



INFORME MENSUAL SOBRE EL NÚMERO DE PERSONAS INFORMADAS



Unidad Responsable	1104-2423- Dirección de Estudios Sociodemográficos.
Indicador	C06A0212 - Promedio de impactos de campañas que consideren el enfoque de derechos humanos, perspectiva de género, inclusión, multiculturalidad y diferencial.

Calendario Ejecutado 2022/Avance	Impactos realizados con las acciones de la campaña que consideren el enfoque de derechos humanos, perspectiva de género, inclusión, multiculturalidad y diferencial en el año/El total de la población entre 15 a 60 años de edad.									
	OCTUBRE			NOVIEMBRE			DICIEMBRE			
	HOMBRES	MUJERES	GRUPOS PRIORITARIOS	HOMBRES	MUJERES	GRUPOS PRIORITARIOS	HOMBRES	MUJERES	GRUPOS PRIORITARIOS	TOTAL POR ACTIVIDAD
Campaña "Valores" una campaña que consta de 12 difusiones una por mes.			41,849			36,575			20,061	98,485
TOTAL MENSUAL			41,849			36,575			20,061	
TOTAL POR GRUPOS										98,485

Elaboró

C. Silvia Irene Altamirano Lara
Analista

Revisó

Ing. Fernando Hernández Ramírez
Director de Estudios Sociodemográficos

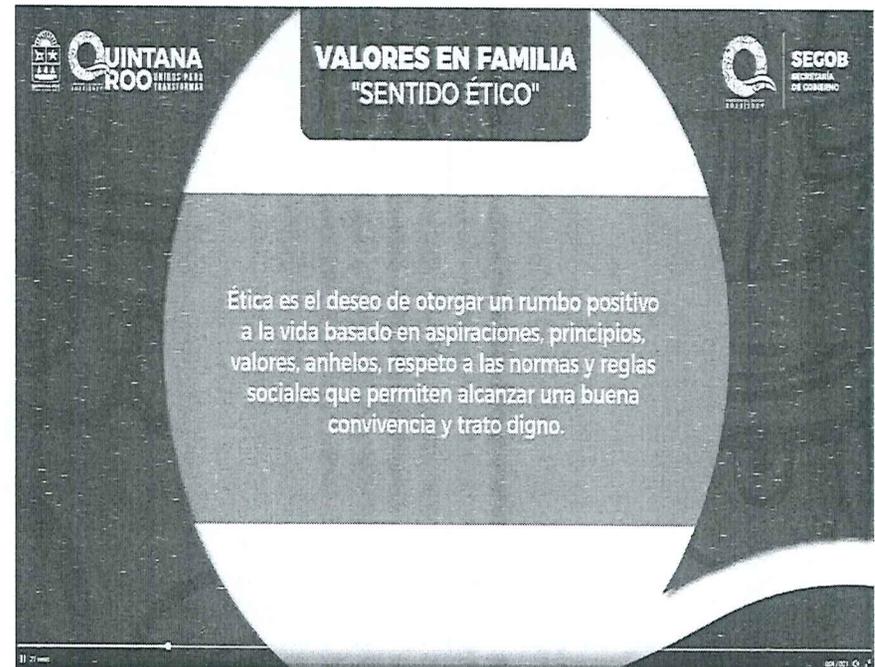
REPORTE TRIMESTRAL DE PERSONAS
INFORMADAS CON LAS ACCIONES DE
LA CAMPAÑA DE VALORES CÍVICOS
DE LA DIRECCIÓN DE ESTUDIOS
SOCIODEMOGRÁFICOS

Cuarto Trimestre 2022.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE OCTUBRE

Unidad Responsable	1104-2423- Dirección de Estudios Sociodemográficos.
Indicador	C06A02I2 - Promedio de impactos de campañas que consideren el enfoque de derechos humanos, perspectiva de género, inclusión, multiculturalidad y diferen

Campaña "Valores" una campaña que consta de 12 difusiones una por mes.



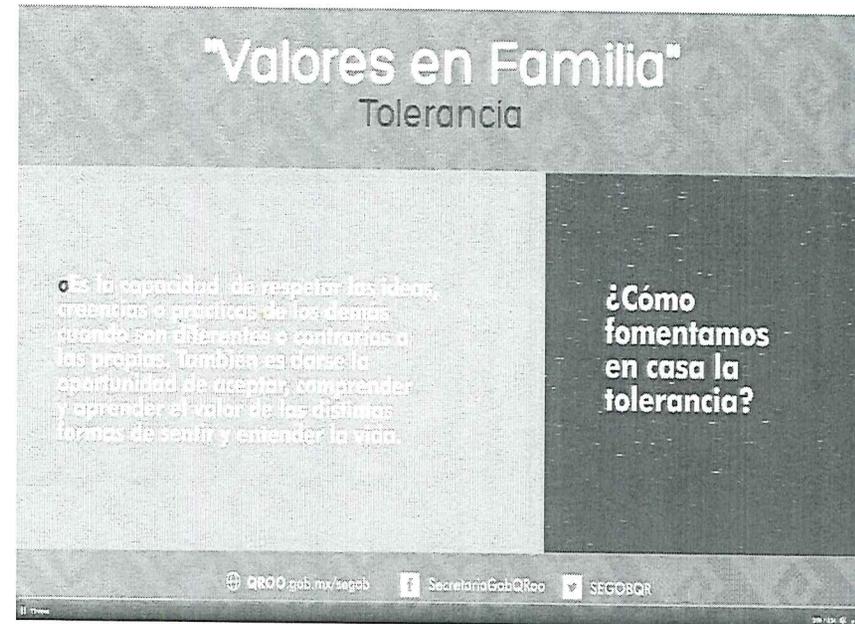
Fomentar los Valores Cívicos con el apoyo de los sectores públicos, privado y social. Se difundió una Campaña sobre Valores, por los medios electrónicos como Facebook, Twitter, Página de SEGOB, Página de COESPO, del 1 al 31 de octubre del presente año, con un total de impactos 41,849 en el mes de octubre.



