
	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA


LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH

2 ABRIL, 2009

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

CONTENIDO

	PAG.
1. ANTECEDENTES	3
2. OBJETIVO	4
3. FUNDAMENTO LEGAL.	5
4. ÁMBITO DE APLICACIÓN	6
5. LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS:	7
CAPÍTULO I.- DE LOS CRITERIOS PARA LA APERTURA DE NUEVOS PUNTOS DE VENTA.	7
CAPÍTULO II.- DE LOS CRITERIOS PARA REVISAR Y RESOLVER SOBRE LA PERMANENCIA Y/O FORTALECIMIENTO DE UN PUNTO DE VENTA.	9
CAPÍTULO III.- DE LA OPERACIÓN DE LOS PUNTOS DE VENTA.	12
CAPÍTULO IV.- DE LA CORRESPONSABILIDAD CON LOS TITULARES Y ADMINISTRADORES DE CENTROS INAH, MUSEOS, SITIOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICAS.	13
CAPITULO V.- DEL SEGUIMIENTO E INTERPRETACIÓN.	13
6. AUTORIZACIONES.	14

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

1. ANTECEDENTES

El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) es un Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, que tiene la misión de investigar, conservar y difundir el patrimonio arqueológico, antropológico, histórico y paleontológico de la Nación para el fortalecimiento de la identidad y memoria de la sociedad que lo detenta.

Su visión como Institución con plena facultad normativa y rectora en materia de protección y conservación del patrimonio cultural tangible e intangible, se encuentra a la vanguardia gracias al nivel de excelencia de la investigación en antropología, arqueología, historia, restauración, museología y paleontología, así como de la formación de profesionales en el ámbito de su competencia, permite que sus actividades tengan un alto impacto social pues se ha hecho copartícipe con los diferentes órdenes de gobierno y con la sociedad en el proceso de toma de decisiones de los planes y programas de desarrollo, para el diseño y ejecución de estrategias de conservación y conocimiento del patrimonio y de la memoria nacional.

Con este antecedente y marco, la Coordinación Nacional de Control y Promoción de Bienes y Servicios (CNCPBS) tiene como objetivo fundamental: Coadyuvar a la difusión, divulgación y promoción del patrimonio histórico y cultural mediante la producción y comercialización de bienes y servicios culturales diversos así como la administración de: concesiones, permisos y autorizaciones de su competencia, que permitan la captación de recursos para el INAH.

Como parte de las estrategias para cumplir con su objetivo, la CNCPBS diseña, produce y comercializa productos en diferentes puntos de venta (temporales y permanentes) mediante la vinculación con proveedores externos al INAH a partir de la selección y aprobación de artículos que coadyuven en la difusión del patrimonio histórico y cultural de nuestro país.

Con el propósito de que la selección de productos sea lo más objetiva posible y que responda a la calidad que requiere el patrimonio de nuestro país, se integró un Comité Técnico para la Selección de Productos de Terceros, como la instancia colegiada interna que analiza y aprueba los contenidos y calidades de los artículos que se comercializan en los diferentes puntos de venta del INAH.

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09


2. OBJETIVO

Considerando los antecedentes antes señalados y con el propósito de mejorar la operatividad Institucional, además de estar acorde a la obligatoriedad que tienen las dependencias y entidades del Gobierno Federal de expedir normas, lineamientos, manuales y demás disposiciones internas necesaria, el Instituto Nacional de Antropología e Historia emite el presente manual de **Lineamientos para la Apertura, Fortalecimiento y Permanencia de Puntos de Venta INAH**, cuyo objetivo es el de emitir la disposiciones que instruyen respecto a los términos, límites, características y criterios para abrir, operar y mantener en forma eficaz y eficiente los puntos de venta del INAH en una forma autosustentables y generadora de ingresos.

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

3. FUNDAMENTO LEGAL.

- Ley Orgánica del Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Ley Federal de Derechos.
- Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.
- Reglamento de la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas.
- Manual de Organización vigente en el Instituto Nacional de Antropología e Historia
- Manual de Integración y Funcionamiento del Comité Técnico para la Selección de Productos de Terceros a Comercializar por el INAH.
- Manual de Normas y Procedimientos de la Coordinación Nacional de Control y Promoción de Bienes y Servicios.
- Código de Ética de los Servidores Públicos de la Administración Pública Federal.
- Código de Conducta del Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Circular SA-001 vigente.


