

**LA HISTORIA**

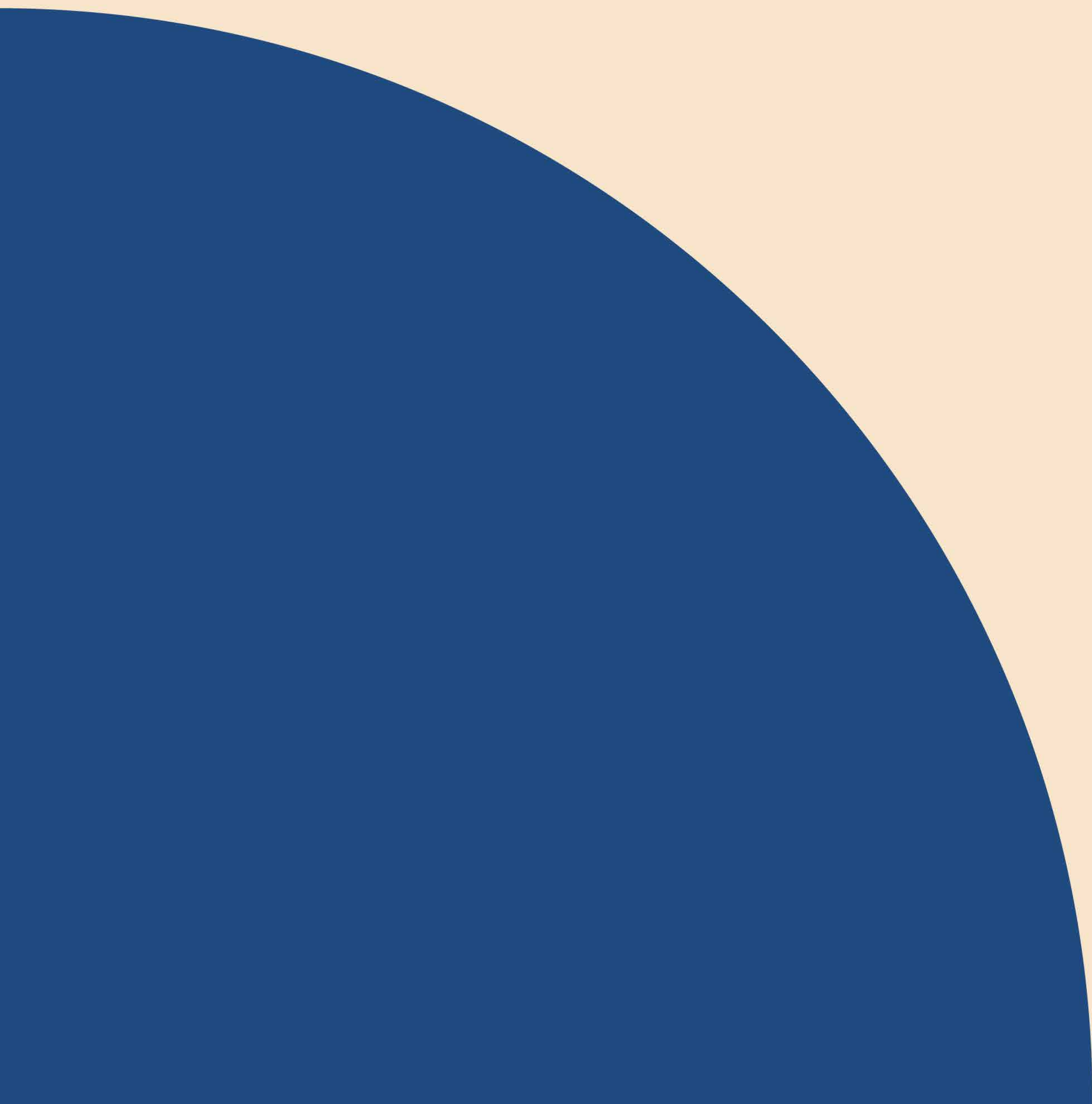
DE LA

**NIOS**

**DE**

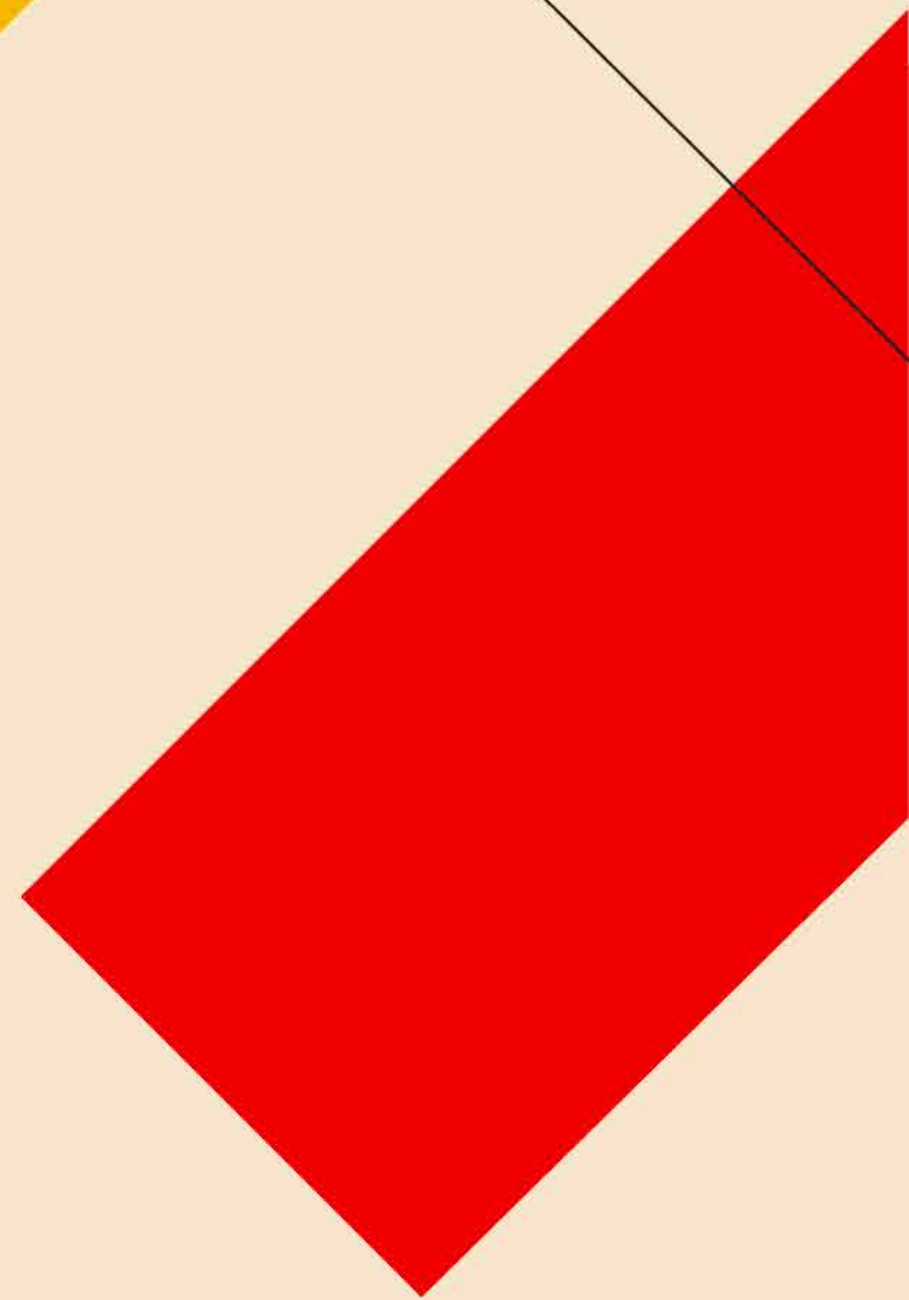
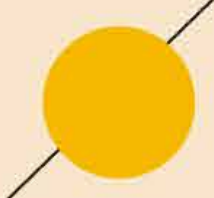
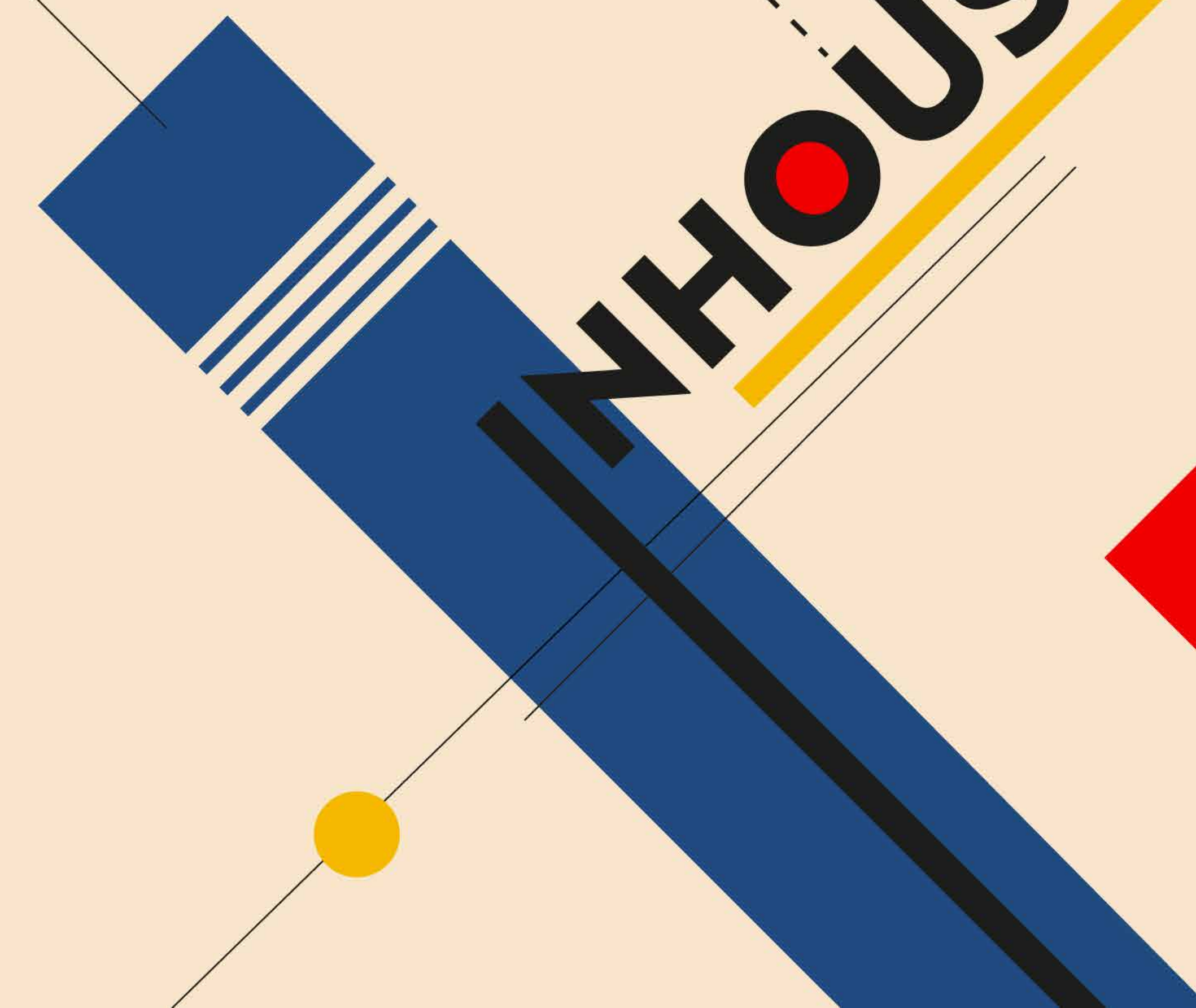






*La historia de la* - - -

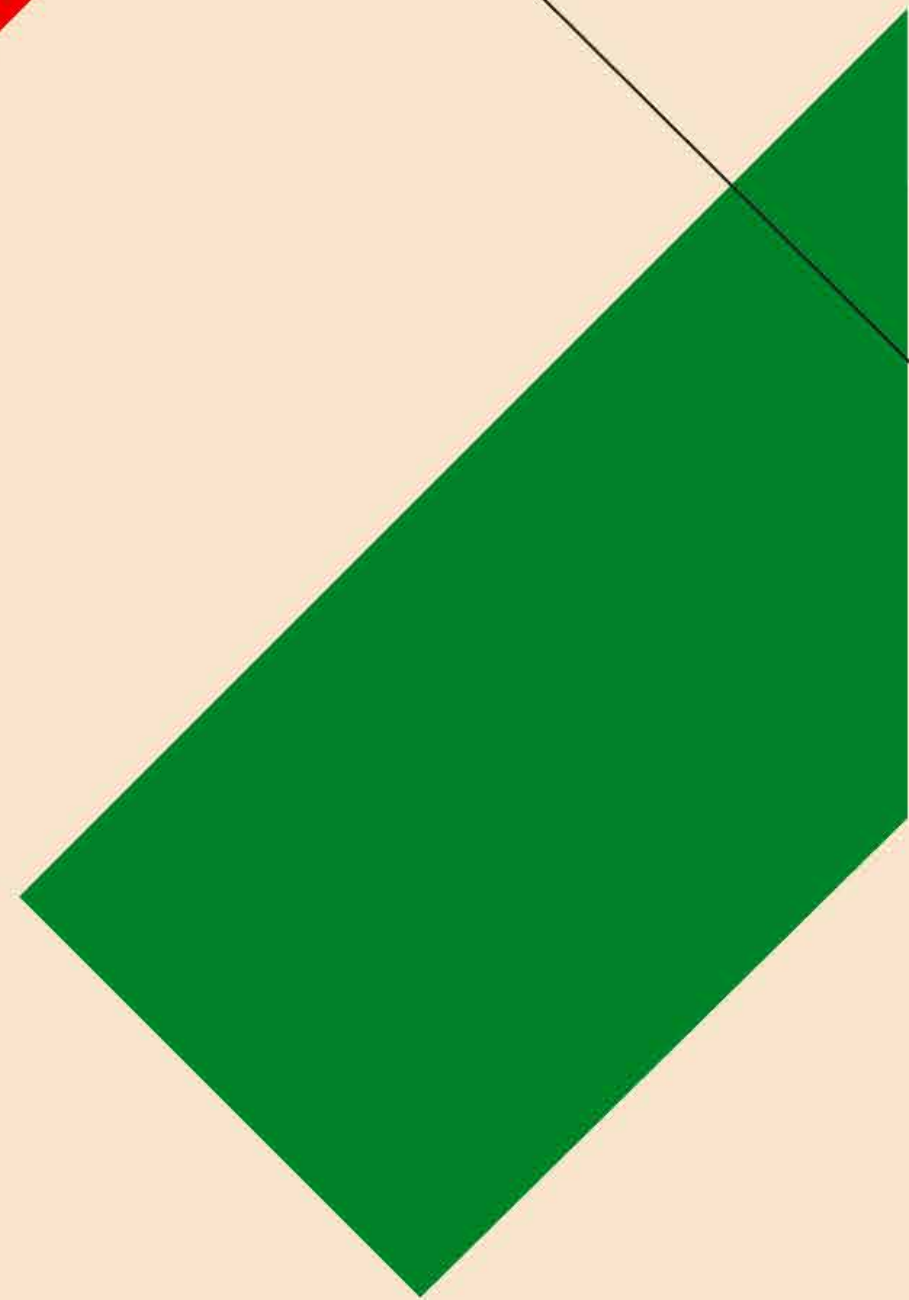
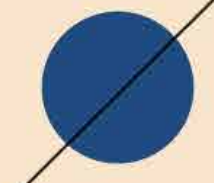
# FEM HOUSE





*La historia de la* . . .

# WOMEN HOUSE

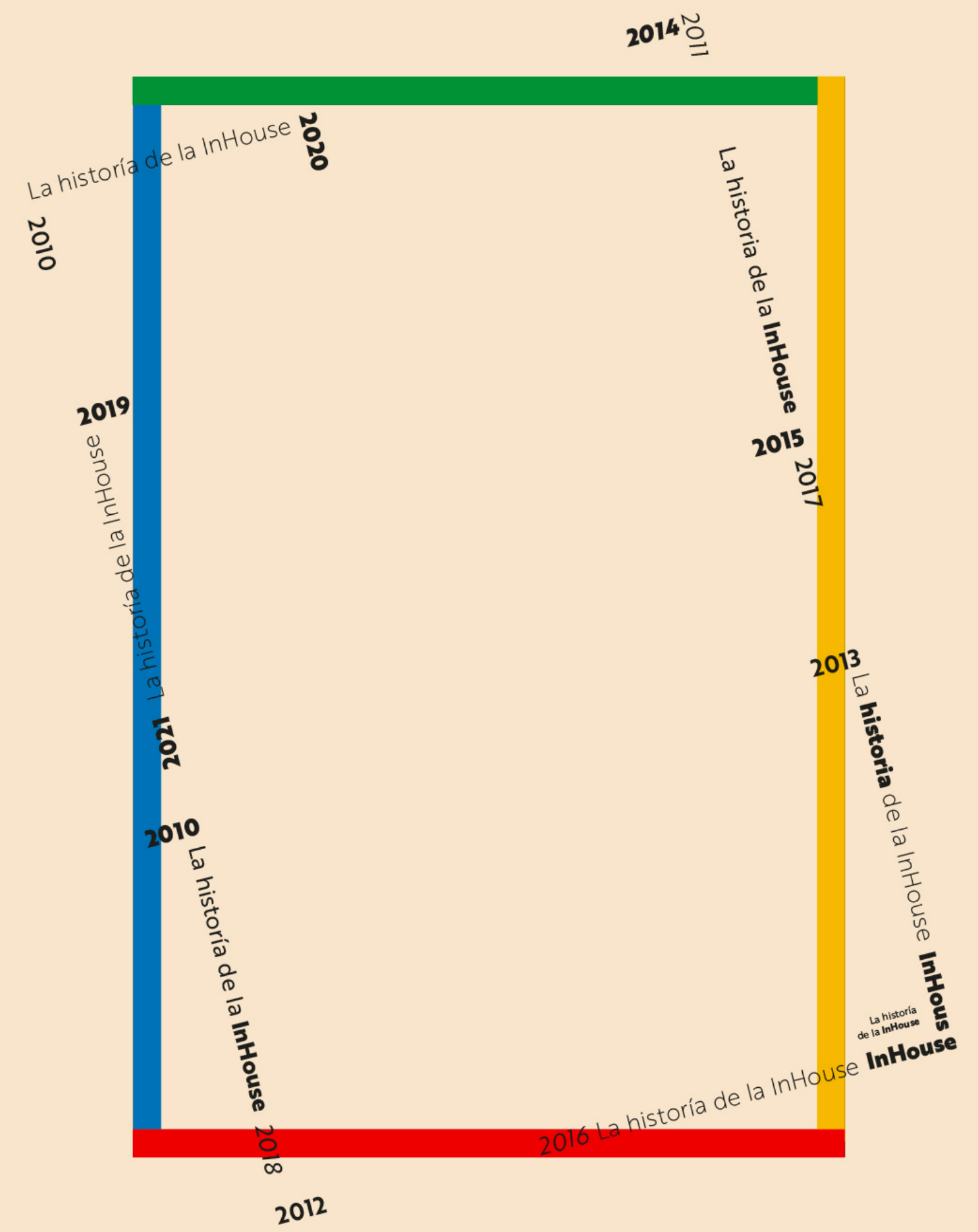




**Primera edición**  
**Diseño portada:** Sebastian Marín Rey  
Sebas05foto@gmail.com

Reservados todos los derechos.  
No se permite reproducir, almacenar en  
sistemas de recuperación la información ni transmitir alguna  
parte de esta publicación, cualquiera que sea el medio.  
Empleado electrónico, mecánico, fotocopia, grabación, etc.  
Sin el permiso previo de los titulares de los derechos de  
propiedad intelectual intelectual.

**Impreso en Colombia / Printed in Colombia**



## DEDICATORIA

Christian  
SCHADDER



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet

Director de Publicidad  
Universidad Jorge Tadeo Lozano  
1993-2022



**Jairo Sojo**  
*Director de publicidad*  
2022

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis



INTRODUCCIÓN

15

24 CAP2

40

CAP3

105

FIRMAS

44

CAMPAÑAS

26

ESTUDIANTES

17

¿QUÉ?

21

COORDINADORES

102

PREMIOS



## INTRODUCCIÓN



*InHouse Utadeo  
2019*



En este libro encontramos una historia llena de propósitos, sueños y esfuerzos. La historia de la InHouse Utadeo, un espacio que desde su creación en el año 2009 hasta la actualidad ha sido testigo de más de 100 campañas realizadas por talentosos estudiantes de diferentes épocas.

Jóvenes sorprendentes que tras su experiencia en la InHouse han potenciado sus carreras e inspirado la de otros, y como tal, nos comparten aquí sus aprendizajes.

A través de sus campañas y de sus propios testimonios descubrimos por qué la InHouse ha sido reconocida en varias ocasiones como una gran agencia interna.



Fotografía módulo 18 - 2014

# HISTORIA

## ***Una oportunidad, un sueño, una historia, un camino llamado InHouse:***

La InHouse nació en el 2009 como una idea de Christian Schader, quien para ese entonces era el director de la facultad de publicidad. Él decidió plantearla como una escuela de pensamiento, que por medio de campañas publicitarias lograra desarrollar un pensamiento analítico, crítico y propositivo que como fin explotar en los jóvenes profesionales capacidades estratégicas y creativas que los hiciera más competentes en el mundo laboral.

