

LA PRESENTE DOCUMENTACIÓN SE TESTÓ, EN VIRTUD DE QUE CONTIENE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL, MISMA QUE DEBER SER PROTEGIDA, CON FUNDAMENTO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 116 DE LA LEY GENERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, EN RELACIÓN A LOS ARTÍCULOS 3 FRACCIÓN XVIII, 65 FRACCIÓN VI, 115 Y 120 DE LA LEY DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE TAMAULIPAS; Y, EN CUMPLIMIENTO A LOS DISPOSITIVOS 4 PÁRRAFO PRIMERO Y 5 DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS SUJETOS OBLIGADOS DEL ESTADO DE TAMAULIPAS.

ANEXO 1. REVISIÓN DE CRITERIOS GENERALES DE CARÁCTER CIENTÍFICO DEL ESTUDIO

Datos de identificación del estudio:		HT COMUNICACIÓN S. A. DE C. V. DEL MES DE JUNIO
Criterio	Definición	Información del estudio
Objetivo	Fin que persigue el levantamiento de estudio	Conocer la opinión de los residentes de Ciudad Victoria sobre la situación económica, social y Política. Además de medir la opinión de los votantes en relación a las elecciones de presidente de México, senadores, diputado federal y de alcalde de Ciudad Victoria
Diseño Muestral	a).- Definición de la población objetivo: Grupo representado en una muestra	Hombres y mujeres de 18 años y más, residentes en el municipio de Victoria, que cuentan con credencial de elector vigente con domicilio en la Sección Electoral
	b).- Procedimiento de selección de unidades: Proceso sistemático o aleatorio del tamaño de la selección	En la primera etapa se seleccionaron la totalidad de las secciones electorales, que fueron denominados "estratos" y se hizo el muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional. En la segunda etapa se determinó cuántos sujetos con igual posibilidades se deberían de entrevistar por cada estrato seleccionado; en la tercera etapa se seleccionaron manzanas, que resultó de dividir entre dos el número de encuestas que deberían de aplicarse en cada "estrato" seleccionado. En la cuarta etapa se seleccionó un domicilio particular habitado, en la que se seleccionó a una persona de 18 años y más para la entrevista "cara a cara", buscando equilibrar la encuesta por sexos.
	c) Procedimiento de estimación: Método que permite dar el valor aproximado de un parámetro de una población a partir de datos proporcionados por la muestra	Frecuencia simple
	d) Tamaño y forma de obtención de la muestra: Número total de encuestados y forma de su elección y obtención	469 entrevistas realizadas cara a cara en viviendas particulares. El encuestador debía llegar a la vivienda seleccionada y presentarse, y para dar confianza se le ofrecía el dispositivo electrónico (Tablet), para que en total secreto respondiera el cuestionario. Sólo en caso de duda, el encuestador le resolvía el cuestionamiento.
	e) Calidad de la estimación: Porcentaje de error del diseño de la muestra	Manteniendo fijo el nivel de confianza del 97%, las estimaciones del estudio tienen una precisión máxima de error del + - 3%
	f) Frecuencia y tratamiento de la no respuesta: Personas que están indecisas, los que responden "no sé" y los que manifiestan que no piensan votar	Se establece en las variables y está establecida en los resultados.
	g) Tasa de rechazo general a la entrevista: Porcentaje que representa la negativa a contestar, abandono y número de contactos no exitosos	El porcentaje de rechazo fue de 2,1%, en su totalidad se debió a rechazo del entrevistado a responder el cuestionario.