	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

4. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Los presente Lineamientos para la apertura, fortalecimiento y permanencia de puntos de venta en el INAH, son de aplicación en:

- Coordinación Nacional de Control y Promoción de Bienes y Servicios.
- Responsables de los Puntos de Venta del INAH

Asimismo existe corresponsabilidad con los titulares de Museos, Sitios y Zonas Arqueológicas en donde se establezcan u operen los Puntos de Venta del INAH.

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

5 LINEAMIENTOS ESPECÍFICOS

CAPITULO I

De los Criterios para la Apertura de Nuevos Puntos de Venta.

PRIMERO.- La Coordinación Nacional de Control y Promoción de Bienes y Servicios, de conformidad con las facultades contenidas en el Manual General de Organización en el INAH, es la Unidad Administrativa facultada para determinar la viabilidad para la apertura de nuevos puntos de venta, previo análisis y aplicación de mecanismos de control.

SEGUNDO.- Como elemento inicial y obligatorio para conocer la demanda potencial de productos culturales, la CNCPBS revisará y analizará tendencias y correlaciones de las estadísticas de afluencia de visitantes (aspectos sociales y económicos de visitantes) de todos los museos, zonas arqueológicas y monumentos históricos abiertos al público bajo la administración del INAH.


TERCERO. La CNCPBS deberá mantener estrecha relación con las diversas Unidades Administrativas que tengan como objetivo la apertura y/o construcción de áreas de servicios de una zona arqueológica, museo o sitio, a efecto de que se considere como un elemento importante en la evaluación y planeación, el establecimiento de un nuevo punto de venta que incluya Asimismo, promoverá ante las instancias responsables la inclusión y ubicación en las unidades de servicios, de espacios para exhibición, punto de venta y bodegas.

CUARTO.- La CNCPBS elaborará un diagnóstico que incluya la proyección de consumo per cápita, a partir de la afluencia de visitantes contra el número de ventas y montos netos probables, tomando como parámetro el consumo en establecimientos de la región, el estado y puntos de venta en operación con características similares.

QUINTO.- La CNCPBS determinará, con base a estudio que elabore, los factores que propicien la decisión de no contar con puntos de venta INAH en algunas zonas arqueológicas, museos y sitios; asimismo documentará la viabilidad para que en lo futuro se aperturen puntos de venta.

SEXTO.- La CNCPBS realizará las acciones procedentes para promover la mezcla de productos propios y de terceros -libros, folletos, mini guías, reproducciones, artículos didácticos, artículos promocionales, entre otros-, acorde a las colecciones en exhibición y/o a la arquitectura y entorno del sitio, museo o zona arqueológica.

SEPTIMO.- La CNCPBS analizará y concertara la ocupación de espacios de exhibición para el establecimiento de puntos de venta incluyendo almacenes, considerando para ello, el flujo de visitantes y/o recorridos de paso obligado y aspectos de seguridad para los visitantes, el personal, los valores y la mercancía.

 INAH	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

OCTAVO.- La CNCPBS establecerá las características, requisitos y número de personas para la atención de los puntos de venta y elaborará presupuesto que incluya costos de operación y margen de contribución.

NOVENO.- Las acciones que invariablemente la CNCPBS realizará en el establecimiento de puntos de venta, se resumen en:

- a) Elaborar plan de conceptos y diseño; definición de ubicación e instalaciones, prospección de la operación de los puntos de venta y, con la participación de las diferentes áreas del Instituto, formulará estrategias y esfuerzos conjuntos para que en un sitio, museo y zona, se ubique un nuevo punto de venta.
- b) Determinar con los titulares de los espacios, los niveles de corresponsabilidad de los proyectos de apertura y funcionamiento de los puntos de venta.
- c) Promover que en los planes de manejo de las zonas arqueológicas y en los programas de operación de los museos y de sitios, se establezcan en las áreas de servicios idóneos, puntos de venta.
- d) Efectuar en tiempo y formas el presupuesto que se presente para autorización ante la Coordinación Nacional Recursos Financieros y/o Secretaría Administrativa para la instalación y/o adecuación de espacios de puntos de venta, así como controlar su aplicación.
- e) Planear y coordinarse con las instancias procedentes en la contratación y definición de comisiones del personal que atenderá puntos de venta, acatando las disposiciones en la materia.

DÉCIMO.- La CNCPBS una vez realizado todos y cada uno de las acciones antes mencionadas, propiciará que:

- a) Los puntos de venta aperturados sean sustentables.
- b) La oferta de productos coadyuve a la difusión y divulgación del patrimonio que se exhibe en los lugares en los que se establezcan los puntos de venta.
- c) El lugar donde se ubiquen los puntos de venta favorezca el impacto socioeconómico del Estado o en la zona donde se ubiquen, así como la generación de recursos para el Instituto.
- d) Los puntos de venta aperturados se integren con otros servicios al público ofrecidos en el lugar.

