
Figura 20 <i>Rediseño de logotipo para la clínica dermatológica “GlowSkin”</i>	33
Figura 21 <i>Imagen de identidad visual para clínica dermatológica “GlowSkin”</i>	34
Figura 22 <i>Diseño inicial de post para Instagram para clínica de Fisioterapia “Kinévida”</i>	35

Figura 23 <i>Rediseño de post para Instagram para clínica de Fisioterapia “Kinévida”</i>	35
Figura 24 <i>Gráfica de Objetivos SMART</i>	38
Figura 25 <i>Gráfica de Embudo de Conversión</i>	39
Figura 26 <i>Logotipo de Health Boost, adaptado a diversos fondos</i>	43
Figura 27 <i>Parrilla de contenido, primera semana en redes sociales</i>	45
Figura 28 <i>Perfil de Health Boost en LinkedIn</i>	46
Figura 29 <i>Primer post para LinkedIn, infografía educativa</i>	47
Figura 30 <i>Post de valor para LinkedIn</i>	47
Figura 31 <i>Segunda infografía para LinkedIn</i>	48
Figura 32 <i>Carrusel, proyecto realizado por Health Boost</i>	48
Figura 33 <i>Perfil de Health Boost en Instagram</i>	49
Figura 34 <i>Carrusel de Instagram, presentación de la agencia</i>	50
Figura 35 <i>Primer post, de inicio de semana en Instagram</i>	50
Figura 36 <i>Posts sobre beneficios y servicios de Health Boost</i>	51
Figura 37 <i>Historia para Instagram</i>	52
Figura 38 <i>Reel para Instagram</i>	52
Figura 39 <i>Primer post para Facebook</i>	53
Figura 40 <i>Segundo post, servicios de Health Boost</i>	54
Figura 41 <i>Carrusel, proyecto realizado por Health Boost</i>	54
Figura 42 <i>Pantalla de inicio del sitio web de Health Boost (versión laptop)</i>	55
Figura 43 <i>Pantalla de inicio del sitio web de Health Boost (versión tablet)</i>	56
Figura 44 <i>Pantalla de inicio del sitio web de Health Boost (versión móvil)</i>	56
Figura 45 <i>Portada del portafolio digital</i>	58

Figura 46 <i>Apartado de presentación</i>	59
Figura 47 <i>Índice del contenido</i>	60
Figura 48 <i>Diseño de los separadores</i>	60
Figura 49 <i>Proyectos de Branding e Identidad Visual</i>	62
Figura 50 <i>Proyecto de Social Media y Diseño UI</i>	62
Figura 51 <i>Proyecto de Diseño Editorial</i>	63
Figura 52 <i>Cierre del Portafolio Digital</i>	65
Figura 53 <i>Pantallas de Introducción a Video Reel de Health Boost</i>	66
Figura 54 <i>Pantalla de Branding e Identidad Visual</i>	67
Figura 55 <i>Pantalla de Social Media</i>	68
Figura 56 <i>Pantalla de Diseño UI</i>	69
Figura 57 <i>Pantalla de Diseño Editorial</i>	70
Figura 58 <i>Pantalla de Cierre y Contacto</i>	70

Resumen Ejecutivo

En el presente proyecto, se muestran las etapas desarrolladas para la creación de la agencia Health Boost, especializada en marketing y publicidad para clínicas, la cual trabaja tanto de manera presencial como digital. Ha sido estructurado en cuatro capítulos que desarrollan de manera progresiva una propuesta de comunicación visual coherente y efectiva. En el primer capítulo se desarrolla la creación del portafolio digital, resaltando su importancia para dar visibilidad frente a la competencia y sobre todo, mostrar los proyectos más destacados que realiza la agencia. Asimismo, se define al público objetivo y el diseño de un estilo visual coherente. En el segundo capítulo se aborda la creación de la identidad visual de la marca, al definir la personalidad, valores, logotipo, tipografía y paleta de colores, los cuales se consolidaron en un manual de identidad que guía el diseño de piezas gráficas profesionales. El tercer capítulo está enfocado en la estrategia digital, se selecciona y adapta contenido visual para LinkedIn, Instagram y Facebook mediante piezas gráficas como carruseles, posts y reels, teniendo como propósito dar a conocer la marca y conectar con el público objetivo en estas plataformas. Finalmente, el cuarto capítulo trata sobre la elaboración del reel para el portafolio digital, donde se usa el programa Premiere Pro para la animación, con el objetivo de mostrar los proyectos que realiza Health Boost y así resaltar su valor diferencial. Todo ello ayuda a construir una identidad firme y original para la agencia, dirigida al sector clínico y orientada a destacar en un entorno competitivo por medio de una propuesta de comunicación visual clara, profesional y efectiva.