Los pasillos del módulo cuatro en el cuarto piso de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, se convirtieron en el laboratorio creativo que daba vida a poderosas e innovadoras ideas que se volvían campañas efectivas gracias al acompañamiento de la decanatura de publicidad y el equipo de profesores que se unieron a la iniciativa aportando con su experiencia, dando un rol a cada uno de los estudiantes, tal y como se vive en las agencias de publicidad.

Tiempo después como las buenas agencias, la InHouse creció, por lo que fue trasladada al séptimo piso del módulo siete, en donde Guillermo Rodríguez, Andrés Novoa y Carlos Arango, asumieron la dirección de grupos creativos en la InHouse.

***Cuando haces las cosas con convicción y amor, los reconocimientos no tardan en llegar, es por eso, que en el año 2013 la InHouse obtuvo su primer reconocimiento internacional en la Universidad de Palermo Argentina, donde fue reconocida por la revista de dicha universidad y presentada como un caso de éxito.***

Luego del primer reconocimiento que recibió la InHouse, se trasladó al módulo 18 donde a su vez también sería la nueva sede del programa de publicidad, con esto, no solo llegaban nuevos estudiantes, sino también, nuevos coordinadores; el profesor Jairo Sojo, el profesor Luis Miguel y el profesor Carlos Jiménez. Un año más tarde, llegaría el profesor José Castillo, para entonces la InHouse haría su último traslado hasta su sede actual, la planta baja del módulo 18, ahora dirigida por el Coordinador Jairo Sojo, donde con su llegada se crea la cuenta oficial en redes sociales y en paralelo se empezaron a participar en el concurso Effie College.

Con el tiempo los estudiantes empezaron a enfrentarse a pruebas y casos, que les permitiría tener un lugar en la InHouse, en el cargo que ellos desearan desempeñarse esto hasta el 2022, pues a partir de este año la InHouse pasa a ser una materia obligatoria en la Universidad, es aquí donde el Coordinador Oscar Cifuentes egresado tadeísta, empieza a dirigir la InHouse Utadeo.

Es todo un orgullo poder decir que, a hoy, la InHouse ha contado con más de 3000 estudiantes, 800 cuentas de clientes internos y externos a la Universidad, 14 premios en Effie College, 8 oros, 3 platas, 3 bronce y más de 1000 campañas realizadas por los estudiantes.

COORDINADORES



Carlos Arango  
2011 - 2013



Andres  
Rodriguez  
2010 - 2011



Andres  
Novoa  
2011 - 2013



Jairo Sojo  
2014 - 2017



Carlos  
Jimenez  
2014-2017



Luis Miguel  
2014-2017



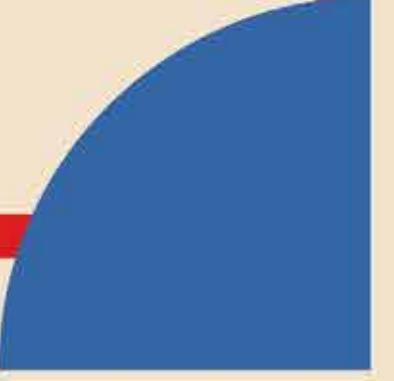
José  
Castillo  
2014 -2019

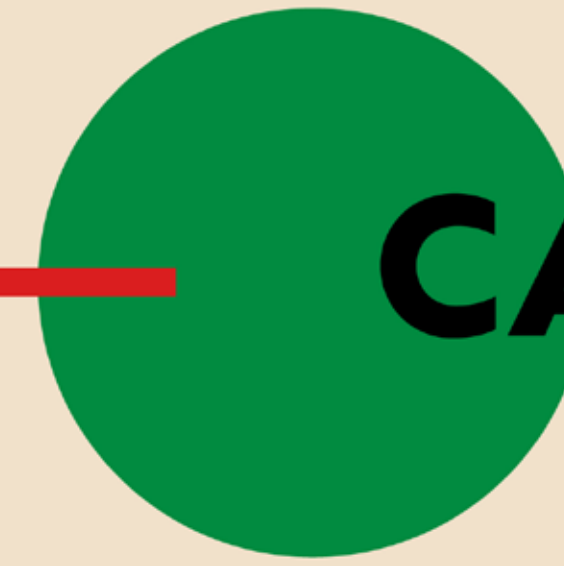
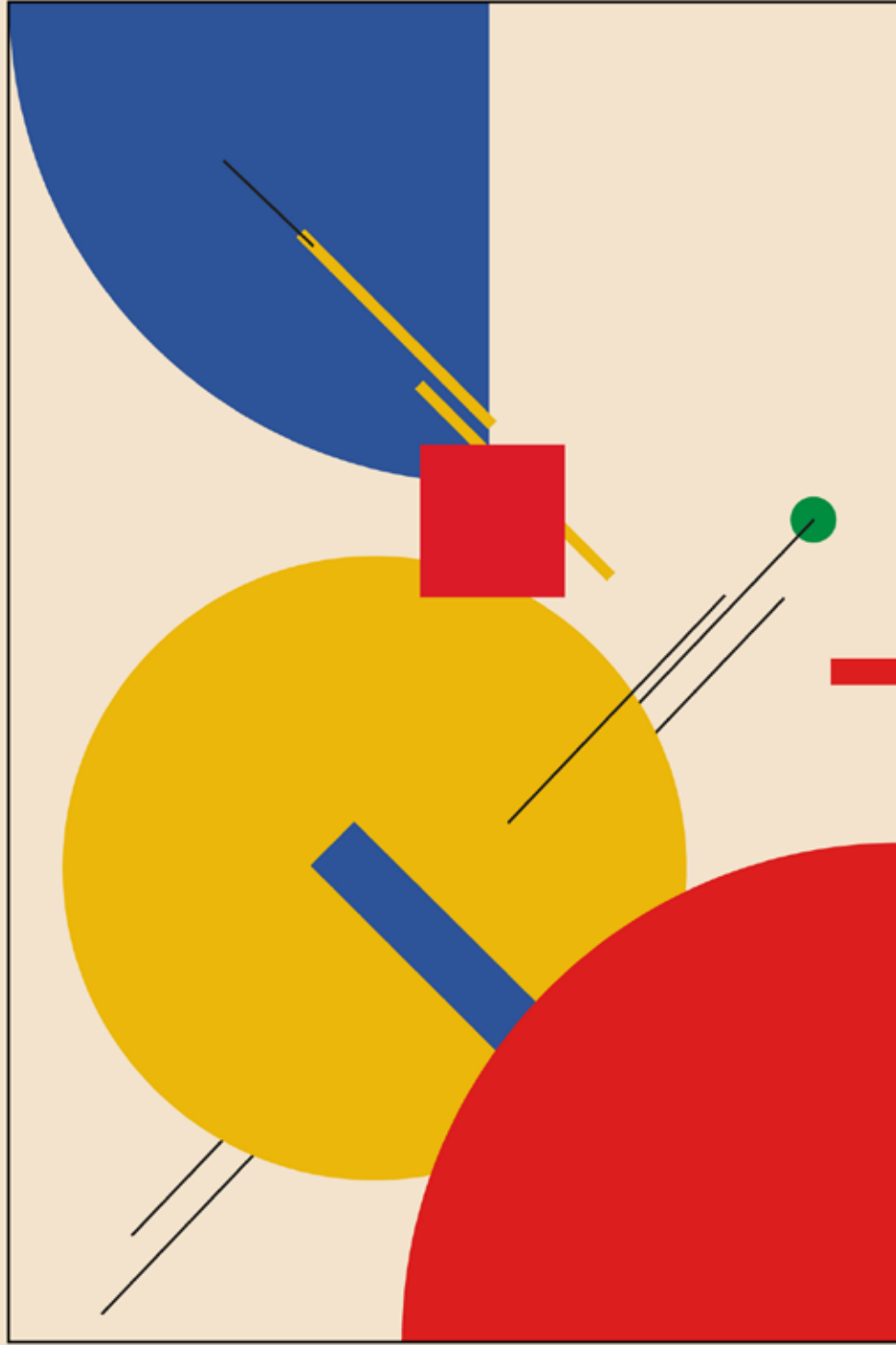


Jairo Sojo  
2019 - 2022



Oscar Cifuentes  
2022





# CAMPAÑAS

A continuación se darán a conocer las campañas que más se destacaron en los últimos 12 años y por lo cual serán parte de esta historia, campañas que permiten mostrar el talento, la calidad y pasión que vive en la InHouse.

**Primera campaña realiza por la InHouse Utadeo**



**Año:** 2010  
**Ciente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** Christian Schader

26



Año: 2010

Ciente: Alta Consejería

Director Creativo: Andres Novoa

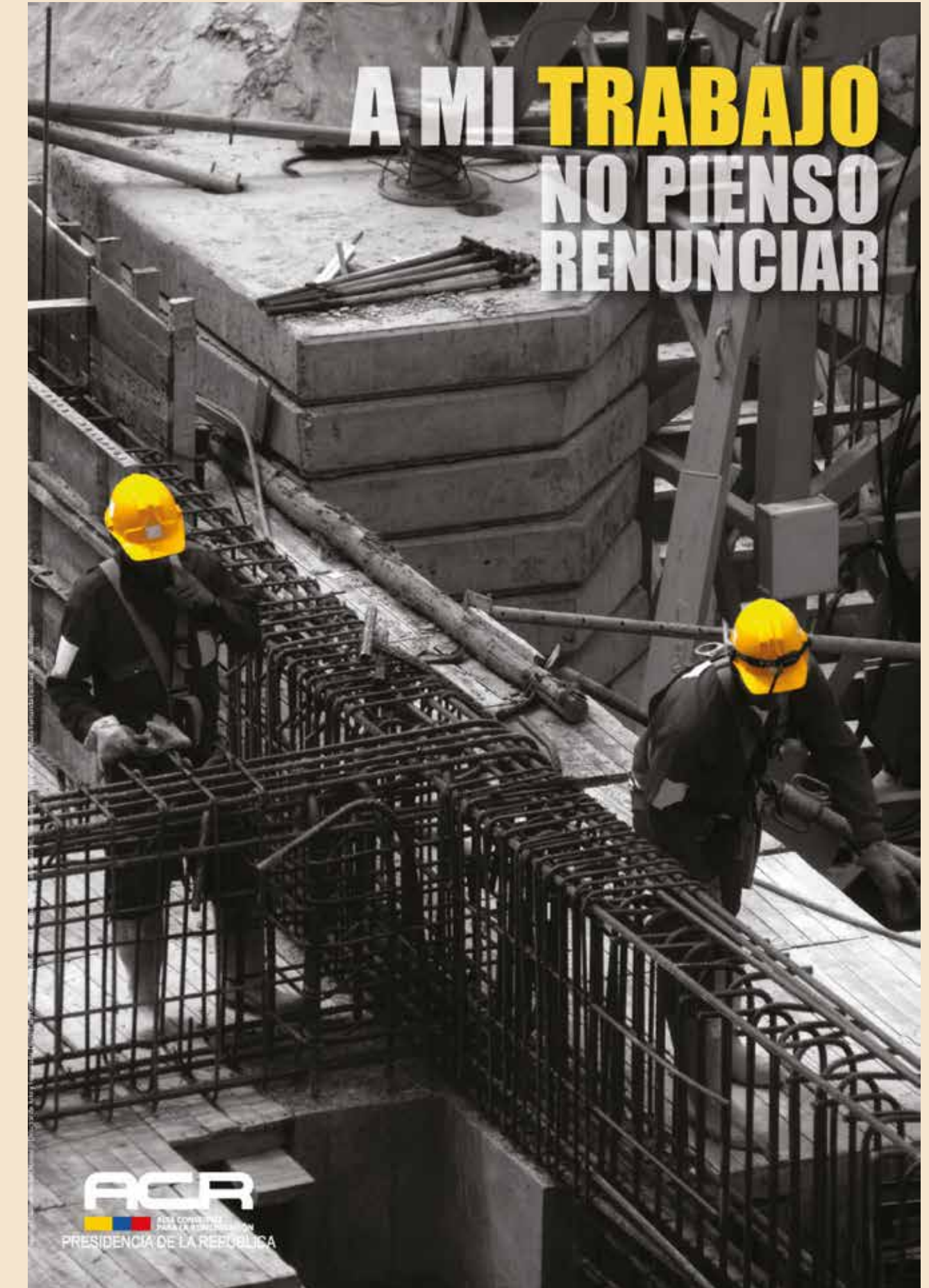
Idea: No pienso renunciar

Objetivo: Concientizar a los movilizados al margen de la ley de no reincidir en actos violentos.

Resultado: *\*No hay resultados\**

Formato: Folleto, POP,

27



28



29

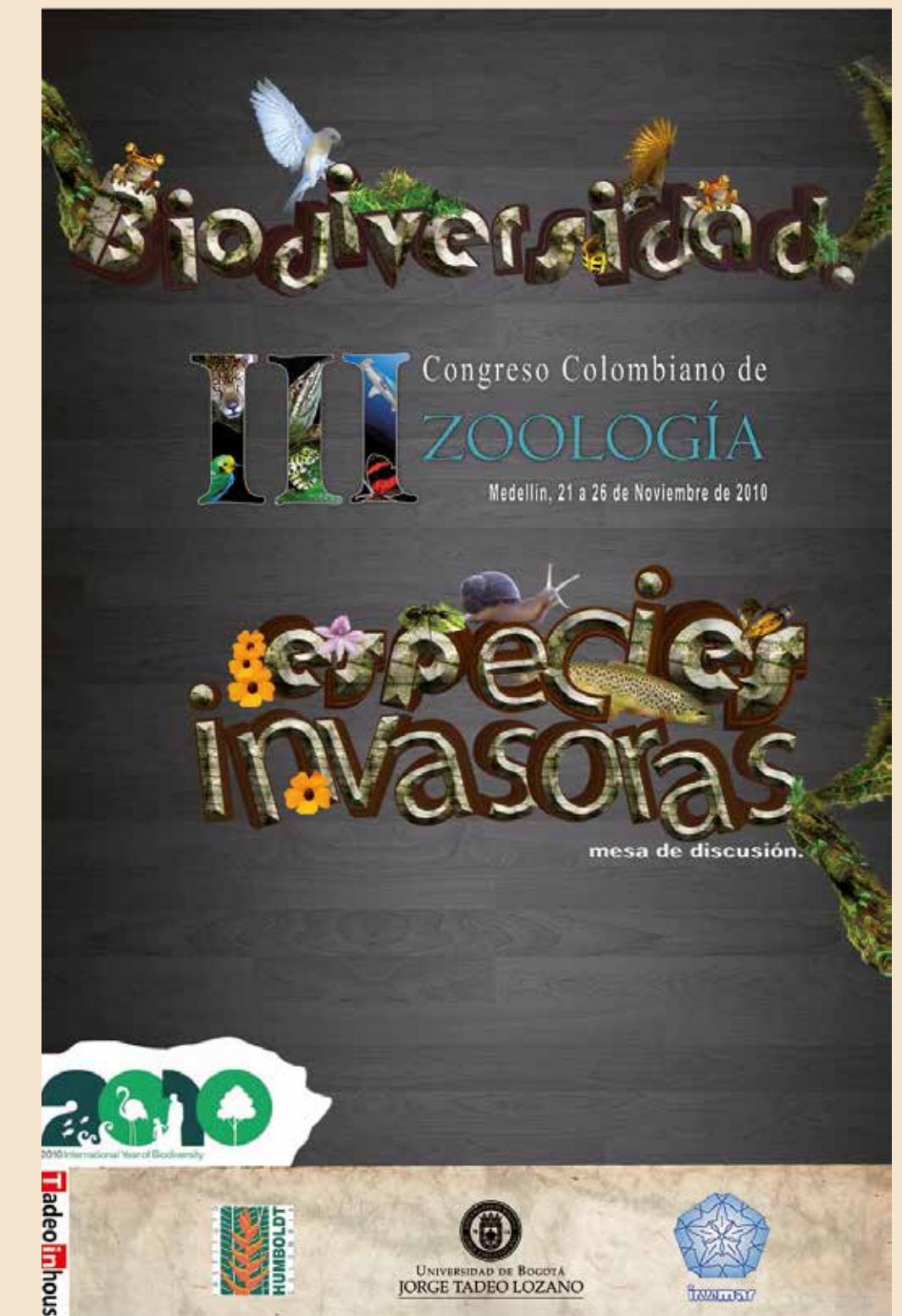
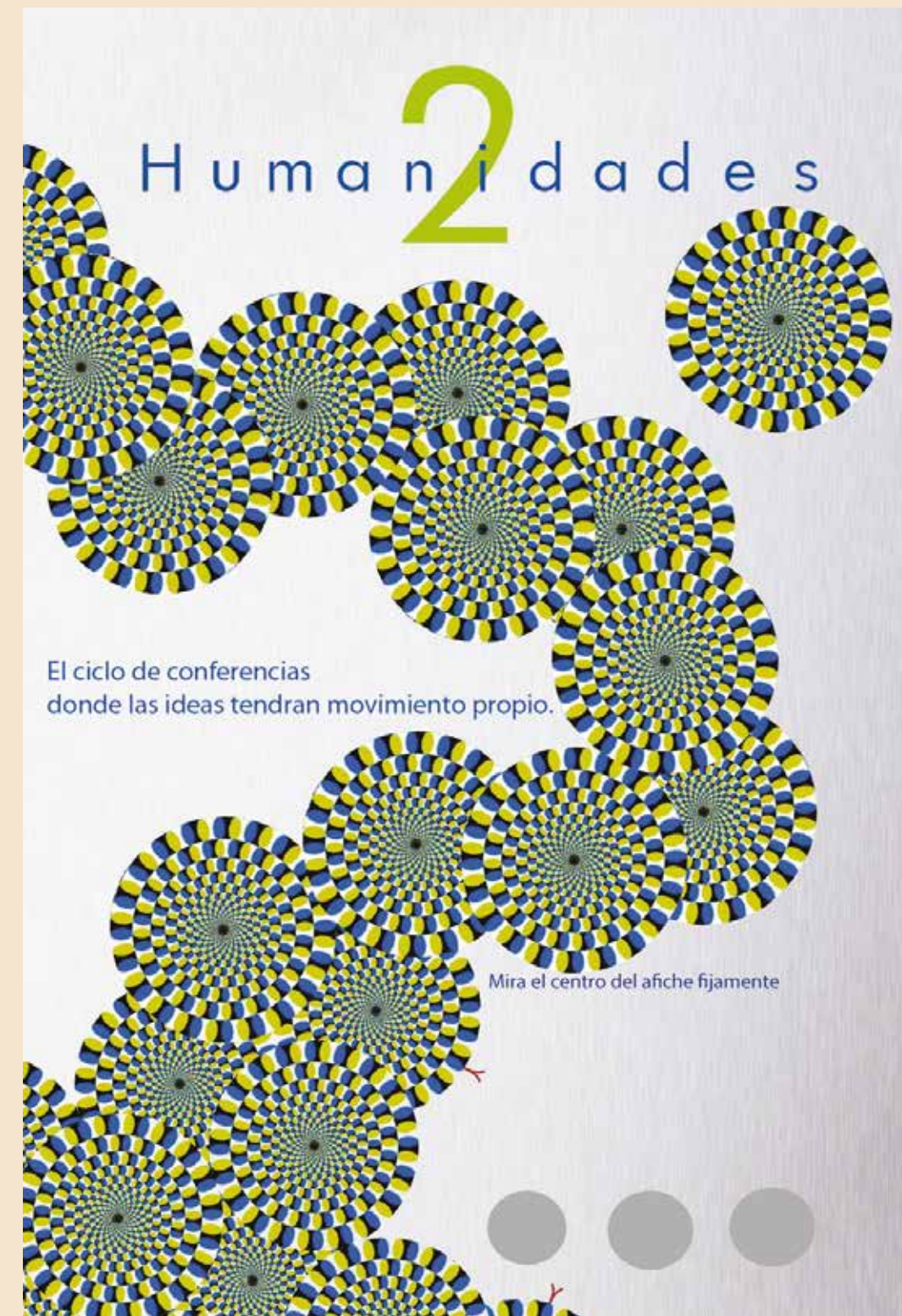


**Año:** 2010  
**Ciente:** Centro de arte y cultura  
**Director Creativo:** Andres Novoa  
**Idea:** Canta como si estuvieras en el baño  
**Objetivo:** Aumentar participación  
**Resultado:** Inscripciones en el encuentro de interpretes  
**Formato:** Folleto



**Año:** 2007  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:**  
**Idea:** primera pieza de la inhouse.  
**Objetivo:**  
**Resultado:**  
**Medio:**





**Año:** 2010  
**Ciente:** Espacios Invasores  
**Director Creativo:** Andres Novoa  
**Idea:** ciclo de conferencias de especies invasoras, lo que no es natural como se convierte en natural  
**Objetivo:** Convocar personas para que asistan al ciclo de conferencias  
**Resultado:** Asistencia al lugar  
**Formato:** Folleto



**Año:** 2010  
**Ciente:** Alma de la tierra  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** Mandar mensajes pegajos.  
**Objetivo:** Hacerse notar en la universidad, romper los visuales.  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** \*Falta información\*

36



Año: 2010  
Cliente: Expotadeo  
Director Creativo: Andres Novoa  
Idea: **\*Falta información\***  
Objetivo: **\*Falta información\***  
Resultado: **\*Falta información\***  
Formato: Pendon

37



38



39



**Año:** 2010  
**Ciente:** Feria de la creatividad  
**Director Creativo:** Andres Novoa  
**Idea:** Pon tus ideas a volar  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** Asistencia al lugar  
**Medio:** Poster, Mail

40

**LA PALMA DE ACEITE ES PROGRESO**

Los cultivos de palma generan 80.000 empleos en más de 70 municipios del país. Los palmicultores colombianos implementan prácticas productivas sanas que favorecen el medio ambiente, asegurándoles competitividad frente a los estándares internacionales.

