

ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2026

Dependencia o Entidad:

Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C.

Naturaleza Jurídica:

Empresa

Cabeza de sector:

Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Fecha de elaboración:

23 de marzo de 2026

Misión:

Contribuir al desarrollo sostenible del país y al bienestar de las y los mexicanos, a través del impulso a la inversión en infraestructura y servicios públicos, y al fortalecimiento financiero e institucional de las entidades subnacionales.

Visión:

Se reconoce como la institución referente en materia de financiamiento para el desarrollo de obras y servicios públicos, así como asistencia técnica con compromiso por el desarrollo sostenible del país y la prosperidad compartida.

Objetivo Institucional:

Impulsar el desarrollo regional mediante financiamiento a gobiernos locales y sector privado, para fortalecer la infraestructura y servicios públicos, contribuyendo al crecimiento equilibrado del país.
Promover la inclusión financiera de los gobiernos locales y sector privado para ampliar el acceso equitativo a servicios financieros, reducir brechas estructurales y fortalecer la salud financiera, contribuyendo a una mayor prosperidad de la población.
Fomentar herramientas de inversión en infraestructura con componentes ambientales, sociales y con perspectiva de género para el desarrollo sostenible que amplíen el acceso de la población a servicios e infraestructura que promuevan su bienestar.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Consolidar a Banobras como un aliado estratégico del desarrollo nacional y generador de Prosperidad Compartida, a través de una estrategia de comunicación que fortalezca la imagen de una institución financiera sólida y traduzca el financiamiento para infraestructura en historias humanas de bienestar, justicia social y desarrollo económico.

Metas Nacionales del PND (elijá con una "x"):

- ☒ 1.- PND 2025-2030 Eje General 1 ☐ Eje General 2 ☐ Eje General 3 ☐ Eje General 4 ☐

Meta (s) nacional (es) que regirán el programa de comunicación:

PND 2025-2030 Eje General 1 ☐ Eje General 2 ☐ Eje General 3 ☐ Eje General 4 ☐ Selección manual de la opción aplicable.

Ejes T: Igualdad Sustantiva y derechos de las mujeres ☐ Innovación pública para el desarrollo tecnológico nacional ☐ Derechos de las comunidades indígenas y afro mexicanas ☐.

Wilhem Friedrich Hagelsieb Garza

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Francisco Tomás Velázquez Reséndiz

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

Programa Sectorial y/o Especial	Objetivos Estratégicos y/o Transversales	Temas Específicos Derivadores de los Objetivos Estratégicos y/o Transversales
Programa Institucional del Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C., Institución de Banca de Desarrollo derivado del Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030.	1) Financiamiento a proyectos, estados, municipios y sus organismos. 2) Inclusión financiera y asistencia técnica. 3) Financiamiento sostenible con políticas y estrategias ambientales, sociales y de género.	Eje General 3. Economía Moral y Trabajo

MEDIOS ELECTRÓNICOS	52,216.75	ESTUDIOS	787.55
MEDIOS IMPRESOS	23,387.73	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	0.00
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	2,362.63	TOTAL	78,754.66

Wilhem Friedrich Hagelsieb Garza
 Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Francisco Tomás Velázquez Reséndiz
 Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencialidad

PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2026

Dependencia o Entidad:

Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos, S.N.C.

Fecha de elaboración:

23 de marzo de 2026

miles de pesos /

1 V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:

ACUMULADO EN CAMPAÑAS:

78754.66

CAMPAÑA 1

Datos generales	Medios a utilizar			Recursos programados por tipo medio
	Tiempo oficiales		Tiempo comerciales	
	TV	Radio	TV	Radio
			X	X

Nombre de la campaña: No solo somos un Banco. Somos Banobras, Prosperidad Compartida

Versión(es): Proyectos de Infraestructura

Eje General 3. Economía Moral y Trabajo

Tema específico: Consolidar a Banobras como un aliado estratégico del desarrollo nacional y generador de Prosperidad Compartida, a través de una estrategia de comunicación que fortalezca la imagen de una institución financiera sólida y traduzca el financiamiento para infraestructura en historias humanas de bienestar, justicia social y desarrollo económico.

Objetivo de comunicación: Servicios de Gobierno

Clasificación de campaña: No aplica

Coemisor: No aplica

Población objetivo: HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

NSE: AB, C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:	Etapas	Fechas
	1	01 de julio de 2026 al 31 de diciembre de 2026

Televisoras	16,900.00
Radiodifusoras	14,053.05
Cine	0.00
Diarios Editados en CDMX	14,987.73
Diarios Editados en los Estados	8,400.00
Diarios Editados en el Extranjero	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	0.00
Medios Digitales	16,263.70
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	787.55
Diseño	0.00
Producción	0.00
Preproducción	0.00
Post-producción	0.00
Copiado	0.00
Presupuesto asignado a la campaña:	71,392.03
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	90.65 %

Wilhem Friedrich Hagelsieb Garza

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Francisco Tomás Velázquez Reséndiz

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia/entidad

CAMPAÑA 2

Datos generales

Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio
Tiempos oficiales	Tiempos comerciales	
TV	TV	
Radio	Radio	

Nombre de la campaña: Banobras mensajes institucionales

Versión(es):

Varias

Eje General 3. Economía Moral y Trabajo

Tema específico: Consolidar a Banobras como un aliado estratégico del desarrollo nacional y generador de Prosperidad Compartida, a través de una estrategia de comunicación que fortalezca la imagen de una institución financiera sólida y traduzca el financiamiento para infraestructura en historias humanas de bienestar, justicia social y desarrollo económico.

Objetivo de comunicación:

Clasificación de campaña:

Servicios de Gobierno

Coemisor:

No aplica

Población objetivo:

HOMBRES Y MUJERES

POBLACIÓN: URBANA Y RURAL

19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64, 66 O MÁS AÑOS

NSE: AB, C+, C, D+, D, E

Vigencia de la campaña:

Etapas	Fechas
1	01 de abril de 2026 al 31 de diciembre de 2026

Televisoras	0,00
Radiodifusoras	0,00
Cine	0,00
Diarios Editados en CDMX	0,00
Diarios Editados en los Estados	0,00
Diarios Editados en el Extranjero	0,00
Revistas	0,00
Medios Complementarios	2.362,63
Medios Digitales	5.000,00
Pre-Estudios	0,00
Post-Estudios	0,00
Diseño	0,00
Producción	0,00
Preproducción	0,00
Post-producción	0,00
Copiado	0,00
Presupuesto asignado a la campaña	7.362,63
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101	9,35%

Wilhem Friedrich Hegelsieb Garza

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Francisco Tomás Velázquez Reséndiz

Nombre y firma del titular de comunicación social de la dependencia

