



# ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2022

Dependencia o Entidad: Secretaría de la Función Pública

Naturaleza Jurídica: Dependencia

Cabeza de sector: Secretaría de la Función Pública

Fecha de elaboración: 19 de enero de 2022

**Misión:**

Procurar que lo público funcione con eficacia y probidad, con un enfoque en la prevención de riesgos y en la gestión para resultados, a fin de que se atiendan los problemas públicos para lograr la satisfacción de la ciudadanía.

**Visión:**

Ser la institución garante y facilitadora de las condiciones para que la administración pública cumpla sus objetivos y produzca los resultados esperados, mediante el establecimiento de normas, mecanismos, procesos y controles que aseguren razonablemente la eficacia, eficiencia, y economía, transparencia y honradez del servicio público.

**Objetivo Institucional:**

Promover que la maquinaria gubernamental funcione con eficacia y probidad.

**Objetivo de la estrategia de comunicación:**

Posicionar entre la ciudadanía y las personas servidoras públicas el mensaje de que la Secretaría de la Función Pública es una institución que garantiza y facilita las condiciones para que la Administración Pública Federal actúe bajo los principios de prevención, probidad y eficacia.

**Metas Nacionales del PND (elija con una "x"):**

- 1.- Este campo será habilitado hasta que sea aprobado y publicado el PND 2019-2024.

**Meta (s) nacional (es) que regirán el programa de comunicación:**

Este campo será habilitado hasta que sea aprobado y publicado el PND 2019-2024.

Mtro. Raymundo Alva Huitrón

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial



Mtro. Raymundo Alva Huitrón

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
1. Programa Nacional de Combate a la Corrupción y a la Impunidad, y de Mejora de la Gestión Pública 2019-2024.	Objetivos prioritarios del Programa Nacional de Combate a la Corrupción y a la Impunidad, y de Mejora de la Gestión Pública 2019-2024: Objetivo prioritario 3: Promover la eficiencia y eficacia de la gestión pública.	Eficacia, eficiencia, economía, transparencia y honradez en el Servicio Público.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	1,608,03	ESTUDIOS	350,00
MEDIOS IMPRESOS	0,00	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0,00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	1,572,72	TOTAL	3,530,75

*[Firma manuscrita]*

Mtro. Raymundo Alva Huitrón

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinación sectorial



**GOBIERNO DE MÉXICO**  
**COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERÍA DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA**

20 ENE. 2022

VALIDADO

*[Firma manuscrita]*

Mtro. Raymundo Alva Huitrón

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

# PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2022

Dependencia o Entidad:

Secretaría de la Función Pública

Fecha de elaboración:

19 de enero de 2022

miles de pesos /

I.V.A. Incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:

3530.75

ACUMULADO EN CAMPANAS:

3530.75

CAMPAÑA 1

## Datos generales

**Nombre de la campaña:** Que lo público funcione.  
**Versión(es):** Probidad y eficacia en la Administración Pública Federal.  
 Eficacia, eficiencia, economía, transparencia y honradez en el Servicio Público.  
**Tema específico:** Informar a la ciudadanía que la Secretaría de la Función Pública desarrolla acciones para que las personas funcionarias públicas actúen con honestidad y austeridad y de esta manera se prevenga y combata la corrupción y la impunidad.  
**Objetivo de comunicación:** Rendición de cuentas  
**Clasificación de campaña:** Rendición de cuentas  
**Coemisor:**  
**Población objetivo:** HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL  
 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS.  
 NSE: AB, C+, C, D+, D, E  
**Vigencia de la campaña:**  
 1 25 de julio de 2022 al 24 de agosto de 2022

	Medios a utilizar				Recursos programados por tipo medio
	Tiempos oficiales		Tiempos comerciales		
	TV	Radio	TV	Radio	
Televisoras					0,00
Radiodifusoras					35,30
Cine					0,00
Diarios Editados en el D.F.					0,00
Diarios Editados en los Estados					0,00
Diarios Editados en el Extranjero					0,00
Revistas					0,00
Medios Complementarios					1.572,72
Medios Digitales					1.572,73
Pre-Estudios					0,00
Post-Estudios					350,00
Diseño					0,00
Producción					0,00
Preproducción					0,00
Post-producción					0,00
Copiado					0,00
Presupuesto asignado a la campaña					3.530,75
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:					100,00%

Mtro. Raymundo Alva Huitrón

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinación sectorial



Mtro. Raymundo Alva Huitrón

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad