



Tienda **UNAL**

Políticas de colecciones y productos nuevos

Tienda Universitaria

V1.0

Tienda UNAL

Políticas de colecciones y productos nuevos Tienda Universitaria V1.0

Contenido

Información General. Desarrollo de Contenidos.

- 01. Pautas y especificaciones para desarrollo de Productos.**
- 02. Personalización de productos.**
- 03. Pautas para la creación de nuevas Colecciones.**
- 04. Pautas para la creación de nuevos Productos.**
- 05. Protocolo para la presentación de nueva colecciones o nuevo producto.**

Información General.

Objetivo: El objetivo principal al realizar el lanzamiento de un producto es ofrecer variedad y generar recordación de marca. Es importante dominar el concepto y el proceso del lanzamiento de un producto para permitir el crecimiento a través de introducir exitosamente nuevos productos en el mercado.

Alcance: Al introducir nuevos productos en Tienda Universitaria de la Universidad Nacional de Colombia, se puede apuntar a mercados de clientes sin explotar previamente cuyo resultado esperado es el crecimiento de las ventas en el proyecto.

Desarrollo de Contenidos.

Este documento titulado **Política de Colecciones y Productos nuevos de Tienda Universitaria TU** de la Universidad Nacional de Colombia tiene como objetivo; primero, dar a conocer los lineamientos básicos que respaldan el desarrollo y la comercialización de las colecciones y de los productos provenientes de la marca TU. Lo segundo es brindar la información necesaria para que los encargados de TU en las diferentes sedes o los miembros de la comunidad puedan producir y proponer productos con los parámetros indicados que dan continuidad y uniformidad a la marca. Así se brinda la posibilidad de que las distintas sedes puedan proponer productos o colecciones que pasen a ser parte del portafolio de TU y que estos cumplan con la premisa de hacer parte de un sistema de difusión del conocimiento y patrimonio de la institución. A través de ellos se espera fomentar el sentido de pertenencia con la Universidad Nacional de Colombia por parte de la comunidad interna y externa.

01. Pautas y especificaciones para desarrollo de Productos.

Especificaciones: Los productos desarrollados bajo la marca TU por la administración de los distintos puntos de venta, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- A. Se deben producir productos que se encuentren dentro del portafolio de colecciones y productos aprobado por el Comité Nacional de Tienda Universitaria (CNTU), las sedes podrán proponer productos nuevos, sin embargo, todos estos deberán pasar por aprobación de Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) y posteriormente por el CNTU, en ningún caso se podrán producir colecciones y/o productos sin el respectivo aval y sin fichas técnicas.
- B. Para producir productos que ya se encuentren en el portafolio es necesario seguir la directriz de la ficha técnica que será entregada a la administración de TU en cada una de las sedes y a los proveedores autorizados.
- C. En ningún caso podrá modificarse el producto, ni salirse de la ficha técnica proporcionada, en cuanto a color, tamaño, contenido, texto, imagen o cualquier elemento susceptible de alterar la composición original del producto.

- D. Para producir productos que se encuentren en el portafolio se proporcionará una base de datos de proveedores avalados por Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE), cada sede podrá buscar nuevos proveedores, los cuales deben ser avalados y aprobados por el CNTU. Para su aprobación se deberá exigir un comparativo de costos productivos y muestras finales del producto que evidencien el cumplimiento de los requerimientos exigidos por las fichas técnicas.
- E. Para proponer nuevos productos los puntos de venta o las dependencias de la Universidad Nacional de Colombia deberá seguir los lineamientos propuestos en el presente documento. Los proponentes de nuevos productos podrán solicitar a Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) apoyo y asesoría para el buen desarrollo de los productos o colecciones para TU. Una vez definidos los diseños, las características productivas y financieras; las propuestas deberán ser aprobadas y avaladas por el CNTU.