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

- e) La comercialización de productos elaborados por terceros se lleve a cabo de conformidad con la autorización del Comité para la Selección de Productos de Terceros.
- f) El diseño de líneas de productos consideren la iconografía y contenidos de diferentes lugares que sirvan como propuesta para la elaboración de una mezcla de productos apropiada.
- g) La comercialización de productos de terceros elaborados en la localidad contribuyan a la conservación de técnicas artesanales tradicionales, de conformidad con lo señalado en los procedimientos institucionales.

DÉCIMO PRIMERO.- La CNCPBS previene con las acciones anteriormente mencionadas, así como con los estudios que al efecto lleve a cabo:

- a) Que se establezcan puntos de venta sin la planeación adecuada.
- b) Que se realicen esfuerzos e inversiones de recursos humanos, materiales y financieros que no garanticen un servicio de calidad ni una viabilidad económica por cualquiera de las siguientes razones: pocos visitantes, mala ubicación dentro de la propia zona o museo, o en lugares poco accesibles, espacios insuficientes e inadecuados, infraestructura física con carencias (sin muebles, poca o falta de iluminación, sin seguridad, o sin los implementos necesarios como equipo de cómputo, línea telefónica), personal insuficiente, mezcla de productos pobre o no apropiada, y falta de mantenimiento al punto de venta.
- c) Falta de información y materiales iconográficos para el desarrollo de productos suficientemente atractivos para el público.


CAPITULO II

De los Criterios para Revisar y Resolver sobre la Permanencia y/o Fortalecimiento de los Puntos de Venta.

DÉCIMO SEGUNDO.- La CNCPBS con base a los criterios de sustentabilidad económica de los puntos de venta que operan bajo la supervisión de la Coordinación, evaluará trimestralmente sus condiciones de operación y en su caso determinará las medidas necesarias que permitan un mejor funcionamiento y/o fortalecimiento.

DÉCIMO TERCERO.- Los criterio de revisión y evaluación por parte de la CNCPBS para decidir la permanencia y fortalecimiento de cada Puntos de Venta son:

- a) Ingresos captados. Para lo cual se deberán realizar comparativos de ingresos del punto de venta registrado en los dos últimos ejercicios fiscales, análisis de

 INAH	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

- tendencias, relaciones de ventas con eventos especiales y temporalidades, determinación de estándares y comparativos con los mismos.
- b) Consumo per-cápita. Para lo cual se deberá comparar datos de los cuatro últimos semestres analizando número de visitantes contra visitantes que compran productos; promedio de productos comprados por cada evento, etc.
 - c) Mezcla de productos. Para lo cual se analizarán la rotación de existencias de productos INAH, productos elaborados por terceros; productos regionales y sus índices de ventas.
 - d) Promoción y exhibición. Comparativos y análisis de factores que inciden en la promoción, publicidad y plaza, tales como ubicación estratégica, anuncios, limpieza de lugar, comodidad, iluminación, características y disposición de mobiliario de exhibición, presencia en las paginas WEB específicas del museo o zona arqueológica
 - e) Infraestructura física. Evaluación de aspectos de instalaciones de seguridad, almacenaje y custodia de productos, entre otros
 - f) Capacidad humana para operación de punto de venta. Valoración de liderazgo, don de vendedor, conocimiento de características de los productos, rotación de personal.
 - g) Contenidos e iconografía de patrimonio en exhibición.


DÉCIMO CUARTO.- A efecto de evaluar el nivel de ingresos registrados en las ventas de los dos últimos ejercicios fiscales en el punto de venta, se tomarán en cuenta tanto los ingresos brutos, como los ingresos netos (después de la declaración de impuestos, pago a proveedores y gastos de operación, en su caso).

DÉCIMO QUINTO.- Para efecto de realizar el estudio de consumo de productos y definir el consumo *per cápita* en cada punto de venta, se tomarán en cuenta los siguientes elementos: cifras de visitantes nacionales y extranjeros del lugar en el que se ubica éste; cantidad de ingresos netos mensuales reportado, y la cantidad mensual de artículos vendidos.

DÉCIMO SEXTO.- Se medirá la promoción de productos INAH a partir del porcentaje de productos que representan y de la forma de exhibición que tienen en cada punto de venta, tomando en cuenta las existencias en almacén de los productos solicitados, la especialización de algunos libros del fondo editorial INAH y el perfil de los visitantes (nacionales o extranjeros).