Datos de identificación del estudio:		HT COMUNICACIÓN S. A. DE C. V. DEL MES DE JUNIO
Criterio	Definición	Información del estudio
Método de recolección	Método y fecha de recolección de la información: entrevistas cara a cara, en viviendas particulares, entrevistas telefónicas, método mixto etc. y el período en que se levantó la información	Cara a cara. Fecha de recolección del 01 al 03 de Junio de 2018. Se contrató para ello a 15 encuestadores y 2 supervisores.
Cuestionario	Instrumento de recolección utilizado: Fraseo exacto con el que se aplicó y se obtuvo la respuesta	<p>CUESTIONARIO: En su ciudad, ¿cuál cree Usted que sea el principal problema?; De todos estos problemas, ¿Cuál le afecta más a Usted?; Usted indicó que el principal problema que le aqueja son los servicios públicos ¿Podría decirnos cuál es el que más le afecta?; ¿Usted ha sido víctima de la delincuencia?; Por cierto, en su opinión. Los servicios públicos en la ciudad ¿cómo los califica?; Más allá de su calificación sobre los servicios públicos. Si Usted fuera el alcalde ¿qué servicio público sería el primero en resolver?; Si el gobernador Francisco García Cabeza de Vaca participara en otra elección ¿Usted votaría por él?; Y el alcalde Óscar Almaraz Smer ¿Votaría otra vez por él?; Ahora bien, De una escala del 1 al 10, donde 1 es la más baja calificación y 10 la más alta, ¿Cuántas estrellas le daría por su trabajo al gobernador Francisco García Cabeza de Vaca?; Y al alcalde Óscar Almaraz ¿cuántas estrellas le daría por su trabajo?; Podría decirme ¿con qué partido político siente mayor simpatía/cercanía?; En el 2016 ¿Por cuál partido votó usted para alcalde?; Si pudiera regresar el tiempo al 2016 y hoy fueran las elecciones para elegir al alcalde de Ciudad Victoria ¿Usted por quién votaría o volvería a votar?; (AÑADE ANOTACIÓN: "AHORA LE VAMOS A PREGUNTAR SOBRE LAS SIGUIENTES PERSONAS, DÍGANOS SI LO CONOCE O NO LO CONOCE, Y SI LO CONOCE QUÉ TIENE DE ELLA"); ¿Lo conoce? (una fotografía del candidato Xicoténcatl González Uresti, de la Coalición "Por Tamaulipas al Frente"); ¿qué opinión tiene de Xicoténcatl González?; ¿Lo conoce? (fotografía del candidato del PRI a la alcaldía de Victoria, Óscar Almaraz Smer); ¿Qué opinión tiene de Óscar Almaraz?; ¿Lo conoce? (fotografía del candidato de la coalición "juntos Haremos Historia", Eduardo Abraham Gattás Báez); ¿Qué opinión tiene de Lalo Gattás?; ¿Lo conoce? (fotografía de Mario Romel Arizpe, candidato del Partido Verde Ecologista de México); ¿Qué opinión tiene de Mario Arizpe?; (CONTINÚA)</p>
+		<p>¿La conoce? (fotografía de Nayma Karina Balquiarena Pérez, candidata Independiente); ¿Qué opinión tiene de Nayma Balquiarena?; ¿Lo conoce? (fotografía de Héctor David Ruíz Tamayo, candidato Independiente); ¿Qué opinión tiene de Héctor Ruíz Tamayo?; Digamos que usted está esperando el Microbús y cuando lo tomam se da cuenta que hay lugares vacíos pero llevaría a las siguientes personas como acompañante, ¿ con quién se sentaría? (da la opción de palomear a cada uno de los candidatos a la alcaldía de Victoria); El 1 de Julio hay elecciones en México, ¿Usted piensa ir a votar?; Y si hoy fuera Primero de Julio, ¿por quién votaría para presidente de México?; ¿Y por quién votaría para Senador de la República?; Y para Diputado federal por el Distrito V, ¿por quién votaría?; Y para alcalde de Victoria ¿por quién votaría? (Xicoténcatl González, Óscar Almaraz, Eduardo Gattás, Mario Arizpe, Nayma Balquiarena, Héctor Ruiz, Anularía mi voto, No deseo responder); Y bueno, más allá por quién vaya a votar ¿Quién cree que vaya a ganar las elecciones para Presidente de México?; Y en las elecciones para alcalde ¿quién cree que vaya a ganar las elecciones?; Usted ¿llegaría a cambiar su voto por otro partido?; ¿Por qué otro partido o coalición o candidato independiente cambiaría su voto por la alcaldía de Victoria?; ¿Cuál es su sexo?; ¿Cuál es su edad?; Usted ¿a qué se dedica?; Usted indicó que trabaja para gobierno del Estado, ¿ha sido víctima de algún abuso por parte de su superior?; ¿Hasta qué año escolar estudió Usted?</p>

Datos de identificación del estudio:		HT COMUNICACIÓN S. A. DE C. V. DEL MES DE JUNIO
Criterio	Definición	Información del estudio
Estimadores e intervalos de confianza	Forma de procesamiento, estimadores e intervalos de confianza: Probabilidad de que el parámetro a estimar se encuentre en el intervalo de confianza, representado por frecuencias y estimadores	Las entrevistas fueron realizadas en tiempo real a través de la plataforma Survio.
Software para procesamiento	Denominación del software utilizado para el procesamiento de datos: Paquete R, Excel, Clean up en SPSS, Paquetería Office, Geo control, Stata	Tras concluirla, se procesó la información en el Statistiscal Package for the Social Sciences (SPSS)
Base de datos	Archivo de origen: (no PDF o imagen) en donde se registran los datos recabados y en el que proteja la identidad del entrevistado	Entregado
Resultados	Resultados del levantamiento: Representados en porcentajes de preferencias por partido político, candidato y coaliciones	En cumplimiento con el numeral 9 del Anexo 3 del Reglamento de Elecciones, que establece la entrega de los Principales Resultados, el estudio en mención da a conocer los siguientes resultados respecto de la pregunta: Y para alcalde de Victoria ¿Por quién votaría?, los cuales fueron los siguientes: Xicoténcatl González (132, que significa un porcentaje del 28,1%); Óscar Almaraz (183, que significa un 39,0%); Eduardo Gattás (70, que significa un porcentaje de 14,9%); Mario Arizpe (12, que significa un 2,6%); Nayma Balquiarena (16, que significa una preferencia del 3.4%); Héctor Ruíz Tamayo (3, que representa el ,6%), No deseo responder (43, que representa un 9,2%); Perdidos en el Sistema (10, que significan un 2,1%)
Autoría y financiamiento	a).- Persona física o moral que patrocinó o pagó la encuesta	HT Comunicación S. A. de C. V.
	b).- Persona física o moral que diseñó y llevó a cabo la encuesta	HT Comunicación S. A. de C. V.
	c).- Persona física o moral que solicitó, ordenó o pagó la publicación de la encuesta	HT Comunicación S. A. de C. V.
	d).- Medio de publicación de la encuesta	Periódico Digital "Hoy Tamaulipas"
	e).- Logotipo: Distintivo gráfico de identificación de la persona física o moral responsable de la encuesta	
	f).- Persona física o moral: Razón social o nombre de la persona física o moral responsable de la encuesta.	HT Comunicación S. A. de C. V.
	g).- Nombre del representante: Director de la empresa o representante legal	Marco Antonio Esquivel Martínez, Propietario y Director General.
	h).- e-Datos: Incluye los medios electrónicos o telefónicos de la empresa o persona física	HT Comunicación S. A. de C. V., RFC. [REDACTED] [REDACTED] Barrio de Pajaritos. Cd. Victoria, Tamaulipas. C. P. 87089, Cd. Victoria, Tamaulipas. [REDACTED] [REDACTED]