02. Personalización de productos.

Entendiendo la necesidad de identificación y diferenciación de cada una de las sedes, se podrán personalizar las Colecciones, ya que los productos cuentan con la posibilidad de ser modificados para poder identificar sedes, facultades, dependencias o proyectos bajo el estricto seguimiento de los lineamientos de imagen institucional y el apoyo de Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE).

03. Pautas para la creación de nuevas Colecciones.

Las sedes podrán proponer colecciones adicionales, cumpliendo con una serie de requisitos y deberán ser presentadas a Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) para su previo aval, y luego llevarlas ante el CNTU, quien avalará su inclusión al portafolio de colecciones y productos.

- A. Las colecciones propuestas deben presentar un factor diferencial de las ya existentes en el portafolio de la TU.
- B. Deben contar con una justificación que exponga su pertinencia en el portafolio y un hilo conductor que permita desarrollar toda una familia de productos.
- C. Las colecciones deben resaltar un elemento fundamental, divulgar el patrimonio material, académico, científico, cultural, arquitectónico, histórico o buscar acrecentar el sentido de pertenencia o prestigio de la Universidad Nacional de Colombia.
- D. Debe componerse de mínimo cuatro (4) productos, estos pueden ser adaptaciones o reinterpretaciones de productos ya existentes en el portafolio.
- E. Se podrán proponer colecciones temporales o especiales que tengan una temporalidad definida dentro del portafolio cuya producción sea limitada, estas colecciones deberán privilegiar un mensaje de interés institucional.

- F. Para la presentación de una nueva colección se deberán presentar las correspondientes fichas técnicas diligenciadas en el formato establecido (adjunto), ilustraciones o muestras patrón de los productos desarrollados.
- G. Las colecciones propuestas deben presentarse con las fichas de aprobación diligenciadas, sin firma; ya que estas serán firmadas en el CNTU, donde serán expuestas para aprobación y se retornarán a la sede proponente con las respectivas observaciones según el caso o la firma de aprobación.

04. Pautas para la creación de nuevos Productos.

Para la creación de un producto se deberá tener en cuenta:

- A. Los productos deben regir su diseño a los valores relacionados en la Guía de Manejo de Imagen y Producto:

La Guía de Producto de la Tienda Universitaria tiene como objetivo; primero, dar a conocer los lineamientos básicos con los que cuentan los productos que se desarrollan y comercializan bajo la marca de Tienda Universitaria; segundo, brindar las herramientas básicas para que los encargados de ésta en las diferentes sedes, cuenten con la información necesaria para producir y proponer productos con los parámetros indicados que dan continuidad y uniformidad a la marca TU. Así, se brinda la posibilidad de que las distintas sedes o dependencias puedan proponer productos o colecciones que pasen a ser parte del portafolio de Tienda Universitaria y que estos cumplan con la premisa de hacer parte de un sistema de difusión del conocimiento y patrimonio de la institución, fomenten el sentido de pertenencia a la Universidad, tanto de la comunidad interna como externa.

- B. Los productos propuestos deben acogerse a los objetivos enunciados en la Resolución 0172 de Rectoría del 15 de febrero de 2017 en su Artículo 3. **Objetivos de la TU.**
- C. Debe evitarse la producción de productos genéricos, se privilegia el desarrollo de productos ideados desde los diferentes actores de la Institución, que privilegien las materias primas e industriales locales, de acuerdo a la política de producto.
- D. Se deben tener en cuenta los lineamientos de imagen institucional, que se encuentran en **www.identidad.unal.edu.co**
- E. Se debe evitar diseñar productos que tengan pares similares dentro del portafolio aprobado por el CNTU, los productos propuestos deben presentar un diferencial frente a los existentes o suplir una necesidad identificada por la sede en los usuarios.
- F. Los productos propuestos deben pasar a hacer parte de alguna de las colecciones existentes en el portafolio:
 - **Colección Tipografía Ancízar:** Esta colección busca la difusión de la familia tipográfica Ancízar, diseñada para el uso exclusivo de la Universidad Nacional de Colombia. La cual nace como un homenaje a uno de los personajes más

relevantes para la institución, el profesor Manuel Ancízar, académico y primer rector de la Universidad Nacional de Colombia.