Comprometidos con el desarrollo social y económico del país.

**fedepalma**  
www.fedepalma.org

**LA PALMA DE ACEITE ES SALUD**

El aceite hecho con palma de aceite no produce colesterol, tiene sustancias anticancerígenas, un altísimo grado de vitamina A y antioxidantes que reducen el daño celular y detienen el envejecimiento.

Comprometidos con el bienestar de las personas.

**fedepalma**  
www.fedepalma.org

**LA PALMA DE ACEITE ES ENERGÍA VERDE**

Los palmicultores colombianos están ayudando a mitigar el calentamiento global. El bio-diesel hecho con palma de aceite favorece la oferta de energía renovable y produce niveles bajos de emisiones contaminantes.

Comprometidos con nuestro ecosistema.

**fedepalma**  
www.fedepalma.org

**Producimos Palma de Aceite**

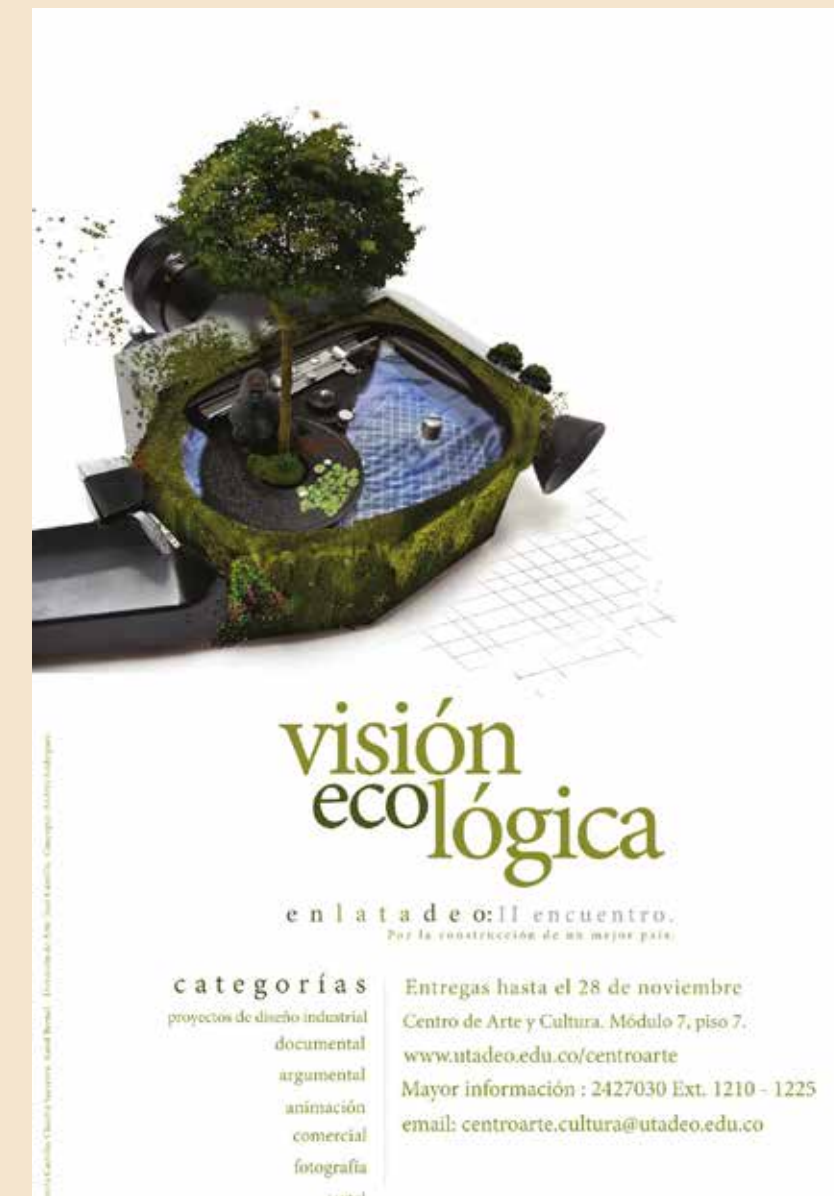
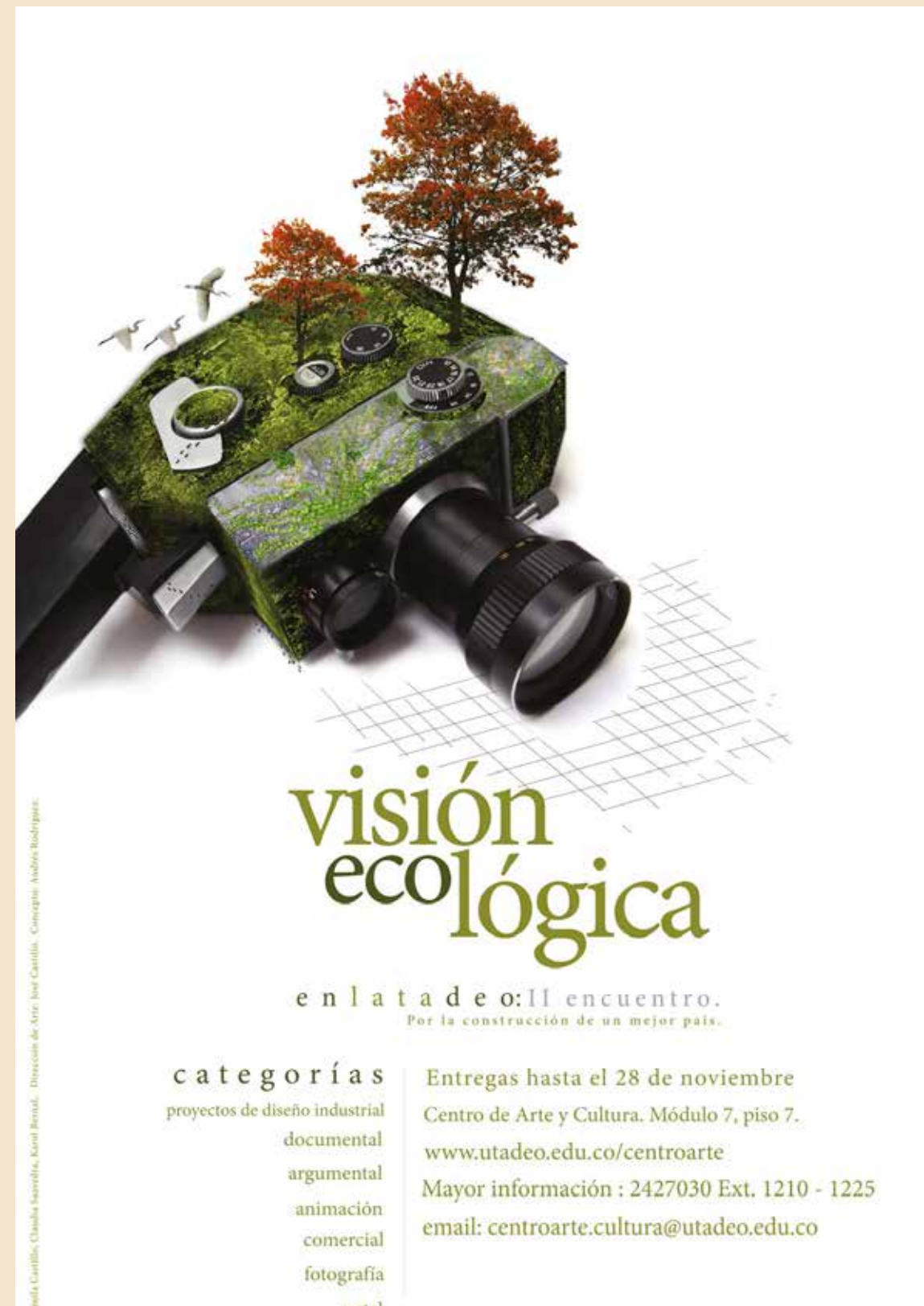
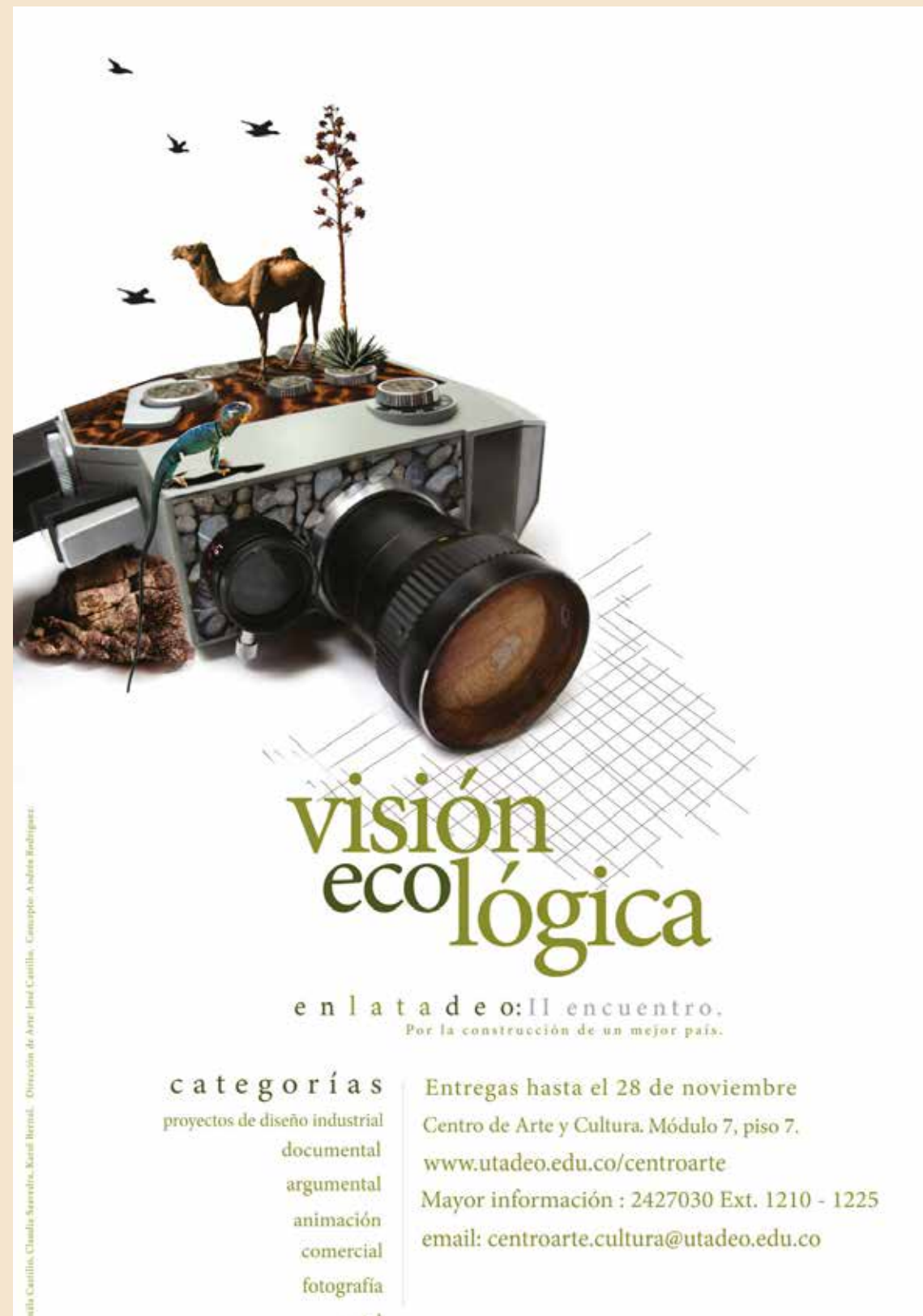
*pensando en la sostenibilidad de nuestro planeta. Trabajamos con responsabilidad social, generando productividad, sin alterar los entornos naturales.*

Comprometidos con la preservación de los Ecosistemas Naturales

**fedepalma**  
www.fedepalma.org

41

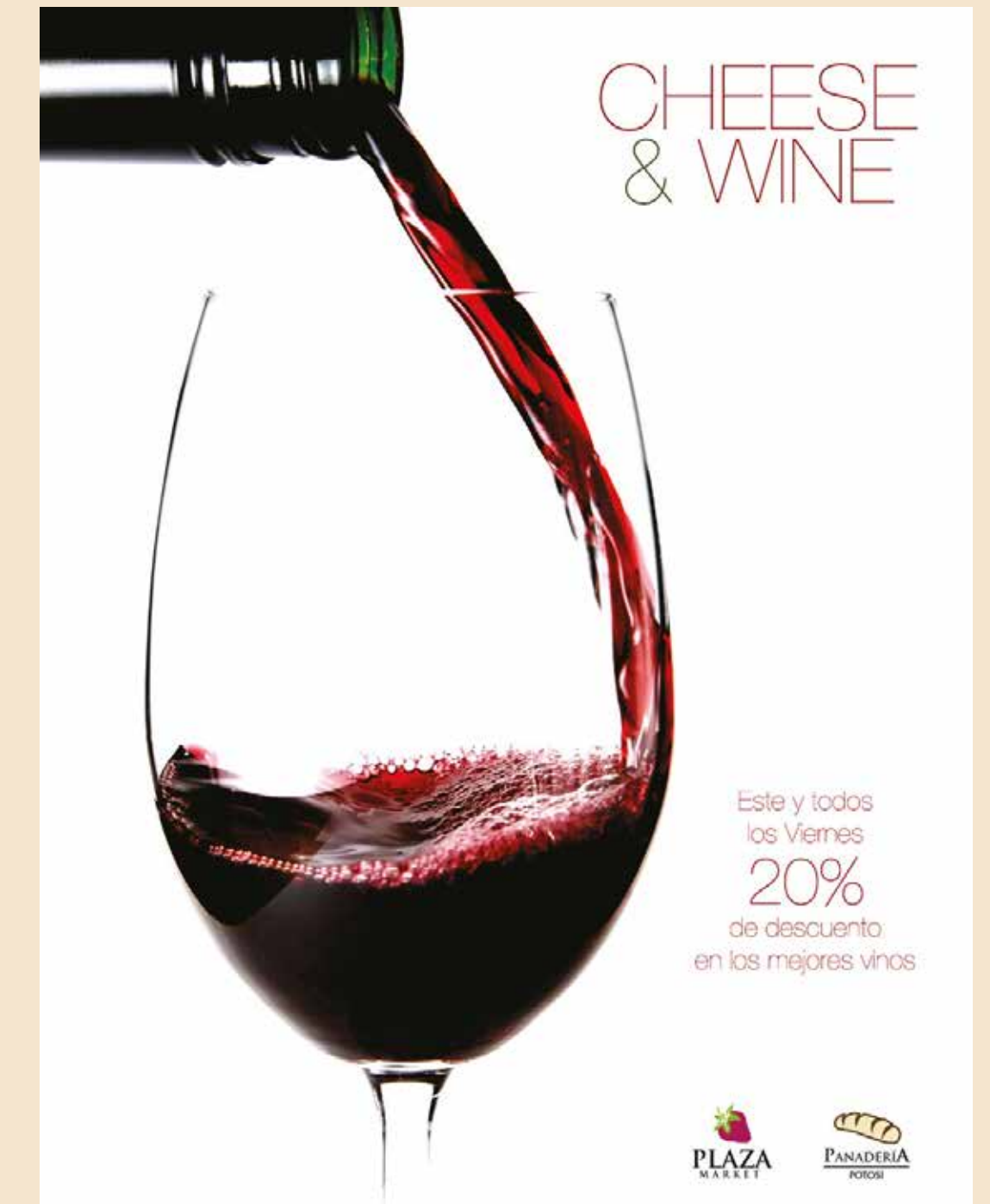
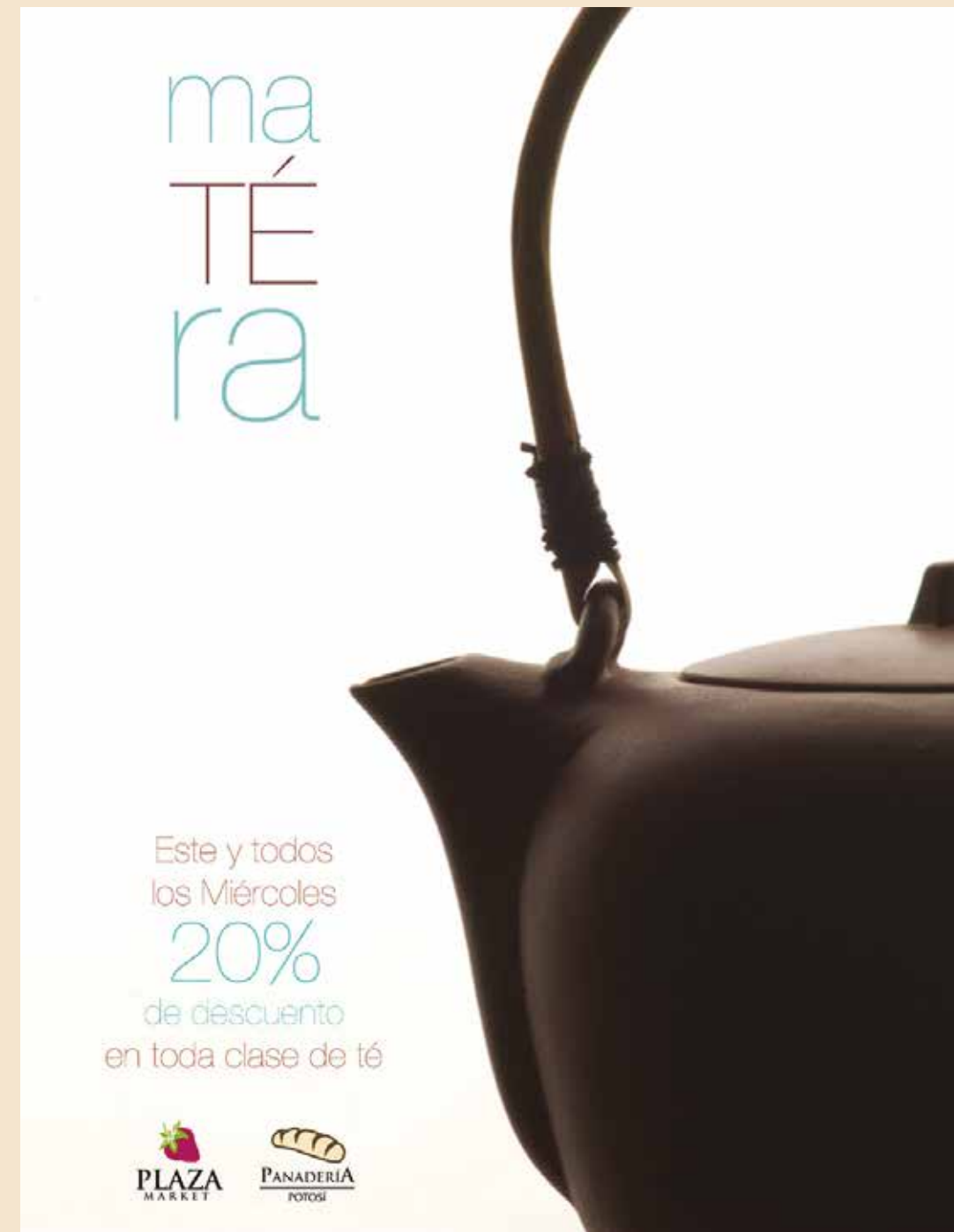
**Año:** 2010  
**Ciente:** Fedepalma  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** Introducir la idea de los biocombustibles.  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** Poster



42

43

**Año:** 2010  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** Andres Novoa  
**Idea:** Hacer fusión entre el mundo natural con el mundo de producción  
**Objetivo:** Convocatoria para el concurso en la tadeo  
**Resultado:** La asistencia de personas  
**Medio:** Poster