Datos de identificación del estudio:		HT COMUNICACIÓN S. A. DE C. V. DEL MES DE JUNIO
Criterio	Definición	Información del estudio
Recursos aplicados	Recursos económicos/financieros aplicados: Informe acompañado de la factura (incluyendo nombre de la persona física o moral que contrató el estudio), explicitando el monto y proporción que corresponde efectivamente al monto de la publicación. Cuando es la misma persona física o moral quien realice y publique la encuesta, se deberá presentar un informe del costo del estudio realizado.	La empresa HT Comunicación S. A. de C. V. informó que se invirtió un monto total de \$14,809.05 (catorce mil ochocientos nueve pesos 00/05 M. N.), los cuales especifican que fueron distribuidos de la siguiente manera: Renta de Plataforma Survio, costo por día de \$39.8 pesos mexicanos utilizada 3 días (\$ 119.40.00), Contratación de 15 encuestadores con un pago diario de 300 pesos cada uno (\$13,500.00); Adquisición de uniformes (\$1,189.65 pesos).
Antecedentes profesional y/o académico	Experiencia profesional y formación académica de la persona que realizó la encuesta, incluyendo documentación que lo demuestre	En su CURRICULUM VITAE aparece que cuenta con una Maestría en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política por la Universidad Camilo José Cela, Madrid, España (entregó copia del Título que lo acredita como tal); además de diversas especializaciones en Comunicación Política y Medios de Comunicación. Actualmente es presidente del Consejo de Administración de HT Comunicación, que engloba las empresas HOYTamaulipas y HT Agencia en su división medios de comunicación. Además de Marketing & Estrategias, en su división de Consultoría Política. Impartidor de cursos de Certificación de Competencias y Capital Humano. Participó como Director de Comunicación en la Campaña de Édgar Melhem Salinas, candidato a diputado federal por el Distrito III Tamaulipas en Junio de 2015; Responsable de Redes Sociales en campañas a alcaldes y diputados locales en Tamaulipas (Elecciones 2013) y, Jefe de Prensa de la Campaña de Édgar Melhem Salinas, candidato a Diputado federal en las elecciones del 2009.



Marketing & Estrategias

**ENCUESTA CARA A CARA
JUNIO 2018**

RECIBIDO
Lic A Polanco
08 JUN 2018
14:35 HRS

FOLIO 2018 06 08 016
OFICIALIA DE PARTES
PRESENTA: Everardo Egula
ANEXA: (01) Engargolado con (18) fojas
y (01) Disco Compacto.

INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
RECIBIDO
V 2018

Ciudad Victoria, Tamaulipas
Junio 8 de 2018

Lic. Miguel Ángel Chávez García

Consejero Presidente del IETAM

Presente

En cumplimiento al reglamento de elecciones vigentes y en los términos de lo dispuesto en el capítulo VII, Artículos 136, párrafo 1 y 2 en el que se establece que “quienes publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre preferencias electorales cuya publicación se realicen desde el inicio del proceso electoral local o federal correspondiente y, hasta tres días antes de la celebración de la jornada electoral respectiva, deberán ajustar su actuación a lo siguiente: a) Si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier medio, deberán entregar copia del estudio completo de la información publicada al Secretario Ejecutivo del Instituto Nacional Electoral (cuando se trate de encuestas o sondeos sobre elecciones federales) o, en su caso, a su homólogo del Organismo Público Local correspondiente (cuando se trate de encuestas o sondeos de elecciones locales), directamente en sus oficinas o a través de sus respectivas estructuras desconcentradas. Cuando se trate de una misma encuesta o sondeo de opinión que arroje resultados sobre elecciones federales y locales el estudio deberá entregarse tanto al Instituto Nacional Electoral, como al Organismo Público Local que corresponda. Cuando se trate de un estudio que arroje resultados para más de una elección local, el estudio deberá entregarse a las autoridades electorales locales respectivas”.

