

## La brecha financiera en los deportes: una oportunidad de 2,5 billones de dólares

Diciembre de 2025

Al Tylis, <small>Director ejecutivo,</small> Deportes Apollo Capital	Lee Solomon, Socio, Co-Portafolio Gerente, Apolo Capital del deporte	Roberto Givone, Socio, Co-Portafolio Gerente, Apolo Capital del deporte	Sam Porter, Estrategia principal Oficial Apolo Capital del deporte	Jack Cleverley Director general, Deportes Apollo Capital	Tal Barak Harif, Editor en jefe, Apolo temático Invertir
---	---	--	---	---	---

### CONCLUSIONES CLAVE

- Una industria global de 2,5 billones de dólares: el negocio de los deportes ha evolucionado desde la venta de entradas y los patrocinios locales a un ecosistema global de más de 2,5 billones de dólares que abarca medios de comunicación, productos, bienestar y entretenimiento en vivo, impulsado por una monetización escalable y multicanal.
- Los derechos de los medios como motor de crecimiento: Los deportes en vivo siguen siendo inigualables a la hora de atraer audiencias masivas, impulsando contratos de medios a largo plazo, vinculados a la inflación, por un valor superior a los 60 000 millones de dólares anuales. Estos derechos sustentan las valoraciones de las franquicias y generan flujos de ingresos duraderos, similares a los de las infraestructuras.
- El capital institucional entra al juego: a medida que las valoraciones de las franquicias superaron la capacidad de los propietarios individuales, las ligas abrieron la puerta a inversores de capital privado, pensiones y soberanos, elevando los deportes a una clase de activos de grado institucional. La participación aún se encuentra en sus etapas iniciales, lo que crea ventajas para los inversores que son pioneros y pueden navegar por las estructuras de la liga, generar credibilidad y evaluar el riesgo antes de una normalización más amplia.
- Duraderos, escasos y culturalmente arraigados: Los activos deportivos demuestran una resiliencia excepcional, con una tasa de crecimiento anual compuesta de aproximadamente el 13 % durante seis décadas. Su escasez, alcance global y la lealtad emocional de los aficionados los hacen excepcionalmente resistentes a las disrupciones tecnológicas y macroeconómicas.
- Oportunidad de financiación futura: Las entidades crediticias tradicionales han tratado el sector como un nicho durante mucho tiempo, generando ineficiencias y déficits en la estructura de capital. A pesar de las valoraciones récord, la mayoría de las franquicias siguen estando infraapalancadas, con una relación préstamo-valor de aproximadamente el 10%, lo que genera un gran potencial para que las soluciones de crédito híbridas y privadas liberen liquidez, optimicen los balances y capturen un potencial de crecimiento similar al del capital con un riesgo similar al del crédito.

La información contenida en este material se proporciona únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como asesoramiento financiero o de inversión, ni debe utilizarse como base para tomar decisiones de inversión. Cierta información refleja las opiniones de Apollo Analysts. Sujeto a cambios en cualquier momento sin previo aviso. Consulte la parte final de este documento para obtener información importante.

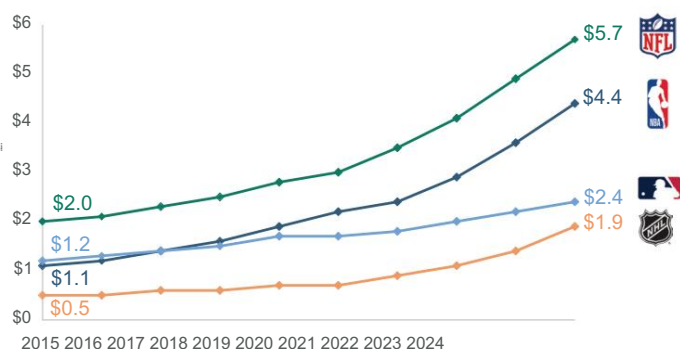
## I) Introducción

Desde los Juegos Olímpicos hasta la NFL y las principales ligas de fútbol americano de Europa, la historia del deporte captura los triunfos de atletas y equipos que han superado los límites de la excelencia humana. El electrizante sprint de Usain Bolt en Londres, el récord de medallas de Michael Phelps en Pekín y el 10 perfecto de Nadia Comaneci en Montreal establecieron nuevos estándares de excelencia individual. En tenis, los 23 títulos de Grand Slam de Serena Williams redefinieron el significado de dominio y longevidad en la era moderna. En la NFL, el total de recepciones de Jerry Rice y las siete victorias de Tom Brady en el Super Bowl ejemplifican la excelencia sostenida, mientras que en el fútbol europeo, los 91 goles de Lionel Messi en un solo año y la temporada de los "Invencibles" del Arsenal siguen siendo símbolos perdurables de la perfección.

Así como los atletas y los equipos han restablecido lo que es posible en el campo, el negocio de los deportes está rompiendo sus propios récords.

Las valoraciones de las franquicias, los derechos de los medios, los acuerdos de patrocinio y la participación de los fanáticos a nivel mundial están alcanzando niveles que antes se creían fuera de alcance. Las valoraciones de los equipos de la NBA han crecido más de 10 veces en los últimos 20 años, el mercado global de derechos de los medios deportivos superó los 60 mil millones de dólares en 2024 (un aumento de aproximadamente el 12 % interanual) y el mercado global de patrocinio, que actualmente se acerca a los 100 mil millones de dólares anuales, se espera que se duplique en la próxima década.<sup>1</sup> El mismo afán de rendimiento que impulsa a los atletas de clase mundial ahora impulsa un ecosistema de oportunidades de inversión en rápida expansión (Gráficos 1, 2, 3).

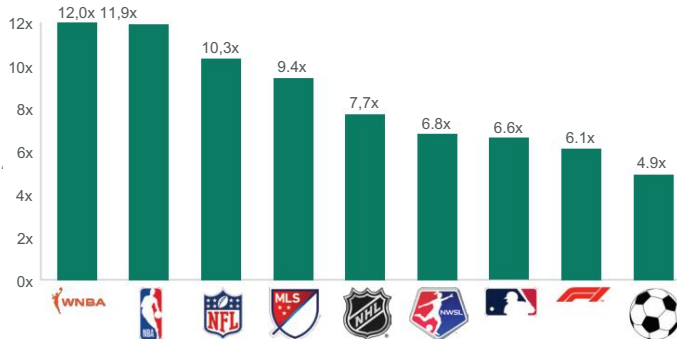
Anexo 1: Valoración promedio de los equipos por liga



Datos a diciembre de 2024.

Fuentes: Forbes, Valores anuales del equipo

Gráfico 2: Las franquicias deportivas siguen cotizando a Valoraciones de primas



Nota: La columna de la derecha representa los 30 clubes de fútbol no pertenecientes a la MLS más valiosos del mundo. Datos a agosto de 2025.

Fuentes: Houlihan Lokey, Sportico

Anexo 3: Los 10 deportes profesionales más valiosos Equipos en EE.UU.

Equipo de rango	Valor	Liga
1. Vaqueros de Dallas	\$1,100 millones	NFL
2. Los Angeles Rams	\$1,000 millones	NFL
3. Gigantes de Nueva York	\$900 millones	NFL
4. Guerreros del Estado Dorado	\$800 millones	NBA
5. Patriotas de Nueva Inglaterra	\$750 millones	NFL
6. 49ers de San Francisco	\$700 millones	NFL
7. Águilas de Filadelfia	\$650 millones	NFL
8. Yankees de Nueva York	\$600 millones	MLB
9. Knicks de Nueva York	\$550 millones	NBA
10. Delfines de Miami	\$500 millones	NFL

Datos a agosto de 2025.

Fuentes: Houlihan Lokey

El deporte trasciende culturas y épocas, con miles de años de historia desde los primeros Juegos Olímpicos en la antigua Grecia, y hoy en día forma parte integral de casi todas las sociedades. A pesar de su historia, alcance global y crecimiento récord, la industria del deporte sigue estando infr FINANCIADA, apalancada y capitalizada. Los prestamistas tradicionales y los inversores de capital han tratado el sector como un nicho, lo que ha generado una estructura de mercado ineficiente y importantes déficits de financiación en la parte media de la estructura de capital. Vemos una oportunidad en superar esta brecha mediante soluciones de crédito híbrido y privado. A medida que el mercado madure, las estructuras de capital se normalizarán y los inversores con la flexibilidad para operar con deuda y capital estarán mejor posicionados para aprovechar al máximo el crecimiento futuro. En este informe técnico, exploramos por qué la financiación del negocio del deporte se ha convertido en una de las historias de crecimiento más atractivas de nuestro tiempo y dónde se avecinan los próximos récords.

1 Forbes, De los Oilers a los Warriors: Las franquicias que registraron los mayores aumentos de valor en los últimos 20 años, diciembre de 2021; Deportes Informe mundial de medios de comunicación empresariales 2024; información detallada sobre los mercados y el patrocinio deportivo mundial.

La información contenida en este material se proporciona únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como asesoramiento financiero o de inversión, ni debe utilizarse como base para tomar decisiones de inversión. Cierta información refleja las opiniones de Apollo Analysts. Sujeto a cambios en cualquier momento sin previo aviso. Consulte la parte final de este documento para obtener información importante.

## II) La escala de la oportunidad

Durante la mayor parte del siglo XX, el alcance económico del deporte fue relativamente limitado. Los equipos y las ligas generaban ingresos principalmente de la venta de entradas, concesiones y patrocinios locales. El valor de una franquicia estaba estrechamente vinculado a la asistencia a los partidos y al aforo del estadio. Un estadio con lleno total era el parámetro de éxito, y más allá de la venta de artículos deportivos o las cuotas ocasionales de retransmisión, se obtenían pocos ingresos adicionales.

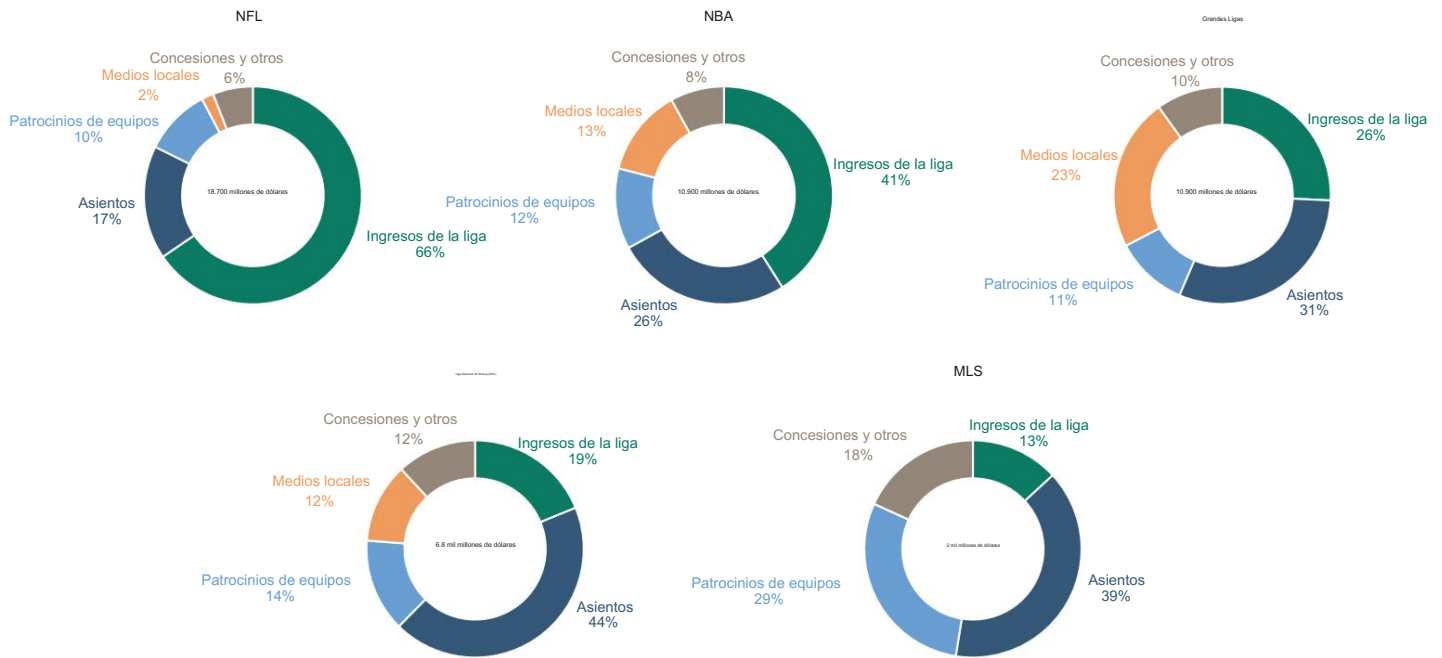
Sin embargo, con el tiempo, la monetización de los deportes se ha expandido drásticamente (Gráfico 4). El auge de la televisión a mediados del siglo XX. El siglo XX desbloqueó los derechos de transmisión como una fuente de ingresos escalable para la industria, transformando a los equipos en negocios de contenido, además de instituciones deportivas. La globalización extendió la afición mucho más allá de los estadios, convirtiendo a clubes y ligas en marcas mundiales. Hoy en día, las organizaciones deportivas obtienen valor no solo de los partidos y las concesiones, sino también de los contratos de medios plurianuales, el patrocinio y las licencias, la mercancía global, la interacción digital, el fitness y el entretenimiento en vivo (Gráfico 5).

