

ACCIONES

BOLSA MEXICANA DE VALORES



INVERTIR ES PARA TODOS

Diciembre 2025 | bmv.com.mx

 **Grupo BMV**

07

OPINIÓN

LA URGENTE NECESIDAD DE
FORTALECER LA CULTURA
FINANCIERA EN MÉXICO

Julio Santaella
-Investigador técnico del
Banco de México

04

OPINIÓN

EN LA ERA DE LA DIGITALIZACIÓN,
LA CULTURA FINANCIERA ES CLAVE

Gerardo Aparicio Yacotú
-Director de Cultura Financiera
de Grupo BMV

10

ENTREVISTA

EDUCACIÓN FINANCIERA: EL MEJOR
SOCIO DE UN EMPRENDEDOR

Ana Victoria García
-Fundadora de Victoria147

16

MÉXICO, ¿CÓMO VAMOS CON
EL AHORRO PARA EL RETIRO? 2025

13

ENTREVISTA

DERIVADOS,
LA ESTRATEGIA FINANCIERA

Aron Brener
-Subdirector de Operaciones de MexDer

19

OPINIÓN

CREATIVIDAD Y DATOS,
CLAVES PARA DIFUNDIR LA
SUSTENTABILIDAD

Miguel Pallares
-Periodista y Director Editorial de
Ideas de Negocios TV

25

OPINIÓN

ESCENARIO ECONÓMICO
2026

Alejandro Saldaña Brito
-Economista en Jefe de Grupo
Financiero Ve Por Más

28

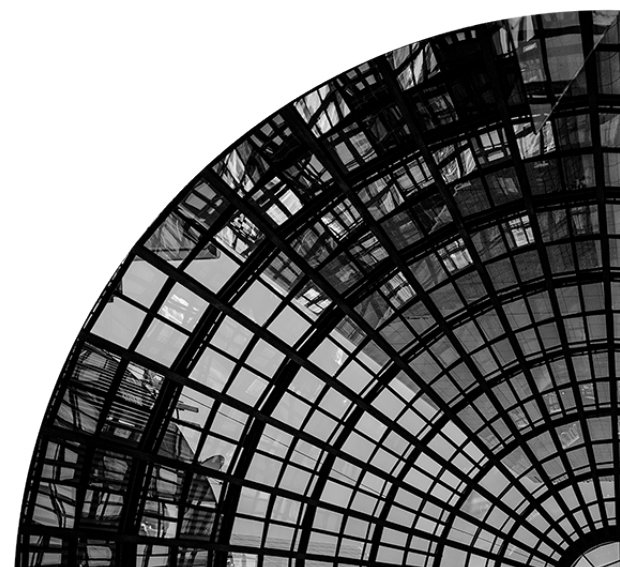
ESTADÍSTICAS DE OPERACIÓN
DE GRUPO BMV

22

OPINIÓN

DE LA EXPERIMENTACIÓN
AL VALOR CON IA

Philipp Haugwitz
-Socio Líder de McKinsey Digital,
McKinsey & Company México



ACCIONES

BOLSA MEXICANA DE VALORES

Una publicación de



■ DIRECTORIO

Lucero Álvarez
Directora Editorial

Jorge Alegría Formoso
Director General de Grupo BMV

Luis René Ramón
Director Ejecutivo Comercial

Paola Rosillo Pedrosa
Directora de Mercadotecnia

*Las opiniones expresadas en esta publicación sólo representan la opinión actual del analista y no representan la opinión de Bolsa Mexicana de Valores S.A.B. o del Grupo Bolsa Mexicana de Valores (en adelante BOLSA), ni de sus funcionarios.

*El contenido de esta publicación no constituye recomendación y/o postura de BOLSA, para comprar, vender o suscribir ninguna clase de valores o bien para la realización de operaciones específicas. BOLSA no asume, ni asumirá obligación alguna derivada del contenido de dicha publicación, por lo que ningún tercero podrá alegar un daño, perjuicio, pérdida o menoscabo en su patrimonio derivado de decisiones de inversión o decisión que hubiese basado en este documento o contenido audiovisual.

*Asimismo, BOLSA no autoriza para que se utilice, edite y reproduzca total o parcialmente este contenido por cualquier medio o forma (tales como los medios impresos, digitales y/o electrónicos, de almacenamiento permanente o temporal de datos, imágenes y/o video), incluyendo la creación y utilización de materiales que contengan información para fines de difusión y publicidad.



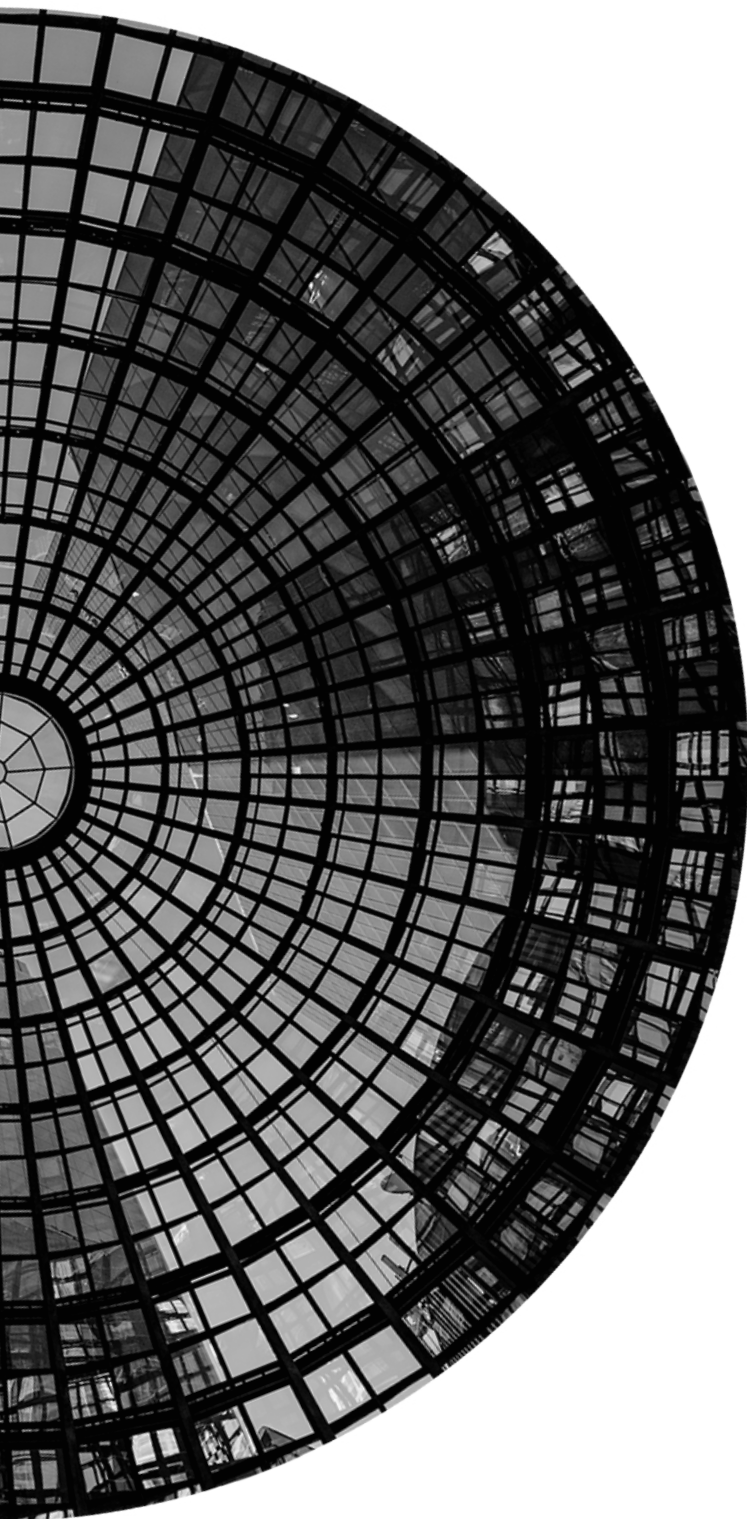
Jorge Alegría Formoso

Director General de Grupo BMV

Estimados lectores:

En un entorno donde la educación financiera es clave para el desarrollo económico, la Bolsa Mexicana de Valores se ha consolidado como una de las principales instituciones impulsoras de la cultura financiera en el país. Su labor va más allá de ser el eje central de las operaciones bursátiles: busca acercar el mundo de las inversiones a más personas, fomentar la inclusión y contribuir a la formación de ciudadanos financieramente informados.

La BMV reconoce que un mercado sólido depende de la participación de inversionistas conscientes y preparados. Por ello, desde hace varios años ha implementado programas educativos dirigidos a estudiantes, emprendedores y público en general. A través de la Escuela Bolsa Mexicana, ofrece cursos, diplomados y talleres, presenciales y en línea, sobre temas de inversión, finanzas personales y mercado de valores. A estas herramientas se suman "Bolsa Mexicana, el Podcast", Jueves de Bolsa, BolsaApp, MUBO, Revista Acciones y otras iniciativas que



explican desde conceptos básicos hasta temas avanzados de inversión, lo que ha permitido que miles de personas comprendan que invertir no es exclusivo de grandes corporaciones, sino una herramienta accesible para todos. Asimismo, promueve visitas guiadas a sus instalaciones, donde los interesados pueden conocer de cerca cómo se realizan las operaciones bursátiles y el papel que juega la institución en la economía nacional.

La BMV colabora con universidades e instituciones públicas para fortalecer el aprendizaje económico desde etapas tempranas. Otro eje importante ha sido la promoción de las finanzas sostenibles y la inversión responsable, alineadas con criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). A través de pláticas, publicaciones y programas de capacitación, la Bolsa fomenta la conciencia sobre el impacto que las decisiones de inversión tienen en el entorno y en la sociedad.

En conjunto, estas acciones reflejan el compromiso de la Bolsa Mexicana de Valores con el desarrollo integral del país. Al promover la educación y la inclusión financiera, la BMV no solo amplía la participación en el mercado, sino que contribuye a formar una ciudadanía más informada, capaz de tomar decisiones financieras responsables y de impulsar, desde sus propias posibilidades, el crecimiento económico de México.

La educación financiera reduce la vulnerabilidad ante fraudes, el sobreendeudamiento y las malas decisiones de inversión. Una ciudadanía informada comprende mejor el valor de la transparencia, la regulación y el buen gobierno corporativo. Además, cuando más personas y empresas participan en los mercados bursátiles, se canalizan más recursos hacia proyectos productivos, lo que impulsa la innovación, el empleo y el desarrollo sostenible del país.





EN LA ERA DE LA **DIGITALIZACIÓN**, LA **CULTURA FINANCIERA** ES CLAVE



Gerardo Aparicio Yacotú

Director de Cultura Financiera
de Grupo BMV

“Desde el área de Cultura Financiera de la BMV, trabajamos para digitalizar y democratizar la educación financiera, acercándola a personas y comunidades que antes parecían inalcanzables”.

Hace poco se otorgó el Premio Nobel de Ciencias Económicas 2025 a tres destacados investigadores: Joel Mokyr, Philippe Aghion y Peter Howitt, por sus contribuciones en torno a cómo la innovación impulsa el crecimiento económico.

El núcleo de sus estudios demuestra, con amplia evidencia empírica, la relación directa entre el progreso tecnológico y el crecimiento económico sostenido que ha elevado el nivel y la calidad de vida en todo el mundo.

