

Registro en el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) 2015

ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015, en su artículo 57, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 2014, se establecen los requisitos para el registro y actualización en el Padrón Nacional de Medios Impresos:

1. Certificados que acreditan circulación legal en el país.

- Copia del Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título, expedido por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (Indautor), vigente al momento de su registro y/o actualización en el PNMI.
- Copia del Certificado de Licitud de Título y Contenido, expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas (CCPRI).

No se podrá realizar el trámite de registro y/o actualización de no contar con copia de ambos certificados vigentes.

2. Presentar 1 ejemplar físico reciente de la publicación.

3. Información sobre el medio impreso.

Título de la publicación (Indautor).	Periodicidad.
Razón social	Lugar de origen: país, estado, municipio y/o delegación.
Copia de la cédula fiscal (RFC persona física o moral).	Directorio del medio: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Presidente/a ▪ Director/a General ▪ Gerente General ▪ Director/a Editorial ▪ Gerente Comercial ▪ Jefe/a de Información y/o Redacción ▪ Representante Legal (cuando aplique).
Domicilio Fiscal: calle, número, colonia, municipio, ciudad, estado, C.P. (Este aparecerá en la plataforma oficial del Padrón Nacional de Medios Impresos. En caso que el medio requiera que aparezca el domicilio comercial, deberá solicitarlo por escrito)	
Dirección Comercial : calle, número, colonia, municipio, ciudad, estado, C. P.	
Teléfono de contacto.	
Correo electrónico para contacto comercial.	
Página electrónica.	
Categoría (Tipo de información).	
Tipo de publicación.	

Carta Protesta firmada por el titular y/o representante legal del Medio Impreso, en la que declare bajo protesta de decir verdad que:

- La agencia certificadora que realice los estudios de Circulación Certificada, Cobertura Geográfica y/o estudio sobre el Perfil de Lector, es ajena a la persona física o moral propietaria o administradora, el grupo de medios o de algunos de los empleados del medio que certifica y manifiesta que ésta no guarda relación de sumisión o subordinación con el medio, grupo de medios o su empresa controladora;
- La certificación elaborada por la agencia certificadora debe ser a través de metodologías comprobadas de acuerdo a la información aportada por el propio medio.
- Asegure la veracidad de la información y documentos presentados para su registro (los cuales deberá enlistar);
- Reconozca que en caso de faltar a la verdad acepta que, el medio no será registrado en el PNMI o será dado de baja del mismo, además de sujetarse a la normatividad vigente en la materia.
- Así mismo, deberá mencionar la autorización para que la información entregada, se haga pública en la plataforma del PNMI, adquiriendo el compromiso de mantenerla actualizada.

La carta protesta deberá dirigirse al Director/a General de Medios Impresos con copia al Director/a de Medios Nacionales.

Acreditación de personalidad:

- Si el trámite de ingreso al PNMI es realizado por el representante legal del medio, éste deberá entregar original y copia del poder notarial para cotejo.
- En caso de que lo realice un tercero, deberá acreditarse con carta de autorización original, firmada por el representante legal del medio, que le otorgue facultades para llevar a cabo el trámite ante la DGMI.
- En caso de presentar carta poder, deberá cumplir con lo establecido en el artículo 19, segundo párrafo de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.
- El representante legal y la persona acreditada, acreditarán su personalidad con copia de su identificación oficial vigente.
- En caso de persona Física debe reunir los mismos requisitos excepto la presentación del poder notarial.
- Tarifario con periodo de vigencia en hoja membretada del medio impreso y en archivo digital con formato PDF. Este dato deberá actualizarse anualmente o cada vez que el medio registre cambios.

Información adicional del medio impreso (no obligatorio).

Registro en el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) 2015

Breve historia del medio (semblanza).	Código de ética (en caso de contar con él).
Organismos a los que pertenece (cámaras, asociaciones, entre otros).	Fecha de aniversario (si es diferente a la de fundación).
Tarifas de publicidad en página web, en caso de contar con ella (PDF).	

4. Circulación Certificada y Cobertura Geográfica.

- Especificar el Promedio de Circulación de acuerdo a la periodicidad de la publicación con base en la fórmula descrita en el punto número V.
- Circulación Certificada y Cobertura Geográfica elaborada por una agencia certificadora ajena al medio impreso, con capacidad técnica, conceptual y logística para verificar y dictaminar sobre los indicadores e información de distribución de los ejemplares vendidos y/o gratuitos.
- El certificado deberá entregarse en hoja membretada por la Agencia Certificadora con el título del medio impreso de acuerdo con el Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título, impreso y en electrónico en formato PDF.

