



INFORME MENSUAL SOBRE EL NÚMERO DE PERSONAS INFORMADAS

SECRETARIA DE GOBIERNO
DEL ESTADO DE QUINTANA ROO

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 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.											
	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	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.			57,057	57,057			50,931	50,931			60,593	60,593
TOTAL POR GRUPOS			57,057				50,931				60,593	

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

Primer Trimestre 2022.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE ENERO

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

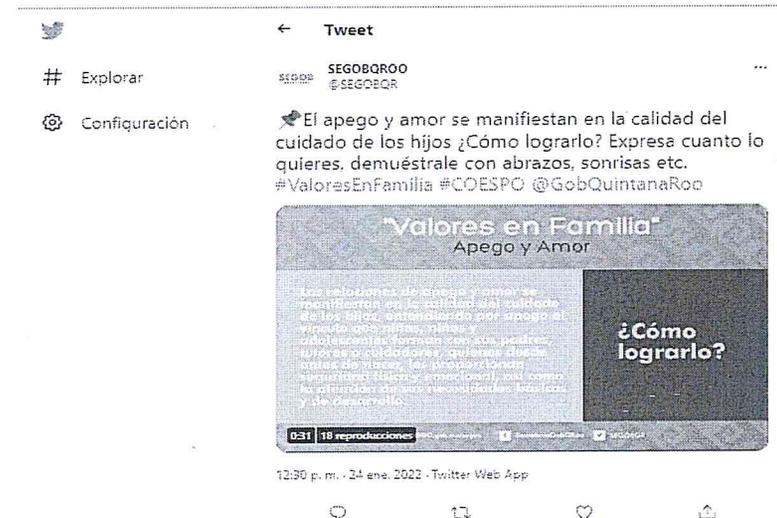
Campaña "Valores" una campaña que consta de 12 difusiones una por mes.



El apego y amor se manifiestan en la calidad del cuidado de los hijos ¿Cómo lograrlo? Expresa cuanto lo quieres, demuéstrale con abrazos, sonrisas etc....