Durante las últimas tres décadas, hemos sido testigos de un crecimiento impulsado por el avance tecnológico, que ha permitido la creación de nuevos bienes y servicios, el fortalecimiento de empresas existentes y la aparición de nuevas organizaciones capaces de competir en entornos altamente dinámicos, globales y exigentes. Esta transformación ha hecho posible que millones de personas accedan a productos y servicios de forma escalable, más rápida y a costos cada vez menores.

En medio de este acelerado ciclo de innovación, potenciado por la Inteligencia Artificial generativa y cuántica, hemos pasado de imaginar posibilidades a vivirlas. Hoy, estas herramientas no son solo una promesa: son una invitación abierta a participar en sus beneficios.





Este contexto invita a reflexionar sobre dos elementos clave que, aunque frecuentemente pasan desapercibidos, son indispensables para sostener este ciclo virtuoso de crecimiento: la educación y las finanzas. Ambos actúan como el puente entre la innovación tecnológica y las decisiones económicas de las personas.

Los galardonados recuerdan que el progreso no debe darse por hecho. La sociedad debe comprender y proteger los factores que permiten el crecimiento económico. En ese sentido, el entendimiento financiero, es decir, la relación consciente, informada y responsable con el dinero, será determinante para fortalecer este proceso de desarrollo y para extender los beneficios del crecimiento económico, transformando riqueza en oportunidades.

La percepción que tenemos sobre la escasez y el dinero influye en nuestra capacidad para planear, priorizar y consumir de manera inteligente. Ahorrar, invertir responsablemente y gestionar adecuadamente la deuda son habilidades fundamentales para aspirar a una vida futura con mayor libertad financiera y mejores decisiones. Más allá de la técnica, la actitud hacia el dinero refleja valores humanos esenciales: propósito, racionalidad y significado. Mantener esta perspectiva permitirá que la tecnología siga siendo una herramienta al servicio del bienestar, y no un fin en sí misma. En este escenario, las habilidades tradicionales deberán complementarse con nuevas capacidades emergentes. La tecnología, particularmente la Inteligencia Artificial, será un aliado para comprender temas complejos y para potenciar talentos individuales, pero serán la ética, el juicio crítico y la creatividad humana quienes marcarán el rumbo.

La educación siempre ha evolucionado, y hoy tiene una oportunidad histórica de hacerlo a una escala sin precedentes. La constante será, como ha sido desde el inicio de nuestra historia, aprender a aprender.

La fórmula es clara: innovación tecnológica + desarrollo de capacidades humanas + educación financiera = crecimiento sostenible con mejores decisiones y riesgos administrados.

Desde el área de Cultura Financiera de la Bolsa Mexicana de Valores, reconocemos este desafío y trabajamos para digitalizar y democratizar la educación financiera, acercándola a personas y comunidades que antes parecían inalcanzables. Porque el futuro no solo se construye con tecnología, sino con conocimiento, criterio y oportunidades accesibles para todos.

LA URGENTE NECESIDAD DE FORTALECER LA CULTURA FINANCIERA EN MÉXICO : ¿QUÉ NOS DICE LA EVIDENCIA?



Julio A. Santaella

Investigador técnico
del Banco de México

“México ha avanzado en inclusión,
pero no en cultura financiera”.

A pesar de los avances en inclusión financiera, México enfrenta una tremenda brecha en cultura financiera. La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024 revela que, si bien el 76.5% de los mexicanos mayores de 18 años tiene al menos un producto financiero (frente al 68.4% en 2015), su conocimiento, comportamiento y actitudes financieras siguen siendo deficientes. Esta paradoja merma el crecimiento económico, la equidad y la estabilidad financiera del país.

El índice de alfabetización financiera en México se ubicó en apenas 58 puntos sobre 100 en 2024, sin cambios respecto a 2021 y por debajo del promedio de la OCDE (63 puntos). El conocimiento básico es alarmantemente bajo: solo el 49% de las personas con educación superior (las de mayor conocimiento) sabe calcular el interés simple. Conceptos clave como el valor del dinero en el tiempo, la inflación, el riesgo y su diversificación son mal comprendidos, lo que conduce a decisiones financieras inadecuadas. Las actitudes han empeorado: el porcentaje de la población que confía en apoyos gubernamentales para cubrir sus gastos en la vejez subió de 57.2% en 2021 a 68.7% en 2024, lo que refleja desconfianza o desconocimiento del sistema de pensiones. Además, solo el 7.9% de los cuentahabientes de Afore realiza aportaciones voluntarias, lo que evidencia una baja cultura de ahorro previsional.

La inclusión financiera, aunque creciente, es de baja calidad y desigual. Persisten brechas de género (80.9% de hombres vs.

72.8% de mujeres con productos financieros) y regionales (84.6% en el noreste vs. 67.7% en el sur). El producto más común es la cuenta de nómina (36.2%), seguida por la cuenta de ahorro (24%), pero muchas cuentas son pasivas: se usan para recibir y retirar dinero, no para gestionar finanzas. Solo el 3.4% de la población adulta tiene depósitos a plazo o inversiones, y apenas el 22.9% cuenta con un seguro.

Aun en tiempos actuales, el uso del efectivo domina: 85.2% de la población lo utiliza para pagos de hasta 500 pesos. En ahorro, solo el 8.2% ahorra exclusivamente de forma formal, mientras que el 36.6% lo hace solo de forma informal y, de plano, el 33.6% no ahorra. Solo el 23.9% lleva un presupuesto y el 24.8% registra sus gastos, lo que agrava la vulnerabilidad financiera. En crédito, el 46% de la población no ha accedido a ninguna forma de financiamiento en el último año y, entre quienes lo han hecho, muchos recurren a fuentes informales. En el sector empresarial, las carencias son igualmente graves y con consecuencias claras en productividad. Según los Censos Económicos 2024, solo el 28.8% de las unidades económicas usa contabilidad formal (26% en microempresas). La falta de revelación de la información limita el acceso al crédito y el crecimiento de las empresas. La Encuesta Nacional de Financiamiento de las Empresas (ENAFIN) 2024 reporta que, aunque el 96.1% de las empresas conoce a un banco, solo el 38.9% conoce a una SOFIPO y el 42.2% a una SOFOM. Solo el 20.8% planea solicitar crédito en los próximos 12 meses y, de ellas, apenas el 60.4% busca invertir en activos productivos. También en el ámbito empresarial, el efectivo domina en pagos (75.4%) y cobros (79.8%) y, aunque el 97.5% de las unidades económicas conoce monederos electrónicos, solo el 40.1% utiliza tecnologías financieras modernas.





El uso de inversiones digitales (23.6%), activos virtuales (4.9%) y crowdfunding (2.5%) es muy bajo, lo que revela desconfianza o barreras de acceso.

Ante este panorama, las autoridades mexicanas, la industria financiera y diversas organizaciones de la sociedad civil han impulsado iniciativas clave. La Semana Nacional de Inclusión Financiera, organizada anualmente por la CNBV en colaboración con el Banco de México, la CONDUSEF y el sector privado, promueve talleres, charlas y campañas digitales para acercar la educación financiera a millones de personas. Programas como “Aprende Finanzas” y alianzas con escuelas, universidades y organizaciones civiles buscan fortalecer capacidades desde edades tempranas. Además, plataformas digitales de instituciones financieras y fintech ofrecen contenidos educativos, aunque su alcance aún es limitado. Asimismo, recientemente se dio a conocer la Ponencia IMEF 2025, que propone un decálogo de acciones para fomentar un sistema financiero más robusto e inclusivo que favorezca el desarrollo del país y su movilidad social. A su vez, el Consejo Nacional de Inclusión Financiera, que integra a diversas autoridades del sector financiero, lanzó la Política Nacional de Inclusión Financiera 2025–2030. Esta política busca promover el uso efectivo y frecuente de productos y servicios financieros formales (como cuentas de ahorro, crédito, seguros y medios de pago electrónicos), más allá del simple acceso inicial a los mismos, con un énfasis particular en mujeres, grupos vulnerables y micro, pequeñas y medianas empresas.

Todas las acciones anteriores son bienvenidas e importantes, pero requieren mayor coordinación, presupuesto y evaluación de impacto para transformar los hábitos a largo plazo de la población mexicana. Para cerrar la brecha entre acceso y cultura financiera, se requiere una estrategia integral y multidimensional. Es fundamental incorporar educación financiera obligatoria en todos los niveles educativos, con contenidos prácticos y debidamente contextualizados. Distintos actores institucionales deben lanzar campañas masivas de divulgación sobre interés, inflación, seguros, ahorro y crédito responsable. Es necesario fortalecer el entendimiento de lo que implican las Afores y promover las aportaciones voluntarias, así como valorar incentivos fiscales y otro tipo de apoyos para que las micro y pequeñas empresas adopten contabilidad formal y medios digitales en su operación.

La digitalización inclusiva debe ampliar el acceso a internet en zonas rurales, acompañada de alfabetización digital, así como la justa vigilancia de los riesgos cibernéticos y el cuidado de los datos personales. La regulación de la industria financiera y de los pagos debe equilibrar innovación y protección del usuario. Programas de acompañamiento financiero para grupos vulnerables y la integración de la cultura financiera en políticas públicas son también esenciales. México ha avanzado en inclusión, pero no en cultura financiera. Tener una cuenta no es saber usarla; recibir un apoyo del gobierno o de otra institución no garantiza una gestión responsable del mismo.

El futuro financiero del país depende de transformar el acceso en empoderamiento. Fortalecer la cultura financiera no es un lujo: es una necesidad estratégica para construir una economía más informada, incluyente, productiva y resiliente.

EDUCACIÓN FINANCIERA: EL MEJOR SOCIO DE UN EMPRENDEDOR





Ana Victoria García

Fundadora de Victoria147

“La educación financiera es una herramienta de supervivencia y crecimiento”.

Una de las principales causas del cierre de emprendimientos es la falta de educación financiera, por lo que entender los números se ha convertido en una ventaja competitiva. Platicamos con Ana Victoria García, fundadora de Victoria147, y primera mujer en participar como tiburona en el programa televisivo Shark Tank México.

BMV: ¿Qué tan importante es contar con educación financiera antes de emprender?

AVG: “Emprender sin educación financiera es tomar decisiones a ciegas. La pasión y las buenas ideas no bastan si no se comprenden los números detrás de cada paso. En México, siete de cada diez emprendedores cierran su negocio antes de los cinco años, y una de las principales causas es la mala gestión financiera (INEGI, 2024). Leer un flujo de efectivo, calcular márgenes o entender el costo real de un cliente no es tarea de contadores; es una competencia de líderes que buscan tomar deci-

siones conscientes. La educación financiera no es un requisito académico ni algo que se delegue: es una herramienta de supervivencia y crecimiento, y, sobre todo, una habilidad que permite tomar mejores decisiones de negocio al leer con claridad la radiografía de tu empresa”.

BMV: ¿Qué errores financieros crees que son los más comunes entre los emprendedores?