- **Colección Cartografía:** Inspirada en los mapas y planos de los campus de la Universidad Nacional de Colombia, entendidos como iconos urbanísticos, abstraídos con la aplicación de una paleta de color brillante, con lo cual se busca resaltar el valor arquitectónico de cada uno de los campus y sedes de la Universidad en el país.
- **Colección Dependencias:** Esta colección resalta las diferentes dependencias de la Universidad Nacional de Colombia, tales como sedes, facultades, institutos, museos o centros de pensamiento. Estos productos son desarrollados a partir de los recursos gráficos del archivo universitario, teniendo en cuenta los elementos característicos del entorno.
- **Colección Huellas UNAL:** Busca rescatar el legado que han dejado docentes e investigadores en su paso por la Universidad Nacional de Colombia. Cumple también con el doble propósito de desarrollar sentido de pertenencia a partir del enaltecimiento de nuestra tradición académica, a la vez que se destaca la contribución que en sus más de 150 años de historia han hecho los integrantes de la Universidad al país. Se desarrollan piezas que destacan el trabajo cotidiano de los docentes e investigadores mediante imágenes y colecciones que son la base del pensamiento e ideas que han formado academia y universidad. *Se debe tener en cuenta para el desarrollo de esta colección que se deben tener los derechos de uso de la imagen, las fotografías, la obra y/o producción por parte de los personajes y/o sus familias.*
- **Colección Patrimonio:** Busca difundir y promover las diferentes colecciones, objetos y manifestaciones patrimoniales que se encuentran en custodia de la Universidad Nacional de Colombia y que hacen parte sustancial del acervo patrimonial de la Nación, esto a través de objetos diseñados especialmente para convertirse en parte de la cotidianidad de los usuarios, permitiendo conocer y desarrollar pertenencia por el patrimonio de la Institución y el país. Estos objetos se caracterizan por ser fieles con las piezas que divulgan, brindándole al usuario información corta y precisa que le permita reconocer cada una de las colecciones y piezas que se plasman en los productos. *Se debe tener en cuenta para el desarrollo de esta colección que se deben tener los derechos de uso de la imagen y las fotografías de los espacios para tener certeza sobre su uso para comercialización.*
- **Colección Institucional:** Esta colección busca generar sentido de pertenencia en la comunidad universitaria a partir de objetos de uso cotidiano que permitan a los integrantes de la institución, demostrar pertenencia y hacerse visibles como integrantes de la Universidad Nacional de Colombia. Esta colección permite, dada su configuración, añadir elementos distintivos de dependencias, facultades, sedes, institutos, y otros para su personalización.

