

ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

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: 28 de agosto de 2025

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:

Ser reconocida como una institución con solidez financiera; referente en materia de inclusión, asistencia técnica y acceso a financiamiento para la generación de infraestructura y servicios públicos con alto impacto social que contribuyan a la reducción de brechas y al desarrollo de México.

Objetivo Institucional:

Impulsar un mayor acceso al crédito de las entidades federativas y municipios, así como del sector privado, para proyectos de infraestructura, con especial énfasis en las zonas y regiones con mayor grado de marginación, para mejorar la calidad de vida de la población
Impulsar un mayor financiamiento de proyectos de infraestructura, a través de crédito y garantías, para promover la productividad y competitividad en apoyo del crecimiento económico y el desarrollo sostenible del país
Promover la participación de la Banca comercial, y otros agentes del sector privado, en el financiamiento de infraestructura

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Durante el primer año de Gobierno de la Presidenta Claudia Sheinbaum y ante los recientes cambios en las administraciones estatales y municipales, contribuir a los esfuerzos de colocación del Banco a través de la difusión de:
Las virtudes del financiamiento de Banobras y los apoyos del Fonadiñ para el desarrollo de proyectos de infraestructura, nacionales y subnacionales, incluidas aquellas que contemplen participación privada.
El impacto del financiamiento de Banobras en el desarrollo de infraestructura que genera bienestar y prosperidad compartida desde lo local hasta lo nacional.

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

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

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

PND 2025-2030 Eje General 1 ☐ Eje General 2 ☐ Eje General 3 ☐ Eje General 4 ☐ Selecciona manualmente 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 afromexicanas ☐

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
1.- Programa Institucional Derivado del Plan Nacional de Desarrollo 2025-2030	Se contemplan iniciativas para el desarrollo de infraestructura estratégica que habilite una República mejor conectada. Esto incluye la mejora del transporte de pasajeros y la modernización de los puertos y aeropuertos, la promoción de la infraestructura para el comercio interno y transfronterizo, lo cual permitirá conectar de manera más eficiente las distintas regiones del país, impulsando el desarrollo Económico.	Eje General 3.- Economía, moral y trabajo

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>51.128,87</u>	ESTUDIOS	<u>450,40</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>6.054,93</u>	DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>0,00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>14.408,07</u>	TOTAL	<u>72.042,27</u>

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 ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2025

Dependencia o Entidad:

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

Fecha de elaboración:

28 de agosto de 2025

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36101:		miles de pesos / I.V.A. incluido
		72042.27
ACUMULADO EN CAMPAÑAS:		72042.27

CAMPAÑA 1																																									
Datos generales		Medios a utilizar			Recursos programados por tipo medio																																				
		Tiempos oficiales		Tiempos comerciales																																					
		TV	X	TV		X																																			
		Radio	X	Radio	X																																				
Nombre de la campaña:	Banobras: No solo somos un Banco																																								
Versión(es):	Obras para el Desarrollo, Financiamiento para la Prosperidad.																																								
	Eje General 3.- Economía, moral y trabajo																																								
	Dar a conocer la participación de Banobras en el financiamiento de proyectos prioritarios, obras y servicios públicos.																																								
Tema específico:	Informar a la población en general que Banobras contribuye al desarrollo y prosperidad compartida de las y los mexicanos.																																								
Objetivo de comunicación:																																									
Clasificación de campaña:	Servicios de Gobierno																																								
Coemisor:																																									
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:																																									
	<table><tr><th>Etapas</th><th>Fechas</th></tr><tr><td>1</td><td>15 de septiembre de 2025 al 31 de diciembre de 2025</td></tr></table>					Etapas	Fechas	1	15 de septiembre de 2025 al 31 de diciembre de 2025																																
Etapas	Fechas																																								
1	15 de septiembre de 2025 al 31 de diciembre de 2025																																								
	<table><tr><td>Televisoras</td><td>18.000,00</td></tr><tr><td>Radiodifusoras</td><td>18.720,42</td></tr><tr><td>Cine</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Diarios Editados en CDMX</td><td>3.602,11</td></tr><tr><td>Diarios Editados en los Estados</td><td>2.452,82</td></tr><tr><td>Diarios Editados en el Extranjero</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Revistas</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Medios Complementarios</td><td>14.408,07</td></tr><tr><td>Medios Digitales</td><td>14.408,45</td></tr><tr><td>Pre-Estudios</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Post-Estudios</td><td>450,40</td></tr><tr><td>Diseño</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Producción</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Preproducción</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Post-producción</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Copiado</td><td>0,00</td></tr><tr><td>Presupuesto asignado a la campaña:</td><td>72.042,27</td></tr><tr><td>Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:</td><td>100,00 %</td></tr></table>					Televisoras	18.000,00	Radiodifusoras	18.720,42	Cine	0,00	Diarios Editados en CDMX	3.602,11	Diarios Editados en los Estados	2.452,82	Diarios Editados en el Extranjero	0,00	Revistas	0,00	Medios Complementarios	14.408,07	Medios Digitales	14.408,45	Pre-Estudios	0,00	Post-Estudios	450,40	Diseño	0,00	Producción	0,00	Preproducción	0,00	Post-producción	0,00	Copiado	0,00	Presupuesto asignado a la campaña:	72.042,27	Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	100,00 %
Televisoras	18.000,00																																								
Radiodifusoras	18.720,42																																								
Cine	0,00																																								
Diarios Editados en CDMX	3.602,11																																								
Diarios Editados en los Estados	2.452,82																																								
Diarios Editados en el Extranjero	0,00																																								
Revistas	0,00																																								
Medios Complementarios	14.408,07																																								
Medios Digitales	14.408,45																																								
Pre-Estudios	0,00																																								
Post-Estudios	450,40																																								
Diseño	0,00																																								
Producción	0,00																																								
Preproducción	0,00																																								
Post-producción	0,00																																								
Copiado	0,00																																								
Presupuesto asignado a la campaña:	72.042,27																																								
Porcentaje que representa la campaña de la partida 36101:	100,00 %																																								

Wilhem Friedrich Hagelsieb Garza

Francisco Tomás Velázquez Reséndiz

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

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