Así con base a lo dispuesto en el capítulo VII del reglamento de elecciones y en su anexo 3, se entrega dentro de los cinco días naturales siguientes a su publicación por parte de la empresa HT COMUNICACIÓN, S.A. DE C.V. con nombre comercial HOYTamaulipas – Marketing & Estrategias copia de reporte difundido el lunes 4 de junio de 2018, que consiste en una encuesta tipo Cara a Cara, realizada del 1 al 3 de junio, entre personas de 18 años y más con credencial para votar y que viven en Ciudad Victoria, Tamaulipas.

Anexo a la presente hacemos entrega:

- 1.- Reporte completo del estudio difundido (En formato PDF, PowerPoint e impreso)
- 2.- Base de datos (En formato electrónico del archivo de origen sin contraseñas ni candados)
- 3.- Cuestionario utilizado para generar la información publicada (En formato electrónico e impreso)
- 4.- Informe de recursos financieros aplicados en la realización de la encuesta

Sin más por el momento, agradezco la atención prestada quedando como su más seguro servidor

Ate

Marco Esquivel

Presidente del Consejo de Administración
Director General de HOYTamaulipas y Marketing & Estrategias

16:50 hrs

Esquivel

RFO
Av. Del Aguaje
Col. Barrio de Paz
C.P. 23000
Tamaulipas C.P.
INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
Ciudad Victoria

RECIBIDO
08 JUN 2018

COMUNICACIÓN SOCIAL

INSTITUTO ELECTORAL DE TAMAULIPAS
RECIBIDO
16:48 HRS
08 JUN 2018
SECRETARÍA EJECUTIVA

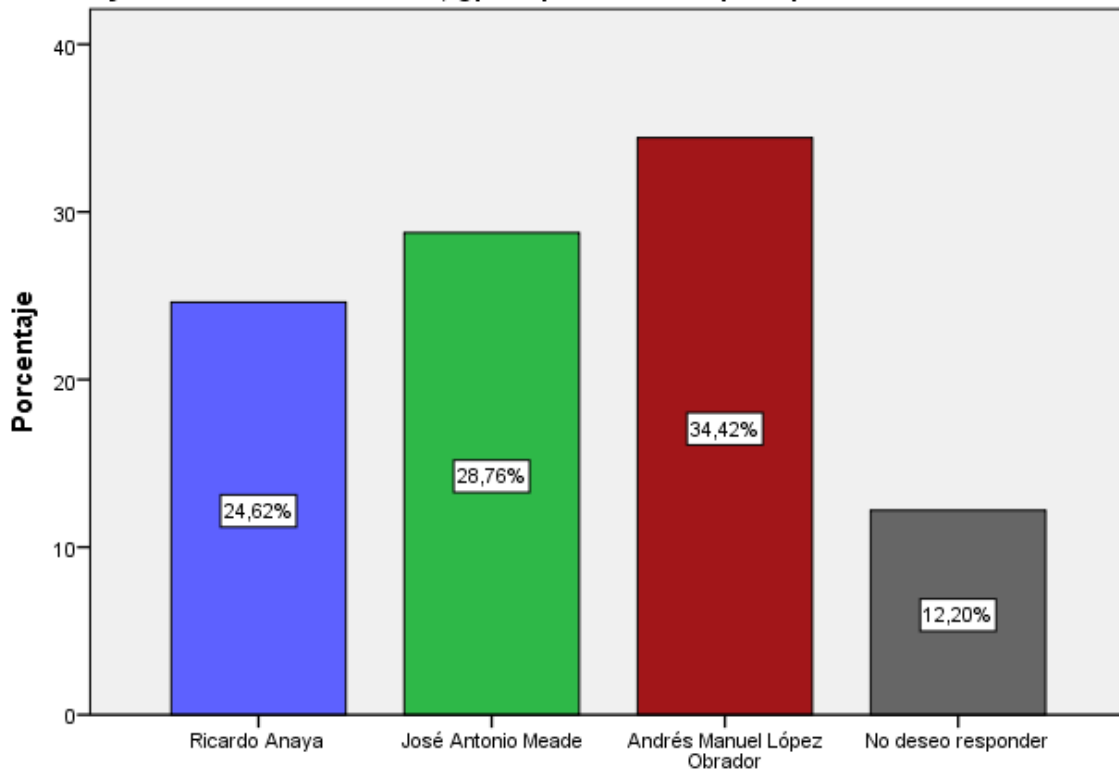


Encuesta “Cara a Cara”
Junio 2018
PRINCIPALES RESULTADOS ELECTORALES
PUBLICADOS

Y si hoy fuera Primero de Julio, ¿por quién votaría para presidente de México?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ricardo Anaya	113	24.1	24.6	24.6
	José Antonio Meade	132	28.1	28.8	53.4
	Andrés Manuel López Obrador	158	33.7	34.4	87.8
	No deseo responder	56	11.9	12.2	100.0
	Total	459	97.9	100.0	
Perdidos	Sistema	10	2.1		
Total		469	100.0		

Y si hoy fuera Primero de Julio, ¿por quién votaría para presidente de México?