Año: 2011

Ciente: Centro Comercial Potosi

Director Creativo: Andres Novoa

Idea: Propuesta

Objetivo: Generar propuesta para atrar clientes

Resultado: Asistencia

Medio: Poster, Mail

46

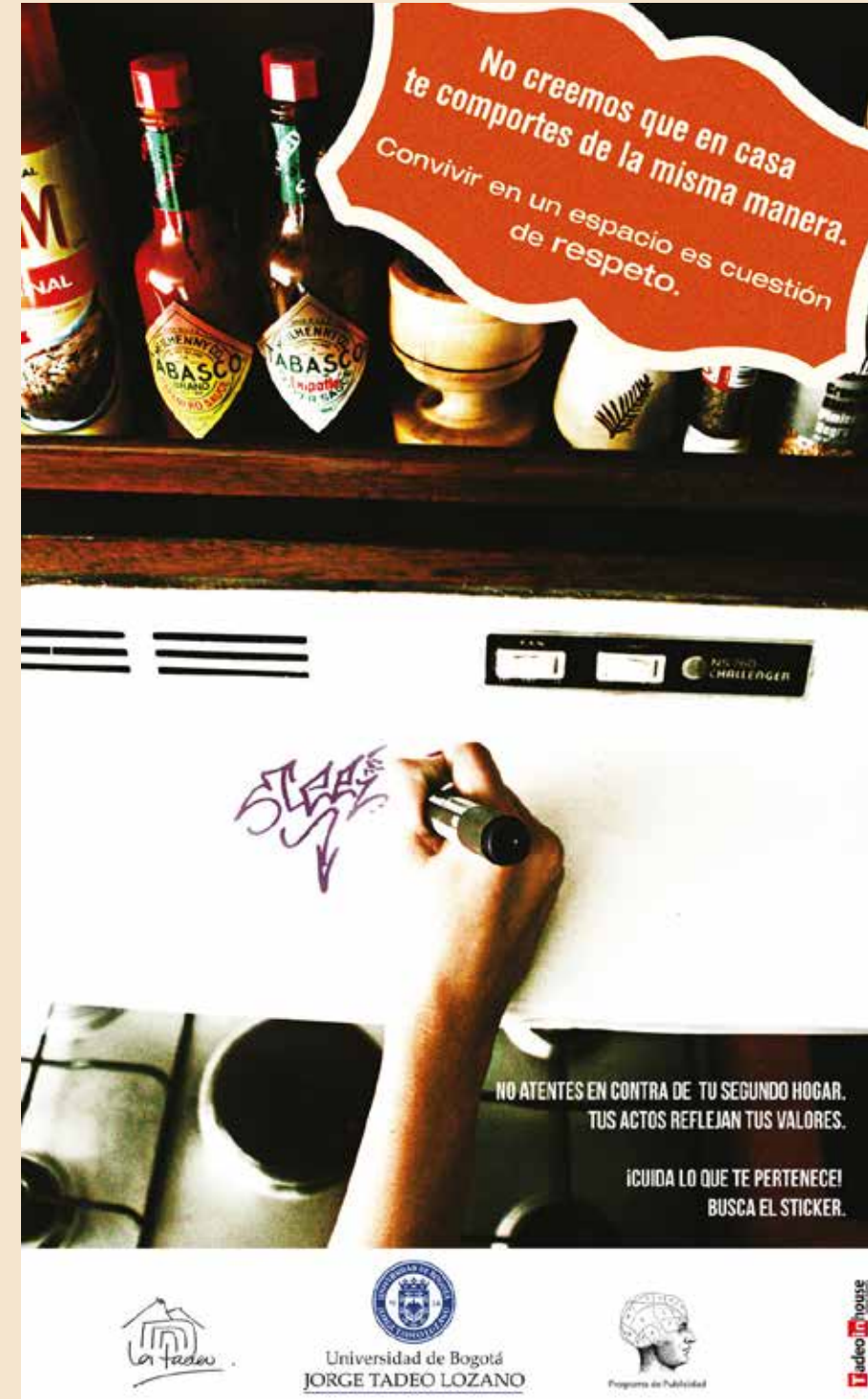
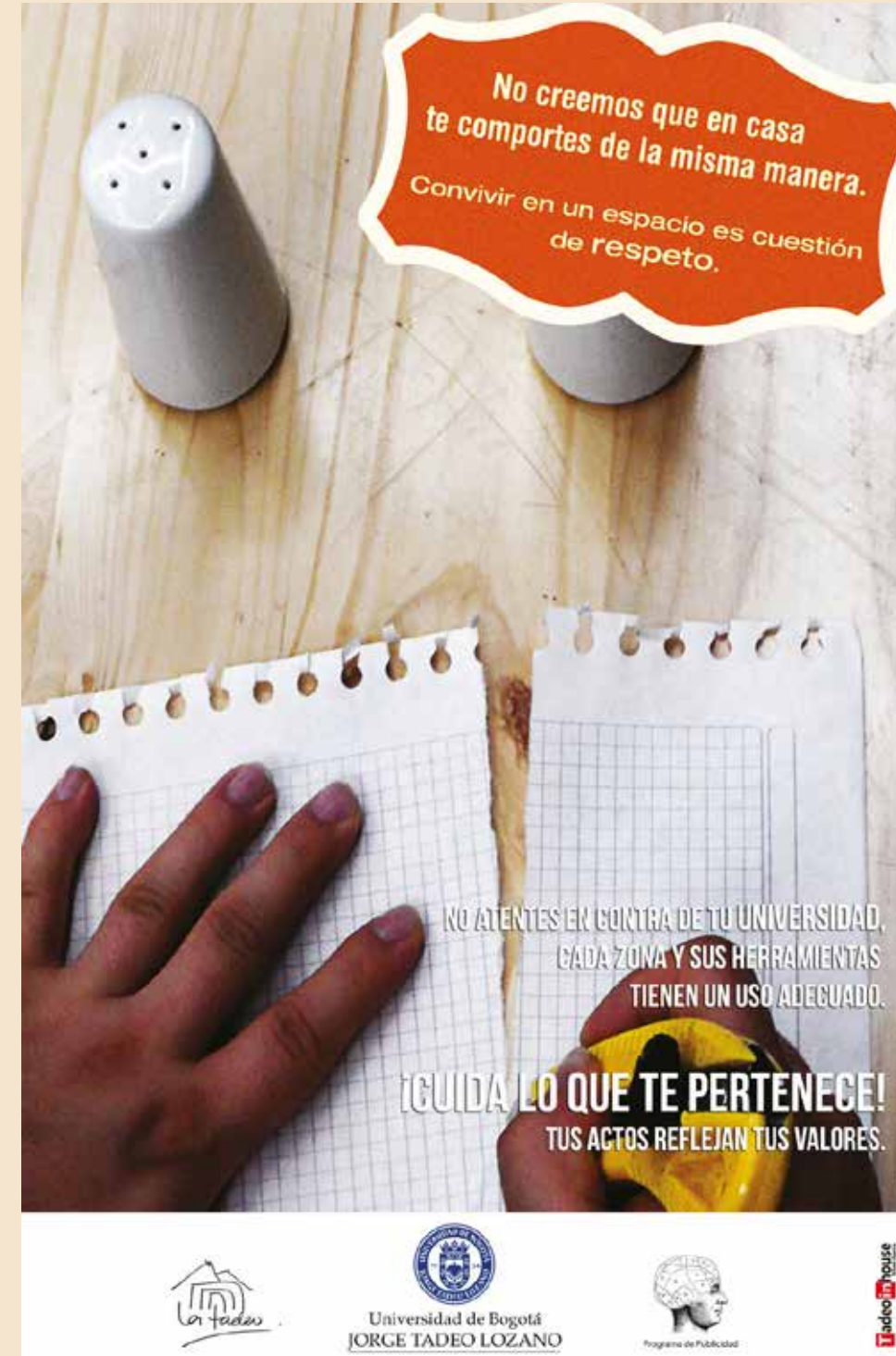


**Año:** 2011  
**Ciente:** Canon  
**Director Creativo:** Andres Novoa  
**Idea:** Que es lo esencial para ti  
**Objetivo:** Presentación a un concurso.  
**Resultado:** No se gano pero participaron con InHouse  
**Medio:** Mupi, Valla

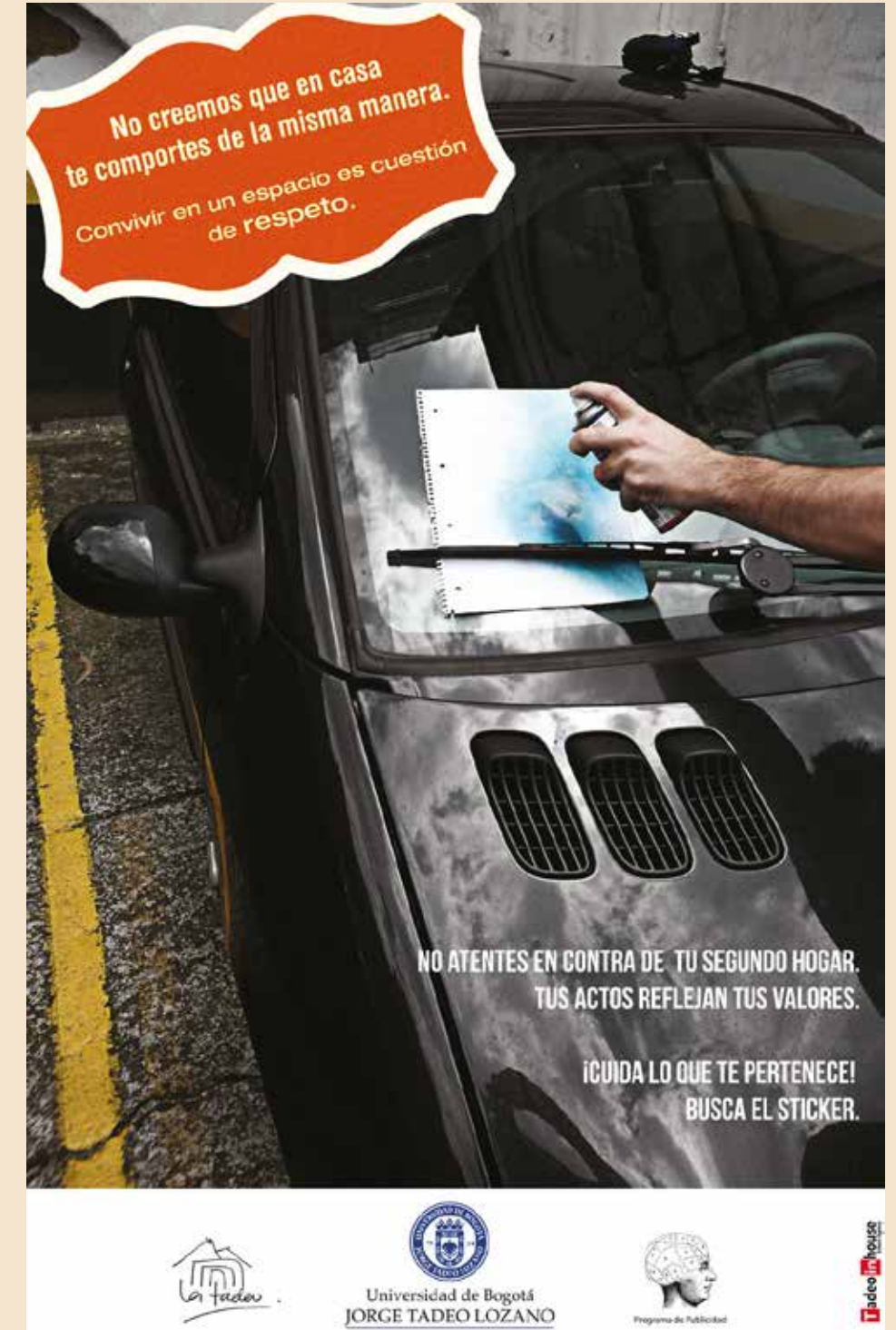
47



48



49



Año: 2011

Ciente: Universidad Jorge Tadeo Lozano

Director Creativo: Andres Novoa

Idea: Cuida lo que te pertenece

Objetivo: Cuidar los espacios dentro de la u y se hizo todo el proceso creativo.

Resultado: **\*Falta información\***

Medio: Poster

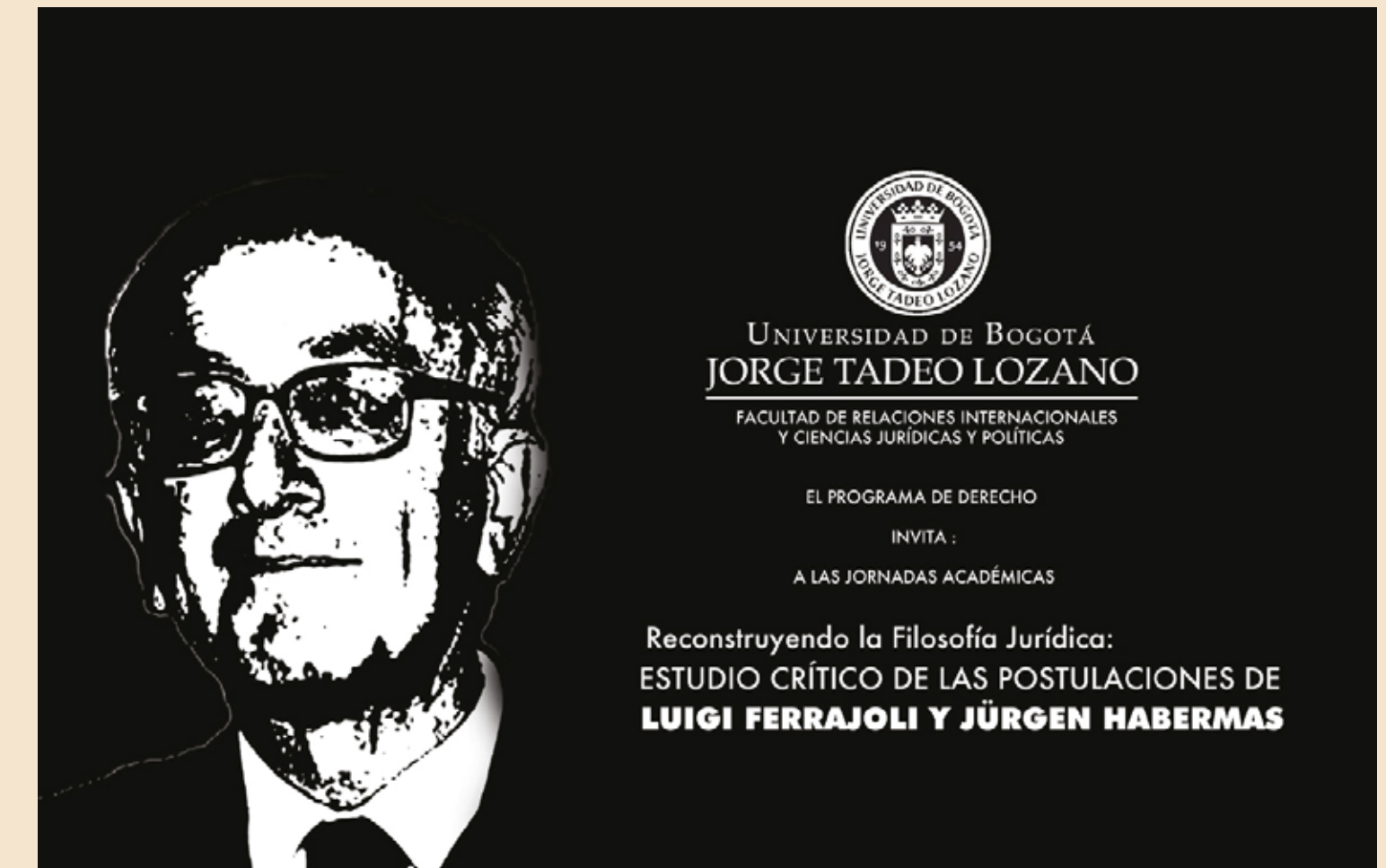
50



**Año:** 2011  
**Ciente:** Alama de la tierra  
**Director Creativo:** Andres Novoa y Carlos santacruz  
**Idea:** \*Falta información\*  
**Objetivo:** Mostrar las mejores fotografías de la expedicion gorgona 2011  
**Resultado:** Salio la campaña y fue importante para la campaña  
**Medio:** Eucol

51





Año: 2011

Ciente: Universidad Jorge Tadeo Lozano

Director Creativo: Andres Novoa

Idea: Afiche para convocar la charla entre estos dos persnoajes.

Objetivo: **\*Falta información\***

Resultado: Asistencia al eveneto

Medio: Cartel

InHouse  
2013 - 2014

# María Paulina Espitia

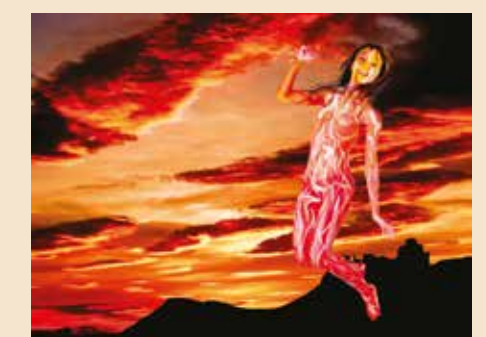
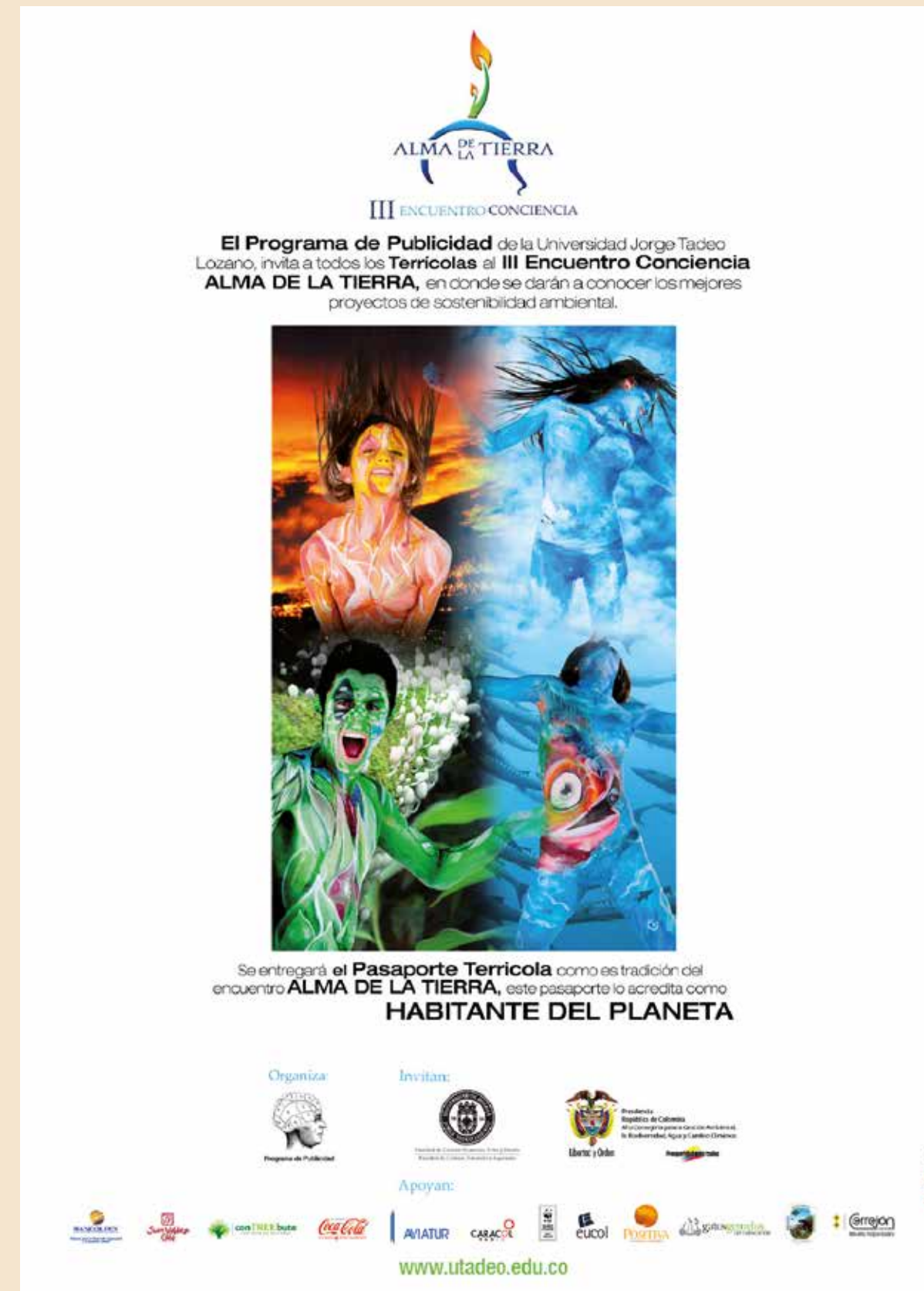
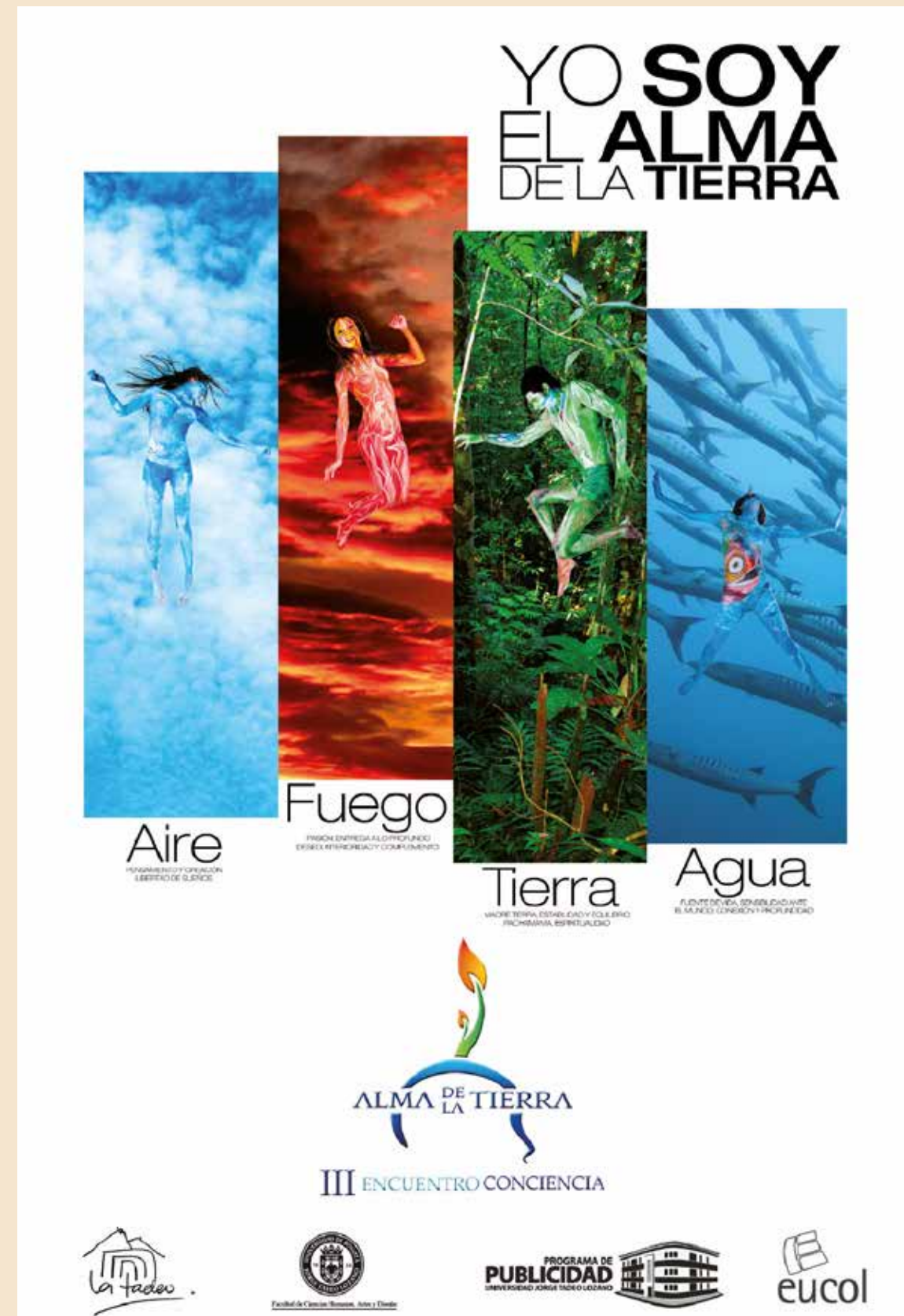


Actualmente  
Coordinadora  
difusión y medios  
**Natura**

Decidí estudiar publicidad porque me enamoré de las vallas de publicidad y de los comerciales, en especial los de perfumería. Ahí empezó mi deseo por ser de creatividad.