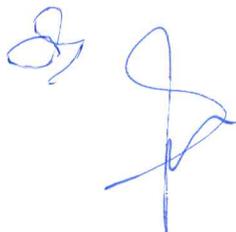
EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE NOVIEMBRE

Unidad Responsable	1104-2423- Dirección de Estudios Sociodemográficos.
Indicador	C06A02I2 - Promedio de impactos de campañas que consideren el enfoque de derechos humanos, perspectiva de género, inclusión, multiculturalidad y diferen

Campaña "Valores" una campaña que consta de 12 difusiones una por mes.



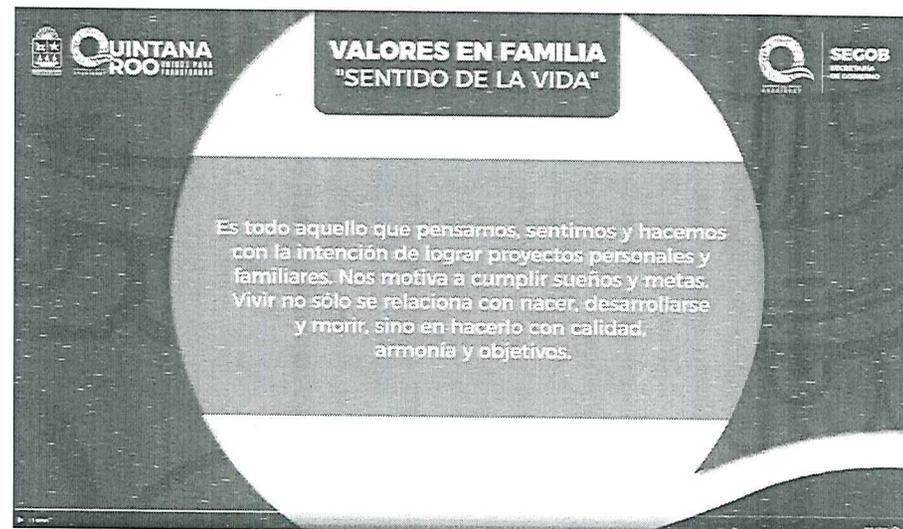
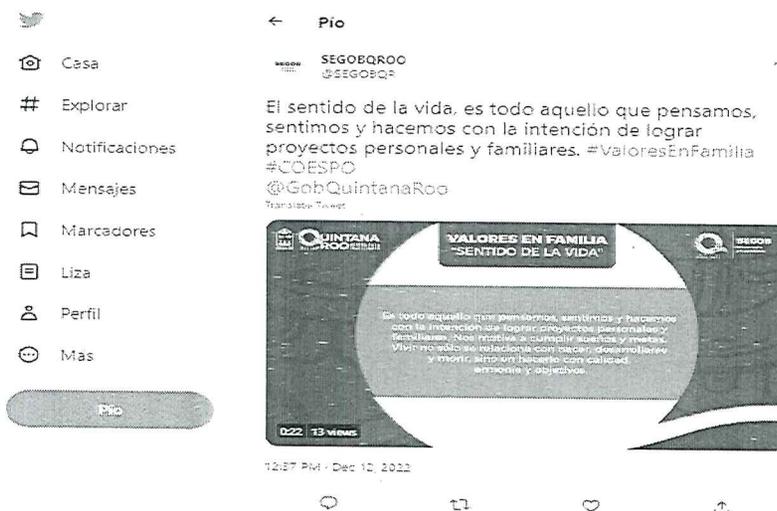
Fomentar los Valores Cívicos con el apoyo de los sectores públicos, privado y social. Se difundió una Campaña sobre Valores, por los medios electrónicos como Facebook, Twitter, Página de SEGOB, Página de COESPO. del 1 al 30 de noviembre del presente año, con un total de impactos 36,575 en el mes de noviembre.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE DICIEMBRE

Unidad Responsable	1104-2423- Dirección de Estudios Sociodemográficos.
Indicador	C06A02I2 - Promedio de impactos de campañas que consideren el enfoque de derechos humanos, perspectiva de género, inclusión, multiculturalidad y diferen

Campaña "Valores" una campaña que consta de 12 difusiones una por mes.



Fomentar los Valores Cívicos con el apoyo de los sectores públicos, privado y social. Se difundió una Campaña sobre Valores, por los medios electrónicos como Facebook, Twitter, Página de SEGOB, Página de COESPO. del 1 al 20 de diciembre del presente año, con un total de impactos 20,061 en el mes de diciembre.