Anexo 4: La oportunidad multifacética



Datos a octubre de 2024.  
Fuente: Goldman Sachs

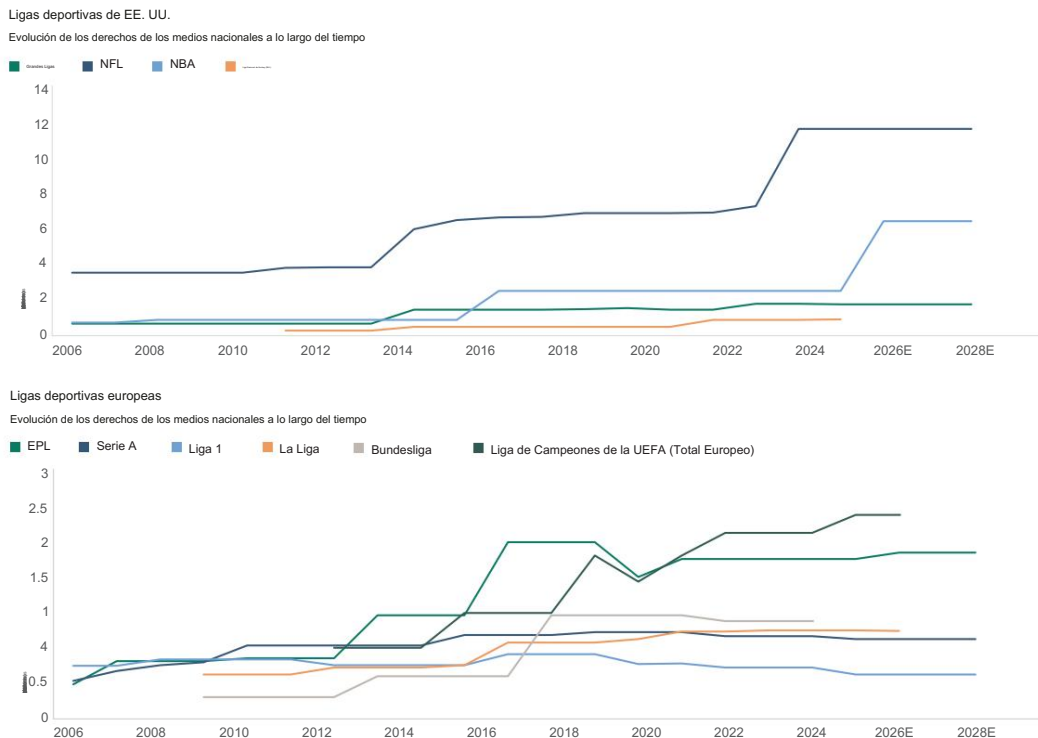
Anexo 5: Desglose de los ingresos de las principales ligas deportivas



Datos a febrero de 2024.  
Fuente: Sportico. Los totales pueden no sumar el 100% debido al redondeo.

En el corazón de la economía deportiva se encuentran los derechos de transmisión, el principal motor de creación de valor en todo el ecosistema (Gráfico 6). Los deportes son la última forma de ver deportes en vivo y con cita previa en un mundo bajo demanda, lo que los hace excepcionalmente valiosos tanto para anunciantes como para distribuidores. Las cadenas y plataformas de streaming pagan primas récord para obtener derechos de transmisión exclusivos, reconociendo que los deportes en vivo atraen audiencias cautivas que pocos otros tipos de contenido pueden replicar. Como resultado, los derechos de transmisión deportiva se han convertido en una de las propiedades intelectuales más preciadas de los medios, con contratos que se disparan a medida que las ligas aprovechan la demanda global de su contenido (Gráfico 7).