En la U fui conociendo un poco mejor todo, y el enfoque de la Tadeo era muy creativo. Por eso, en un semestre que tenía un hueco muy grande, hablé con el director, que era Sojo, y aunque la InHouse solo era para quienes llevaban más de la mitad de la carrera, me dejaron estar desde ahí. La universidad se convirtió en la InHouse ya que le dedicaba más tiempo que a cualquier otra cosa, incluso duré toda la carrera ahí.

Profesionalmente la InHouse me aportó bastante, para mí fue lo más valioso de mi proceso en la universidad, ya que aprendes mientras haces proyectos realidad, no solo es un trabajo por una nota sino, el hecho de trabajar con clientes reales te da responsabilidad, te genera presión, y esa experiencia es la que te enseña. Desarrolle muchas skills pues, en mi caso era muy tímida y al ser ejecutiva me ayudó a soltarme ya que me obligaba a presentar a clientes las ideas. Mi primera práctica laboral fue gracias a la InHouse, lo cual fue clave en el mi crecimiento. Como ejecutiva llegué a manejar Loreal y Latam, ah me di cuenta que amaba las cuentas de cosméticos, de ahí me llamaron de Natura, llevo aquí 4 años, he cambiado de cargo, me gustan las cosas rápidas, entre más aprendo mejor. Actualmente lidero toda la publicidad de natura, de echo odiaba esa clase de medios, y ahora mi día a día son los medios, entendí que la publicidad no es solo creatividad, la creatividad sola es arte, pero con estrategia es publicidad. Pongo en práctica todo lo que viví en la U, y justamente estoy en mi cargo soñado gracias a ese camino que recorrí en la InHouse.



56

57

**Año:** 2012  
**Ciente:** Alma de la tierra  
**Director Creativo:** Andres Novoa  
**Idea:** Yo soy el alma de la tierra  
**Objetivo:** Convocatoria para alma de la tierra 3  
**Resultado:** Asistencia  
**Medio:** Campaña 360



58

59

**Año:** 2012

**Ciente:** Armada Nacional

**Director Creativo:** Andres Novoa

**Idea:** Usted no esta solo

**Objetivo:** Disminuir la cantidad de suicidios en los infantes de marina de loa armada

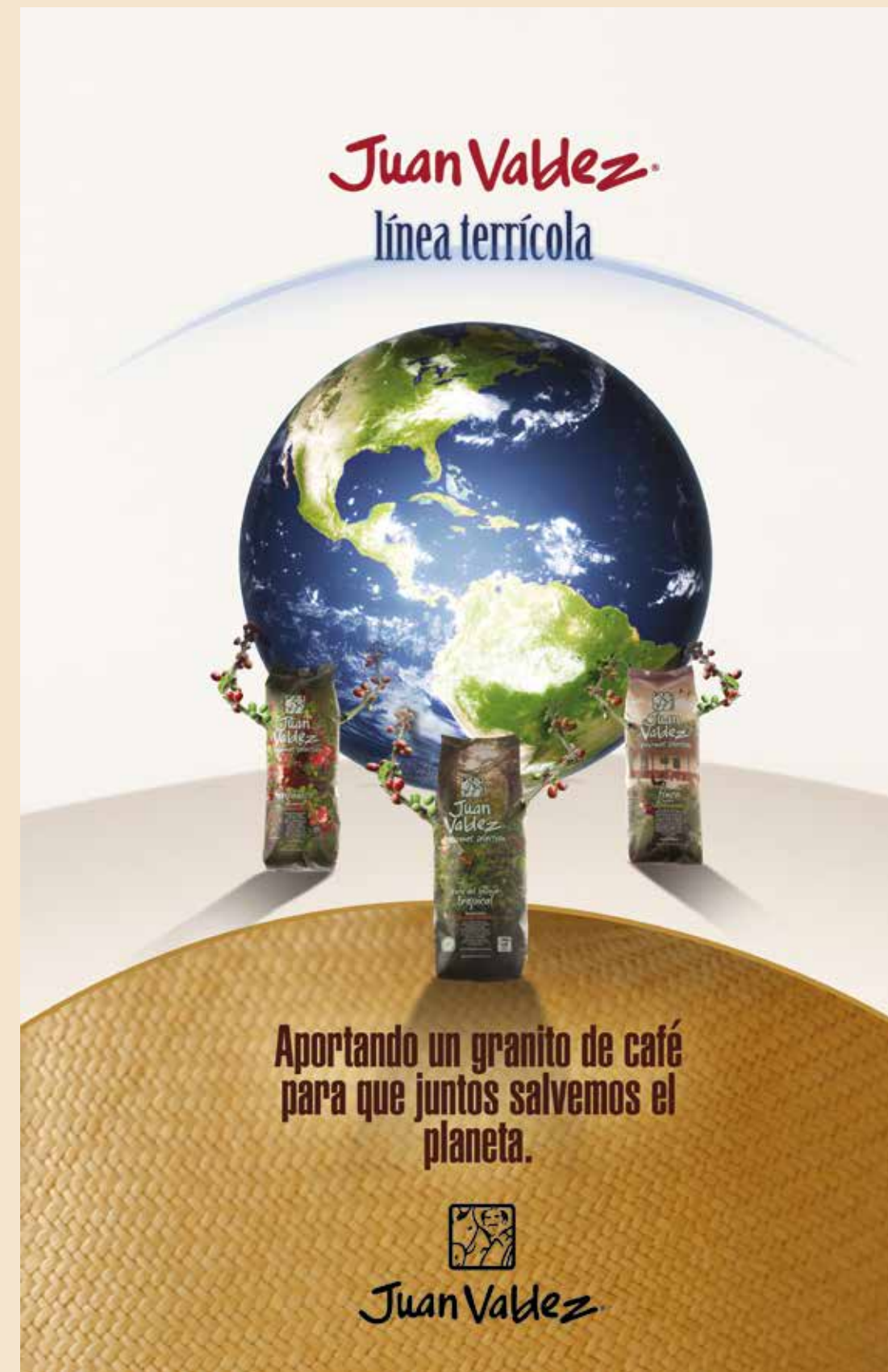
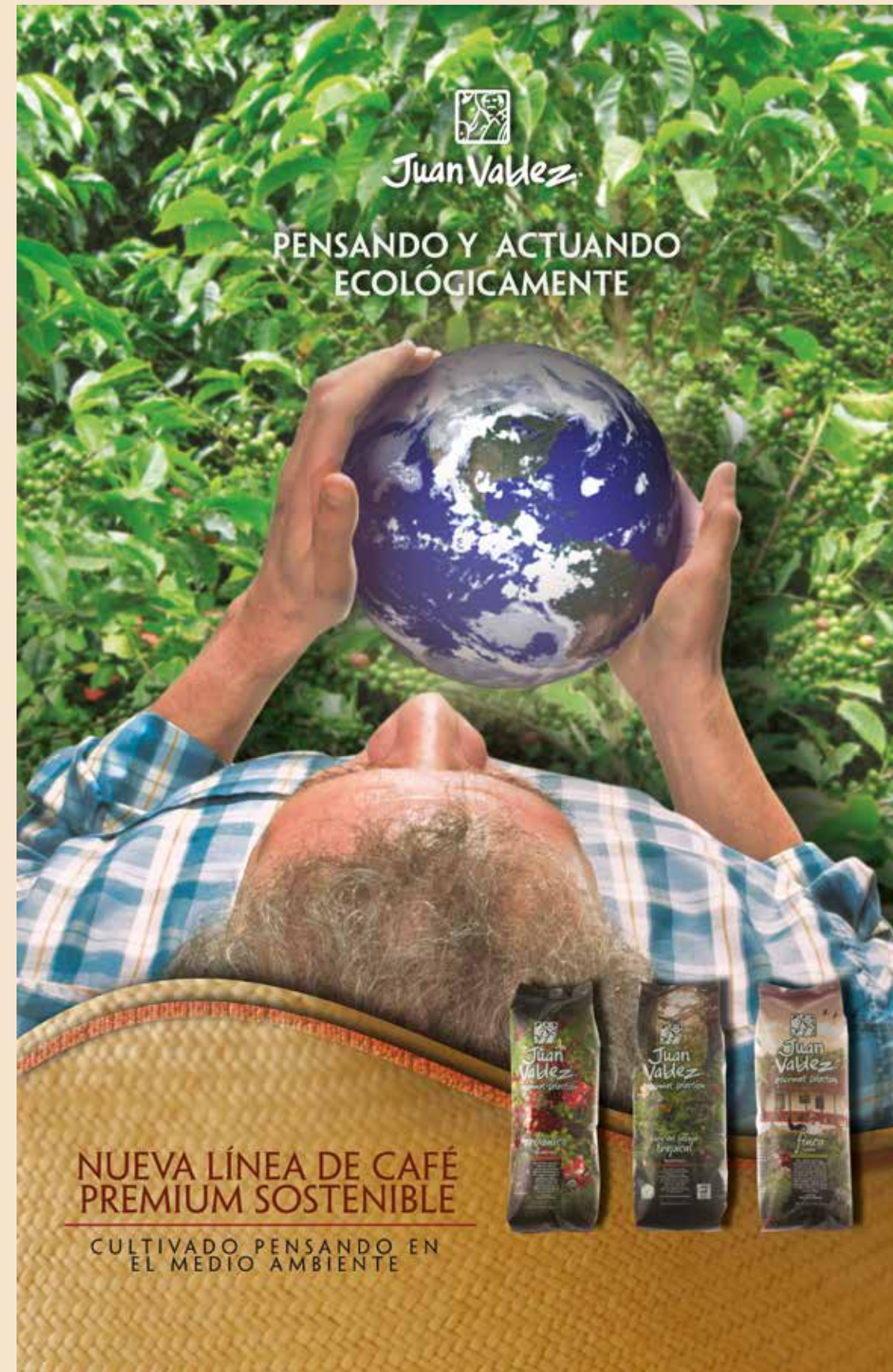
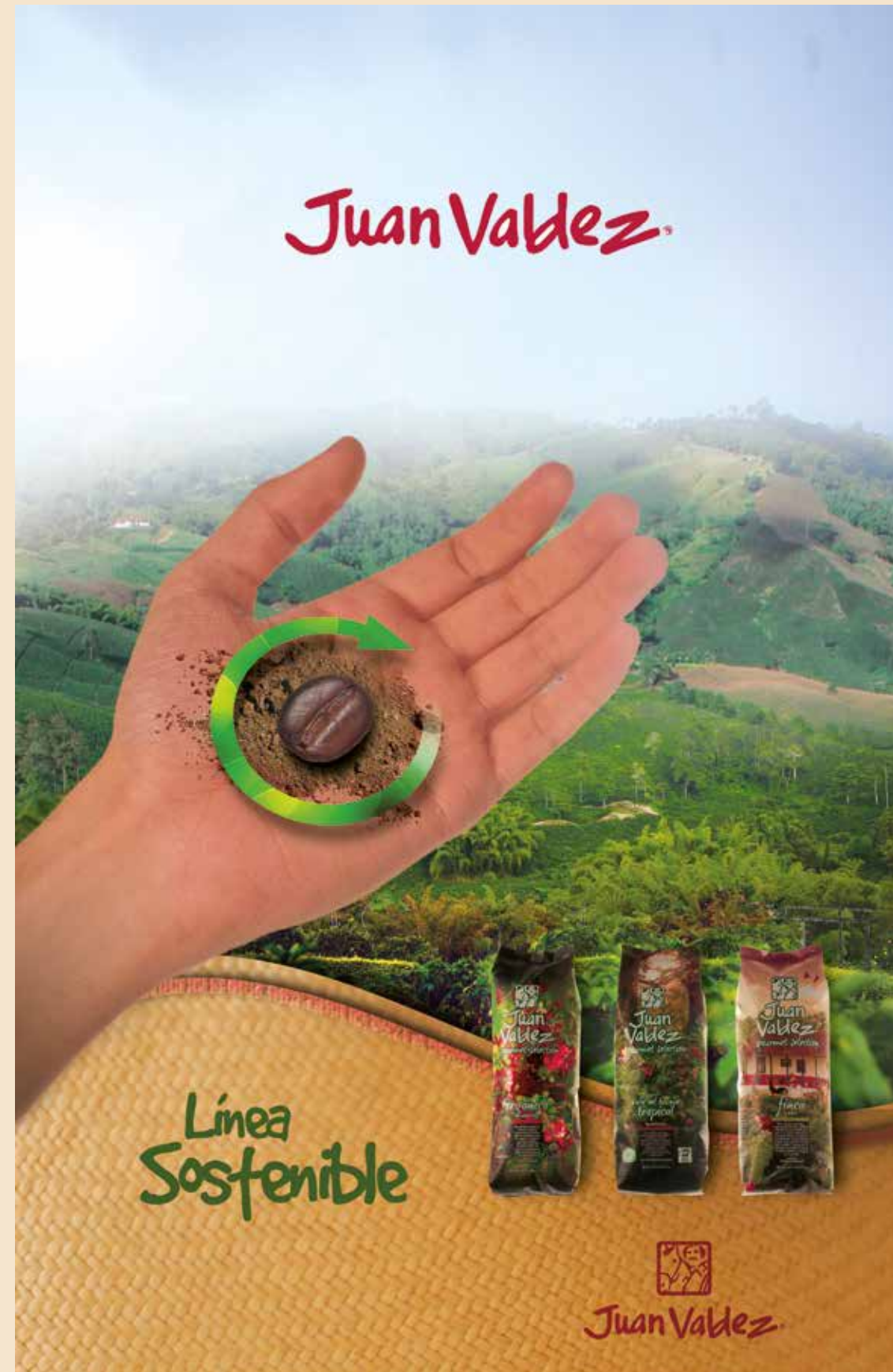
**Resultado:** Apoyamos directamente el equipo de psicologia y disminuyeron los suicidios

**Medio:** Campaña 360

**Año:** 2012  
**Cliente:** Expediciones  
**Director Creativo:** José Catillo  
**Idea:** Ilustrados que vienen a buscar.  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** Asistencia al lugar  
**Medio:** Cartel



**Año:** 2012  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** José castillo  
**Idea:** \*Falta información\*  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** Asistencia al lugar  
**Medio:** Poster



62

63

Año: 2012  
Cliente: Juan Valdez  
Director Creativo: José Castillo  
Idea: **\*Falta información\***  
Objetivo: Poner a prueba los mecanismos de enseñanza  
Resultado: **\*Falta información\***  
Medio: Poster

**CONOCER**  
ES CUIDAR NUESTRO  
**PATRIMONIO AUDIOVISUAL**

DIA MUNDIAL DEL  
**PATRIMONIO AUDIOVISUAL**  
**OCTUBRE 25 DE 2013**  
8:30 a.m. - 1:00 p.m.  
**HEMICICLO**

PROYECTO PATRIMONIO AUDIOVISUAL

Universidad Jorge Tadeo Lozano  
Facultad de Ciencias Sociales  
Comunicación Social - Periodismo  
Cine y Televisión  
Tecnología en Producción Radial

MinCultura  
PROSPERIDAD PARA TODOS  
FUNDACION PATRIMONIO FILMICO COLOMBIANO  
CCAT Colombia

DIPLOMADO  
PREMIO  
FORMACION  
ESPECIALIZADA

**CONOCER**  
ES VALORAR NUESTRO  
**PATRIMONIO AUDIOVISUAL**

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
JORGE TADEO LOZANO  
[www.utadeo.edu.co](http://www.utadeo.edu.co)

DIPLOMADO  
PREMIO  
FORMACION  
ESPECIALIZADA

**CONOCER**  
ES PROTEGER NUESTRO  
**PATRIMONIO AUDIOVISUAL**

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
JORGE TADEO LOZANO  
[www.utadeo.edu.co](http://www.utadeo.edu.co)

InHouse  
2014 - 2015



# María **Paula** Salebe

Actualmente  
Business Lead  
**Mullen Lowe SSP3**

66

67

Me encontraba en un momento donde me costaba mucho la creatividad por más que la amara, al entrar a la InHouse me ayudo a entender los procesos y la vida publicitaria. En ese momento para entrar a la InHouse era necesario realizar unas pruebas, yo en principio quería enfocarme en la planeación por un proyecto que estaba realizando, pero Sojo me dijo que intentara el de ejecutiva, lo hice y me encontré con un mundo muy interesante, donde manejaba cuentas pequeñas como el Terminal de Bogotá. Al final aprendes de cada uno de los procesos.

Era muy lindo ver en esa época que todas las personas que estaban ahí lo estaban por interés, nadie te obligaba a nada; eso habla mucho de la pasión, el entusiasmo y el sentido de pertenencia que tiene cada uno. Cuando tus amigos estaban tomando o haciendo otras cosas, tú estabas ahí dando la milla extra; eso en especial fue algo que me cambió la mentalidad y me dio un diferencial a la hora de buscar las prácticas, porque al final teníamos idea de que queríamos y cómo se daban los procesos para llegar a una agencia.

Lo que amo de ser ejecutiva es poder estar en todo el proceso de la campaña, estás con el cliente, en planeación, en producción, viendo la creatividad y los artes, eso es algo muy lindo, el poder estar hasta en la reunión final de todo el proceso es muy enriquecedor.

Tengo una anécdota chistosa con Sojo, un día en una entrega a cliente le dije "ya vengo ir almorzar" y me dijo "usted cree que en la vida real van a esperar a que usted almuerce" eso fue un boom, lloré demasiado, pero al final entendí que es mejor que te digan desde ya que las cosas serán así, sin embargo, con el tiempo en el ámbito laboral uno lo va manejando, pero está bien entender desde el principio que hay que hacer sacrificios.

Pienso que la InHouse vale la pena completamente, es un momento en el que puedes divertirte, equivocarte, disfrutar, exigirle a la academia y a la facultad, esto porque una de mis críticas a la universidad siempre fue que se queda en la teoría y hace falta la práctica, es importante dar esa experiencia desde la academia.

68


Una agencia no es un salón de clase



Pero en esta agencia también entrena.



Una agencia no es un salón de clase



Pero en esta agencia también aprende.



69

Una agencia no es un salón de clase



Pero en esta agencia también decide.