DÉCIMO SÉPTIMO.- Se dará seguimiento a los productos con lento o nulo movimiento, a efecto de intercambiarlos entre puntos de venta, o en caso extremo, devolverlos a los proveedores.

DÉCIMO OCTAVO - Se llevará a cabo evaluaciones trimestrales sobre los ingresos brutos y netos y número de unidades desplazadas en cada punto de venta.

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

DÉCIMO NOVENO.- Se evaluará el número de visitantes al lugar, los horarios y la ubicación del punto de venta respecto de la ruta de flujos de los visitantes.

VIGÉSIMO.- Se valorará la infraestructura física con la que cuenta en el punto de venta, como son: estanterías, vitrinas, anaqueles, iluminación, área de almacén, seguridad, etc.

VIGÉSIMO PRIMERO.- Se evaluará al personal que atiende el punto de venta, tanto en su perfil como en el número contra los requerimientos del punto de venta, así como de las condiciones y disponibilidad presupuestal para su contratación y/o su inclusión en la comercialización de productos.

VIGÉSIMO SEGUNDO.- Se estimará la infraestructura administrativa con la que se cuenta como son: equipo de cómputo, línea telefónica, cobro con Tarjeta de Crédito, facilidades bancarias para depósitos, lugar de trabajo administrativo, acceso a proveedores terceros, etc.

VIGÉSIMO TERCERO.- Se valorarán los contenidos e iconografía del patrimonio exhibido para determinar las posibilidades creativas para el diseño de una línea de productos propia, así como la posibilidad de trabajar con los especialistas locales de las diversas disciplinas que aporten información e imágenes para el desarrollo de nuevos productos.

VIGÉSIMO CUARTO.- La CNCPBS efectuará balances semestrales por punto de venta para garantizar la sustentabilidad de los mismos, considerando los ingresos netos y la reacción de estos con respecto de los gastos directos de operación, asimismo tomará las decisiones procedentes, las cuales deberán documentarse, señalando los acuerdos, instrucciones y medidas tomadas.

VIGÉSIMO QUINTO.- Se considera que los gastos directos de operación son: pago de percepciones del personal, servicio de telefonía e Internet, en su caso, servicios bancarios, insumos y papelería, fondo de operación entre otros. La CNCPBS llevará un control estricto de los gastos que se registren en cada puntos de venta que operan con su presupuesto.

VIGÉSIMO SEXTO.- Los Ingresos por punto de venta deberán cubrir por lo menos el 150% de los gastos directos de operación que registre el punto de venta de que se trate.

VIGÉSIMO SÉPTIMO.- Cuando un punto de venta no cumpla con el parámetro de ingresos mínimos señalado en el punto anterior en un ejercicio fiscal, se considerara como “**punto de venta en observación**”, al cual se le dará mayor atención.

VIGÉSIMO OCTAVO.- La CNCPBS aplicará la evaluación señalada en este capítulo y determinará las medidas correctivas en acuerdo con los titulares de museos sitios y zonas arqueológicas en donde se ubiquen los puntos de venta e informara en los reportes e informes procedentes, que son dirigidos a las autoridades institucionales.

 INAH	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

VIGÉSIMO NOVENO.- En el caso de que un punto de venta mantenga ingresos por debajo del mínimo señalado en el punto vigésimo cuarto y vigésimo séptimo de los presentes lineamientos, por dos semestres consecutivos, aún habiendo tomando las medidas correctivas acordadas, se procederá a su cierre temporal o definitivo, según lo determine la CNCPBS.

CAPITULO III

De la Operación de los Puntos de venta.

TRIGÉSIMO.- La CNCPBS establecerá los criterios y normas que regularán los procesos de presentación de productos en anaquel, la atención al público, toma de inventarios, desplazamiento de productos, reportes de ventas, depósito de ingresos, etc.

TRIGÉSIMO PRIMERO.- La CNCPBS definirá los controles y mecanismos operativos que rigen la actividad del punto de venta y se les hará llegar por escrito para su conocimiento y observancia al responsable de cada punto de venta.

TRIGÉSIMO SEGUNDO.- La CNCPBS establecerá los procedimientos y formatos para los diferentes reportes que permitan el control de los movimientos que se generen en los puntos de venta, mismos que se entregarán a los responsables de los puntos de venta, junto con sus instructivos de llenado y la periodicidad en su manejo.

TRIGÉSIMO TERCERO.- La CNCPBS diseñará el instrumento que permita conocer y evaluar la calidad de la atención al público y establecerá los mecanismos para su aplicación en todos los puntos de venta.