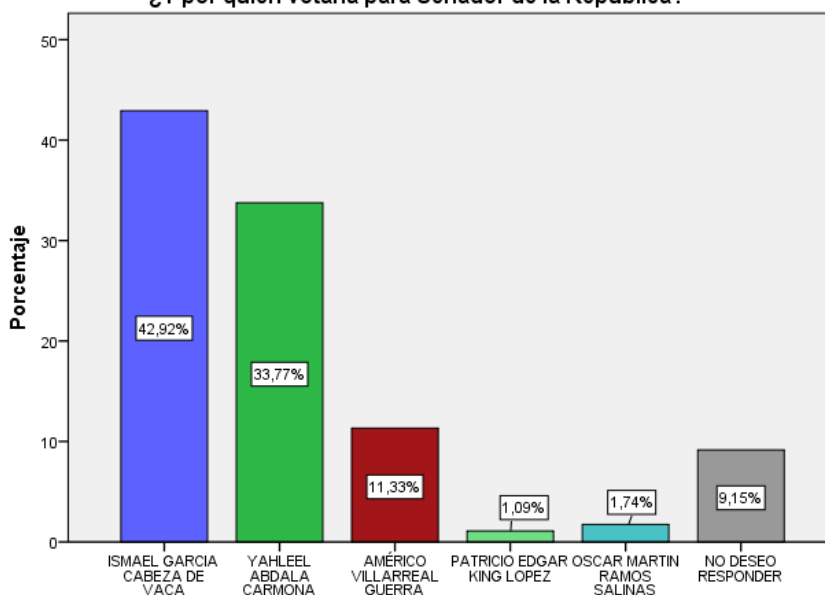


Y si hoy fuera Primero de Julio, ¿por quién votaría para presidente de México?

¿Y por quién votaría para Senador de la República?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ISMAEL GARCIA CABEZA DE VACA	197	42,0	42,9	42,9
	YAHLEEL ABDALA CARMONA	155	33,0	33,8	76,7
	AMÉRICO VILLARREAL GUERRA	52	11,1	11,3	88,0
	PATRICIO EDGAR KING LOPEZ	5	1,1	1,1	89,1
	OSCAR MARTIN RAMOS SALINAS	8	1,7	1,7	90,8
	NO DESEO RESPONDER	42	9,0	9,2	100,0
	Total	459	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	10	2,1		
Total		469	100,0		

¿Y por quién votaría para Senador de la República?

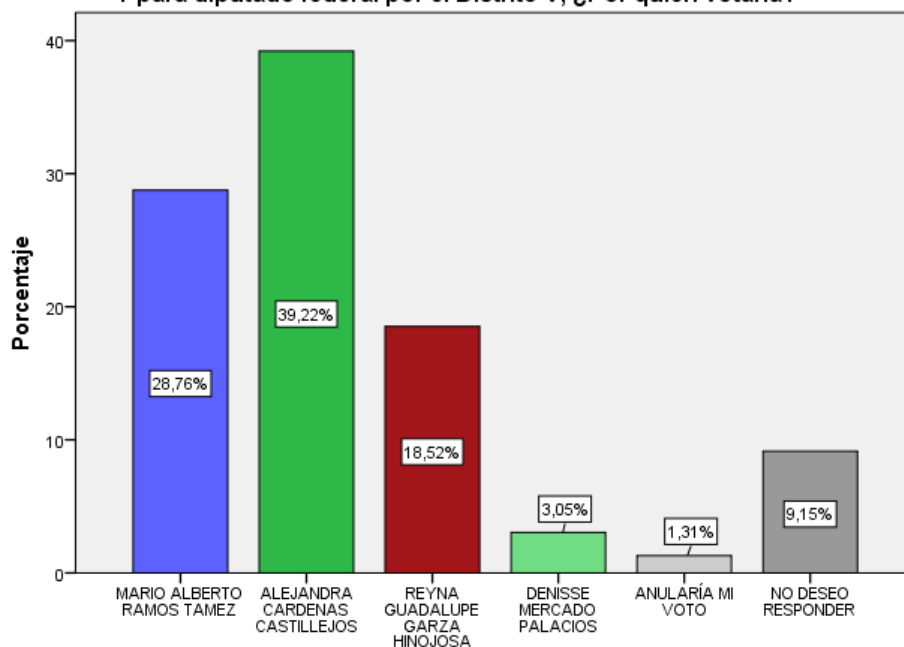


¿Y por quién votaría para Senador de la República?

Y para diputado federal por el Distrito V, ¿Por quién votaría?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MARIO ALBERTO RAMOS TAMEZ	132	28,1	28,8	28,8
	ALEJANDRA CARDENAS CASTILLEJOS	180	38,4	39,2	68,0
	REYNA GUADALUPE GARZA HINOJOSA	85	18,1	18,5	86,5
	DENISSE MERCADO PALACIOS	14	3,0	3,1	89,5
	ANULARÍA MI VOTO	6	1,3	1,3	90,8
	NO DESEO RESPONDER	42	9,0	9,2	100,0
	Total	459	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	10	2,1		
Total		469	100,0		

Y para diputado federal por el Distrito V, ¿Por quién votaría?