AVG: “El primero es confundir ventas con rentabilidad: crecer no siempre significa ganar más. Muchos emprendedores miden su éxito por la facturación, sin revisar sus márgenes ni su flujo de caja. El segundo error es mezclar las finanzas personales con las del negocio: el clásico “pago mis gastos con la tarjeta de la empresa”, que impide tener una visión clara de la salud financiera. Y el tercero, no planear con datos. En Victoria147 hemos visto que pocos emprendedores elaboran presupuestos o proyecciones realistas; operan desde la intuición, no desde la información. Emprender no es jugar a adivinar, es aprender a leer la historia que cuentan tus números”.



BMV: ¿Qué indicadores financieros básicos debería dominar todo emprendedor?

AVG: “No se trata de saberlo todo, sino de dominar lo esencial: flujo de efectivo, margen de utilidad, punto de equilibrio y costo de adquisición de cliente (CAC). Estos cuatro indicadores te dicen si estás creciendo de forma sana o solo sobreviviendo. También es clave entender el valor del tiempo y del dinero: cuánto cuesta mantener el negocio operando un mes sin ingresos o cuánto deja realmente cada venta. Aunque parecen simples, estos indicadores son, en realidad, brújulas estratégicas. Si no los conoces, el negocio te maneja a ti, no al revés”.

BMV: ¿Qué consejo le darías a una mujer que quiere empezar a invertir, pero no sabe por dónde comenzar?

AVG: “El primer paso es cambiar la narrativa: invertir no es un lujo, es una forma de libertad. No necesitas tener grandes cantidades de dinero ni ser experta en finanzas; necesitas información confiable, objetivos claros y constancia. Empieza por entender tu perfil de riesgo, tus metas (a corto, mediano y largo plazo) y tu horizonte de inversión. Hoy existen plataformas accesibles que te permiten comenzar con montos pequeños y aprender en el proceso. Lo más importante es vencer la parálisis del “no sé suficiente”. Nadie nace sabiendo invertir, pero todas podemos aprender a hacer que nuestro dinero trabaje para nosotras”.

BMV: ¿Por qué crees que aún existe resistencia entre muchas mujeres a invertir o hablar de dinero abiertamente?

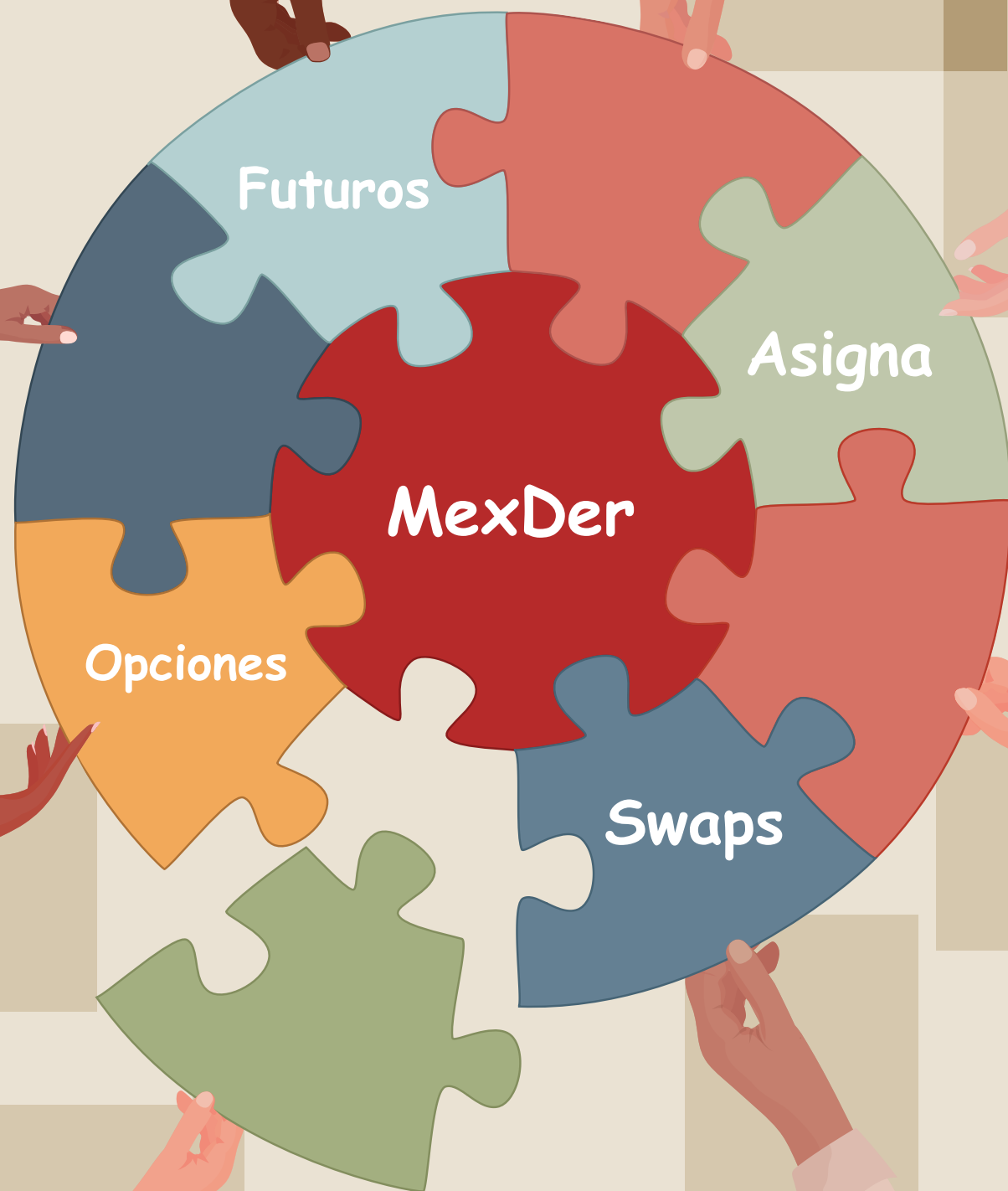
AVG: “Porque culturalmente se nos enseñó a ser prudentes, no poderosas.

Nuestra relación con el dinero debe ser más cercana y natural. Durante décadas, hablar de dinero fue visto como algo “impropio” o poco femenino, y ese sesgo sigue vigente. Según la CNBV, el 62% de las mujeres en México no tiene ningún producto de inversión formal, y gran parte de ellas afirma que “no sabe lo suficiente”. El problema no es falta de capacidad, sino de confianza. En Victoria147 trabajamos mucho con esa creencia: ayudar a las mujeres a entender que tomar decisiones financieras no es un acto de ambición, sino de autonomía. Hablar de dinero no nos hace interesadas; nos hace conscientes”.

BMV: ¿Cómo fomentar una verdadera cultura financiera en un país donde aún se privilegia el ahorro informal?

AVG: “La educación financiera no se enseña con miedo (“Cuida tu dinero”), sino con propósito (“Haz que tu dinero trabaje para ti”). Fomentar una cultura financiera implica visibilizar historias, normalizar las conversaciones y dar acceso a herramientas prácticas desde edades tempranas. En México, el 40% del ahorro sigue siendo informal (Banco de México, 2024), lo que demuestra que no bastan las campañas: necesitamos ejemplos aspiracionales y accesibles.

En Victoria147 apostamos por enseñar desde la experiencia: acompañar a mujeres y emprendedores a entender sus números, tomar decisiones informadas y romper con la idea de que el dinero es un tema complicado o exclusivo. La verdadera educación financiera se construye desde la confianza, la curiosidad y las ganas de aprender”.



DERIVADOS, LA ESTRATEGIA FINANCIERA



Aron Brener

Subdirector de Operaciones
de MexDer

“Si el público inversionista entendiera realmente los beneficios de incorporar derivados en su portafolio, sabría que son una gran herramienta para reducir riesgos”.

La gestión del riesgo se ha convertido en una pieza esencial para inversionistas, empresas e instituciones financieras, por lo que el mercado de derivados juega un papel estratégico dentro del ecosistema financiero mexicano, al ofrecer herramientas que permiten protegerse ante la volatilidad, planificar flujos de efectivo y fortalecer la estabilidad del sistema. Platicamos con Aron Brener, Subdirector de Operaciones de MexDer.

BMV: ¿Cuál es el papel que desempeña el mercado de derivados dentro del ecosistema financiero mexicano?

AB: “El mercado de derivados es un complemento fundamental para los mercados de capitales y de dinero, ya que permite a los inversionistas ejecutar coberturas y administrar de manera eficiente sus riesgos y flujos de efectivo futuros. Su desarrollo fortalece la confianza y la eficiencia del sistema financiero en su conjunto.

Su función va mucho más allá de la especulación: es una herramienta de gestión de riesgos, de formación de precios y de complemento para el mercado”.

BMV: ¿Qué tanto comprenden los inversionistas en México la operación de los derivados financieros?

AB: “En México, el nivel de comprensión sobre los derivados financieros aún es limitado, aunque ha mostrado avances significativos en los últimos años. Tradicionalmente, estos instrumentos se han percibido como complejos o de alto riesgo, lo que ha restringido su uso. Sin embargo, esta percepción está cambiando. Existe una gran área de oportunidad: cuando se entiende su funcionamiento y sus ventajas, los derivados se revelan como una excelente herramienta de cobertura para reducir y mitigar riesgos”.

BMV: ¿Existe una brecha educativa importante entre el conocimiento financiero general y el conocimiento específico sobre derivados?

AB: “Aunque cada vez más personas comprenden conceptos básicos como ahorro, inversión o tasa de interés, el conocimiento sobre instrumentos derivados sigue siendo limitado, incluso entre inversionistas con experiencia en otros productos.



En general, la cultura y la educación financiera en México son bajas, pero lo son aún más en el caso de los derivados. El reto no radica tanto en la complejidad del instrumento, sino en la falta de educación formal y práctica sobre cómo pueden utilizarse para gestionar riesgos y no solo para especular”.

BMV: ¿Qué estrategias impulsa la BMV para fomentar una cultura financiera más sólida en torno a los derivados?

AB: “La Bolsa Mexicana de Valores impulsa diversas estrategias orientadas a fortalecer la cultura financiera y, en particular, a ampliar el conocimiento sobre el mercado de derivados entre inversionistas, empresas e instituciones. Hemos promovido contenidos informativos a través de “Bolsa Mexicana, El Podcast”, el blog “Hablemos de Bolsa”, así como con los “Jueves de Bolsa”, con el objetivo de acercar la información y los instrumentos de este mercado a un público más amplio. Además, mantenemos una colaboración constante con universidades, casas de bolsa y asociaciones del sector para desarrollar contenidos académicos y simuladores de operación que permiten aprender de forma práctica cómo funcionan los derivados en la vida real”.

BMV: ¿Cómo podría la educación financiera ayudar a que los derivados dejen de verse como instrumentos complejos?

AB: “La educación financiera es la clave para desmitificar los derivados. Cuando las personas comprenden su propósito y funcionamiento, dejan de verlos como instrumentos inaccesibles o arriesgados y comienzan a reconocerlos como herramientas de gestión y protección. Si el público inversionista entendiera realmente los beneficios de incorporar derivados en

sus portafolios, sabría que son una gran herramienta para reducir riesgos, siempre que se utilicen de forma correcta y responsable”.

BMV: ¿Qué nuevos productos se han listado en MexDer enfocados a atraer más participantes minoristas a este mercado?