Año: 2014  
Cliente: InHouse  
Director Creativo: Carlos Arango  
Idea: Publicista advertido no muere en agencia  
Objetivo: **\*Falta información\***  
Resultado: **\*Falta información\***  
Medio: **\*Falta información\***

70

**MAESTRÍA EN PUBLICIDAD**  
1RA. EN LATINOAMÉRICA  
**INSCRIPCIONES ABIERTAS**  
WWW.UTADEO.EDU.CO  
SNIES 101504  
INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR SUJETA A INSPECCIÓN Y VIGILANCIA POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
**JORGE TADEO LOZANO**  
www.utadeo.edu.co

**Año:** 2014  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** Análisis sobre el consumo.  
**Objetivo:** Presentar al público su maestría  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** Cartel

71

**MAESTRÍA EN PUBLICIDAD**  
Facultad de Ciencias Humanas Artes y Diseño  
Programa de Publicidad

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
**JORGE TADEO LOZANO**

**MAESTRÍA EN PUBLICIDAD**  
Facultad de Ciencias Humanas Artes y Diseño  
Programa de Publicidad

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
**JORGE TADEO LOZANO**

72

NO HAY  
**VOZ**  
..... SIN .....  
**VOT**

En 2014 de 10.000 estudiantes, 600 mantuvieron silencio.  
Este año puedes hacer lo mismo, o puedes votar.  
Si estamos juntos, juntos deberíamos decidir.



**Año:** 2014  
**Cliente:** Rectoría  
**Director Creativo:** José Catillo  
**Idea:** Ser visible rápido.  
**Objetivo:** Invitar a los estudiantes a votar.  
**Resultado:** Los estudiantes votaron  
**Medio:** Cartel

73

NO HAY  
**VOZ**  
..... SIN .....  
**VOT**

En 2014 de 10.000 estudiantes, 600 mantuvieron silencio.  
Este año puedes hacer lo mismo, o puedes votar.  
Si estamos juntos, juntos deberíamos decidir.





Año: 2014

Cliente: Universidad Jorge Tadeo Lozano

Director Creativo: José Castillo

Idea: Apaga la pantalla

Objetivo: Disminuir el consumo de energía

Resultado: **\*Falta información\***

Medio: Digita / Cartel

76



Año: 2014  
Cliente: \*Falta información\*  
Director Creativo: \*Falta información\*  
Idea: Lo mejor de ser humanos  
Objetivo: \*Falta información\*  
Resultado: \*Falta información\*  
Medio: \*Falta información\*

77



InHouse  
2013 - 2014 - 2015

# Juan Camilo Parra



Actualmente  
Director Creativo  
**Mullen Lowe SSP3**

Entre a la InHouse por gusto y amor a la publicidad, me atraía el hecho de saber que era cliente real ya que me permitía enfrentarme a nuevas cosas que en clase no pasaría.

La InHouse de alguna manera prepara a las personas a lo que es enfrentarse a un cliente real, estructurar una campaña, entender el medio, lo académico no deja de estar muy separado de lo práctico, lo que se pide hoy es diferente, en ese sentido, la InHouse te acerca más a la realidad de saber si un concepto verdaderamente es aplicable.

Me dejo muchas personas con quienes me he encontrado a lo largo del tiempo, relacionarte con los demás es esencial en este medio, por otro lado, aprender a manejar la frustración es algo que la universidad nunca te enseña y la InHouse es ese colchón que te aterriza al mundo real. Sin embargo, no todo se basa en la creatividad y en realizar tu trabajo de la mejor manera, es importante trabajar la parte humana, la relación con las personas, buscar la forma de ser inspirador para los demás, ese es de alguna manera, el factor más fundamental de esta profesión.

80

**Año:** 2015  
**Ciente:** AD-PÚBLICO  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** El royo en la cabeza  
**Objetivo:** La publicidad se revela  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** Digital, Mailing.



81



82

VI ENCUENTRO CONCIENCIA  
**ALMA DE LA TIERRA**  
OCTUBRE 22 Y 23 DE 2015

**TALLER**  
» Alternativas para la conservación y el cuidado del planeta.

UTADEO

FECHA: POR DEFINIR  
LUGAR: UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO  
HORA: 4:00 P.M.

ALMA DE LA TIERRA

**FORO**  
» Un Diálogo por La Guajira

EN BUSCA DE SOLUCIONES A LAS PROBLEMÁTICAS DE EDUCACIÓN Y MEDIO AMBIENTE EN LA GUAJIRA.

DIRIGIDO A ESTUDIANTES, PROFESORES Y LÍDERES DE LA COMUNIDAD QUE PARTICIPEN EN PROYECTOS EDUCATIVO- AMBIENTALES PROMOVIDOS POR EL PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL Y PARTICIPACIÓN DEL MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE.

UTADEO

FECHA: POR DEFINIR  
LUGAR: UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO  
HORA: 4:00 P.M.

ALMA DE LA TIERRA

VI ENCUENTRO CONCIENCIA  
**ALMA DE LA TIERRA**  
OCTUBRE 22 Y 23 DE 2015

UTADEO

VI ENCUENTRO CONCIENCIA  
**ALMA DE LA TIERRA**  
OCTUBRE 22 Y 23 DE 2015

UTADEO

VI ENCUENTRO CONCIENCIA  
**ALMA DE LA TIERRA**  
OCTUBRE 22 Y 23 DE 2015

UTADEO

COLOMBIA  
**MAGIA SALVAJE**

VI ENCUENTRO CONCIENCIA  
**ALMA DE LA TIERRA**  
OCTUBRE 22 Y 23 DE 2015

FECHA: JUEVES 22 DE OCTUBRE  
LUGAR: AULA MÁXIMA  
HORA: 4:00 P.M.

Inscríbese en nuestra página web

VI ENCUENTRO CONCIENCIA  
**ALMA DE LA TIERRA**  
OCTUBRE 22 Y 23 DE 2015

UTADEO

INSCRÍBASE EN: [www.utadeo.edu.co](http://www.utadeo.edu.co)

LAS COMUNIDADES INDÍGENAS ABRIERON SUS BRAZOS Y CORAZONES A LOS TADEÍSTAS. RANCHERÍA EN MANAURE- LA GUAJIRA

83

**Año:** 2015  
**Ciente:** Ama de la tierra  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** Un diálogo por la guajira  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** Impreso

84

**Año:** 2015  
**Cliente:** Concreta  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** Todos quieren romperla, pero solo uno concreta.  
**Objetivo:** Invitar a los estudiantes a inscribirse en el festival.  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** \*Falta información\*



85



InHouse  
2017

# Natalia Chona



Actualmente  
Copy Writer  
**Mullen lowe SSP3**

Entré por cosas del destino, un amigo que quería entrar me comentó e hice mi portafolio, al llegar me dijeron en la bienvenida "necesitamos copy's" y eso era justo lo que quería. Mi primer semestre fui copy, luego Jose Castillo necesitaba una monitora y me lo pidió, la InHouse fue básica y elemental: ahí aprendí a hablar con cliente, perder el miedo, entender que es humano equivocarse y más adelante me solté y pude hablar con tranquilidad. La InHouse es un proceso muy fuerte ya que debes dedicarle mucho tiempo. Ahí hice mis amigos, mi vida, ahí conocí a mi dupla que lo sigue siendo hasta este momento, ella era directora de arte y yo copy, trabajamos más juntas cuando era monitora, sin embargo el respeto que nos teníamos la una a la otra hacía que nos conectáramos. Ella se convirtió en mi mentora y me ayudó mucho en el camino, especialmente con mi portafolio. Aprovecha, goza, disfruta todo, nada es tan frío como parece, me puedo divertir, lo que hago está bien, nada importará más que los amigos y las personas que están a tu lado apoyándote para crecer juntos sin importar el trabajo que exista, la InHouse fue mi año más lindo en la universidad.

Recuerdo que la campaña interna que hicimos de la InHouse fue muy linda, porque replanteamos toda la InHouse, se llamó: ideas frescas y tostadas. Cada uno tenía una cabeza de algo relacionado con pan tostado, diferentes toppings pues uno le pone al pan lo que quiera y la base es la esencia de cualquier cosa.

Después de la InHouse hice prácticas en Geometry, la InHouse me mostró lo que quería hacer que siempre fue crear, me ayudó a entender que definitivamente quería ser copy, la InHouse fue la base de colección para mi carrera y hacer prácticas. Empecé allá y también estaba Nata, nos mantuvimos cómo dupla, entramos a todos los concursos que habían de jóvenes talentos, lloramos, reímos, celebramos, aprendimos a entender que se basa en intentarlo, que siempre ganarás y perderás.

InHouse  
2015 - 2017

# Natalia Cabrera



Actualmente  
Directora de Arte  
**Mullen lowe SSP3**

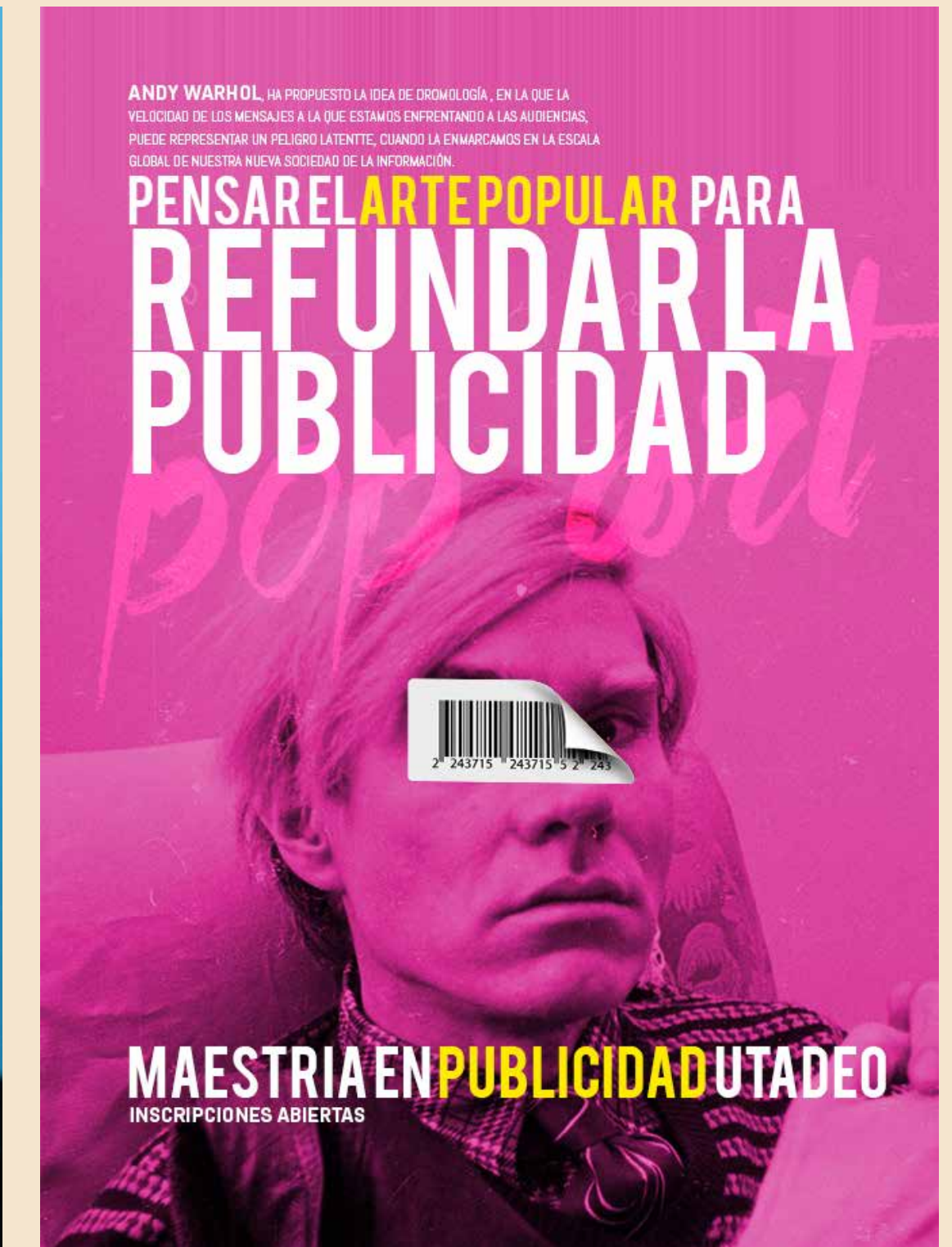
Empiezo diciendo lo que le dije a Sojo "Quiero algo suave, pero quiero estar ahí" Ahí empezó todo. Chalo Chalo fue una de las cuentas que más crecieron a partir de la InHouse, y ahora es una marca bastante grande, la recuerdo mucho.

La InHouse influyó mucho personalmente en el tipo de amigos que tengo ahorita, viví más cosas con los de publicidad que con los de diseño. A nivel profesional me dio muchas herramientas para empezar con mi práctica, pues al momento de entrar ya tenía claros los procesos de la agencia, empecé a hacer mis prácticas en Geometry. Cuando me contrataron como junior mi jefe me decía que le gustaba que no debía explicarme cosas que a otro practicante sí, esto justamente por la experiencia que ya había tenido en la InHouse.

Por otro lado, en muchas ocasiones quise dejar la InHouse por la carga académica que tenía, incluso les decía a mis padres que pensaba renunciar, pero ellos siempre me apoyaron a seguir, diciendo que valdría la pena, y lo fue totalmente. No solo por todo lo que he conseguido profesionalmente, sino también porque la InHouse me ha permitido compartir lo que he aprendido, poder contarle a los estudiantes mi experiencia, pues amo compartir mis vivencias.

Siempre he sabido que quiero hacer cosas importantes, y la vida me ha llevado hacia donde quiero ir. Las cosas no están lejos, hay que mirar hacia atrás para darse cuenta de donde estamos.

88



89

**Año:** 2015  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** José Catillo  
**Idea:** Refundar la publicidad  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** Poster



Año: 2015  
Cliente: Universidad Jorge Tadeo Lozano  
Director Creativo: José Castillo  
Idea: \*Falta información\*  
Objetivo: \*Falta información\*  
Resultado: \*Falta información\*  
Medio: \*Falta información\*



**Año:** 2017  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** \*Falta información\*  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** \*Falta información\*



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ  
 JORGE TADEO LOZANO  
 www.utadeo.edu.co

**CONVERSATORIO:**  
**¿CÚALES SON LAS FUENTES DE CONOCIMIENTO EN PAÍSES DE DESARROLLO PARA GENERAR INNOVACIÓN?**  
 Presentación de la red internacional de investigación Globelics.

**Martes 29 de Octubre 11:00 a.m. a 1:00 p.m.**  
 Módulo 7a Salón 407

El objetivo del conversatorio es presentar ante la comunidad académica interesada en temas de innovación, emprendimiento y cambio tecnológico la red internacional de investigación Globelics (Global Network for Economics of Learning, Innovation, and Competence Building Systems), particularmente su sección latinoamericana Lalic (red Latinoamericana y del Caribe sobre la economía del aprendizaje, la innovación y los sistemas de construcción de capacidades). Además se presentarán los resultados preliminares de una investigación titulada: ¿De quiénes y de dónde obtienen las firmas de países en desarrollo el conocimiento para desarrollar innovaciones nuevas para el mercado internacional? Un análisis empírico sobre el sector manufacturero colombiano.

InHouse  
2018

 A black and white portrait of Gustavo Gómez Rico, a young man with short dark hair and a light beard, wearing a dark button-down shirt. The portrait is set against a dark grey background and is framed by a blue L-shaped graphic element.
 

# Gustavo **Gómez** Rico

Actualmente

*Copy Writer***Mullen Lowe SSP3**

Si bien uno en su día a día tiene trabajos en grupos con los amigos, en la InHouse se encuentra con desconocidos, uniendo ideas con desconocidos, con personas que no tengo afecto desde lo emocional. Pero, aun así, hay que trabajar para sacar algo, pues en el mundo laboral se da la misma manera, nunca sabrás quien será tu dupla, quien será tu director, tu equipo, el director puede cambiar de un momento a otro y uno debe estar en la capacidad de adaptarse a todo. La InHouse siento que es un buen acercamiento a ese aspecto; me dejó también buenas amistades hasta hoy. En lo personal tuve una época con José, que me ayudo a entender un mundo diferente, a no dejarme llevar por las masas, a de verdad pensar, pues en ocasiones las personas creen que pensar es tan simple como suena la palabra, parece lógico pero muy pocos realmente lo hacen, me quedo con esa capacidad de ser crítico con el mundo, algo que hasta el día de hoy me caracteriza.

No hay que acelerarse tanto, las cosas se darán, uno empieza con muchos sueños al comienzo respecto a diferentes aspectos, y la InHouse te acerca a eso. Pero, el mundo laboral nos puede llegar a chocar, en lo personal cuando salí de la universidad y no empecé como copy, sino cómo coordinador digital, luego en Sancho como community era muy poco, pero siempre en mi cabeza estaba hacer lo que hacía en la InHouse ser copy y cómo sea buscaba lograrlo.

Tengo dos campañas que les tengo mucho cariño, la primera era para la biblioteca, sobre el aniversario de los 250 años de María la obra de Jorge Isaac, con esa hice primeras bajadas en especial un mailing que le tengo mucho aprecio porque era una de mis grandes piezas, José le gustó mucho y eso me dio mucha moral. La otra es alma de la tierra Chocó, siento que fue un trabajo al esfuerzo, fue mucho tiempo, muchos copy's hasta que encontramos lo necesario y al final ese esfuerzo quedó en el primer impreso que se pautó en El Espectador. Cuando uno está en la universidad se llena de expectativas por parte de muchos profesores y uno mismo, es importante entender cómo funciona una agencia, si no llegas primero ahí no te preocupes, no te fijas en tu entorno y quien ha logrado que y por qué, enfócate en tu camino y tus sueños.

96

**Año:** 2018  
**Ciente:** Alma de la tierra  
**Director Creativo:** Christian Schader  
**Idea:** Tradición manual chico  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** \*Falta información\*

**ALMA de la TIERRA CHOCÓ**

**¡El Chocó tiene la palabra!**  
 Octubre 19 y 20

ENTENDER SU VOZ ES RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA NATURALEZA. ESTE ES EL PROPÓSITO DE 'ALMA DE LA TIERRA'.  
**¡VEN Y ESCUCHA!**

UTADEO  
 propaís WWF Discovery GOBIERNO DE COLOMBIA  
 Parques Nacionales Naturales de Colombia

97

**ALMA de la TIERRA CHOCÓ**

**¡El Chocó tiene la palabra!**  
 Octubre 19 y 20

COMPRENDER SU CULTURA ES RESPETAR EL VALOR DE LA TRADICIÓN Y EL TERRITORIO. ESTE ES EL PROPÓSITO DE 'ALMA DE LA TIERRA'.  
**¡VEN Y ESCUCHA!**

**ALMA de la TIERRA CHOCÓ**

**¡El Chocó tiene la palabra!**  
 Octubre 19 y 20

ENTENDER SU VOZ ES RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LA NATURALEZA. ESTE ES EL PROPÓSITO DE 'ALMA DE LA TIERRA'.  
**¡VEN Y ESCUCHA!**

**ALMA de la TIERRA CHOCÓ**

**¡El Chocó tiene la palabra!**  
 Octubre 19 y 20

ESCUCHAR SU MÚSICA ES FESTEJAR UN LEGADO DE LA MEMORIA. ESTE ES EL PROPÓSITO DE 'ALMA DE LA TIERRA'.  
**¡VEN Y ESCUCHA!**

98



**::CARTAGENA EN DIRECTO::**  
**TRASMITIMOS**  
 todas las **CONFERENCIAS**  
 del Congreso de Publicidad  
 los días 7 y 8 de octubre.  
[www.utadeo.edu.co](http://www.utadeo.edu.co)

**Inscríbete** en el Programa de Publicidad  
 y reclama el **Pin de Acceso**

**Año:** 2018  
**Cliente:** Universidad Jorge Tadeo Lozano  
**Director Creativo:** José Castillo  
**Idea:** \*Falta información\*  
**Objetivo:** Conferencia en Cartagena  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** \*Falta información\*

99



**::CARTAGENA EN DIRECTO::**

**TRASMITIMOS**  
 todas las **CONFERENCIAS**  
 del congreso de Publicidad

La Universidad Jorge Tadeo Lozano, la Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño y el Programa de Publicidad invitan a la **transmisión** de todas las conferencias programadas en el marco del **XVI Congreso Colombiano de Comunicaciones Publicitarias 2010**, que se llevará a cabo en el hotel Hilton de Cartagena en los días 6, 7 y 8 de Octubre.

**Inscríbete y reclama el Pin de Acceso**  
 en la Facultad de Publicidad

100

Año: 2019  
Cliente: Universidad Jorge Tadeo Lozano  
Director Creativo: Jairo Sojo  
Idea: \*Falta información\*  
Objetivo: \*Falta información\*  
Resultado: \*Falta información\*  
Medio: \*Falta información\*



101



# Juliana **Triana** Torres



Actualmente  
Ejecutiva de cuentas  
**McCann**

Yo llegue en tres periodos a la InHouse, en 2021, luego InHouse por dos emprendimientos tadeístas, e InHouse 2020 - 2. Llegue a la InHouse porque yo estaba en el último semestre viendo Cliente Real; en las primeras clases estábamos todos juntos en una clase y nos hacían un brief según el cargo y ahí escogían quien iba a InHouse y quien a clase, en 2020 -1 no hice la prueba y quede en clase normal, luego uno de los ejecutivos se fue y necesitaban a una ejecutiva, una amiga me comento y envié mi hoja de vida. Como primera impresión sentía mucho ego, porque según yo, allá estaban los más juiciosos y los más top de todos, yo era juiciosa pero no me consideraba tanto, sentía que era para gente ya muy dura. Empecé como ejecutiva de cuentas en los dos primeros y el último fui project manager.