TRIGÉSIMO CUARTO.- La CNCPBS determinará los porcentajes de productos INAH que se ofrecerán en cada punto de venta; evaluando a posteriori su desplazamiento para ir adecuando, conforme a la demanda, una mezcla de productos cada vez más acorde con las necesidades específicas de los visitantes.

TRIGÉSIMO QUINTO.- La CNCPBS diseñará los esquemas de exhibición de los productos INAH, de acuerdo a las características arquitectónicas, del mobiliario y de seguridad de cada punto de venta;

TRIGÉSIMO SEXTO.- La CNCPBS establecerá calendarios para entrega de reportes de venta de productos, llevar a cabo los depósitos bancarios, informar sobre la operación del punto de venta y las tomas de inventarios.

 INAH	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

CAPITULO IV

De la Corresponsabilidad con los Titulares y Administradores de Centros INAH, Museos, Sitios y Zonas Arqueológicas.

TRIGÉSIMO SÉPTIMO.- La CNCPBS de conformidad con lo señalado en el Manual de procedimientos vigente, determinará los niveles de corresponsabilidad con las titulares de los Museos, sitios y zonas arqueológicas en la elaboración y diseño de proyectos para nuevos puntos de venta, la supervisión de los procesos de operación de los puntos de venta y en la evaluación del personal.

TRIGÉSIMO OCTAVO.- La CNCPBS definirá aquellos puntos de venta que estarán bajo su control directo, así como aquellos que por su ubicación o número de empleados se requiera de la participación de los responsables de los museos, zonas arqueológicas o directores y/o administradores de centros INAH para su supervisión y control; aspecto que deberá constarse por escrito.

TRIGÉSIMO NOVENO.- Se establecerán las bases para la coordinación entre la CNCPBS y la instancia responsable en la que se ubique el punto de venta, a efecto de clarificar los tramos de supervisión y seguimiento que le corresponden a cada parte.

CUADRAGÉSIMO.- En aquellos puntos de venta que la CNCPBS cubra con su presupuesto el pago del personal que los atienda, será indispensable que los titulares de los museos, sitios y zonas arqueológicas respeten las actividades que se les asignen, las que se determinarán en relación con las funciones de las que tiene asignada la CNCPBS y el tabulador autorizado.

CAPITULO V

Del Seguimiento e Interpretación

CUADRAGÉSIMO PRIMERO.- La CNCPBS en un lapso no mayor de tres meses posteriores a la autorización de los presentes Lineamientos, emitirá los manuales que normen los procedimientos, instructivos, formatos, criterios, controles, mecanismos de operación, análisis y evaluación, bases etc. que se mencionan en diversos puntos de este documento normativo.

CUADRAGÉSIMO SEGUNDO.- La CNCPBS informará a la Secretaria Administrativa del INAH sobre los avances y resultados de la implementación de los presentes Lineamientos.

CUADRAGÉSIMO TERCERO.- La CNCPBS es la instancia responsable de interpretar, así como de resolver sobre los casos no previstos en los presentes Lineamientos, en el ámbito de su competencia.

 INAH	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

5 AUTORIZACIONES

DE CONFORMIDAD CON FACULTAD ESTABLECIDA EN EL ARTÍCULO 7 FRACCIÓN VII DE LA LEY ORGÁNICA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA

EL DIRECTOR GENERAL

LIC. ALFONSO DE MARIA Y CAMPOS CASTELLÓ

APROBACIÓN DEL COMITÉ DE MEJORA REGULATORIA DEL INAH

Presidente
Secretario Administrativo

Secretario
Coordinador Nacional de Desarrollo
Institucional

Dr. Luis Ignacio Sáinz
Chávez


Antrop. Enrique Serrano

Vocal.
Coordinador Nacional Control y Promoción
de Bienes y Servicios

Vocal
Coordinador Nacional de Recursos
Materiales y Servicios

Lic. Pedro Fuentes Burgos

Lic. Francisco Javier
Dorantes Díaz

	INSTITUTO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA LINEAMIENTOS PARA LA APERTURA, FORTALECIMIENTO Y PERMANENCIA DE PUNTOS DE VENTA INAH	DÍA	MES	AÑO
		2	IV	09

Vocal.
Coordinador Nacional de Recursos
Humanos

Vocal
Director de Planeación y Evaluación de la
CNDI

C. Filiberto López Fuentes

Mtro. José Ortega Ríos

Asesor
Coordinadora Nacional de Asuntos Jurídicos

Asesor
Titular del Órgano Interno de Control

Lic. María del Perpetuo Socorro Villarreal
Escárrega

CP. Javier Velázquez González