AB: “En los últimos años, MexDer ha listado varios productos enfocados en el público minorista, como el Mini Futuro del Dólar, que permite realizar coberturas sobre el tipo de cambio con un tamaño menor, de mil dólares por contrato, frente a los 10 mil dólares del contrato estándar. También se encuentra el Mini Futuro del S&P/BMV IPC, un contrato sobre el principal índice accionario de la Bolsa Mexicana de Valores. Asimismo, estaremos listando contratos de Futuro y de Opción sobre acciones internacionales que cotizan en el Sistema Internacional de Cotizaciones (SIC), como Meta, Netflix, Apple y Tesla. Estos instrumentos responden a los intereses del mercado retail en México”.

BMV: ¿Las plataformas digitales o programas educativos han logrado un aumento en la participación de inversionistas individuales?

AB: “Las plataformas digitales y los programas de educación financiera han sido un punto de inflexión para atraer a nuevos inversionistas individuales. La digitalización ha permitido que más personas accedan al mercado desde montos bajos, con procesos sencillos y contenidos educativos integrados. En el mercado de capitales sí se ha observado un aumento relevante de participación minorista a través de plataformas electrónicas; sin embargo, en el mercado de derivados aún existe una importante área de oportunidad y mucho camino por recorrer”.

MÉXICO, ¿CÓMO VAMOS CON EL AHORRO PARA EL RETIRO? 2025





En 2024, el mercado potencial de ahorro formal en México alcanzó casi 28 millones de personas, un incremento del 18% respecto a 2022. En este contexto, México, ¿cómo vamos? y Vanguard, presentaron un nuevo diagnóstico sobre el estado del ahorro para el retiro en el país, con base en la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024. El estudio busca fortalecer la inclusión financiera, especialmente entre trabajadores informales y mujeres.

Diagnóstico: ¿Dónde estamos hoy?

Actualmente, el 54.5% de los trabajadores en México tiene un empleo informal, lo que limita su acceso a seguridad social y ahorro para el retiro. La informalidad laboral afecta a más de la mitad de los trabajadores, con una ligera sobrerrepresentación femenina (54.9% vs. 53.9%). Solo el 42.2% de la población cuenta con una Afore; aunque esta cifra representa un aumento de tres puntos porcentuales desde 2021, persiste una brecha de género de 17.2 puntos en el acceso: 51.4% de los hombres frente a 34.2% de las mujeres. En cuanto a la participación laboral total, esta alcanza el 59.9%, con una diferencia de 28.9 puntos entre hombres (75.3%) y mujeres (46.4%).

Al respecto, Sofía Ramírez Aguilar, directora de México, ¿cómo vamos?, indicó: *“La creciente inclusión financiera observada entre 2021 y 2024 ocurrió en un contexto de dinamismo del empleo formal, en gran medida derivado de la acelerada y promisoriosa integración regional de Norteamérica y, por consiguiente, del desarrollo de sectores que habían estado ofreciendo mayor cantidad de empleo con prestaciones. Ahora la situación es distinta, y el mayor reto es mantener la creación de empleo de calidad, productivo, con prestaciones y seguridad social, en un contexto de estancamiento económico e incertidumbre comercial”.*

Ahorro para el retiro: Un reto persistente

Aunque las aportaciones voluntarias crecieron de 5.7% en 2021 a 7.9% en 2024, aún resultan insuficientes para garantizar un retiro digno. La falta de ingresos, la baja educación financiera y poca confianza en las instituciones financieras siguen siendo los principales obstáculos. Además, la mayoría de las personas desconocen que pueden realizar aportaciones voluntarias o no saben cómo hacerlo.

La digitalización se consolida así como un canal clave para impulsar el ahorro y la inclusión financiera. El uso de cuentas digitales para el ahorro pasó de 4.1% en 2021 a 12.1% en 2024. Cada vez más personas gestionan sus finanzas desde el celular, un aumento de 18.6% respecto a 2021, mientras que las sucursales físicas y los cajeros automáticos han perdido relevancia frente a las plataformas móviles.



Barreras conductuales, obstáculos invisibles

Los trabajadores informales deben superar más pasos para poder ahorrar, incluyendo la decisión de hacerlo y la confianza en el sistema financiero.

Mientras los trabajadores formales son afiliados automáticamente a una Afore, los informales enfrentan múltiples fricciones. En ambos casos, persisten desafíos como subestimar la importancia del futuro, vencer la aversión a la pérdida, asumir la responsabilidad del retiro y evitar decisiones financieras complejas.

Al respecto, Juan Hernández, Director General de Vanguard América Latina, señaló: *“En Vanguard, creemos que ayudar a las personas a alcanzar sus metas financieras a lo largo de la vida es más que un propósito: es nuestra razón de ser. Un retiro digno comienza con sembrar desde temprano la cultura del ahorro y brindar las herramientas necesarias para hacerlo realidad. Junto con México, ¿cómo vamos?, impulsamos un entorno más accesible, confiable y equitativo, donde cada mexicana y mexicano pueda planear su futuro con certeza, seguridad y esperanza.”*

Por ello, ambas instituciones proponen siete recomendaciones para impulsar el ahorro y la inclusión financiera: 1) Herramientas digitales: Promover aplicaciones y plataformas móviles fáciles de usar; 2) Inclusión automática: Vincular trámites como el INE con la apertura de cuentas Afore digitales, acompañadas de incentivos y educación financiera; 3) Incentivos fiscales claros: Comunicar los beneficios del ahorro formal frente a esquemas informales; 4) Educación financiera innovadora: Utilizar juegos, simuladores y asesoría conductual; 5) Formalización del ahorro informal: Integrar esquemas comunitarios al sistema financiero formal mediante plataformas digitales; 6) Confianza institucional: Mejorar la comunicación, mostrar resultados y combatir la desinformación; 7) Trámites simples: Diseñar procesos intuitivos, incluyentes y accesibles para fomentar la adopción de productos financieros formales.

CREATIVIDAD Y DATOS: CLAVES PARA DIFUNDIR LA SUSTENTABILIDAD





Miguel Pallares

Periodista y Director Editorial
de Ideas de Negocios TV

**“El gasto de los consumidores
en productos sustentables
asciende a 29 mil mdd en Latam”.**

La creatividad es una pieza clave para difundir la visión de sustentabilidad de una compañía, aunque nunca sustituye la necesidad e importancia de ofrecer datos. La sustentabilidad no sólo se comunica con palabras: también se transmite a través de acciones y comportamientos de los principales voceros de la empresa.

Una de las enseñanzas más valiosas sobre vivir realmente la sostenibilidad en los negocios me la dejó Ricardo Saldívar Escajadillo, quien dirigió hace tiempo The Home Depot México. Durante una visita a sus oficinas para entrevistarle, noté cómo saludaba por su nombre a cada empleado que encontraba en el pasillo. Sorprendido, le pregunté al respecto, y me explicó la importancia del trato hacia los colaboradores.

Esa anécdota ocurrió hace más de 10 años y aún recuerdo la sencillez de este hombre. Otro ejemplo reciente sobre cómo transmitir la sustentabilidad con acciones y no sólo con palabras lo viví con PepsiCo Alimentos, dirigida por Isaías Martínez en México. A través de una iniciativa llamada Pasaporte PepsiCo, la compañía innovó e invitó a medios y creadores a conocer su legado e impacto en el país. Visitas a campo, plantas, cifras, entrevistas, pláticas con colaboradores y un trato directo, genuino y transparente con sus voceros y organizadores nos permitieron conocer a fondo su misión sustentable, integrada en la visión *Pep+* (Pep Positive).

Otro ejemplo de sencillez con impacto global es Oracle, empresa que también ha permitido a medios y creadores conocer su operación interna durante Oracle AI World. La compañía ha sido abierta en fomentar el diálogo con su directora general, Maribel Dos Santos, y con sus directivos de América Latina. Además de compartir avances sobre el futuro de la Inteligencia Artificial, Oracle también presentó tendencias sobre tecnología y su impacto en la sustentabilidad, la salud y los negocios.

En ambos casos, no sería posible promover la sustentabilidad ni reforzar la reputación empresarial sin una base interna sólida. Cada vez más compañías buscan innovar en la difusión de la sustentabilidad y han apostado por nuevos esquemas de comunicación, como Gentera, Coca-Cola FEMSA, Telefónica Movistar México, Danone, Mercado Libre, Henkel, Unilever y Nestlé. Hoy es necesario fomentar ideas nuevas que permitan no sólo escuchar un mensaje, sino vivir una experiencia más eficaz en su propósito comunicativo. Las vivencias y estrategias renovadas de comunicación pueden marcar una diferencia en el diálogo público sobre la relevancia del sector privado en México.

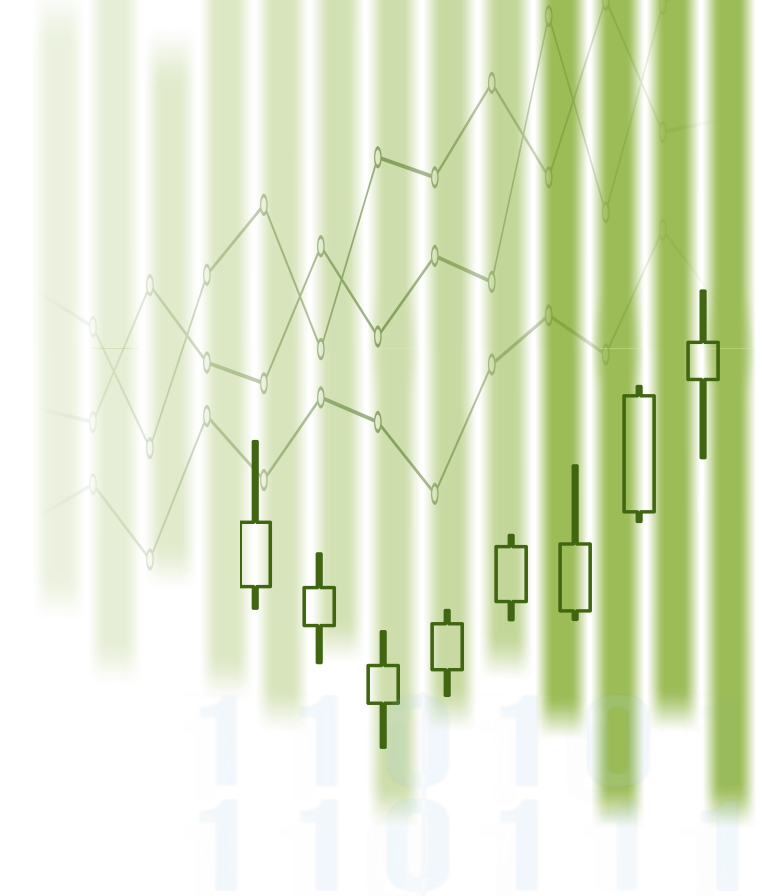
Ser genuino es rentable

Los *stakeholders*, personas o grupos con interés en una empresa, identifican rápidamente cuando una compañía no es genuina. Los medios y periodistas también tienen afinado el instinto para distinguir discursos vacíos de acciones concretas. Los eventos y el trato con voceros permiten escuchar mensajes, pero también revelan señales profundas.

Algunos factores que evidencian acciones contrarias a un comportamiento sustentable, y que impactan en la reputación, son: 1) Escasa representación femenina; 2) Falta de respeto hacia colaboradores; 3) Personalidades agresivas o despectivas; 4) Elementos cotidianos como falta de limpieza en las inmediaciones, desperdicio de agua en instalaciones, empaques no reciclables o prácticas operativas insostenibles.