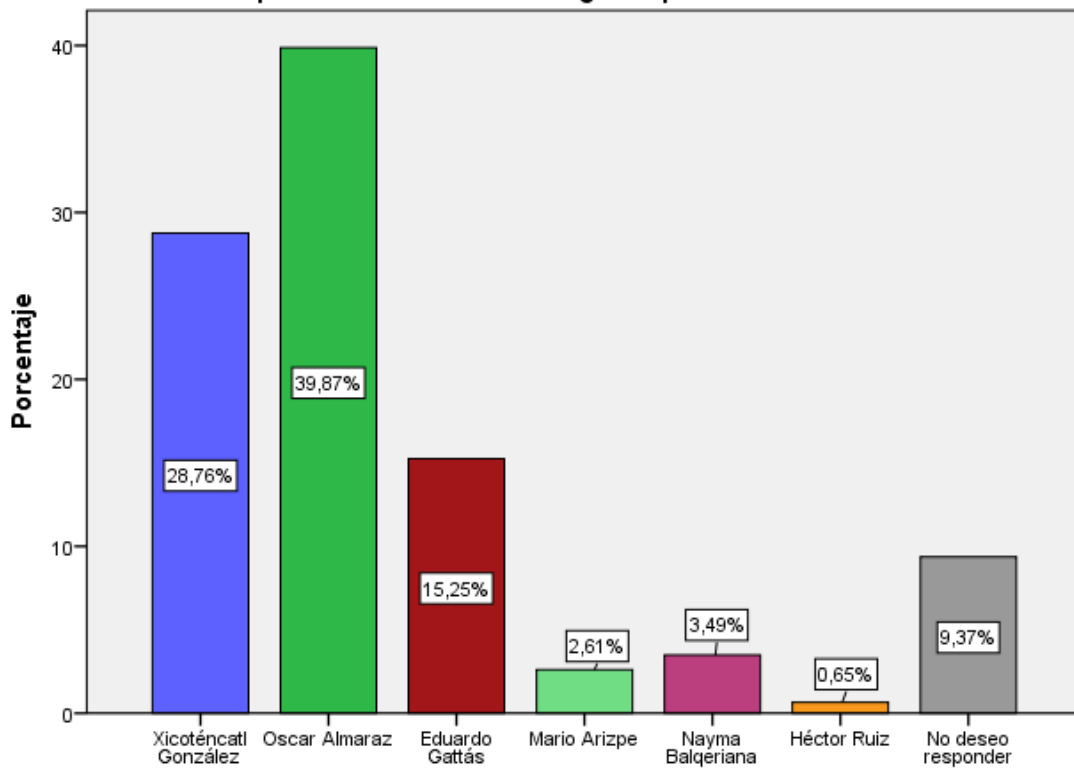


Y para diputado federal por el Distrito V, ¿Por quién votaría?

Y para alcalde de Victoria ¿Por quién votaría?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Xicoténcatl González	132	28,1	28,8	28,8
	Oscar Almaraz	183	39,0	39,9	68,6
	Eduardo Gattás	70	14,9	15,3	83,9
	Mario Arizpe	12	2,6	2,6	86,5
	Nayma Balqueriana	16	3,4	3,5	90,0
	Héctor Ruiz	3	,6	,7	90,6
	No deseo responder	43	9,2	9,4	100,0
	Total	459	97,9	100,0	
Perdidos	Sistema	10	2,1		
Total		469	100,0		

Y para alcalde de Victoria ¿Por quién votaría?



Y para alcalde de Victoria ¿Por quién votaría?

Recolección de la Información	El estudio fue llevado a cabo en viviendas a través de entrevistas “cara a cara” en el municipio de Ciudad Victoria, utilizando un cuestionario estructurado a través del Sistema CAPI (Computer Assisted Personal Interview)
Objetivo general del estudio	Conocer la opinión de los residentes de Ciudad Victoria sobre situación económica, social y política
Objetivo particular del estudio	Medir la opinión de los votantes en relación a las elecciones de presidente de México, senadores, diputado federal y de alcalde de Ciudad Victoria
Marco Muestral	Se utilizó como marco muestral el listado de secciones electorales del Distrito 5 al que pertenece el municipio de Victoria, las cuales están publicadas por el INE
Diseño de Muestra	<p>Población Objetivo Hombres y mujeres de 18 años y más, residentes en el municipio de Victoria, que cuentan con credencial de elector vigente con domicilio en la Sección Electoral</p> <p>Procedimiento de Selección En la primera etapa se seleccionaron la totalidad de las secciones electorales, que fueron denominados “estratos” y se hizo el muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional. En la segunda etapa se determinó cuántos sujetos con igual posibilidades se deberían de entrevistar por cada estrato seleccionado. En la tercera etapa se seleccionaron manzanas, que resultó de dividir entre dos el número de encuestas que deberían de aplicarse en cada “estrato” seleccionado. En la cuarta etapa se seleccionó un domicilio particular habitado, en la que se seleccionó a una persona de 18 años y más para la entrevista “cara a cara”, buscando equilibrar el sexo del entrevistado.</p>
Tamaño de la muestra	El diseño de muestra establecido para este estudio dio como resultado un tamaño de muestra de 469 entrevistas y estas fueron realizadas cara a cara en viviendas particulares.
Confianza y error máximo	Manteniendo fijo el nivel de confianza del 97%, las estimaciones del estudio tienen una precisión máxima de error del +/- 3%
Tratamiento de la No Respuesta y Rechazo	Se establece en las variables y está establecida en los resultados. El porcentaje de Rechazo fue del 2,1%, en su totalidad se debió a rechazo del entrevistado a responder el cuestionario.

