



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.											
	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE			
	HOMBRES	MUJERES	GRUPOS PRIORITARIOS	TOTAL POR ACTIVIDAD	HOMBRES	MUJERES	GRUPOS PRIORITARIOS	TOTAL POR ACTIVIDAD	HOMBRES	MUJERES	GRUPOS PRIORITARIOS	TOTAL POR ACTIVIDAD
Campaña "Valores" una campaña que consta de 12 difusiones una por mes.			43,837	43,837			31,392	31,392			37,305	37,305
			0									0
TOTAL MENSUAL			43,837	43,837			31,392	31,392			37,305	37,305
TOTAL POR GRUPOS			43,837				31,392				37,305	

Elaboró

C. Silvia Irene Altamirano Lara
Analista

Revisó

Lic. Mauricio Reyes Orellana
Director de Estudios Sociodemográficos



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

Tercer Trimestre 2022.

01

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE JULIO

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.



← Tweet

SEGOB @SEGQBQR

#ValoresEnFamilia #Negociación ¿Cómo podemos negociar? ⚠️

! La salud o seguridad de los hijos o de cualquier miembro de la familia no es negociable.

#COESPO @GobQuintanaRoo



8:00 a. m. · 15 jul. 2022 · Twitter Web App

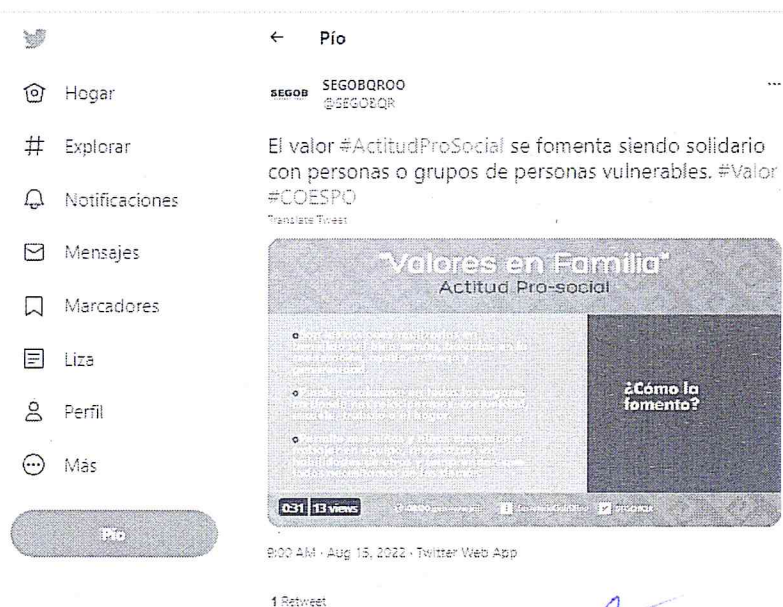
Fomentar los Valores Cívicos con el apoyo de los sectores públicos, privado y social. Se difundió una Campaña sobre Valores, por los medios electrónicos como Facebook, Twitter, Página de SEGOB, Página de COESPO, del 1 al 31 de julio del presente, con un total de impactos 43,837 en el mes de julio.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE AGOSTO

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.



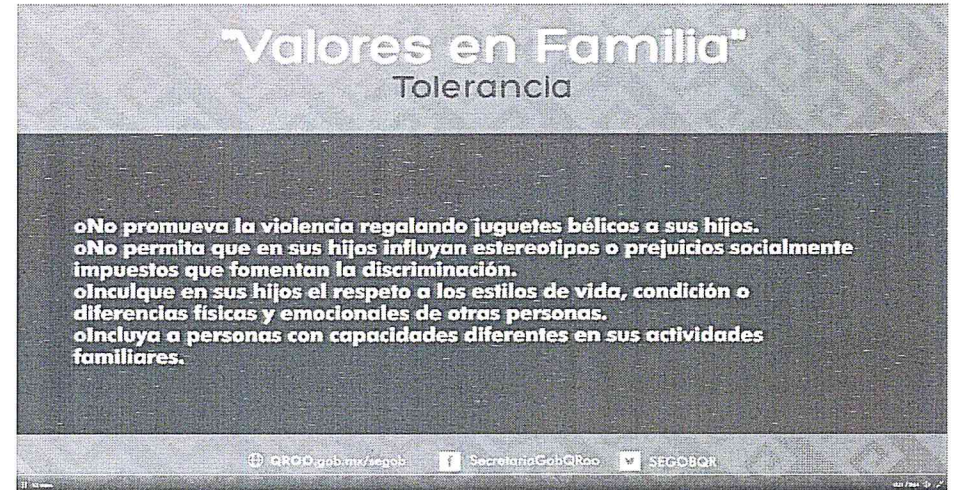
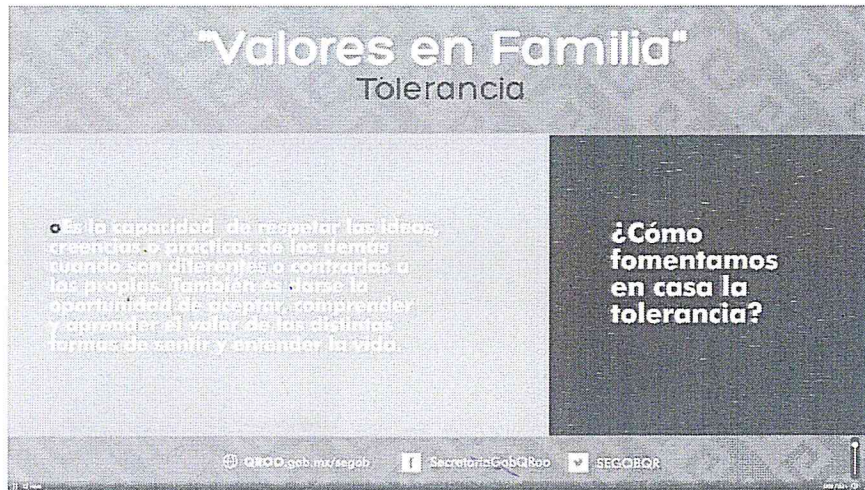
Fomentar los Valores Cívicos con el apoyo de los sectores públicos, privado y social. Se difundió una Campaña sobre Valores, por los medios electrónicos como Facebook, Twitter, Página de SEGOB, Página de COESPO. del 1 al 31 de agosto del presente, con un total de impactos 31,392 en el mes de agosto.



EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE SEPTIEMBRE

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 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 septiembre del presente, con un total de impactos 37,305 en el mes de septiembre, dando un total de los tres meses 1 68,581 Impactos.