

POLITICAS DE SOSTENIBILIDAD

Objetivo general: Propiciar alianzas que permitan al museo actuar como agente económicamente responsable, generando recursos suplementarios al presupuesto universitario

A. PROCURACIÓN DE FONDO

Objetivo particular: Desarrollar estrategias vinculadas a la mercadotecnia para obtener financiamiento de programas sustantivos de la institución.

Principios rectores:

- ✓ Los intereses del patrocinador no deberán anteponerse a los intereses de la Universidad.
- ✓ La confidencialidad que el donador solicite será respetada por el museo.
- ✓ Los individuos y corporaciones deberán empatar con el código de ética y ser afines a la misión del museo.
- ✓ Todos los donantes sin importar el monto de su aportación, serán atendidos con el mismo respeto y equidad.
- ✓ No deberá existir conflicto de intereses entre el patrocinador, el artista o el propio museo.
- ✓ Los productos en venta tendrán que ser viables y presentar una información veraz.
- ✓ El museo respetará el plan de reciprocidad e informar transparente y oportunamente sobre la aplicación del donativo y el impacto del proyecto.

B. COMERCIALIZACIÓN

Objetivo particular: Ofrecer a la venta productos relacionados con el perfil del museo y promover el intercambio del uso del espacio

Principios rectores:

Puntos de venta

- ✓ Se apoyará al diseño mexicano.
- ✓ La gama de artículos a la venta deberán contemplar la multiplicidad de consumidores.
- ✓ La librería deberá contar con libros de relevancia intelectual entre otros.
- ✓ Se respetarán las políticas de descuento de la UNAM.

Espacios

- ✓ Todo evento externo realizado en el museo deberá cumplir con los lineamientos y regulaciones de la UNAM y del museo.
- ✓ Las actividades del museo tendrán prioridad sobre el uso externo de los espacios.
- ✓ En la publicidad y difusión de eventos externos no se podrá emplear logotipos de la UNAM.
- ✓ La publicidad, difusión y realización de los eventos externos no deberán contraponerse a la naturaleza del museo como agente cultural de estudio investigación y servicio.

C. ASOCIACIONES DE APOYO

Objetivo particular: Propiciar y fomentar la participación de la sociedad civil organizada con el fin de apoyar la consecución de la misión del museo.

Principios rectores:

Patronatos

- ✓ Los asociados serán líderes provenientes de la iniciativa privada con autoridad moral, reconocimiento social, poder de convocatoria y conscientes de la importancia del quehacer artístico y su impacto social.
- ✓ Los asociados estarán obligados a ingresar en tiempo la cuota anual convenida.
- ✓ Harán su contribución de acuerdo a los recursos comprometidos con el museo.
- ✓ Se constituirá como una AC sin fines de lucro, actuar de acuerdo a las disposiciones fiscales vigentes y ser una donataria autorizada.

D. AMIGOS DE LOS MUSEOS

Objetivo particular: Crear vínculos entre el museo sus públicos y la sociedad en general a través de membresías con beneficios diseñados ex profeso.

Principios rectores:

- ✓ El programa no tendrá fines de lucro.
- ✓ Se incluirá a toda persona interesada sin discriminación por su condición, raza, etc.
- ✓ La renovación de la membresía no podrá ser negado, salvo que incurra en daño al museo o su imagen.

- ✓ La datos de amigos quedarán protegidos por el aviso de privacidad.

E. MIEMBROS CORPORATIVOS

Objetivo particular: Establecer alianzas anuales con empresas y organizaciones para allegarse recursos que apoyen la consecución de la misión del museo.

Principios rectores:

- ✓ Los individuos y corporaciones deberán empatar con el código de ética y ser afines a la misión del museo.
- ✓ Todos los donantes sin importar el monto de su aportación, deberán ser atendidos con el mismo respeto y equidad.
- ✓ No existirá conflicto de intereses entre el patrocinador, el artista o el propio museo.
- ✓ El plan de reciprocidad permeará a la organización y los beneficios podrán ser transferibles.