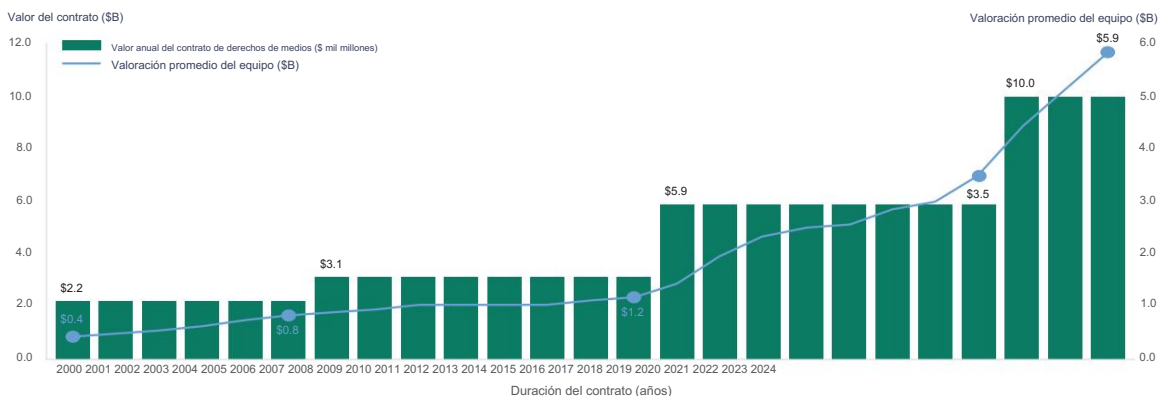
Anexo 6: Evolución de los derechos de los medios de comunicación



Datos a octubre de 2024.  
Fuente: Goldman Sachs

Este aumento en las tarifas de derechos de medios fluye directamente a través del sistema: los contratos de medios se comparten entre ligas y equipos, lo que impulsa mayores ingresos de franquicia, salarios de jugadores en aumento y, en última instancia, un aumento en las valoraciones de los equipos. Los últimos contratos de transmisión de la NFL, con una vigencia de 11 años hasta 2033, generarán más de \$110 mil millones en valor total, 2 más del doble del valor de los contratos anteriores de la liga. La NBA completó un contrato de medios récord de \$76 mil millones<sup>3</sup>, mientras que las ligas de fútbol europeas continúan exigiendo precios premium incluso en medio de vientos económicos en contra. Para el contexto, los aproximadamente \$10 mil millones que la NFL generará anualmente de sus socios de transmisión se ubican junto al presupuesto de contenido de \$16 mil millones de Netflix en 2024, a pesar de que Netflix atiende a más de 300 millones de suscriptores de pago en todo el mundo y financia una lista completa de programación global. Estos contratos a largo plazo, vinculados a la inflación, brindan una visibilidad y durabilidad de ingresos inigualables, estructuralmente similares a los activos de infraestructura o servicios públicos.

Anexo 7: Impacto de los valores de los contratos de derechos de medios de la NFL en las valoraciones de los equipos



Datos a octubre de 2024.  
Fuente: Goldman Sachs

2 S&P Global, A medida que aumentan los ingresos de la NFL, los acuerdos actuales sobre derechos de medios garantizan el éxito futuro, diciembre de 2024.

3 Associated Press y la NBA acuerdan acuerdos sobre derechos de medios por 76 mil millones de dólares, junio de 2024.

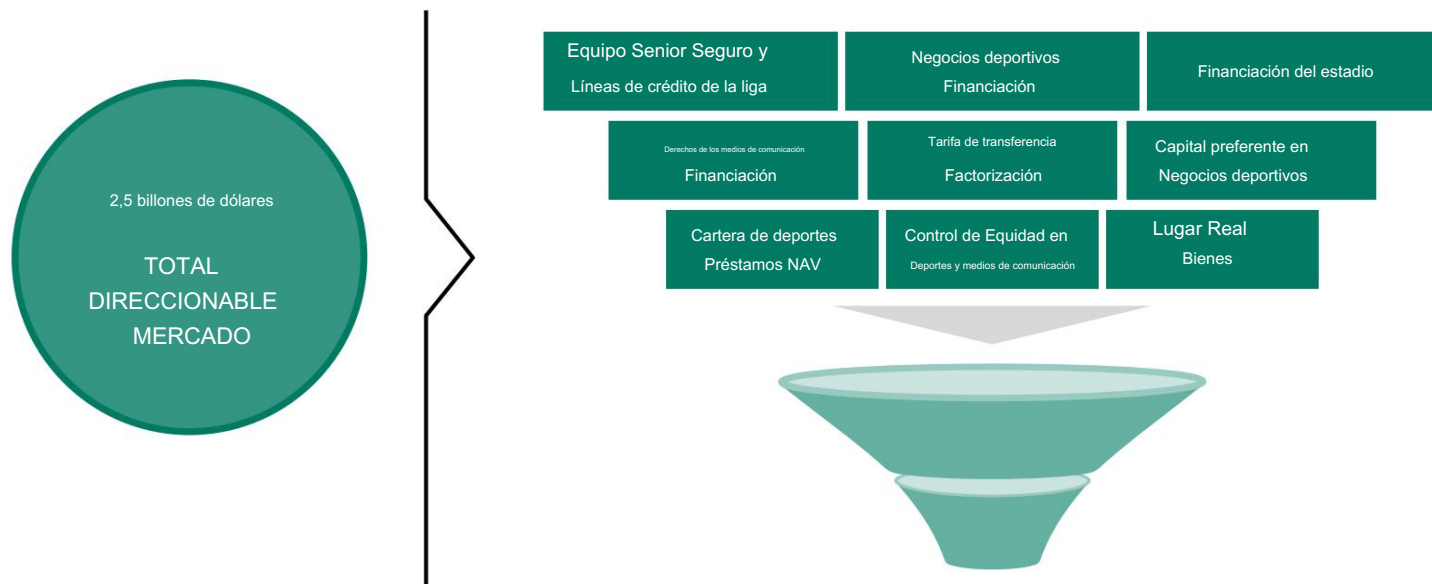
4 SportsPro, venta de derechos de medios por 75.000 millones de dólares, diciembre de 2023.

La información contenida en este material se proporciona únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como asesoramiento financiero o de inversión, ni debe utilizarse como base para tomar decisiones de inversión. Cierta información refleja las opiniones de Apollo Analysts. Sujeto a cambios en cualquier momento sin previo aviso. Consulte la parte final de este documento para obtener información importante.