Siempre supe que mi perfil era ejecutiva, sentía que era buena, luego como proyecto Sojo me pidió serlo y me le medí. Desarrolle ambos cargos súper bien. En mi primer InHouse éramos alrededor de 24 personas y 2020 - 2 como 35 personas. En la 2020-1 tuve la cuenta de la Biblioteca y Fundación Mariana Novoa. Empezamos a traer a los estudiantes de Quito San Francisco para hacer intercambios, escogimos unos cuantos para que estuvieran con nosotros alrededor de un mes.

Lo más lindo que me pasó fue conocer personas, tener la oportunidad de estar en una agencia con todo lo que hacía ahí, ya que es lo mismo que hago en mi día a día. Descubrí de nuevo en mí, la confianza, pues no me tenía tanta ya que sentía que todos eran top. La InHouse me dio mucha confianza y herramientas, me di cuenta que cuando digo que estuve en la InHouse de la Tadeo, alguien más también estuvo en la InHouse de la Tadeo.

La InHouse de la Tadeo es como el Sancho de las agencias en los premios Effie de las universidades, eso fue como "wow" para mí, me dio mucha confianza y me permitió reafirmar que lo mío es cuentas, pues siempre pensé que era copy pero la InHouse me direccionó. Actualmente trabajo en McCann, hice mis prácticas y me dejaron en la parte de BTL, ya llevo un año y medio. Si no hubiera hecho parte de la InHouse no hubiera tenido la oportunidad de hacer prácticas aquí. Defino la InHouse como una escuela de aprendizaje que a futuro te abre muchas puertas.

# María **Paula** Hinestroza



Actualmente  
Head Designer  
**Bloom**

Antes de la pandemia me interesaban otros semilleros, me contacté con Sojo una semana antes de la pandemia, cuando me vi con él fue muy chistoso porque estaba en un evento de baile y llegué vestida así, pensé que todo era más serio especialmente Sojo, y a la final fue lo opuesto. Estuve en semillero de androginia todo un año, y en 2020 me dijo que quería una monitora, al final del año hubo una licitación con la reactivación de los cines, ahí conocí a los chicos de esa InHouse y trabajé con ellos en ese tema, luego de eso trabajamos todos juntos desde remoto todo y empecé a conocer la InHouse, vi cómo funcionaban todos los cargos y me di cuenta que las personas eran geniales. Ahí me postulé para ser monitora, me daba miedo la organización del tiempo ya que soy muy relajada y sentía que me daría muy duro por lo mismo.

Empecé a organizarme mejor, ordené los grupos de la mejor manera, entré a la clase sabiendo de alguna forma todo, debía explicar a todos como era la dinámica y demás. Eran 4 equipos, en el mío eran 8 personas, siempre había uno de la universidad, otro de razón social y un emprendimiento de afuera, era variado para poder ver los diferentes campos. Eran muchas reuniones, algo bastante pesado.

Sojo te empezaba a ver y empezaba a involucrarte creando una comunidad. El caos te prepara para lo que vendrá y te reta a sentir mucho más las campañas

Mi reto más importante en la InHouse fue conectar con los estudiantes ya que a las personas les daba miedo enfrentar muchos aspectos, y con el tiempo nos dimos cuenta que la gente empezó a querer a ser parte de la InHouse, logrando que se involucraran poersonas de todos los semestres. Creamos un semillero que se llama Spot Light para poder linkear a estudiantes de diferentes carreras con la InHouse.

104



105

Año: 2020

Cliente: Chela Cream

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: "te extraño con toda"

Objetivo: Contarle a los Bogotanos a través de diferentes piezas que con el combo "te extraño con toda" van a poder transmitirle a la persona que se lo regale lo mucho que extrañan su sonrisa a través de un detalle emocional.

Resultado: Entrega cliente y esperando a ser lanzada en diciembre.

Medio: Digital / Redes Sociales

#TuBibliotecaUtadeoEnCasa

### Nuestra historia es un conjunto de historias

El escritor Martín Armenta nos comparte la suya

La escritura, la actuación y los viajes han construido su historia, descúbrala en el Club de lectura de la Utaeo y conoce muchas más.

¿Y tú, cómo has construido tu historia?

Charla virtual (meet.google.com/ukn-jwva-gkt)  
Invitado especial: Martín Armenta  
Martes 28 de Abril - 5 pm

UTADEO Sistema de Bibliotecas CLUB DE LECTURA

#TuBibliotecaUtadeoEnCasa

LAS CARTAS DE AMOR SON RECUERDOS PLASMADOS EN PAPEL. RECUERDOS QUE NOS CONECTAN CON LA PERSONA AMADA DONDE PASA EL TIEMPO Y LAS HISTORIAS CONTINUAN EN EL CORAZÓN.

Charla virtual (meet.google.com/ukn-jwva-gkt)  
Tema: Correspondencia amorosa  
Martes 26 de Mayo - 5:00 pm

### Nuestra historia es un conjunto de historias

Descúbrelo en el Club de lectura de la Utaeo.

UTADEO Sistema de Bibliotecas CLUB DE LECTURA

#TuBibliotecaUtadeoEnCasa

HISTORIAS APASIONANTES DE LAS VIVENCIAS CAPITALINAS QUE BOBARÁN TU ATENCIÓN Y DESPERTARÁN TU INTRIGA.

Charla virtual (meet.google.com/ukn-jwva-gkt)  
Invitado: Escritor Javier Riveros  
Martes 2 de Junio - 5:00 pm

### Nuestra historia es un conjunto de historias

El escritor Javier Riveros nos comparte la suya.

Descúbrelo en el Club de lectura de la Utaeo.

UTADEO Sistema de Bibliotecas CLUB DE LECTURA

#TuBibliotecaUtadeoEnCasa

LO COMPLEJO NO ES OLVIDAR HISTORIAS, ES NO PODER DEJAR DE RECORDARLAS UNA Y OTRA VEZ.

Charla virtual (meet.google.com/ukn-jwva-gkt)  
Tema: La memoria  
Martes 23 de Junio - 5:00 pm

### Nuestra historia es un conjunto de historias

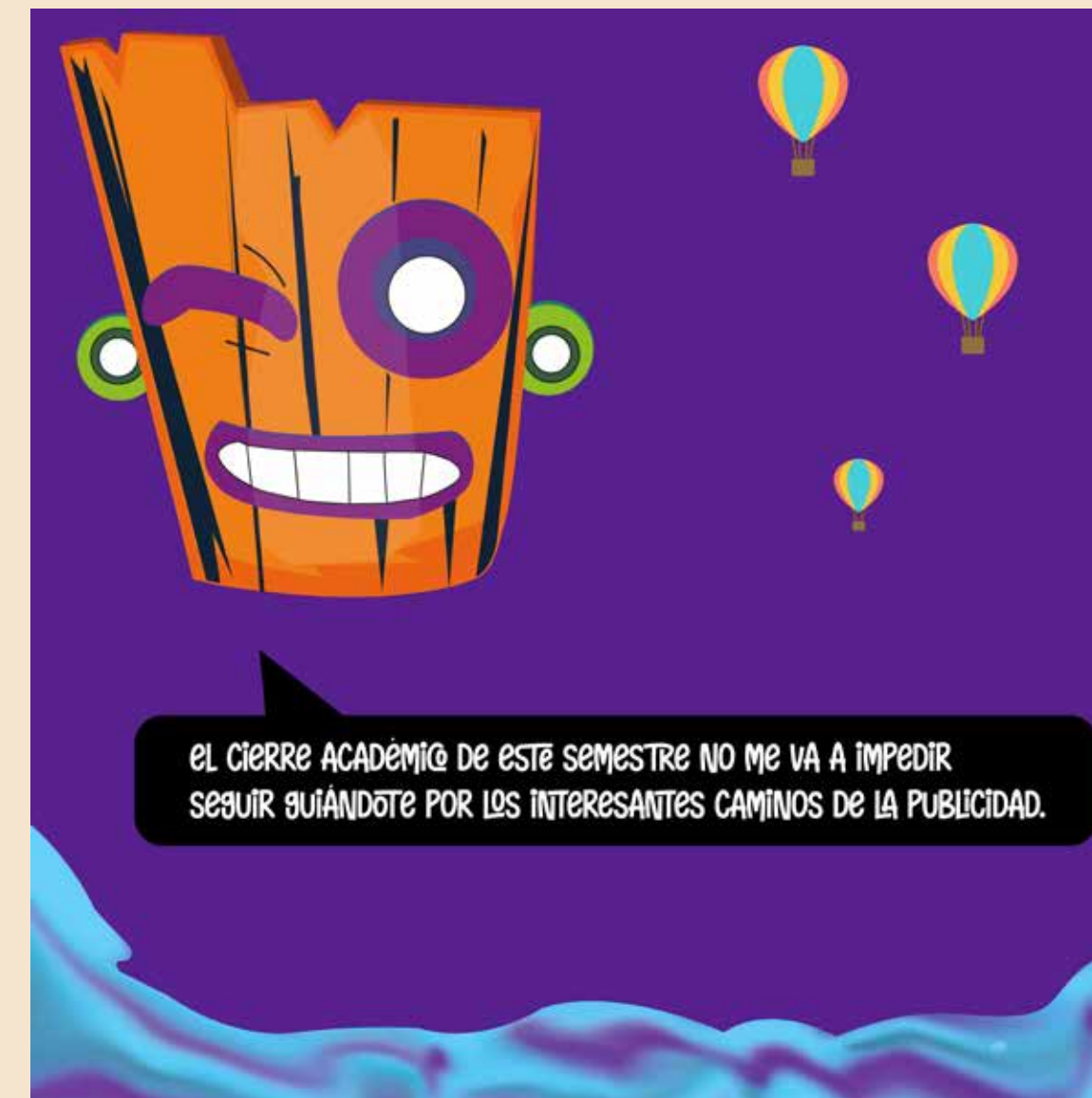
Descúbrelo en el Club de lectura de la Utaeo.

UTADEO Sistema de Bibliotecas CLUB DE LECTURA

106

107

**Año:** 2020  
**Ciente:** Club de Lectura  
**Director Creativo:** Jairo Sojo  
**Idea:** Un conjunto de historias  
**Objetivo:** \*Falta información\*  
**Resultado:** \*Falta información\*  
**Medio:** Digital / Redes Sociales



Año: 2020

Ciente: Publiland

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: Creamos un mundo que con la ayuda de nuestro guía Cece

Objetivo: Posicionar a PUBLILAND como el paraíso en el que los estudiantes puedan satisfacer su curiosidad y encontrar una guía para crear algo que perdure en el tiempo.

Resultado: 181 cuentas alcanzadas, 140 interacciones con el contenido, 235 seguidores

Medio: Digital / Redes Sociales



Año: 2020

Cliente: Bosque Carnívoro

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: Reemplazar la idea que tienen las personas sobre las plantas carnívoras.

Objetivo: Dar a conocer la marca Bosque Carnívoro

Resultado: Contenido en redes sociales

Medio: Digital / Redes Sociales



Año: 2020  
Cliente: Nestle  
Director Creativo: Jairo Sojo  
Idea: \*Falta información\*  
Objetivo: \*Falta información\*  
Resultado: \*Falta información\*  
Medio: \*Falta información\*



114

115

Año: 2020  
 Cliente: Dracula  
 Director Creativo: Jairo Sojo  
 Idea: \*Falta información\*  
 Objetivo: \*Falta información\*  
 Resultado: \*Falta información\*  
 Medio: \*Falta información\*

116



117



**Año:** 2020

**Ciente:** Bilácteo

**Director Creativo:** Jairo Sojo

**Idea:** Invitar a las personas a crear un big bang de historias, tal como la teoría de la creación, que inició por pequeñas partículas, las grandes historias nacen de los pequeños detalles de lo que nos rodea.

**Objetivo:** Dar un espacio a los estudiantes tadeístas para que muestren la magia del mundo desde su perspectiva, fijándose en esos pequeños detalles.

**Resultado:** Dar a conocer la convocatoria "Cuentos para salvar el mundo" ante la comunidad tadeísta.

**Medio:** Digital / Redes Sociales

118



**Año:** 2020

**Ciente:** Desaparecidos toma y reoma

**Director Creativo:** Jairo Sojo

**Idea:** Recuperar palabras de las cenizas

**Objetivo:** Generar empatía frente a los actos de violencia mediante las últimas palabras de las víctimas del Palacio de Justicia para que sean conscientes de que fueron seres valiosos los que desaparecieron, en situaciones que pudieron haberle ocurrido a cualquier integrante de sus familias

**Resultado:** Se exaltó el trabajo realizado, destacando la calidad de la investigación, el concepto y el resultado final de las piezas que fueron realizadas para darle una voz a los que hoy se encuentran ausentes.

**Medio:** Digital / Redes Sociales

119





120

121

**Año:** 2021

**Ciente:** Publiland

**Director Creativo:** Jairo Sojo

**Idea:** Talentos Ocultos

**Objetivo:** Dar a conocer la marca Bilácteo como una alternativa de productos lácteos.

**Resultado:** Re diseño de logo y posicionar la paciencia como valor principal.

**Medio:** Digital / Redes Sociales

122

**UNITADEÍSTAS**  
Asociación de Egresados Tadeístas

Parque no importa cuando te volviste egresado, **ser tadeísta es atemporal**, por eso te invitamos a formar parte de **UNITADEÍSTAS** para conocer nuevos amigos de distintas épocas y carreras con los que puedes crear nuevas experiencias.

HABER CONOCIDO A **CABO ó CABITO** SIGNIFICA TENER UN **RECUERDO TADEÍSTA** COMPARTIENDO LA COMIDA CON UN AMIGO.

Affiliate a Unitadeístas para aprovechar los beneficios como el cinturón empresarial, la línea ambiental y los convenios que tenemos para ti. Si quieres conocer más de nuestros beneficios ingresa a la página **Asociación de Egresados Tadeístas-UNITADEÍSTAS**

Clic aquí para afiliarte

123

**UNITADEÍSTAS**  
Asociación de Egresados Tadeístas

No importa hace cuanto te graduaste, **ser tadeísta no tiene fecha de caducidad**, se parte de Unitadeístas para crear nuevos recuerdos y experiencias llenas de felicidad.

**SER EGRESADO TADEÍSTA** ES HABER TENIDO **LA MISMA PASIÓN** EN LA **CANCHA** Y EN EL **AULA**

Affiliate a Unitadeístas para aprovechar los **beneficios como el cinturón empresarial, la línea ambiental y los convenios que tenemos para ti**. Si quieres conocer más de nuestros beneficios ingresa a la página **Asociación de Egresados Tadeístas-UNITADEÍSTAS**.

Clic aquí para afiliarte

**Año:** 2021

**Ciente:** Unitadeístas

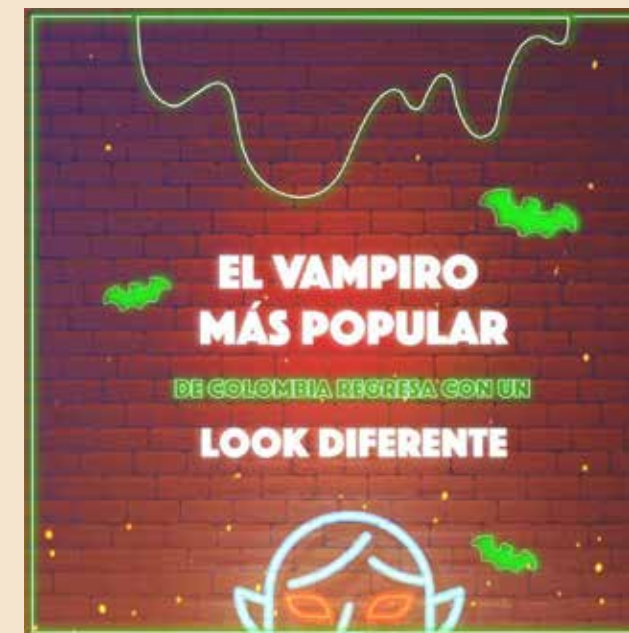
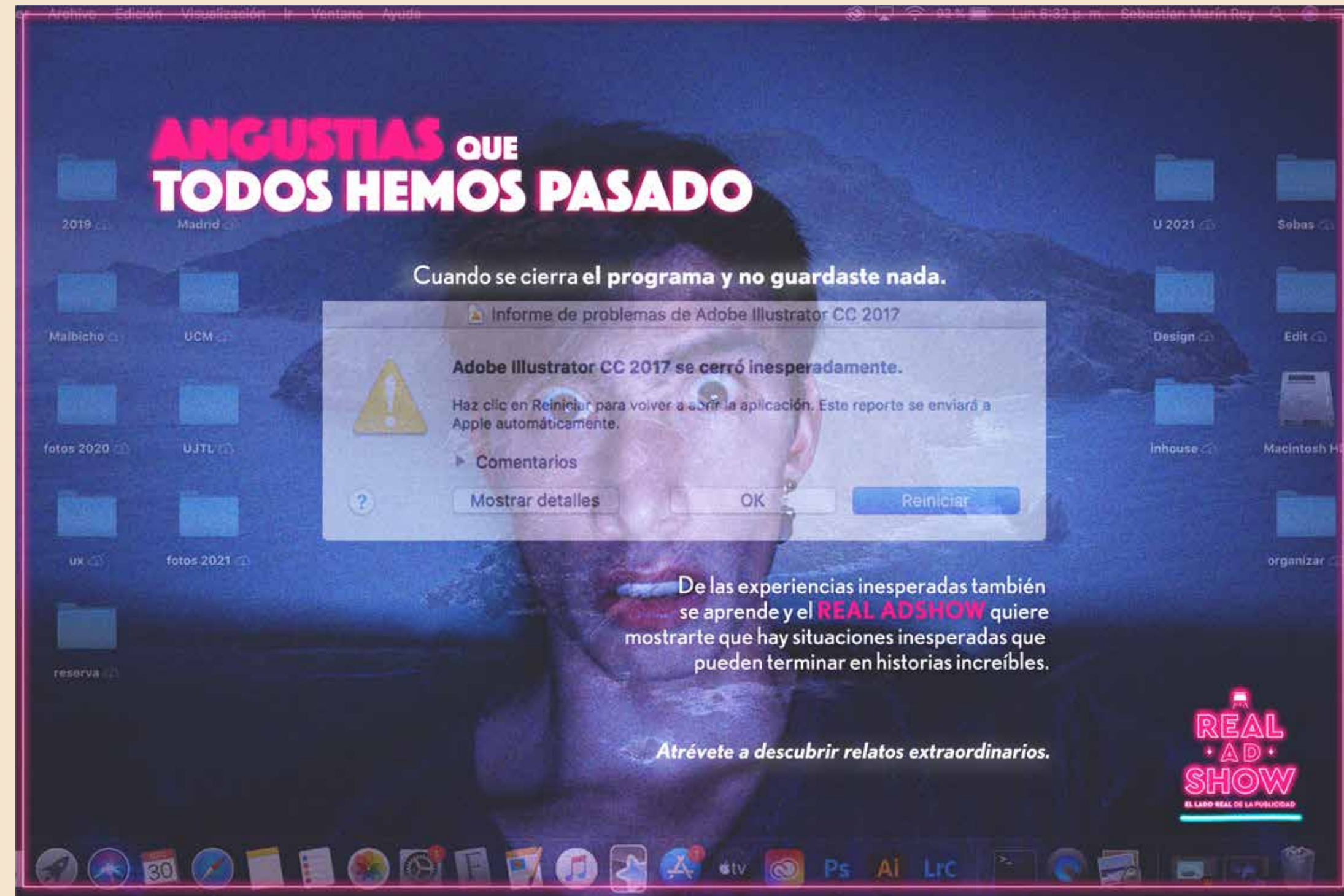
**Director Creativo:** Jairo Sojo

**Idea:** La comunidad tadeísta es atemporal pues no importa cuando te graduaste todos siguen siendo parte de la universidad.

**Objetivo:** Invitar a los egresados de la Utadeo a ser parte de la asociación Unitadeístas a través de recuerdos en la universidad que evoquen nostalgia y la construcción de nuevas experiencias

**Resultado:** Re diseño de logo y posicionar la paciencia como valor principal.

**Medio:** Digital / Redes Sociales



124

125

**Año:** 2021

**Cliente:** Real Ad Show

**Director Creativo:** Jairo Sojo

**Idea:** Ser cazadores de relatos inesperados y sorprendentes del mundo publicitario.

**Objetivo:** Invitar a los estudiantes tadeístas a conocer la realidad del mundo publicitario desde una perspectiva nunca antes vista, de la mano de quienes mejor lo conocen;

**Resultado:** se realizaron 7 entrevistas a grandes personalidades del mundo de la publicidad en cargos creativos y de planeación.