Me gusta Comentar Compartir

Mauricio Reyes Orellana y 2 personas más 18 reproducciones

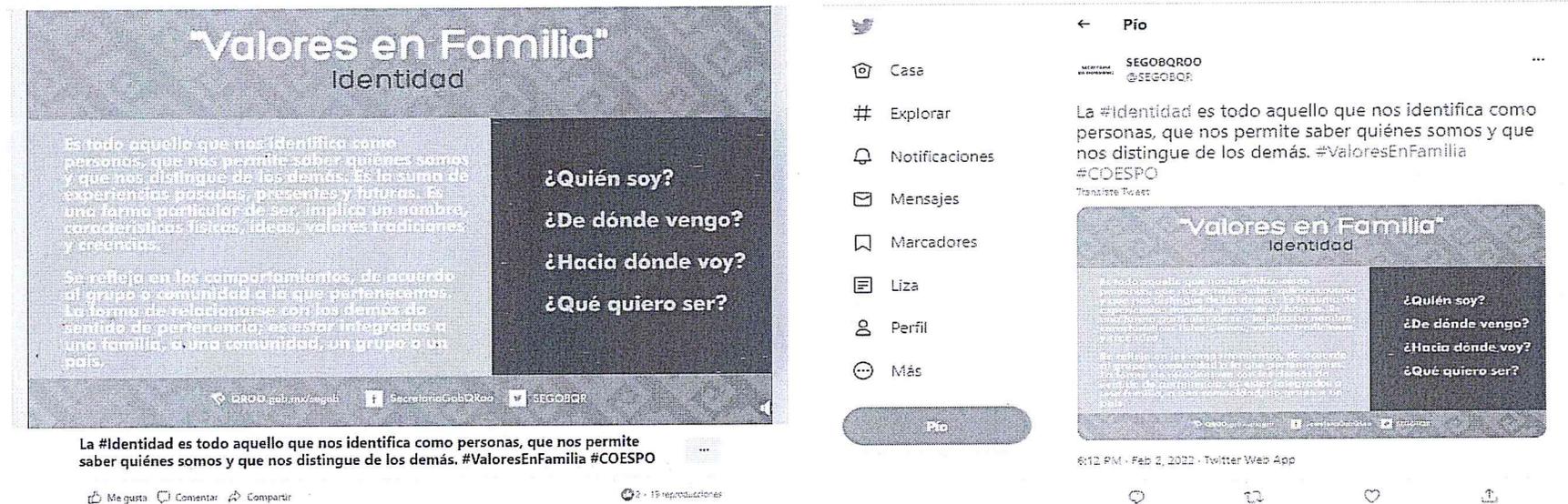


Fomentar los Valores Cívicos con el apoyo de los sectores públicos, privado y social. Se difundió una Campaña sobre Valores, por los medios electrónicos como Facebook, Twitter, Página de SEGOB, Página de COESPO, del 1 al 31 de enero del presente, con un total de impactos 57, 057 en el mes de enero.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE FEBRERO

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.



The image shows two screenshots of a social media post. The left screenshot is a direct view of the post, and the right screenshot is a view of the tweet on a mobile interface.

Post Content:

"Valores en Familia"

Identidad

Es todo aquello que nos identifica como personas, que nos permite saber quiénes somos y que nos distingue de los demás. Es la suma de experiencias pasadas, presentes y futuras. Es una forma particular de ser, implica un nombre, características físicas, ideas, valores, tradiciones y creencias.

Se refleja en los comportamientos, de acuerdo al grupo o comunidad a la que pertenecemos. La forma de relacionarse con los demás da sentido de pertenencia, es estar integrados a una familia, a una comunidad, un grupo o un país.

¿Quién soy?
¿De dónde vengo?
¿Hacia dónde voy?
¿Qué quiero ser?

QRRO.gob.nv/segob | SecretaríaGobDRoo | @SEGOBQR

La #Identidad es todo aquello que nos identifica como personas, que nos permite saber quiénes somos y que nos distingue de los demás. #ValoresEnFamilia #COESPO

Me gusta | Comentar | Compartir | 19 reproducciones

Tweet View:

← Pío

SEGOBQR00 @SEGOBQR

La #Identidad es todo aquello que nos identifica como personas, que nos permite saber quiénes somos y que nos distingue de los demás. #ValoresEnFamilia #COESPO

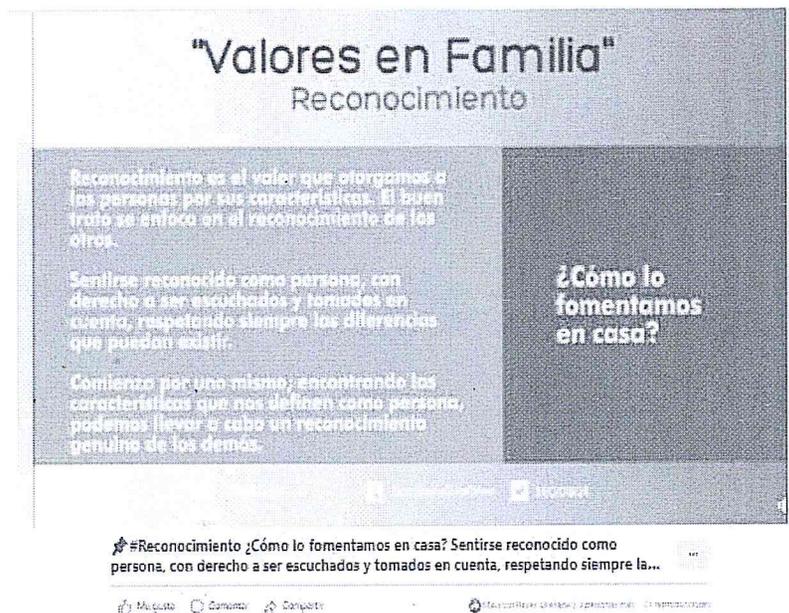
8:12 PM · Feb 2, 2022 · Twitter Web App

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 28 de febrero del presente, con un total de impactos 50, 931 en el mes de febrero.

EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL MES DE MARZO

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 marzo del presente, con un total de impactos 60, 593 en el mes de marzo, dando un total de los tres meses 168,581 Impactos.