La llegada de las redes sociales ha impulsado la interacción de los aficionados a un nivel completamente nuevo. Plataformas como YouTube, Instagram, TikTok y X (anteriormente Twitter) han brindado a atletas, equipos y ligas una conexión directa con miles de millones de aficionados en todo el mundo, rompiendo las barreras entre el día del partido y la vida cotidiana. El momento destacado de un jugador en un partido ahora puede viralizarse en segundos, llegando a audiencias mucho más allá del estadio o la transmisión televisiva. Para los equipos y las ligas, esto ha creado nuevas y poderosas vías de monetización (integración de patrocinios, licencias de contenido digital, vínculos con el comercio electrónico), a la vez que profundiza la lealtad de los aficionados mediante la interacción constante. Las redes sociales han convertido efectivamente cada partido, entrenamiento e incluso el momento en el vestuario en contenido monetizable, amplificando la relevancia cultural y el valor comercial del deporte a escala global.

Esta evolución —de la economía del día del partido a un ecosistema diversificado y multicanal— respalda nuestra estimación de que la industria deportiva mundial representa hoy un mercado direccionable total de más de 2,5 billones de dólares, 5 que abarca ligas, sedes, medios de comunicación, productos, fitness y eventos en vivo (Gráfico 8).

Gráfico 8: Donde el crecimiento se encuentra con la escala: La economía deportiva de más de 2,5 billones de dólares



Datos a septiembre de 2025.  
Fuente: Apollo Analysts

La economía deportiva mundial abarca todo el ciclo de vida de cómo las personas interactúan con los deportes: el dinero que gastan los fanáticos para asistir a los juegos, seguir a su equipo por televisión o redes sociales, comprar productos e interactuar digitalmente; el vasto ecosistema de indumentaria, calzado y equipamiento que respalda tanto la competencia profesional como la actividad atlética diaria; y el panorama en expansión de la actividad física, la recreación y el bienestar que refleja la creciente participación en estilos de vida activos.

### III) ¿Por qué financiar el deporte? ¿Por qué ahora?

#### 1. APERTURA AL CAPITAL INSTITUCIONAL

La crisis de la COVID-19 expuso una falla en la economía del deporte profesional. Los flujos de ingresos se desplomaron prácticamente de la noche a la mañana, obligando incluso a las ligas de élite a afrontar graves restricciones de liquidez. Con la evaporación de los ingresos por taquilla, los patrocinios locales y los ingresos por eventos, los propietarios se enfrentaron a una dura disyuntiva: preservar modelos autosuficientes o abrir la puerta a capital externo. La crisis empujó a muchas ligas y equipos hacia esta última opción.

Bajo presión, las ligas estadounidenses comenzaron a dismantlar las antiguas prohibiciones a la propiedad institucional, disposiciones destinadas a preservar las tradiciones y la historia del deporte. Lo que comenzó como una contramedida de emergencia pronto se convirtió en una reestructuración duradera: el capital privado, la riqueza soberana y los fondos de pensiones, antes considerados ajenos al deporte, se convirtieron en socios creíbles en la estructura de capital del deporte profesional.

5 Analistas de Apollo, septiembre de 2025.

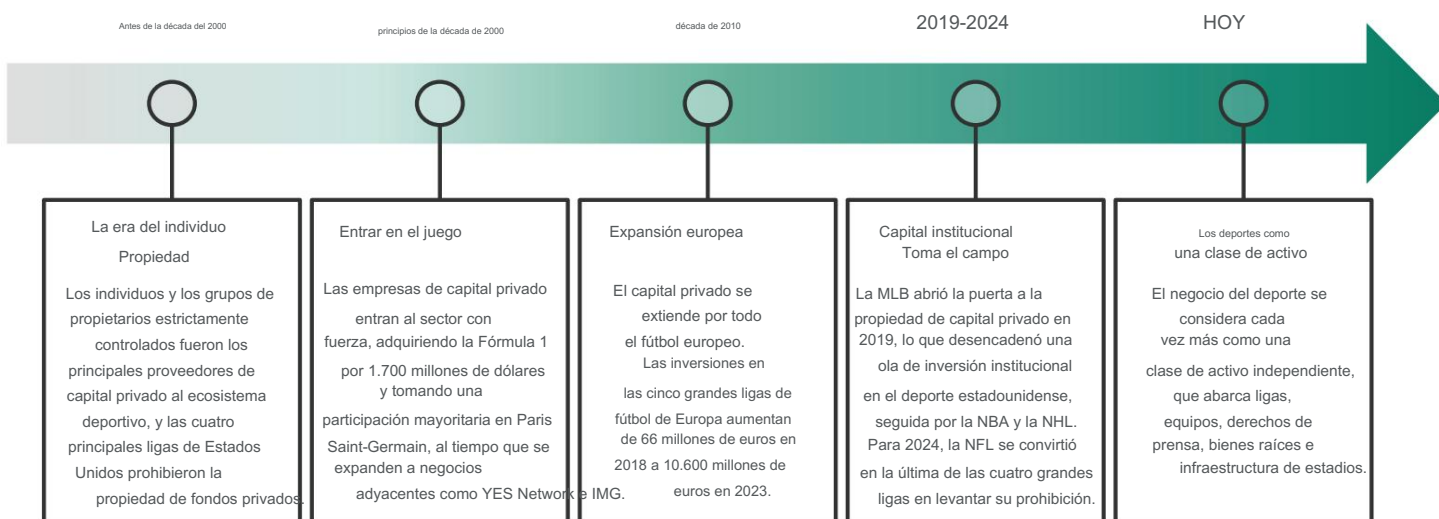
La información contenida en este material se proporciona únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como asesoramiento financiero o de inversión, ni debe utilizarse como base para tomar decisiones de inversión. Cierta información refleja las opiniones de Apollo Analysts. Sujeto a cambios en cualquier momento sin previo aviso. Consulte la parte final de este documento para obtener información importante.

Sin embargo, las bases ya se habían sentado incluso antes de la pandemia. Las valoraciones de las franquicias ya habían empezado a superar la capacidad de los inversores individuales. El aumento de los valores de los derechos mediáticos y la demanda global de activos de renombre impulsaron los precios de los equipos a niveles récord, con incluso clubes de categoría media alcanzando valoraciones de miles de millones de dólares. A medida que aumentaba el coste de la propiedad controlada, los modelos tradicionales de un solo propietario se volvían cada vez más imprácticos. Ese desequilibrio hizo que el capital institucional no solo fuera bienvenido, sino necesario, proporcionando la escala y la estructura necesarias para respaldar la inversión continua en equipos, recintos y negocios relacionados.