<p>Ejecución de Entrevista</p>	<p>El encuestador debía de llegar a la vivienda seleccionada y presentarse, y para dar confianza al entrevistado se le ofrecía el dispositivo electrónico (Tablet) para que en total secreto respondiera el cuestionario. Solo en caso de duda, el encuestador le resolvía el cuestionamiento.</p>
<p>Procesamiento de datos</p>	<p>Las entrevistas fueron realizadas en tiempo real a través de la plataforma Survio. Tas concluir el proceso se procesó la información en el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)</p>
<p>Objetivo particular del estudio</p>	<p>Medir la opinión de los votantes en relación a las elecciones de presidente de México y de alcalde de Ciudad Victoria</p>
<p>Fecha de levantamiento</p>	<p>Los cuestionarios se realizaron del 1 al 3 de Junio de 2018 Se contrató para ello a 15 encuestadores y 2 supervisores.</p>
<p>Preguntas electorales</p>	<p>Elecciones Y si hoy fueran las elecciones ¿por qué partido votaría para presidente de México? ¿Y por quién votaría para Senador de la República? Y para diputado federal por el Distrito V ¿Por quién votaría? Y para Alcalde ¿por quién votaría?</p> <p>IMPORTANTE Estas son las preguntas electorales que fueron publicadas, pero en el archivo de SPSS se incluyen todas las variables utilizadas en la Encuesta.</p>

A quien corresponda:

Por este conducto se informa los recursos utilizados para la realización de la Encuesta “Cara a Cara”, mismos que fueron patrocinados por la misma empresa HT Comunicación, S.A. de C.V.

CONCEPTO	COSTO
Renta de plataforma Survio, costo por día 39.8 pesos mexicanos. Tres días utilizados	119.40
Contratación de encuestadores 15 encuestadores, con un pago de 300 pesos diarios Los supervisores son personal directo de HT comunicación, los cuales ya tienen un sueldo mensual.	13,500.00
Adquisición de uniformes Total adquiridos 15 con un costo de 79.31 pesos.	1,189.65
TOTAL INVERTIDO	\$14,809.05
(Catorce mil ochocientos nueve pesos 00/05 MN)	



Ciudad Victoria, Tamaulipas
Junio 8 de 2018

A quien corresponda:

El suscrito Marco Antonio Esquivel Martínez, presidente del Consejo de Administración de HT Comunicación S.A. de C.V, propietaria de las marcas comerciales HOYTamaulipas y Marketing & Estrategias, con domicilio en Avenida [REDACTED] y quien es responsable de la Encuesta "Cara a Cara" realizada del 1 al 3 de junio y sus principales resultados dados a conocer el lunes 4 de junio a través de HOYTamaulipas.net, informa que:

Cuenta con un Master por la Universidad Camilo José Cela (Madrid, España), el cual lo acredita para poder realizar un procedimiento como el practicado en Ciudad Victoria, Tamaulipas.

Se incluye por separado los datos y referencias de su formación profesional.

Cordialmente,

[REDACTED SIGNATURE]

Marco Esquivel
Presidente del Consejo de Administración
HT Comunicación, S.A. de C.V

HT Comunicación SA de CV
0427L39
Nº 290

MARCO ESQUIVEL

PERIODISTA

"No es que el diablo fuera tan malo:
su problema es que no tenía un Jefe de Prensa"



INFORMACIÓN PERSONAL

Originario de Valle Hermoso, Tamaulipas (México) (Marzo 26 de 1973).
Cuento con una Maestría en Asesoramiento de Imagen y Consultoría Política;
además de tener diversas especializaciones en Comunicación Política y Medios
de Comunicación.

Actualmente presidente del Consejo de Administración de
HT Comunicación que engloba las empresas HOYTamaulipas y HT Agencia
en su división de medios de comunicación.
Además de Marketing & Estrategias, en su división de consultoría política.
Corresponsal de UNOTv y Enfoque Noticias.



www.hoytamaulipas.net

MI ÁREA DE INFLUENCIA

Construyo procesos de comunicación, que potencializan
marcas de proyectos políticos y gubernamentales.

Ayudo a las personas y organizaciones públicas y privadas a
crear mensajes que permitan comunicar y conectar de la
mejor manera con su público objetivo.

Soy consultor político y speaker en Estrategias de
Comunicación, Media Training y de Campaña Política de
Gobierno.



La política es para
diablos, no para
niños pàrvulos

@marcoesquivel

HOBBIES

TENGO EL MAL DE LOS REPORTEROS:
TOMAR CAFÉ, FUMAR Y LEER MUCHO.

