



# ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2022

DIRECCIÓN GENERAL DE  
NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

Dependencia o Entidad:	Secretaría de la Función Pública
Naturaleza Jurídica:	Dependencia
Cabeza de sector:	Secretaría de la Función Pública
Fecha de elaboración:	18 de julio 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 registrarán el programa de comunicación:

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

  
Mtro. Raymundo Alva Huitrón

GOBIERNO DE MÉXICO  
COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y VOCERÍA DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA  
22 JUL. 2022  
**VALIDADO**

  
Mtro. Raymundo Alva Huitrón

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

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

Programa Nacional de Combate a la Corrupción y a la Impunidad, y de Mejora de la Gestión Pública 2019-2024.	 3.- Promover la eficiencia y eficacia de la gestión pública. Estrategia prioritaria 3.6.- Potenciar la transformación de la Administración Pública Federal mediante el uso y aprovechamiento de las TIC, en beneficio directo de la población.	Eficacia, eficiencia, economía, transparencia y honradez en el Servicio Público.
---	--	--

MEDIOS ELECTRÓNICOS 1.648,06  
 MEDIOS IMPRESOS 0,00  
 MEDIOS COMPLEMENTARIOS 750,00

ESTUDIOS 250,00  
 DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN 0,00  
 TOTAL 2.648,06

  
 Mtro. Raymundo Alva Huitrón



  
 Mtro. Raymundo Alva Huitrón

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

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: 18 de julio de 2022

miles de pesos /  
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101 2648.06  
 ACUMULADO EN CAMPANAS: 2648.06

Datos generales		Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
		Tiempo oficiales	Tiempo comerciales		
		TV Radio	TV Radio		
Nombre de la campaña:	Que lo Público Funcione.	C	X	Televisoras	0,00
Versión(es):	Tecnología para la eficacia y probidad. Eficacia, eficiencia, economía, transparencia y honradez en el Servicio Público.	C	X	Radiodifusoras	35,96
Tema específico:	Informar que la Secretaría de la Función Pública utiliza las tecnologías de la información para promover la eficacia y la mejora gubernamental, así como para prevenir y combatir la corrupción y la impunidad.	C	X	Cine	0,00
Objetivo de comunicación:	Servicios de Gobierno	C	X	Diarios Editados en el D.F.	0,00
Clasificación de campaña:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL	C	X	Diarios Editados en los Estados	0,00
Coemisor:	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS	C	X	Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Población objetivo:	NSE: AB, C+, C, D+, D, E	C	X	Revistas	0,00
Vigencia de la campaña:	19 de septiembre de 2022 al 18 de octubre de 2022	C	X	Medios Complementarios	750,00
		C	X	Medios Digitales	1.612,10
		C	X	Pre-Estudios	0,00
		C	X	Post-Estudios	250,00
		C	X	Diseño	0,00
		C	X	Producción	0,00
		C	X	Preproducción	0,00
		C	X	Post-producción	0,00
		C	X	Copiado	0,00
				Presupuesto asignado a la campaña:	2.648,06
				Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	100,00%



*[Signature]*  
Mtro. Raymundo Alva Huitrón

*[Signature]*  
Mtro. Raymundo Alva Huitrón

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