En 2019, la MLB se convirtió en la primera gran liga estadounidense en modificar sus normas de propiedad, permitiendo a las firmas de capital privado adquirir participaciones minoritarias pasivas en franquicias. Este marco para las firmas de capital privado —que limitaba la participación de los fondos al 15% por club y limitaba la participación total al 30%— se convirtió en un modelo para otras ligas deportivas.<sup>6</sup> La NBA pronto siguió su ejemplo, ampliando la elegibilidad a los inversores de pensiones y de patrimonio soberano, mientras que la NHL y la MLS adoptaron modernizaciones similares.

La NFL siguió siendo la única que se mantuvo al margen hasta agosto de 2024, cuando los propietarios aprobaron la Resolución JC-7, que permitía a los inversores institucionales comprar hasta el 10% del capital común de una franquicia como accionistas pasivos.<sup>7</sup> Las restricciones de la medida (que exigían a los inversores tener al menos una participación del 3%, comprometer capital durante un mínimo de seis años y limitar la propiedad a no más de seis equipos) pusieron a la liga en línea con sus pares y prepararon el escenario para la siguiente ola de entradas institucionales e innovación financiera en los deportes profesionales (Gráfico 9).

Gráfico 9: Evolución del capital institucional en el deporte



Datos a noviembre de 2025.

Fuentes: Cronógrafo, Meketa, Arcana

La participación institucional se encuentra en sus etapas iniciales. Los marcos ya están establecidos, pero la penetración del capital aún es baja, creando claras ventajas para los inversores pioneros capaces de navegar por las estructuras de la liga, generar credibilidad y evaluar el riesgo antes de una normalización más amplia del mercado.

## 2. DURABILIDAD, ESCASEZ Y RELEVANCIA CULTURAL

En una era definida por la disrupción tecnológica y la volatilidad geopolítica, pocas clases de activos demuestran una resiliencia genuina.

Los deportes profesionales se distinguen por su aislamiento estructural y su permanencia cultural. Más del 73 % de los adultos en Estados Unidos ven deportes, y más de la mitad sigue el fútbol americano, el deporte más popular del país. Aproximadamente un tercio de los estadounidenses también ve los Juegos Olímpicos, el baloncesto o el béisbol, lo que subraya la amplia cobertura de audiencia de los principales deportes.

<sup>6</sup> Meketa, diciembre de 2024.

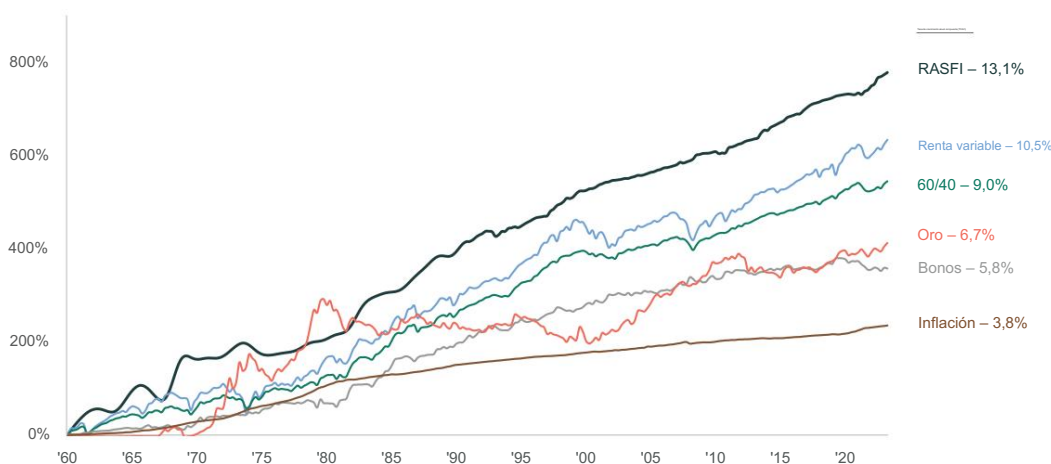
<sup>7</sup> Propietarios de ESPN y NFL aprueban inversión de capital privado, agosto de 2024.

<sup>8</sup> S&P Global, Estado de la audiencia deportiva en Estados Unidos, junio de 2025.

Esa interacción ahora abarca múltiples puntos de contacto. El público más joven, criado en plataformas móviles y sociales, ha llevado el deporte más allá de los límites de los medios tradicionales. Más allá de las transmisiones en vivo, los aficionados siguen los momentos destacados, las entrevistas y el contenido detrás de escena en las plataformas digitales. Entre la Generación Z, más del 90% consume deportes principalmente a través de las redes sociales.<sup>9</sup> Los atletas globales se han convertido en marcas mediáticas de pleno derecho: las dos personas más seguidas en Instagram son los futbolistas Cristiano Ronaldo (aproximadamente 667 millones de seguidores) y Lionel Messi (aproximadamente 530 millones), lo que ilustra cómo las estrellas globales funcionan como generadores de contenido, además de atletas. Drive to Survive de Netflix cristalizó este cambio, demostrando que la narrativa inmersiva, desde el paddock, puede convertir un deporte de nicho en entretenimiento general. Al seguir cada temporada de F1 a través de narrativas centradas en los personajes, destacando la dinámica de equipo y las rivalidades entre pilotos, abrió el deporte a un público que nunca antes lo había seguido. Su éxito impulsó una oleada de nuevos aficionados jóvenes a nivel mundial, demostrando cómo el acceso narrativo puede redefinir la trayectoria comercial de un deporte. Esta expansión de los puntos de acceso ha profundizado el apego y mantenido la relevancia, incluso a medida que evolucionan los modelos de distribución.