La certificación deberá contener como mínimo los siguientes elementos:

- Descripción de la metodología utilizada** para determinar Circulación Certificada y Cobertura Geográfica promedio de acuerdo con la metodología establecida por esta Dirección. La certificación de publicaciones gratuitas deberá respetar los mismos criterios de Circulación Certificada y Cobertura Geográfica sobre la base de las cifras totales de distribución.
- El promedio de Circulación pagada y/o gratuita, deberá coincidir con el total de lo reportado en la Cobertura Geográfica.
- Anexar una relación por cada edición evaluada, en donde se demuestre cómo se determinó el promedio de circulación durante el periodo certificado.
- Fecha de inicio y término del periodo evaluado**, así como de la emisión del certificado y número de ediciones tomadas en cuenta para su estudio.
- La fecha de emisión y el periodo certificado de los estudios, no deberá ser mayor a un año previo a su registro ante el PNMI.
- Considerar como mínimo un trimestre de las ediciones publicadas en un año de forma consecutiva. El mismo criterio aplica para el caso de medios impresos de nueva creación.
- Cifras totales de circulación y promedio de circulación que resulten de la aplicación de la siguiente fórmula:

Promedio de circulación								
cp	+	cg	=	tc	/	n	=	pc
circulación pagada	más	circulación gratuita	igual a	total de circulación	entre	número de ediciones del periodo certificado	igual a	promedio de circulación

Desglose de la fórmula:

1a. Parte							
Circulación pagada (cp)							
Si su publicación únicamente se distribuye a través de circulación pagada, emplee sólo esta primera parte de la fórmula.	dv	-	dev	+	sp	=	cp
Anote sus datos en los siguientes recuadros, la operación se hará automáticamente y se reflejará en la fórmula completa que se incluye más abajo.	distribución/dotación ventas	menos	devoluciones	más	suscripciones pagadas	igual a	circulación pagada
		-		+		=	

2a. Parte							
Circulación gratuita (cg)							
Si su publicación es gratuita, utilice sólo esta parte de la fórmula. En caso de que tenga circulación mixta, llene ambos apartados.	dgl	+	dgsl	+	sg	=	cg
Anote sus datos en los siguientes recuadros, la operación se hará automáticamente y se reflejará en la fórmula completa que se incluye más abajo.	distribución gratuita con listado	más	distribución gratuita sin listado	más	suscripciones gratuitas	igual a	circulación gratuita
		+		+		=	

Fórmula completa								
cp	+	cg	=	tc	/	n	=	pc
circulación pagada	más	circulación gratuita	igual a	total de circulación	entre	número de ediciones del periodo certificado	igual a	promedio de circulación
	+		=		/		=	
circulación pagada			igual a	total de circulación pagada	entre	número de ediciones del periodo certificado	igual a	promedio de circulación pagada
			=		/		=	
circulación gratuita			igual a	total de circulación gratuita	entre	número de ediciones del periodo certificado	igual a	promedio de circulación gratuita
			=		/		=	

Registro en el Padrón Nacional de Medios Impresos (PNMI) 2015

- VIII. **Presentación de la Cobertura Geográfica promedio: por país y/o estado.** Se deberán indicar los estados, municipios y/o delegaciones donde se distribuye, según sea el caso, así como especificar el número de ejemplares para cada uno de ellos. Entregar el informe con el listado de los estados y/o municipios en orden alfabético.
- IX. **Información sobre la Agencia certificadora:**
- Nombre, denominación o razón social, según corresponda.
 - Directorio.
 - Cédula Fiscal (RFC), con esto se acredita que la actividad comercial está relacionada con la certificación de medios.
 - Dirección: calle, número, colonia, municipio y/o delegación, ciudad, estado y código postal.
 - Teléfono.
 - Correo electrónico.
 - Página electrónica (si cuenta con una).

5. Perfil de Lector

- Determinado por una agencia certificadora ajena al medio impreso, con capacidad técnica, conceptual y logística para verificar y dictaminar sobre los indicadores e información del perfil de lector.
- El estudio deberá entregarse en hoja membretada por la Agencia Certificadora con el título del medio impreso de acuerdo con el Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título, impreso y en electrónico en formato PDF.
- El Perfil de Lector de cualquier publicación, incluidas las especializadas, debe contener y considerar los siguientes elementos:
 - I. Descripción de la metodología del estudio: Deberá señalarse el cuestionario empleado para desarrollar la investigación, el periodo en que se realizó, los instrumentos utilizados y fórmula para determinar el Nivel socioeconómico.
 - II. Tamaño de la muestra, nivel de confianza y margen de error. La muestra deberá ser proporcional al universo estadístico.
 - III. La fecha de emisión de los estudios y el periodo certificado, no deberán ser mayores a un año **previo** a su registro ante el PNMI.
 - IV. Indicadores de las siguientes variables:
 - a. Género: Masculino / Femenino.
 - b. Población: urbana, rural, mixta.
 - c. Edad: 0 a 12; 13 a 18; 19 a 24; 25 a 34; 35 a 44; 45 a 64; 65 o más años (sólo se deberán reportar los rangos de edad que correspondan al público lector del medio).
 - d. Nivel Socioeconómico: ABC+, C, D+ y DE.
 - e. Escolaridad: sin estudios, primaria, secundaria, preparatoria o carrera técnica, licenciatura y posgrado.
 - f. Ocupación: estudiantes, hogar, iniciativa privada, política, comerciantes, desempleado/a, profesionistas, industriales, entre otros.
- V. **Información sobre la Agencia certificadora:**
 - Nombre, denominación o razón social, según corresponda.
 - Directorio.
 - Cédula Fiscal (RFC), con esto se acredita que la actividad comercial está relacionada con la elaboración de perfil de lector.
 - Dirección: calle, número, colonia, municipio y/o delegación, ciudad, estado y código postal.
 - Teléfono.
 - Correo electrónico.
 - Página electrónica (si cuenta con una).