- **Colección Orgullo UNAL:** Esta colección está inspirada en el desarrollo de la de la imagen institucional de la campaña con el mismo nombre. En la campaña se fortalece en reconocimiento de logros y alcances de la comunidad universitaria, la institución y los aspectos patrimoniales de la Universidad Nacional de Colombia. A través de la campaña se establece un proceso de comunicación que enaltece el orgullo de ser parte de la comunidad universitaria, haciendo de cada logro un logro de todos y de toda la Universidad Nacional de Colombia.
 - **Colecciones Especiales:** Compuesta por objetos y publicaciones especiales, caracterizadas por un diseño exclusivo con un alto valor agregado, que buscan resaltar el ADN de la Universidad: Sabia, culta, autónoma, responsable e innovadora. Son productos de colección creados a partir de los hechos más destacados de la institución, pensados como productos que difundan el carácter de la Universidad y su importancia académica y social.
 - **Colección Áreas del Conocimiento:** Tras cumplir más de ciento cincuenta años la Universidad Nacional de Colombia conmemora su incidencia en la construcción de Nación, para ello fue creado un sistema de componentes iconográficos que resaltan una institución plural, con presencia en diferentes regiones y líder en la producción de conocimiento en las áreas de las ciencias, humanidades, ingeniería, disciplinas agrícolas, la medicina y áreas de la salud y las artes.
 - **Colección Mundos UNAL:** Inspirada en el conjunto de mundos provenientes de las diferentes sedes considerando aspectos o valores precisos que generen mayor empatía con las comunidades locales. Para ello se desarrollaron una serie de ilustraciones a partir de ejercicios de reconocimiento de imaginarios regionales y culturales de las diferentes sedes de la Universidad Nacional de Colombia. A su vez se incorporan elementos representativos de cada una de las facultades, según corresponda, para abordar aspectos identitarios que refuercen el sentido de pertenencia con la institución.
- G. Para el aval del respectivo producto se debe presentar la correspondiente ficha técnica diligenciada (formato adjunto), ilustraciones y muestra final del producto.
- H. Los productos propuestos deben presentarse con las fichas de aprobación diligenciadas, sin firma; ya que estas serán firmadas en el CNTU donde serán expuestos para aprobación y se retornarán al proponente.

05. Protocolo para la presentación de nueva colecciones o nuevo producto.

Para la creación de un producto se deberá tener en cuenta:

1. Fase Diseño

De ser posible se sugiere el acompañamiento por parte de Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) para el diseño de nuevas colecciones y productos.

1.1 Seguir las recomendaciones expuestas en las pautas para la creación de un nuevo producto.

2. Fase Envío y Retroalimentación

En esta fase, el punto de venta, la dependencia, la oficina y/o el proponente envía la documentación a la **Oficina de Proyectos Estratégicos de UNIMEDIOS - OPE**, de ser necesario se harán correcciones o retroalimentación del producto propuesto; de no ser necesario, se incluirá en la agenda del CNTU, ante quien se expondrá la colección y/o el producto para su consideración. Para esta fase el proponente deberá:

2.1 Remitir a Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) un oficio donde se especifique:

- a. La colección nueva o la colección en la cual se propone incluir el producto.
- b. Una breve presentación o reseña de la colección y/o el producto, y la importancia de incluirlo en el portafolio.
- c. Los costos estimados de producción.
- d. Si se propone un nuevo proveedor se deberán adjuntar cotizaciones y un comparativo para revisar el estado del mercado.

2.2 Anexar los siguientes documentos:

- a. Ficha técnica del producto a presentar.
- b. Ficha de aprobación diligenciada (sin firma).
- c. Ilustraciones o render del producto.
- d. Muestra final del producto.

3. Fase de Aprobación

Cuando el producto propuesto haya cumplido con la fase de envío y retroalimentación, Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) se encargará de presentar el producto en el CNTU y los miembros de este decidirán si el producto se incluye en el portafolio. De ser aprobado se remitirá al proponente la ficha de aprobación firmada por los integrantes del CNTU. Con este documento se podrá proceder a la producción del producto y Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE) lo incluirá dentro del portafolio vigente para la comercialización en los puntos de venta de Tienda Universitaria.

De no ser aprobado el producto, la Secretaría Técnica del CNTU remitirá un oficio a la sede y oficina proponente donde se expondrán las razones de la no aprobación. Si estas

razones se deben a ajustes menores, la sede podrá realizar dichos ajustes y presentarlos a Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE), quien previa verificación podrá emitir un aval temporal, que luego se oficializará en el siguiente CNTU programado.

**Universidad
Nacional
de Colombia**

Luego de la inclusión del producto en el portafolio, las demás sedes que cuenten con punto de venta TU y Tienda Universitaria – Nacional (UNIMEDIOS – OPE), podrán producir el ítem.

***Nota: las fechas anteriormente mencionadas estarán supeditadas al calendario de reuniones de CNTU.**