Debido a su profunda relevancia social y cultural, las franquicias deportivas representan una clase de activo con un horizonte de largo plazo. Según el Índice de Franquicias Deportivas Ross-Arctos (RASFI), que rastrea seis décadas de transacciones en la NFL, la NBA, la MLB y la NHL, las valoraciones de los equipos se han compuesto aproximadamente un 13% anual durante las últimas seis décadas.<sup>10</sup> Esta durabilidad generacional es inusual para una clase de activo no vinculada a los precios de las materias primas ni a los ciclos económicos. Incluso en medio de rápidos cambios tecnológicos, la demanda de contenido deportivo en vivo se ha mantenido estable y adaptable, un patrón que creemos que es poco probable que se revierta en los próximos 20 a 30 años (Gráfico 10).

Gráfico 10: Rendimiento de los activos deportivos en Norteamérica frente a otras clases de activos



Datos a mayo de 2024.

Fuentes: Universidad de Michigan, Índice de Franquicias Deportivas Ross-Arctos (RASFI)

Los deportes en vivo también siguen siendo una de las últimas formas de contenido no mercantilizado. A diferencia del entretenimiento a la carta, los eventos en vivo preservan una dinámica de cita previa: un momento compartido que exige atención masiva. En ese contexto, la NFL se ha convertido efectivamente en el inquilino ancla de la televisión lineal. Incluso cuando el corte de cable, el streaming y YouTube erosionan la visualización tradicional, las transmisiones de televisión de la NFL continúan sirviendo como contenido insignia que ha ayudado a las cadenas a conservar cierta relevancia y audiencia principal. Las 10 transmisiones más vistas en la historia de EE. UU. son todas Super Bowls, culminando con el Super Bowl LIX (2025), que atrajo a casi 128 millones de espectadores.<sup>11</sup> En el Reino Unido, la transmisión más vista sigue siendo la final de la Copa Mundial de la FIFA de 1966 (32,3 millones de espectadores), aún por delante de los eventos reales, con la final de la Eurocopa de la UEFA de 2020 muy de cerca.<sup>12</sup> La rara concentración de atención colectiva hace que los deportes en vivo sean el inmueble más valioso en los medios, una fuente duradera de escala en una era de fragmentación.

9 Houlihan Lokey, Actualización del mercado deportivo, otoño de 2025.

El Índice de Franquicias Deportivas Ross-Arctos proporciona una medición en tiempo real, basada en datos, del crecimiento agregado de la valoración de las franquicias de las principales ligas norteamericanas (NFL, NBA, MLB y NHL). Este índice trimestral de activos privados abarca más de 60 años de transacciones de franquicias.

11 Nielsen Media Research, febrero de 2025.

12 British Film Institute, Broadcasters' Audience Research Board, noviembre de 2025.

La información contenida en este material se proporciona únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como asesoramiento financiero o de inversión, ni debe utilizarse como base para tomar decisiones de inversión. Cierta información refleja las opiniones de Apollo Analysts. Sujeto a cambios en cualquier momento sin previo aviso. Consulte la parte final de este documento para obtener información importante.

Una transformación paralela se está desarrollando en la economía de los creadores, donde los atletas e influencers actúan como redes de distribución descentralizadas. El contenido dirigido por creadores ahora impulsa un crecimiento escalable de la audiencia para las propiedades deportivas sin la carga de las tarifas de derechos tradicionales. Atletas-influencers como Livvy Dunne y los gemelos Cavinder ejemplifican este cambio, convirtiendo los seguidores en redes sociales en fuentes de ingresos por patrocinio, merchandising y suscripciones. Marcas fundadas por creadores como Overtime y Omaha Productions están construyendo ecosistemas multiplataforma que combinan la narrativa digital, el comercio electrónico y los eventos en vivo. Las propias ligas se están adaptando a este panorama. La NBA, la NFL, la MLB y la MLS ahora cuentan con programas oficiales para creadores que integran a los influencers en eventos, momentos destacados y narraciones tras bambalinas, ampliando su alcance a audiencias más jóvenes y nativas digitales. La reciente colaboración de la NFL con MrBeast, cuyo video "I Bought the NFL" superó los 3 millones de visualizaciones en pocos días, ilustra cómo las ligas ahora aprovechan a las audiencias de los creadores como socios de distribución, combinando la viralidad del entretenimiento con la promoción de deportes en vivo. Ligas emergentes, como la Major League Pickleball (MLP), están utilizando estos canales para globalizar sus audiencias. Estas empresas están transformando la forma en que la próxima generación de aficionados descubre y sigue el juego, monetizando la atención como propiedad intelectual a través de contenido centrado en la personalidad que atrae inversiones y grandes acuerdos de derechos.

Un último factor diferenciador reside en la lealtad a la marca y a la afición. La lealtad en el deporte se vincula con las franquicias: la ciudad, la camiseta y la historia.

En lugar de a jugadores transitorios. Esa durabilidad de la marca es medible: los Green Bay Packers renuevan anualmente a más del 99% de sus 38.000 abonados, con una lista de espera que supera los 140.000 nombres. La afición suele heredarse; las investigaciones muestran que la lealtad al equipo pasa de padres a hijos, integrándose en la identidad familiar. Los datos del informe "El Costo de la Afición" de Ally Bank muestran que los aficionados estadounidenses gastan alrededor de 1.600 dólares al año en sus equipos, cifra que aumenta a 2.200 dólares para los más fieles. Los millennials lideran con 2.050 dólares, seguidos de la generación Z con 1.550 dólares. En Europa, se proyecta que las compras relacionadas con los aficionados se duplicarán con creces, pasando de 2.300 millones de dólares (2024) a 4.800 millones de dólares (2028).

### 3. CRECIMIENTO SECULAR E INGRESOS RESILIENTES

La justificación financiera del deporte va más allá del impulso. Como mencionamos anteriormente en el documento, tras las valoraciones récord se esconde un motor de crecimiento estructural, sustentado por contratos con medios a largo plazo, flujos de ingresos diversificados y factores de crecimiento seculares que hacen del deporte una de las pocas industrias que se capitaliza a través de los ciclos económicos (Gráfico 11).