EDUCACIÓN

CONSULTOR POLÍTICO

MÁSTER

JUNIO 2015
Universidad Camilo José Cela
Madrid España

IMPARTIDOR DE CURSOS

CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS

NOVIEMBRE 2017
Impartición de cursos de formación del capital
humano de manera presencial grupal y evaluador de
competencias por la
Universidad Autónoma de Tamaulipas

CONTACTO

DEL ÁGUILA AZTECA 290
BARRIO DE PAJARITOS
CD. VICTORIA, TAMAULIPAS
CP 87089



/marcoesquivelmartinez

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Cumbre Mundial de Comunicación Política
Ciudad de México
Febrero de 2018
- Cumbre Mundial de Comunicación Política
Cartagena, Colombia
Junio de 2016
- Seministario de Estrategias Electorales
Universidad George Washington
Washington DC
Diciembre de 2017
- Cumbre Mundial de Comunicación Política
Lima, Perú
Diciembre de 2015
- Simulación de Gobierno y Campañas Electorales
Universidad Camilo José Cela
Madrid, España
Junio - Julio 2015
- Seminario Ejecutivo en Campañas Electorales
Universidad George Washington
Washington, D.C.
Septiembre 2014
- 12 Cumbre Latinoamericana Marketing Político y Gobernanza
Mazatlán, Sinaloa (México)
Junio de 2014
- Cumbre Mundial de Comunicación Política
Cartagena de Indias, Colombia
Marzo de 2014

CAMPAÑAS ELECTORALES

- Director de Comunicación
Campaña de Edgar Melhem Salinas,
candidato a diputado federal por el Distrito III Tamaulipas
Junio 2015
- Responsable de Redes Sociales
Campañas a alcaldes y diputados locales en Tamaulipas
Elecciones 2013
- Jefe de Prensa
Campaña de Edgar Melhem Salinas, candidato a diputado fe-
deral por el Distrito III Tamaulipas
Elecciones Federales 2009



CONFERENCIAS

EL MENSAJE MOTOR DE UNA CAMPAÑA
Primer Congreso Centroamericano de Marketing Político
Tegucigalpa, Honduras
Octubre de 2016

EN DEFENSA DEL DIABLO
Conferencia impartida en:
Escuela de Cuadros del PRI Victoria
Ciudad Victoria, Tamaulipas. Noviembre 2015
Tecnológico de Monterrey
Monterrey, Nuevo León. Octubre de 2015
Universidad Cuauhtémoc
San Luis Potosí, SLP (México) Octubre de 2015.
Universidad Autónoma de San Luis Potosí
San Luis Potosí, SLP (México) Octubre de 2015.

PLÁTICA DE PERIODISMO
Comunicación de la Universidad de Ciencias y Artes del Potosí (UCAP).
San Luis Potosí, SLP (México) Febrero de 2015.

PLÁTICA DE PERIODISMO
Segunda Semana de Comunicación y Periodismo
Universidad Autónoma de Tamaulipas
Ciudad Victoria, Tamaulipas. Noviembre de 2009

TALLERES

MENSAJE ORATORIA ENTRENAMIENTO Y CRISIS
Taller Ejecutivo para políticos y empresarios
de San Luis Potosí
Noviembre de 2017

MEDIA TRAINING
Primer Congreso Centroamericano de Marketing Político
Tegucigalpa, Honduras
Octubre de 2016

MEDIA TRAINING
Capacitación a Cabildo de Ciudad Victoria
Ciudad Victoria, Tamaulipas
Octubre de 2016

HABLAR EN PÚBLICO
Escuela de Cuadros del PRI Victoria
Ciudad Victoria, Tamaulipas
Marzo de 2106

HABLAR EN PÚBLICO
Primera Simulación de Campaña Electoral
Universidad Camilo José Cela - Marketing & Estrategias
Ciudad Victoria, Tamaulipas
Marzo de 2016





UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA

LA UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA Y EN SU NOMBRE EL
RECTOR

*Considerando que conforme a las disposiciones y circunstancias previstas en la actual
legislación*

DON MARCO ANTONIO ESQUIVEL MARTÍNEZ

*ha superado el Título Propio, aprobado por acuerdo del Consejo de Gobierno de
fecha 4 de abril de 2013, organizado por la Facultad de Ciencias de la Comunicación,
con una asignación de*

[REDACTED]

**MÁSTER EN ASESORAMIENTO DE IMAGEN Y
CONSULTORÍA POLÍTICA**

Dado en Madrid, a 27 de julio de 2015

El interesado,

El Rector,

La Jefa del Negociado de Títulos,

[REDACTED]

Eduardo Nolla Blanco

Susana Gal Cortés

LA PRESENTE DOCUMENTACIÓN SE TESTÓ, EN VIRTUD DE QUE CONTIENE INFORMACIÓN CONFIDENCIAL, MISMA QUE DEBER SER PROTEGIDA, CON FUNDAMENTO A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 116 DE LA LEY GENERAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, EN RELACIÓN A LOS ARTÍCULOS 3 FRACCIÓN XVIII, 65 FRACCIÓN VI, 115 Y 120 DE LA LEY DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE TAMAULIPAS; Y, EN CUMPLIMIENTO A LOS DISPOSITIVOS 4 PÁRRAFO PRIMERO Y 5 DE LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE LOS SUJETOS OBLIGADOS DEL ESTADO DE TAMAULIPAS.