Los datos

Según Kantar, empresa especializada en datos, *insights* y análisis de *marketing*, el número de consumidores preocupados



por el medio ambiente y la sostenibilidad se triplicará entre 2023 y 2030. En México, las personas interesadas en la sustentabilidad representan cerca del 15% de la población urbana, estimada en 100 millones de habitantes. El gasto de los consumidores que ya compran productos sustentables asciende a 29 mil millones de dólares en Latinoamérica, y seguirá creciendo.

Claro que se trata de un tema de negocios, pero también implica profundizar en el propósito de cada empresa y vivirlo genuinamente para comunicarlo con transparencia. México necesita más compañías con sensibilidad sustentable, capaces de proponer los cambios sociales necesarios. La vanguardia en los cambios culturales y empresariales de un país suele estar impulsada por grandes compañías y emprendedores que se atreven a romper paradigmas. Las empresas en México ya generan impacto macroeconómico; ahora también tienen la oportunidad de transformar parte de la cultura nacional.

DE LA EXPERIMENTACIÓN AL VALOR CON IA





Philipp Haugwitz

Socio Líder de McKinsey Digital,
McKinsey & Company México

“Capturar el potencial de la IA requiere un cambio fundamental en la manera en que las organizaciones abordan la transformación”.

Durante los últimos tres años, la adopción de la Inteligencia Artificial generativa ha avanzado con una velocidad sorprendente. En muchas empresas, los pilotos se han multiplicado, copilotos se han desplegado y pruebas de concepto han despertado el interés y la imaginación de los líderes.

Hoy, este tema domina las conversaciones en las salas de consejos directivos, aunque los resultados (medibles) de dichas iniciativas han sido, con frecuencia, limitados.

Este es el reto de la IA generativa: un entusiasmo generalizado, pero con un impacto limitado. Estudios de McKinsey muestran que cerca del 80% de las compañías en el mundo ya utilizan esta tecnología en al menos una función del negocio; sin embargo, una proporción semejante reporta que no ha generado mejoras significativas en su rentabilidad.

El problema, más que de ambición o inversión, podría radicar en el enfoque de implementación: en la mayoría de los casos, la IA está enfocada en mejoras incrementales de productividad individual en lugar de servir como un motor para rediseñar los procesos principales de negocio y garantizar la creación de valor.

Hasta ahora, la mayoría de las implementaciones han sido horizontales: copilotos y chatbots a nivel empresarial que aumentan la productividad individual, pero entregan beneficios difusos y difíciles de medir. Herramientas como estas ayudan al talento a ahorrar tiempo al resumir documentos o redactar textos, siendo mejoras reales, pero típicamente incrementales y difíciles de traducir en un impacto tangible en los resultados financieros.

Por el contrario, las aplicaciones verticales, aquellas adaptadas a funciones específicas como logística o compras, han tenido dificultades para escalarse. Requieren desarrollo personalizado, integración entre sistemas y una comprensión profunda de la lógica empresarial. Como resultado, menos de una de cada diez de estas iniciativas avanza más allá de la fase piloto.

Este desequilibrio ha dejado a la IA estancada en los márgenes de la verdadera transformación en muchas organizaciones, y ha generado en sus líderes la sensación de que no se está capturando todo el valor posible.

Dicho esto, hemos comenzado a observar ejemplos destacados. En banca, los agentes de IA ya están ayudando a los equipos a modernizar los bloques de tecnologías heredadas, reduciendo el tiempo de desarrollo a más de la mitad.

Los agentes también redactan *memorándums* de riesgo crediticio de forma autónoma, reduciendo los tiempos de respuesta hasta en un 60 por ciento. En investigación y análisis, detectan anomalías en los datos y sintetizan información más rápido de lo que podrían hacerlo equipos de analistas.

La pregunta a responder es si los CEOs y líderes de las organizaciones se adaptarán, ya que el paso de la experimentación a la transformación no es una tarea que pueda delegarse. Es un mandato a nivel directivo. Capturar el potencial de la IA requiere un cambio fundamental en la manera en que las organizaciones abordan la transformación.

Los líderes deben ir más allá de los pilotos dispersos y alinear la IA con sus prioridades estratégicas, posicionándola como un catalizador de creación de valor y no como un experimento. Esto significa identificar los dominios de negocio con el mayor potencial de valor y accionar todas las palancas: desde reimaginar los flujos de trabajo hasta redistribuir tareas entre humanos y máquinas, y reconfigurar la organización con base en nuevos modelos operativos. A través de los sectores, los líderes enfrentan ahora una elección: continuar experimentando en la periferia o dar pasos decisivos para reconfigurar sus organizaciones en torno a este nuevo paradigma. Aquellos que actúen con intención, integrando profundamente los agentes en sus flujos de trabajo, invirtiendo en gobernanza y calidad de datos, y empoderando a los equipos para crear en colaboración con la IA, no solo mejorarán el rendimiento de forma incremental, redefinirán lo que sus organizaciones pueden lograr.



ESCENARIO ECONÓMICO 2026



Alejandro Saldaña Brito

Economista en Jefe de
Grupo Financiero Ve Por Más

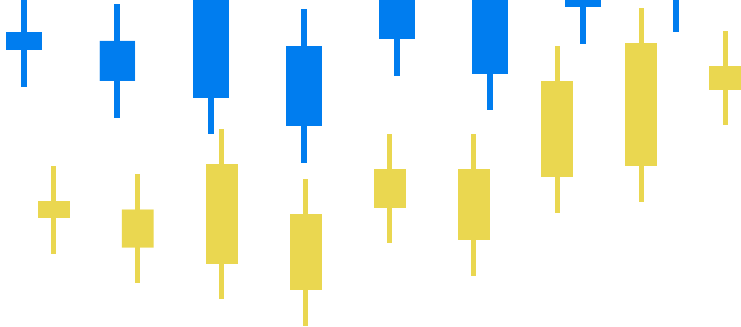
“Para que el impulso de 2026 se traduzca en un crecimiento sostenible, es indispensable fortalecer el Estado de derecho y garantizar certidumbre a la inversión privada”.

Crecimiento económico: ¿Qué tan sostenible será el rebote de 2026?

La buena noticia es que existen razones para anticipar que la economía mexicana podría despertar del letargo observado durante 2025. Uno de los factores más relevantes es la expectativa de que, en la primera mitad del próximo año, concluya la revisión del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). Esto daría certidumbre regulatoria y permitiría reactivar el proceso de reacomodo industrial en América del Norte, proceso del cual México puede seguir beneficiándose a través de nuevas inversiones.

Es ampliamente documentado que la inversión extranjera no solo genera empleos, sino que también impulsa mejores salarios en sectores con competencia internacional y facilita la transferencia de tecnología y conocimiento, lo que a su vez eleva la productividad.

Otro factor relevante es la celebración de la Copa Mundial de Fútbol. Por un lado, se espera un incremento sustancial en la llegada de visitantes internacionales, lo que impulsará la demanda de servicios como transporte, hospedaje, restaurantes, entretenimiento y comercio. Además, el turista que asiste a eventos deportivos globales suele registrar un gasto promedio mayor que el del turista tradicional. A ello se suma que miles de aficionados mexicanos también se desplazarán a las tres ciudades sede de los 13 partidos que se jugarán en el país: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Asimismo, los gobiernos locales han anunciado inversiones en infraestructura para adecuarse a los requerimientos del evento.



De acuerdo con estimaciones oficiales, este fenómeno podría generar en pocas semanas un flujo potencial de hasta 5.5 millones de turistas y una derrama económica estimada entre 1.8 y 3.3 mil millones de dólares, equivalente a entre 0.1% y 0.2% del PIB.*

En un escenario ideal, estos impulsos podrían activar un ciclo virtuoso de crecimiento económico. Un aumento en la inversión detonaría más empleos y mayores ingresos para los hogares, lo que fortalecería el consumo interno. Esto, a su vez, elevaría los ingresos de las empresas, que podrían responder reinvertiendo utilidades para ampliar su capacidad productiva y generar más empleo.

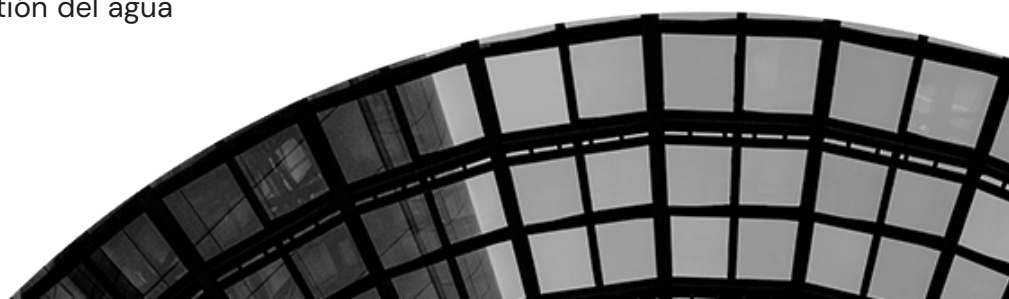
Sin embargo, para que el impulso de 2026 se traduzca en un crecimiento sostenible, es indispensable fortalecer el Estado de derecho y garantizar certidumbre a la inversión privada. Es probable que persista incertidumbre en ámbitos clave, desde la seguridad pública hasta la implementación de los recientes cambios institucionales. Esto dificulta asumir que la inversión alcanzará niveles suficientes para impulsar una trayectoria de crecimiento superior al 2% del PIB, especialmente en sectores sin protección directa del T-MEC. La inversión pública tampoco será un motor relevante, ya que el equilibrio fiscal actual limita la posibilidad de expandir el gasto de capital, indispensable para atender rezagos en infraestructura carretera, gestión del agua y capacidad energética.

Inflación y política monetaria: aún queda camino por recorrer

Si bien la inflación ya se encuentra por debajo de los niveles alcanzados tras la pandemia y la guerra en Ucrania, aún no se consolida dentro del objetivo del Banco de México. La inflación general interanual se acercó a la meta del 3.0%, al pasar de 4.21% al cierre de 2024 a 3.57% en octubre pasado, muy por debajo del 8.70% registrado en septiembre de 2022. No obstante, la inflación subyacente, que excluye componentes volátiles y refleja mejor la tendencia de precios, ha mostrado resistencia a disminuir. Esta aumentó de 3.65% a 4.28% entre diciembre de 2024 y octubre, pese al bajo dinamismo económico. Si la inflación subyacente marca la tendencia real, es más probable que la inflación general repunte hacia niveles cercanos al 4%, en lugar de avanzar hacia la meta del 3%. A ello se sumarán choques esperados, como aumentos en IEPS, mayores tarifas a importaciones provenientes de Asia y las distorsiones temporales asociadas al Mundial de Fútbol.

Además, la reciente adopción de una postura monetaria neutral por parte del Banco de México implica que dicha política ya no actúa como freno a las presiones inflacionarias. Este contexto refuerza la necesidad de que el banco central actúe con prudencia en futuras decisiones. La estabilidad de precios es una condición fundamental para la estabilidad macroeconómica y, por ende, para sostener un crecimiento económico duradero.