Se creó la sección de los martes inesperados donde se publicaron 7 piezas hablando sobre diferentes campañas publicitarias

**Medio:** Digital / Redes Sociales /BTL



**Año:** 2021  
**Ciente:** Yoko Kaeru  
**Director Creativo:** Jairo Sojo  
**Idea:** Yoko revivirá las situaciones más icónicas en el amor y la amistad de la cultura otaku uniendo la fantasía con la realidad.  
**Objetivo:** Conectar a la cultura otaku con Yoko Kaeru a través de la campaña realizada para el mes de amor y amistad, donde las relaciones mágicas y sorprendentes de sus personajes favoritos se materializan en artesanías personalizadas.  
**Resultado:** Re diseño de logo y posicionar la paciencia como valor principal.  
**Medio:** Digital / Redes Sociales



InHouse  
2021 - S2

128



Actualmente  
**Ejecutiva Comercial  
Milla Extra**

## Juana **Valentina** Reyes

Llegué a la InHouse por una persona que iba a los salones, y por amigos que me decían que todo estudiante de la Tadeo debería estar a la InHouse, pues era una experiencia y un aprendizaje que solo la InHouse me daría. Mi primera impresión fue totalmente diferente a lo que esperaba, entre con un cargo que jamás había tenido y fue un choque muy fuerte ya que no sabía nada y tuve que aprender todo de cero, como se trabaja en realidad fue muy duro porque los procesos que llevábamos no eran muy aterrizados a lo que se daba en la InHouse como el desarrollo de estrategia creativa, fue interesante aprender.

Gran parte de la InHouse la tuve en pandemia, a partir del segundo mes pude empezar a conocerlo, las herramientas de tecnología nos facilitaban los procesos, los procesos eran difíciles, pero nos adaptamos. Fui monitora en la primera InHouse, y en la segunda fui ejecutiva de cuentas porque la persona que escogió dijo que siempre me vio como ejecutiva, los demás lo veían, pero yo me veía más como creativa, me recomendaron para ejecutiva de cuentas, me quedé como ejecutiva y con el tiempo me di cuenta que era a lo que quería dedicarme.

Lo más lindo que me pasó fue conocer a tantas personas nuevas y el talento que tienen. Darme cuenta de mi perfil fue algo muy valioso, y lo logré gracias a la InHouse. Descubrí nuevas habilidades como la puntualidad, dirigiendo grupos y como dirigir a mi equipo, tener el poder, pero realmente es tener organizado todo.

La InHouse cambió mi vida desde el momento que me enseñó realmente quien soy, las habilidades que tengo, lo que puedo lograr y confiar en mí, soy más de lo que yo creía, puedo seguir creciendo para ser mejor.

InHouse  
2022

129



Actualmente  
**Monitora  
Inhouse Utadeo**

## Laura **De Paiva**

Yo llegué a la InHouse en 2021 - 2, llegué porque para Effies necesitaban una persona que no hiciera prácticas y siguiera en la universidad para presentar el caso, ya había escuchado de la InHouse, pero los veía como esas personas "tesas" de la universidad, personas inalcanzables. El semestre 2022 empecé a hacer cliente real, el director de entonces me llamó y me preguntó si quería participar, y entre a los Effies. Tenía muchos nervios porque no sabía que estaban haciendo y así empecé. En mi grupo éramos más o menos 10-12, en mi InHouse 2022 - 2 éramos más o menos 40 personas, fue una voz a voz que llegaron tantas personas a la InHouse, mis mejores amigos entraron gracias a eso.

La InHouse es el espacio donde me siento resguardada, tranquila y me llena de aprendizaje. De las cosas más duras que viví fue hacer un video para la facultad de artes y diseño, para el decano debido a que hubo un retraso, lo cual hizo que tuviera solo un día para terminarlo, fue demasiado pesado por la presión.

La InHouse cambió mi vida ya que cuando entré vivía una situación personal difícil que me obligó a cambiar muchas, y fue justamente esa compañía que me ayudó a moldearme para ser quien soy.

Actualmente soy la monitora de la InHouse preparándome para mis prácticas. De no ser por la InHouse no tendría la seguridad de quien soy en este momento, me gusta mucho la persona en la que me convertí gracias a la InHouse.

Para mí la InHouse es familia, lo defino en una palabra como oportunidad. Les diría a las personas arriésguense, entregarse a hacer las cosas bien desde la pasión y el amor, porque cuando haces las cosas así estás condenado al éxito.

130

**Desde muy pequeños tuvimos contacto con ellas, de adultos podremos salvar vidas gracias a ellas.**

**Dona sangre en La Cardio.**

Desde el inicio de tu vida las agujas estuvieron presentes, gracias a ellas ahora podrás ayudar vidas.

**#afrontandomiedos**

**El valor que tuviste para saber si ibas a ser mamá, ese mismo te hará salvar vidas.**

**Dona sangre en La Cardio.**

Las agujas han estado presentes en momentos importantes de nuestra vida, tener el valor de enfrentarlas para salvar vidas es lo que nos hace más humanos.

**#afrontandomiedos**

laCardio | Bancó de sangre

Año: 2022

Ciente: La Cardio

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: Motivar a los estudiantes universitarios a donar sangre en el banco de sangre de La Cardio Infantil, mostrándoles que las agujas han estado presentes a lo largo de su vida.

Objetivo: Concientizar a los estudiantes que han tenido experiencias con las agujas ya sea para algo estético o médico

Resultado: Tres piezas y la utilización de medios como mailing, POP estación universidades y en la estación calle 45 junto con la impresión para las carpas donde se realiza la donación

Medio: Exterior / Mailing / POP

131

**Comunidad tadeísta**

**Las agujas han estado presentes a lo largo de nuestras vidas, ¿por qué tenerles miedo? si con ellas podemos salvar vidas.**

Queremos invitarlos a donar sangre en La Cardio, porque salvar vidas es de valientes.

laCardio | Bancó de sangre

**#afrontandomiedos**

**Esa resistencia con la que te tatuaste, será la misma con la que podrás salvar vidas. Dona sangre en La Cardio.**

En aquello que te tatuaste hubo una aguja de por medio, tener el valor de enfrentarla para salvar vidas es lo que te hace más humano.

**#afrontandomiedos**

laCardio | Bancó de sangre



**Año:** 2022

**Cliente:** Club de Lectura infantil.

**Director Creativo:** Jairo Sojo

**Idea:** Mostrar el Club de Lectura como un espacio donde haces parte de las aventuras.

**Objetivo:** Incrementar la participación de los niños asistentes al Club de lectura.

**Resultado:** Se recolectaron 15 dibujos de los niños con una asistencia de 13 niños e incremento de la participación de 8 niño más.

**Medio:** Digital / Mailing



134



## ABROCHA TU CINTURÓN

**Biblioteca de audiocuentos**  
 Ahora en consultas externas de quimioterapia tenemos una audiobiblioteca disponible para todos los niños que ingresen y puedan dejar volar su imaginación mientras se entretienen durante la sesión.

**Padres y Madres** pueden solicitar a la enfermera la tarjeta con el código QR que contiene la audiobiblioteca y escanearla.

**UTADEO** Sistema de Bibliotecas

Año: 2022

Cliente: Biblioteca

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: Abrocha tu cinturón Biblioteca de audio cuentos: Construir una biblioteca con audio cuentos para ofrecer un espacio lúdico y de entretenimiento para el ala de quimioterapia pediátrica del Hospital Pediátrico

Objetivo: Construir un espacio lúdico para que niños desde su primer año de vida hasta los 6 años que se encuentren recibiendo quimioterapias puedan estimular su creatividad por medio de audiolibros. Resultado: Se recolectaron 15 dibujos de los niños con una asistencia de 13 niños e incremento de la participación de 8 niños más.


Medio: Digital / Mailing

135

## ABROCHA TU CINTURÓN

**Biblioteca de audiocuentos**  
 Veamos de qué se trata esta magnífica historia para que tu hij@ deje volar su imaginación con cada uno de los audiocuentos que están creados para ser vistos durante la consulta externa de quimioterapia.

**Mamá y/o papá**  
 Recuerda solicitarle a la enfermera la tarjeta con el código QR que contiene la audiobiblioteca y escanéalo.



**UTADEO** Sistema de Bibliotecas

## ABROCHA TU CINTURÓN

**Biblioteca de audiocuentos**  
 Empecemos aventuras extraordinarias para que tu hij@ deje volar su imaginación, gracias a los audiocuentos que estarán disponibles cada vez que lo traigas a las consultas externas de quimioterapia.

**Padres y Madres** pueden solicitar a la enfermera la tarjeta con el código QR que contiene la audiobiblioteca y escanearla



**UTADEO** Sistema de Bibliotecas

136



**Borojo**  
Las raíces que nos unen.

**Conmemoramos nuestras raíces protegiendo a las mujeres, niños y niñas de nuestro territorio.**

Año: 2021

Cliente: Borojó

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: Las raíces que nos unen

Objetivo: \*Falta información\*

Resultado: \*Falta información\*

Medio: \*Falta información\*

137



**En Borojó preservamos nuestras raíces, lo hacemos desde lo que nos inculcaron nuestros ancestros: la ayuda a las mujeres, niños y niñas de la comunidad.**

**Borojo**  
Las raíces que nos unen.

Da click aquí para conocer más de nuestras raíces, de tus raíces, esas que nos unen.

138



139

Año: 2022

Ciente: Mike's

Director Creativo: Jairo Sojo

Idea: Una cosa lleva a la otra.

Objetivo: Demostrar que puedes compartir estos momentos no habituales con Mike's y más amigos y terminar en cosas inesperadas

Resultado: \*Falta información\*

Medio: Mupis / Redes socialaes / BTL

140



Año: 2022

Cliente: Club de lectura para adultos

Director Creativo: Jairo Sojo

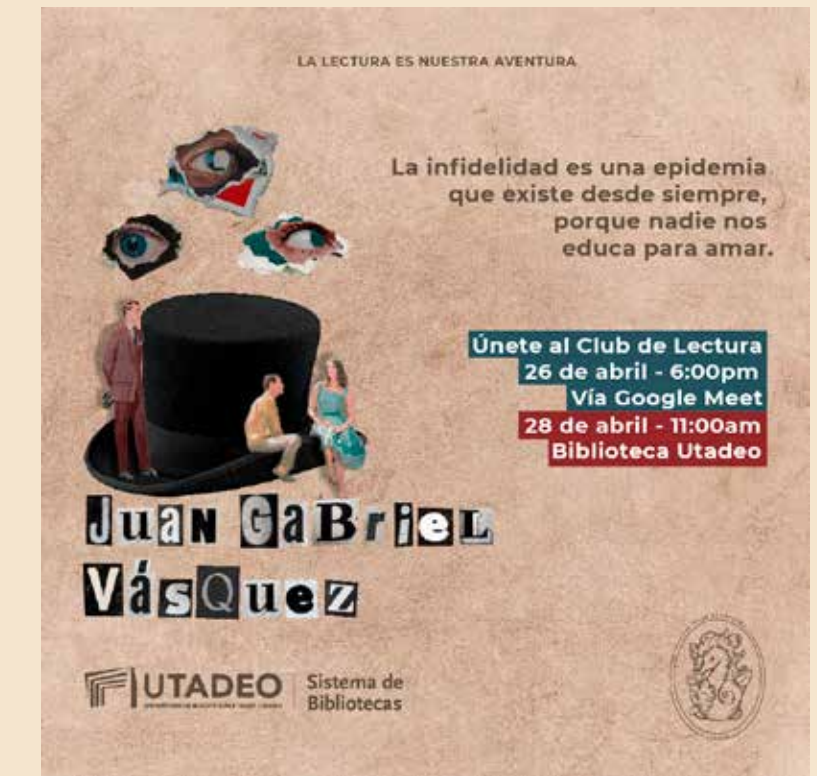
Idea: Por medio de diferentes piezas reflejar el tema que se hablará en la lectura de la semana

Objetivo: El club de lectura para adultos necesita informar que cuenta con dos espacios para reunirse, uno de manera virtual y el otro presencial. Esto con el fin de atraer a las personas interesadas a hacer parte.

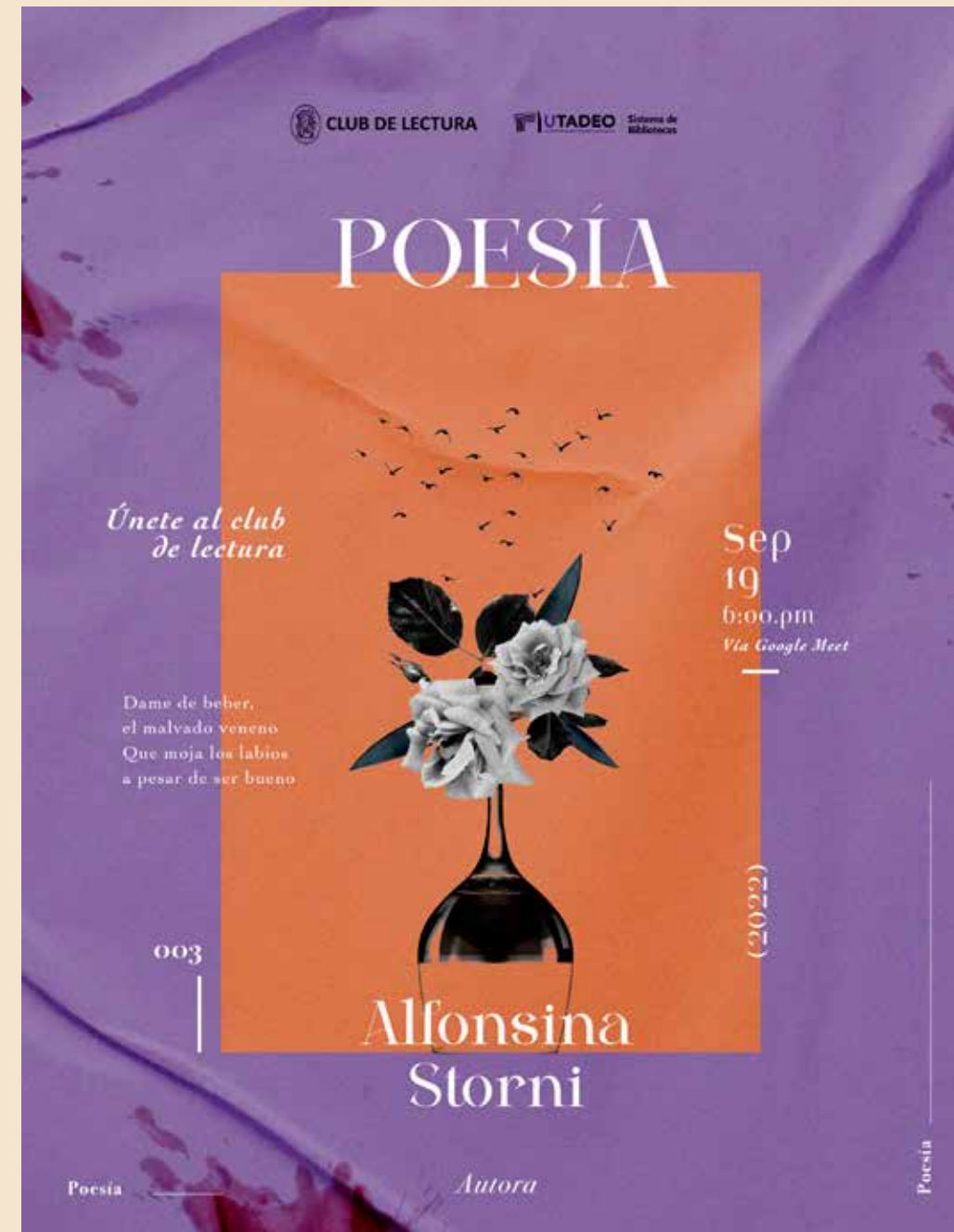
Resultado: \*Falta información\*

Medio: Mupis / Redes socialaes

141



142



143

Año: 2022

Cliente: Club de lectura para adultos

Director Creativo: Oscar Cifuentes

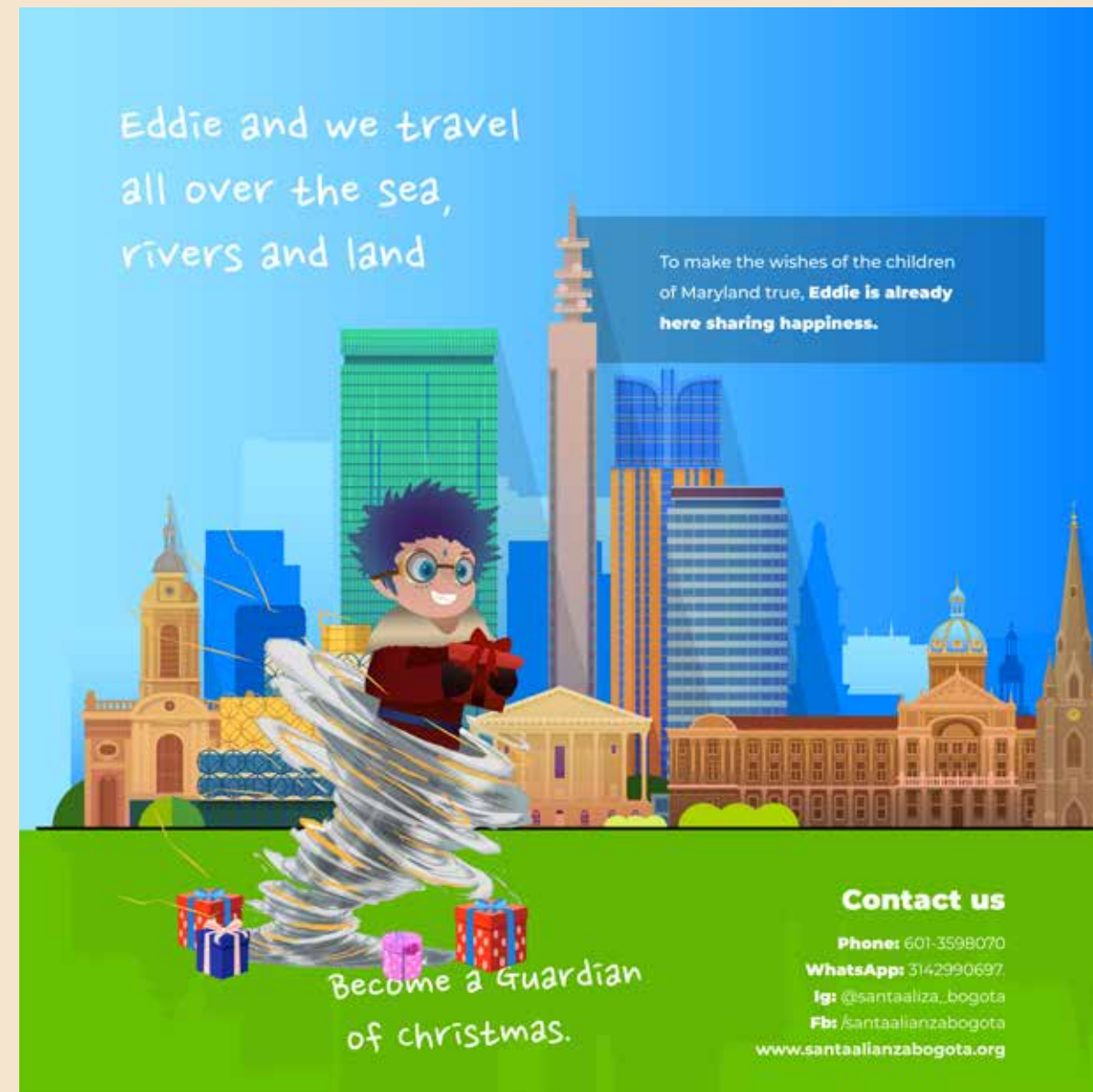
Idea: Crear piezas para el Club de lectura de manera creativa

Objetivo:

Resultado: Tuvo nuvas visitas virtual y presencial.

Medio: Digital / Mailing

144



145

Año: 2022  
 Cliente: Santa Alianza  
 Director Creativo: Oscar Cifuentes  
 Idea: **\*Falta información\***  
 Objetivo: **\*Falta información\***  
 Resultado: **\*Falta información\***  
 Medio: Digital



# EFFIE COLLEGE

La InHouse UTADEO, ha conseguido en los últimos años 14 metales siendo así la universidad más premiada de EFFIE College Colombia. Cada año se reconocen las ideas más innovadoras y eficientes de los estudiantes con propuestas a clientes reales.





**Sebastián Marín Rey**  
Director de arte

Soy un artista que pinta con la luz, ambicioso y soñador. Busco constantemente armonizar mis habilidades y conocimientos para dar soluciones creativas. Amante del arte, la fotografía el diseño y la astronomía, me reto constantemente sin nunca darme por vencido frente a cualquier obstaculo.

Agradezco a todas aquellas personas que influyeron significativamente en el proceso de este proyecto. Para cada uno de los egresados de la Universidad y ex InHouse que abrieron su espacio y tiempo para compartir sus historias llenas de emotividad y experiencias que dan lugar a la creación del libro. Para todos los coordinadores que estuvieron al mando de la InHouse, para el director Jairo Sojo, el profesor Polanco, el profesor Enerdo Mazias. Pero en especial, agradecer a todos aquellos estudiantes que han estado, están y estarán en la construcción de esta historia, son ellos quienes a partir de su talento, carisma, perseverancia y esfuerzo han hecho de este hogar una bella familia llamada InHouse.





**UTADEO**

UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO