

Estrategia 39.1	
Elaborar una estrategia de comunicación con enfoque inclusivo, sobre los costos, implicaciones y herramientas para prevenir y combatir la corrupción.	
Alineación a la PNA	
Eje estratégico	4. Involucrar a la sociedad y el sector privado.
Objetivo específico	10. Fomentar la socialización y adopción de valores prácticos relevantes en la sociedad para el control de la corrupción.
Prioridad	39. Homologar criterios a escala nacional para la realización de campañas de comunicación sobre la corrupción, sus costos, implicaciones y elementos disponibles para su combate.

1. Instituciones colaboradoras en la Estrategia

En la Estrategia 39.1 participaron dos instituciones a través de una línea de acción, reportando 2 actividades en el TI-PNA. En lo que respecta a la cobertura de la Estrategia, esta fue de 66.7%, es decir, 2 de 3 campos fueron registrados con al menos una actividad

Las acciones reportadas para el cumplimiento de esta Estrategia tienen como principales temáticas la prevención de delitos e inclusión de la perspectiva de derechos humanos.

2. Principales acciones reportadas en el Tablero de Implementación

La Estrategia 39.1 tiene como aspecto clave prevenir y combatir la corrupción, mediante el desarrollo de una estrategia de comunicación.

Las acciones registradas se orientaron a la planeación de estrategias de comunicación.

Entre las acciones reportadas se destacaron las realizadas por la SEGOB y la SFP. Ambas secretarías reportaron planear, difundir y monitorear acciones de comunicación social en la materia.

3. Análisis del indicador

Indicador	
Nombre	Promedio de costo a consecuencia de corrupción (PCC).
Definición	Mide el impacto económico que tiene el costo de la corrupción en las personas que son víctimas de ellas al momento de realizar un trámite o servicio que involucra contacto con personas servidoras públicas.
Línea base*	\$ 3,044
Meta	Por definir
* ENCIG 2021	

- **Correspondencia del indicador con el objetivo**

Se considerará, como parte de una nueva medición, el grado de avance en la elaboración de una estrategia de comunicación nacional, que contemple el contenido descrito en el objetivo, así como las diversas fases para su desarrollo.

- **Medios de verificación**

Para la propuesta de nuevas métricas o indicadores se tomarán en cuenta las actividades reportadas por las instituciones colaboradoras en el TI-PNA, en este sentido, se identificarán aquellas que tengan características como la trazabilidad y consistencia en términos de seguimiento y construcción de indicadores.