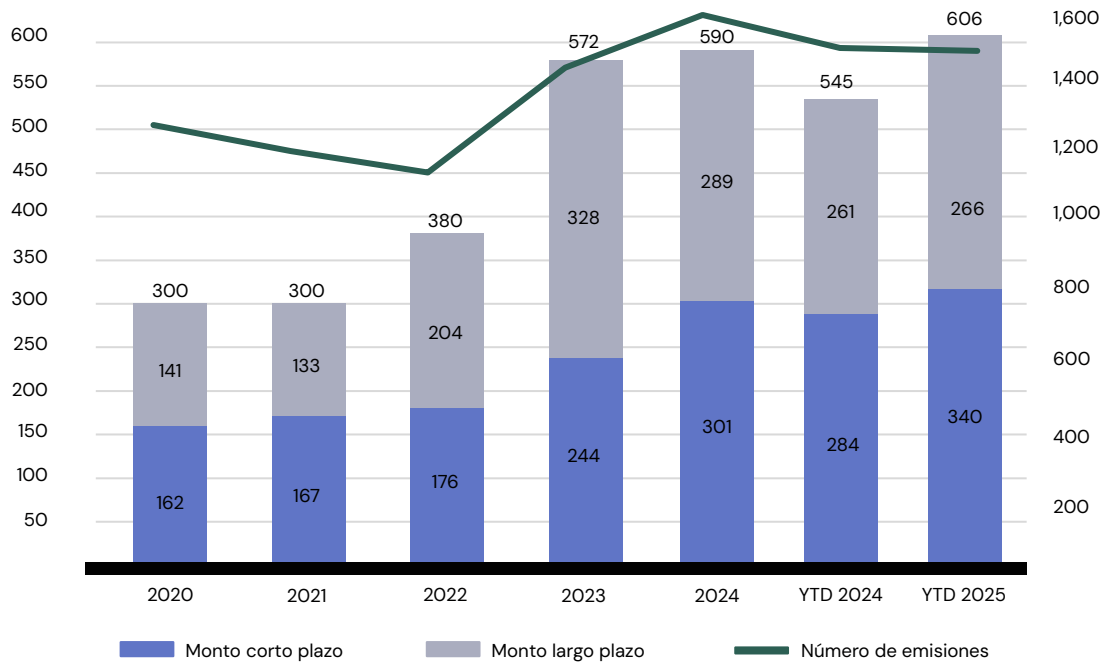
**Cifras con base en estimaciones del Fondo Monetario Internacional.*



ESTADÍSTICAS
DE OPERACIÓN DE



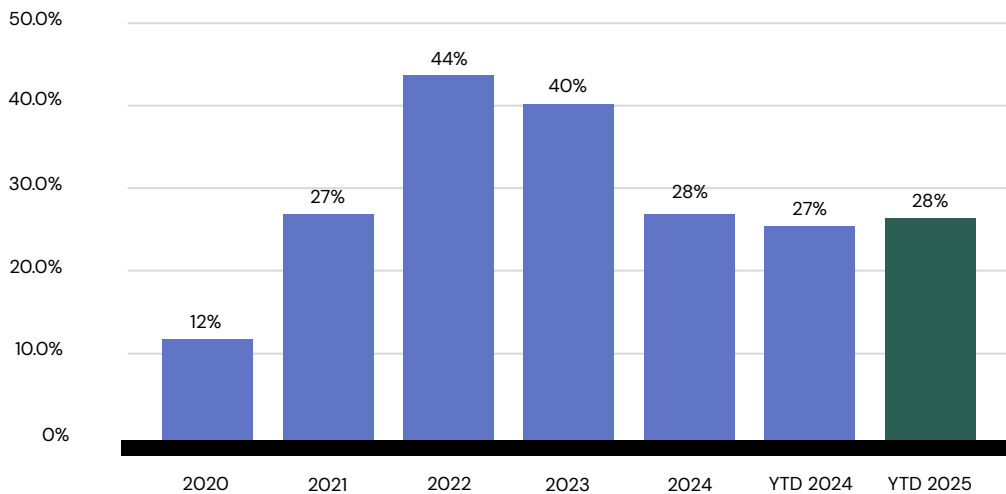
TOTAL DEL FINANCIAMIENTO DE DEUDA



Cifras en miles de millones de pesos

Descripción: Durante 2025 se han emitido 606 mil millones de pesos, 266 mil mdp en emisiones de largo plazo, y 340 mil mdp en emisiones de corto plazo; el número total de emisiones es de 1,384. En el mismo periodo de 2024, se emitieron 545 mil millones de pesos, 261 mil mdp en emisiones de largo plazo y 284 mil mdp en emisiones de corto plazo; mientras que el número total de emisiones fue de 1,391.

% BONOS TEMÁTICOS VS TOTAL DE DEUDA



Descripción: Al corte de noviembre de 2025, el monto emitido en bonos temáticos es de 75 mil mdp, lo que representa el 28% del total emitido de largo plazo. En el mismo periodo de 2024, el monto emitido en bonos temáticos fue de 72 mil mdp, lo que representó el 27% del total emitido de largo plazo.

EMISIONES DEL MES – DEUDA

EMISORA	MONTO DE LA EMISIÓN	PLAZO EN AÑOS	TASA APLICABLE AL 1ER PERIODO (i)	DÍA DE EMISIÓN	CALIFICACIÓN				
					S&P	FITCH	MOODY'S	HR	VERUM
TIP DE MÉXICO Y TIP AUTO A TRAVÉS DE BANCO ACTINVER	\$1,400	5.5	10.02%	04–Nov		AAA(mex) vra	AAA.mx(sf)		
TIP DE MÉXICO Y TIP AUTO A TRAVÉS DE BANCO ACTINVER	\$2,600	5.5		04–Nov		AAA(mex) vra	AAA.mx(sf)		
BANOBRAS*	\$7,100	7.5	8.99%	11–Nov	mxAAA	AAA(mex)	AAA.mx		
BANOBRAS*	\$10,200	12	9.52%	11–Nov	mxAAA	AAA(mex)	AAA.mx		
BANOBRAS	\$700	3.4		11–Nov	mxAAA	AAA(mex)	AAA.mx		
BANCO CITI MÉXICO	\$4,713	3		13–Nov	mxAAA		AAA.mx		
BANCO CITI MÉXICO	\$4,134	7	9.22%	13–Nov	mxAAA		AAA.mx		
SAKLY	\$2,800	3		13–Nov		AAA(mex)		HR AAA	
SAKLY	\$2,200	7	9.73%	13–Nov		AAA(mex)		HR AAA	
BANCA AFIRME**	\$350	10		13–Nov	mxBB+			HR A–	
COMERCIALIZADORA CÍRCULO CCK	\$100	4		18–Nov		A(mex)		HR A+	
BANCO ACTINVER	\$3,728	3		19–Nov		AA(mex)			AA/M
TOYOTA FINANCIAL SERVICES MEXICO	\$1,000	3.5		21–Nov	mxAAA	AAA(mex)			
TOYOTA FINANCIAL SERVICES MEXICO	\$1,500	4.5	8.80%	21–Nov	mxAAA	AAA(mex)			
AMÉRICA MÓVIL*	\$6,500	8.2	10.30%	25–Nov	mxAAA	AAA(mex)	AAA.mx		
AMÉRICA MÓVIL	\$3,500	3.2	10.13%	25–Nov	mxAAA	AAA(mex)	AAA.mx		
MONTEPIO LUZ AVIÑÓN	\$500	3.5		27–Nov			AA+.mx	HR AA+	AA+/M

Cifras en millones de pesos

Descripción: Durante noviembre se listaron 17 emisiones, las cuales suman 53,025 mdp; tres de ellas fueron temáticas y estas suman 23,800 mdp.

(i) La emisión que no presenta tasa aplicable al primer periodo está referenciada a la tasa de fondeo, por lo que la tasa será conocida hasta su primer corte de cupón.

*: Emisión temática **: Obligaciones subordinadas

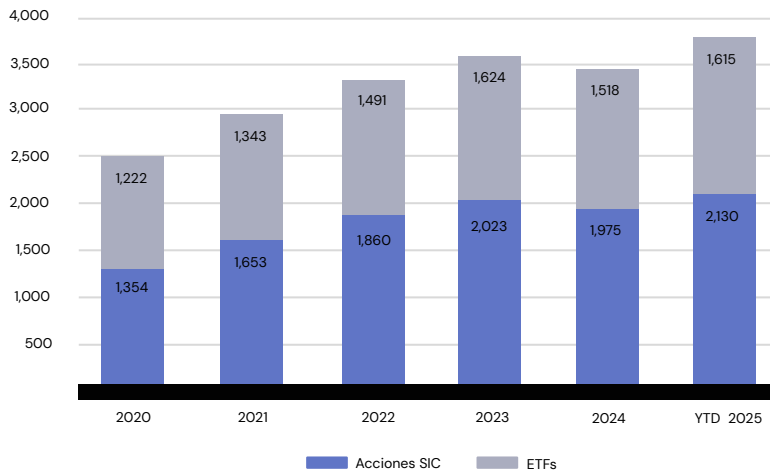
EMISIONES DEL MES – CAPITALES

EMISORA	CLAVE Y SERIE	TIPO DE VALOR	MONTO DE LA EMISIÓN	FECHA DE EMISIÓN
GRUPO AEROMÉXICO, S.A.B. DE C.V.	AERO+	ACCIONES	\$5,882	06/11/2025
ESENTIA ENERGY DEVELOPMENT, S.A.B. DE C.V.	ESENTIA II	ACCIONES	\$11,592	20/11/2025
NEARSHORING EXPERTS & TECHNOLOGY S.C.*	NEXT 25	FIBRA	\$7,342	21/11/2025

Cifras en millones de pesos

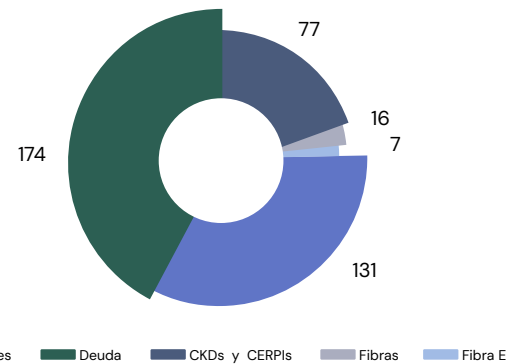
* Emisión subsecuente a la emisión NEXT 25 colocada el 24 de julio de 2025.

NÚMERO DE VALORES EN EL SIC



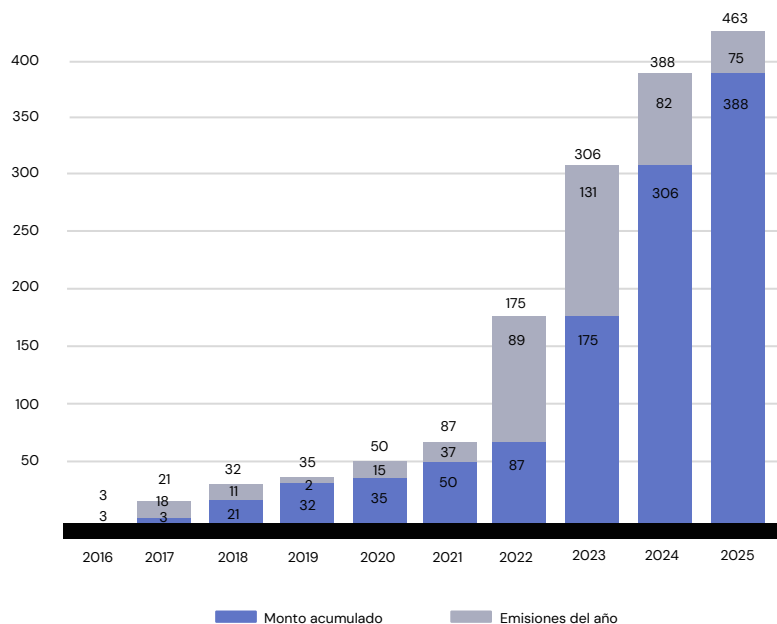
Descripción: El número de valores disponibles en el SIC a noviembre de 2025 es de 3,745.

EMISORAS EN LA BMV



Descripción: Al cierre del mes de octubre de 2025 se tiene un total de 355 empresas. La diferencia entre el total de empresas (355) contra 405, representa a las emisoras que tienen listado más de un tipo de instrumento

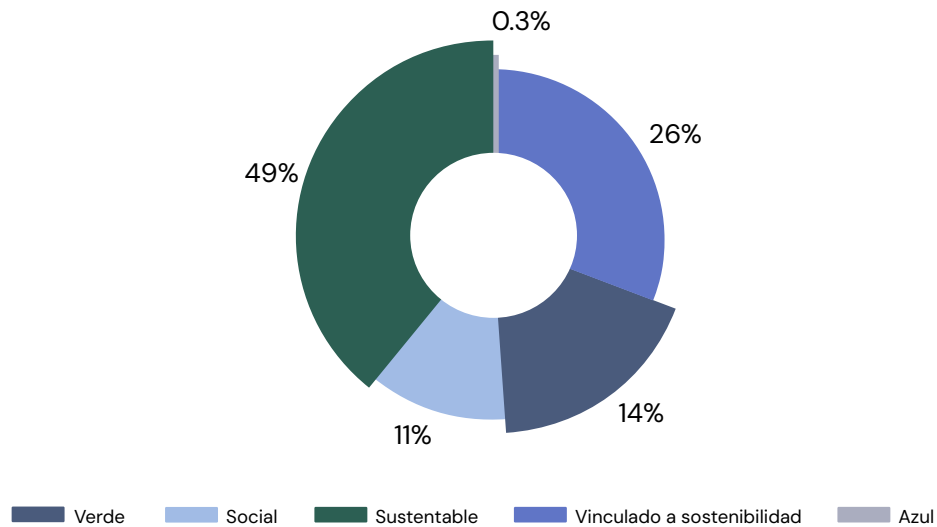
FINANCIAMIENTO ESG



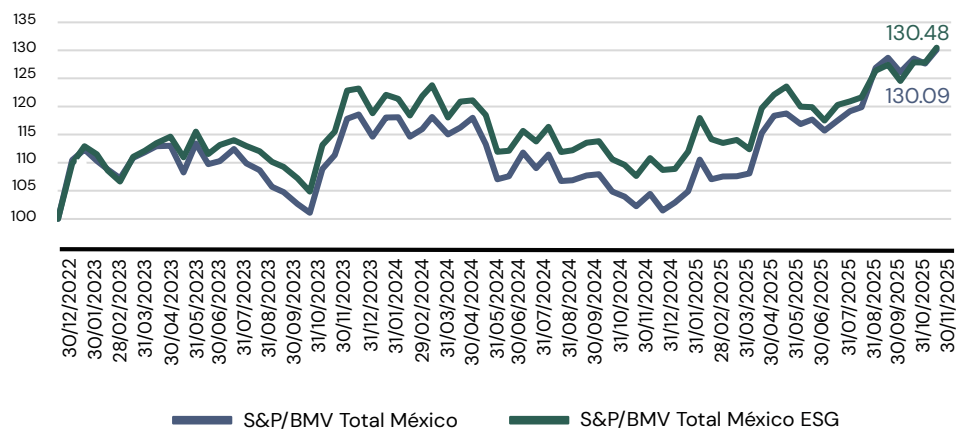
Cifras en miles de millones de pesos

Descripción: De 2016 a 2024, el monto acumulado de emisiones con enfoque ESG es de 388 mil mdp, mientras que, en 2025 este ha sido por 75 mil mdp.

DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE BONO

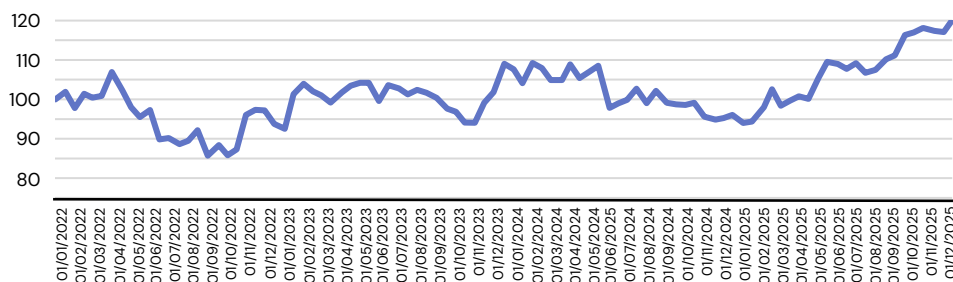


S&P/BMV TOTAL MÉXICO VS S&P / BMV TOTAL MÉXICO ESG



Datos expresados en base 100.

S&P/BMV IPC



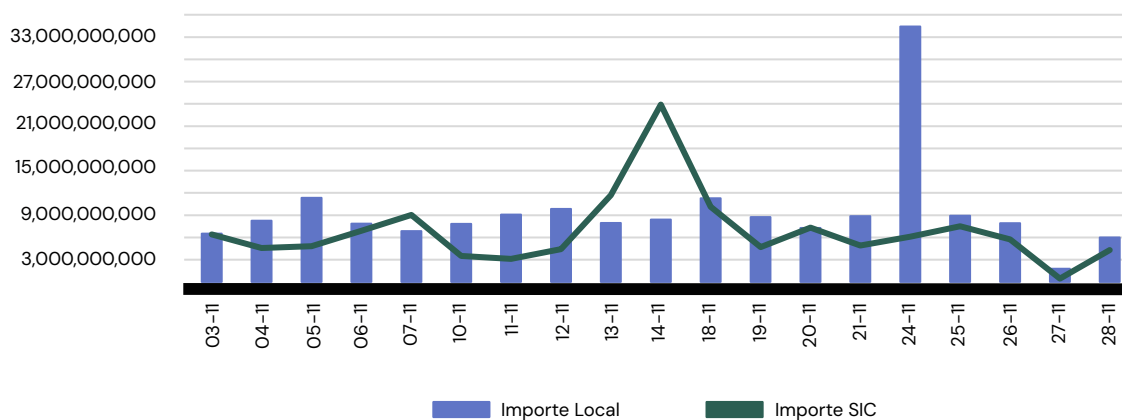
Datos expresados en base 100.

OPERATIVIDAD MENSUAL

LOCAL			
MES	NÚMERO DE OPERACIONES	VOLUMEN	IMPORTE
NOVIEMBRE 2025	6,510,734	3,869,119,592	179,091,331,127.51
VARIACIÓN MENSUAL	-20.01%	-16.12%	-23.56%

SIC			
MES	NÚMERO DE OPERACIONES	VOLUMEN	IMPORTE
NOVIEMBRE 2025	261,624	114,278,333	129,445,896,709.63
VARIACIÓN MENSUAL	-26.59%	-23.71%	-6.06%

IMPORTE DIARIO BMV

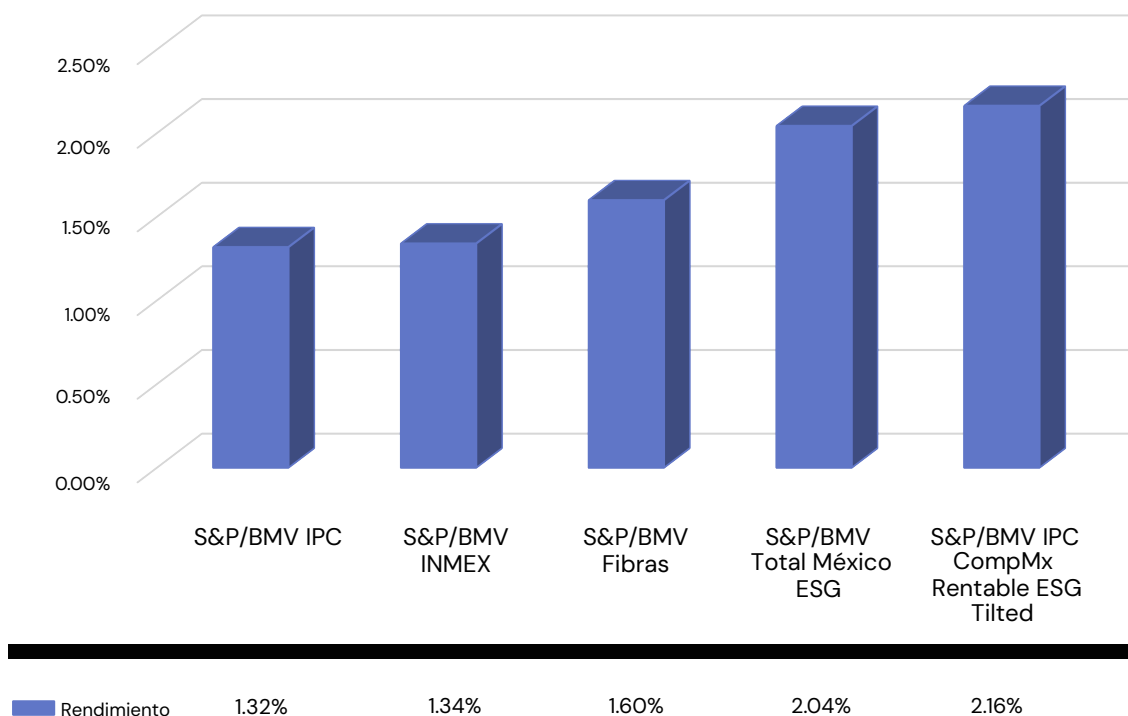


VALOR DE CAPITALIZACIÓN

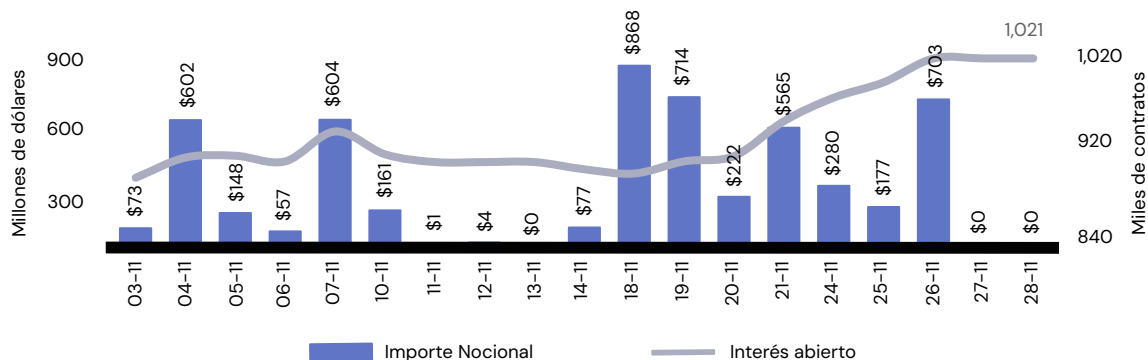
OCTUBRE 2025	NOVIEMBRE 2025	VARIACIÓN POR MES
9,993,754.59	10,099,532.51	1.06%

Cifras en millones de pesos.

RENDIMIENTO MENSUAL

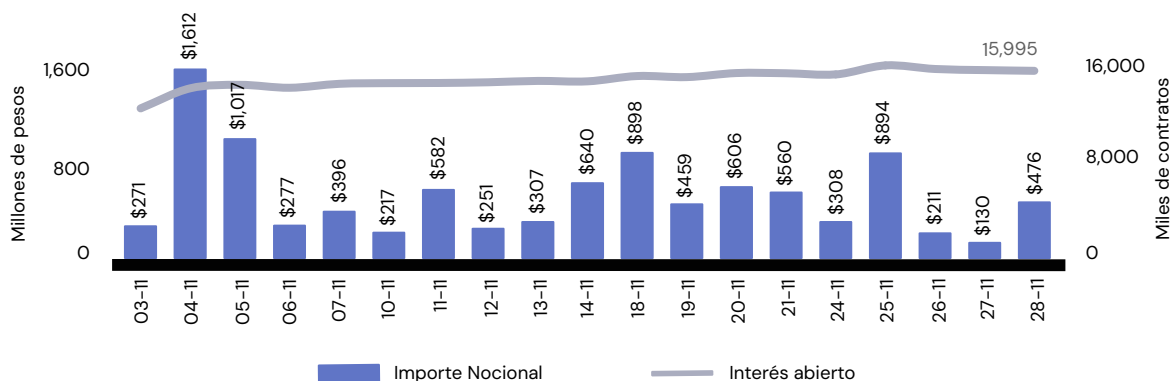


IMPORTE NOCIONAL DIARIO OPERADO DE FUTUROS DEL DÓLAR



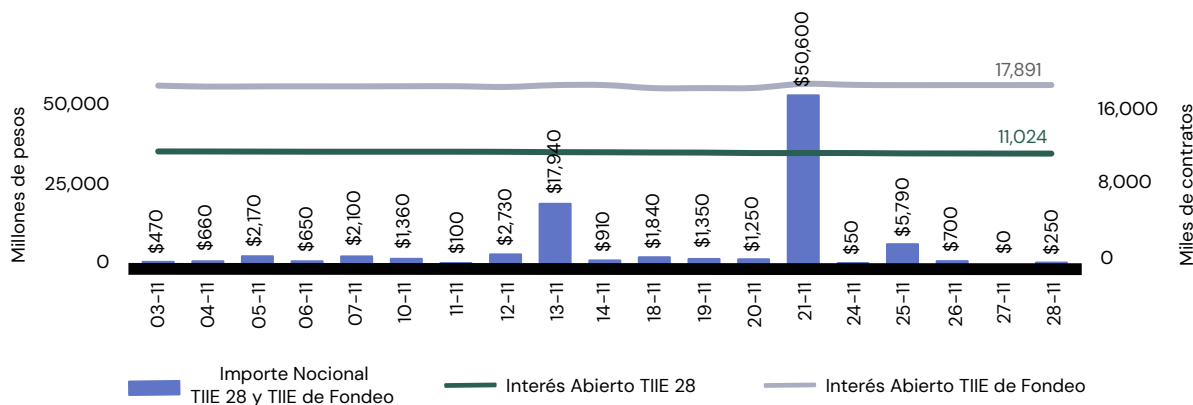
Interés abierto: Número de contratos de derivados vigentes que aún no se han liquidado o cerrado en un tiempo específico.

IMPORTE NOCIONAL DIARIO OPERADO DE FUTUROS DEL S&P/BMV IPC



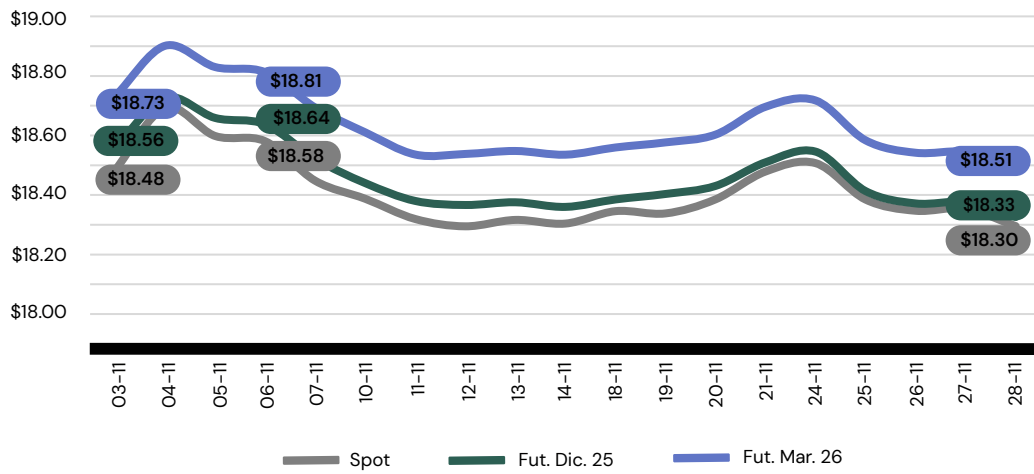
Interés abierto: Número de contratos de derivados vigentes que aún no se han liquidado o cerrado en un tiempo específico.

IMPORTE NOCIONAL DIARIO OPERADO DE SWAPS DE TIIE DE 28 DÍAS Y SWAPS TIIE DE FONDEO

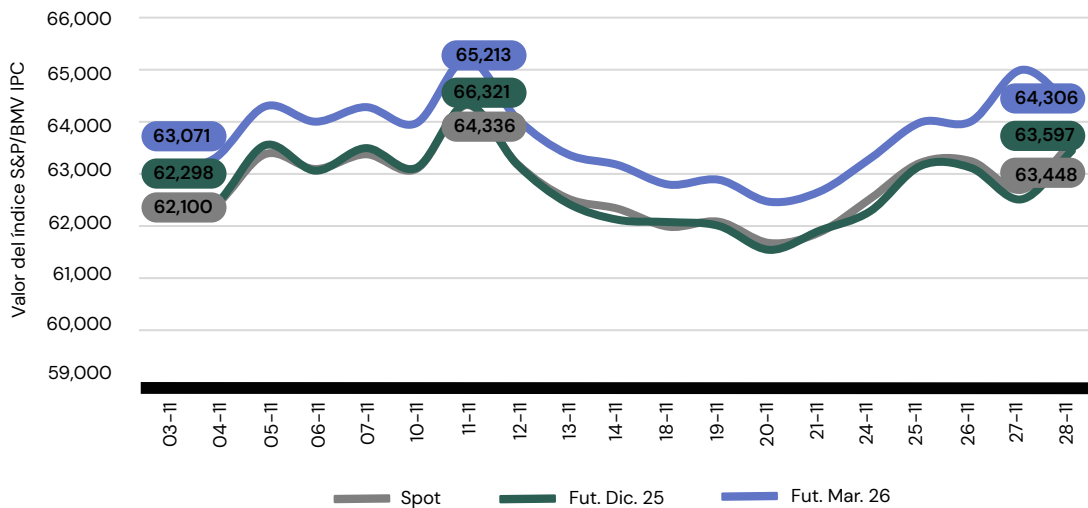


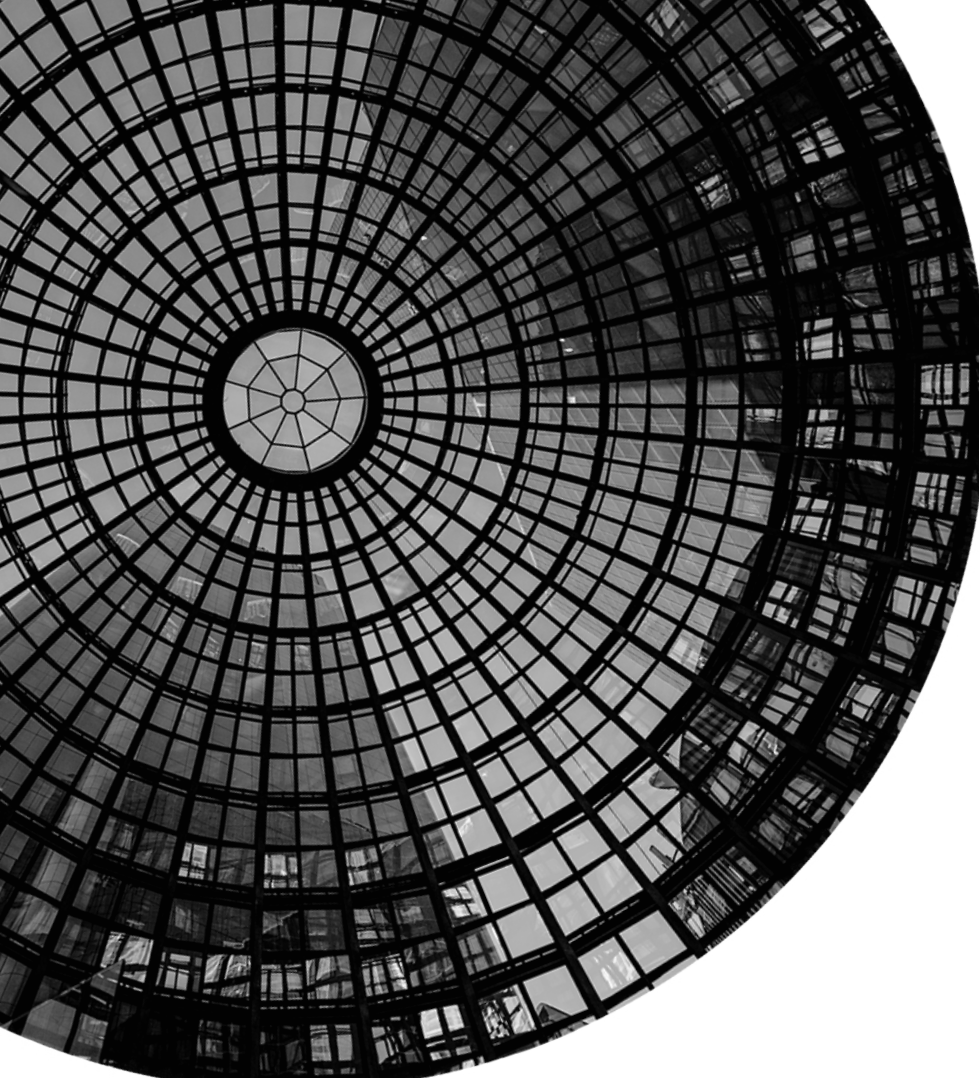
Interés abierto: Número de contratos de derivados vigentes que aún no se han liquidado o cerrado en un tiempo específico.

PRECIOS DIARIOS DE CIERRE DEL DÓLAR



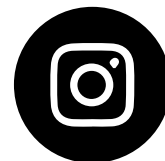
PRECIOS DIARIOS DE CIERRE S&P/BMV IPC





CONTACTO

DA
CLICK
Y VISITA NUESTROS
ESPACIOS DIGITALES



Plataforma digital

ACCIONES
BOLSA MEXICANA DE VALORES

bmv.com.mx

accionesbmv@grupobmv.com.mx

Paseo de la Reforma 255, Col. Cuauhtémoc, 06500, México D.F.