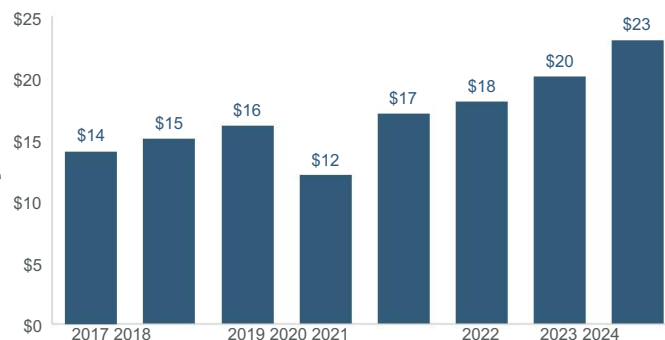
Es importante destacar que la pandemia puso a prueba estos modelos: a pesar de la disrupción inesperada, ninguna franquicia importante de Norteamérica incurrió en impago ni sufrió un deterioro duradero. La mayoría de los valores se recuperaron rápidamente, lo que subraya la resiliencia de la economía subyacente.

Además, la expansión de las fronteras más allá de las grandes ligas está transformando deportes que antes eran de nicho en motores de crecimiento global.

La participación en golf, tenis, artes marciales mixtas y deportes de motor ha experimentado un aumento repentino. En Estados Unidos, la participación en golf alcanzó los 28,1 millones de jugadores en 2024, el nivel más alto desde 2008, impulsada por un aumento del 40 % en el número de golfistas juveniles y respaldada por la extensión de los derechos de transmisión de la USGA con NBCUniversal/Versant hasta 2032, lo que subraya el impulso comercial a largo plazo de este deporte.

El Abierto de Estados Unidos de 2025 atrajo a un récord de 1,14 millones de aficionados al tenis, un aumento interanual del 9%, con premios en metálico que ascendieron a 40 millones de dólares y un crecimiento de dos dígitos en los ingresos por mercancía y hospitalidad. En los deportes de combate, la UFC consiguió un acuerdo histórico de siete años sobre derechos de transmisión en Estados Unidos con Paramount Skydance por un valor aproximado de 7700 millones de dólares. Mientras tanto, la Fórmula 1 sigue registrando

Anexo 11: Ingresos anuales de la NFL



Datos a mayo de 2025.  
Fuente: Sportsnaut

13 Newsweek, Video de MrBeast diciendo que compró la NFL visto tres millones de veces, septiembre de 2025. 14 theScore, Fanático de los Packers consigue boletos de temporada después de casi 50 años de espera, 2022.

15 Clemson, ni siquiera era una duda si sería fanático, mayo de 2017.

16 Ally Bank Financiera, El costo del fandom, octubre de 2025.

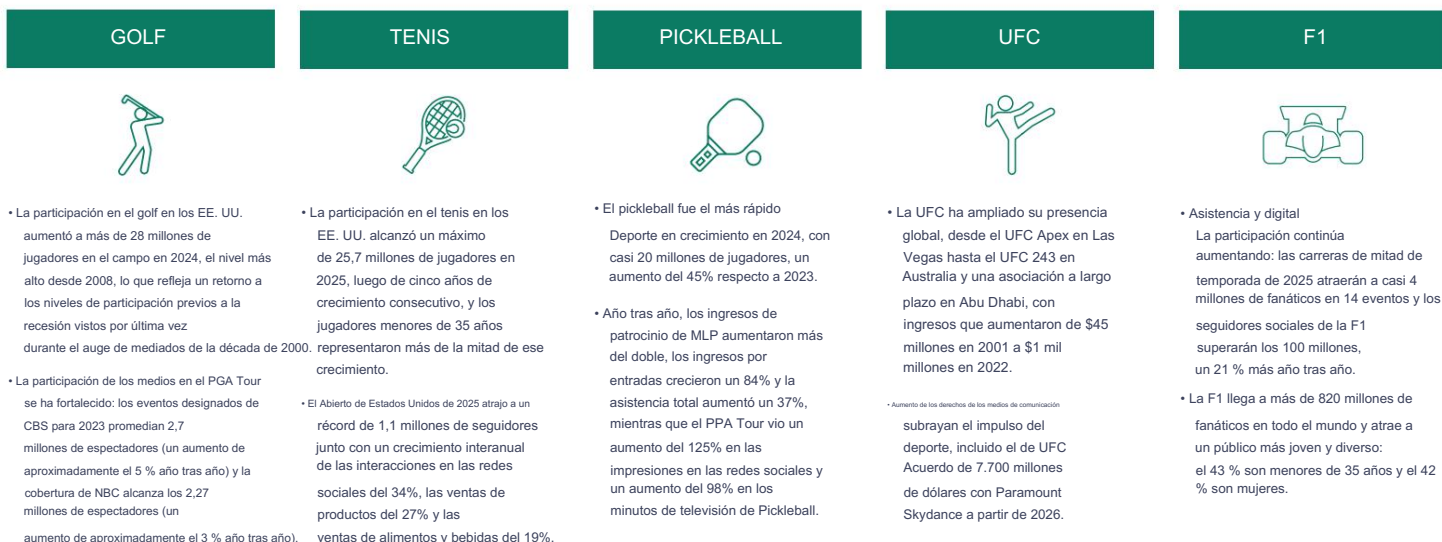
17 Telecoming, Análisis del mercado europeo de tecnología deportiva, 2024.

18 National Golf Foundation, Actualización de participación en el golf, febrero de 2024; TheWrap, NBCUniversal y la Asociación de Golf de EE. UU. extienden su asociación con los medios hasta 2032, agosto de 2025; QNS.

19 USTA recibió multitudes récord en el Abierto de Estados Unidos 2025, septiembre de 2025; 7 Sport, Abierto de Estados Unidos 2025, asistencia y audiencia Registros, septiembre de 2025.

récord de asistencia mundial, participación en redes sociales y audiencia.<sup>20</sup> Finalmente, MLP y la Asociación Profesional de Pickleball (PPA Tour) están convirtiendo lo que alguna vez fue un pasatiempo recreativo en una liga comercial a gran escala: la temporada 2025 de MLP informó que los ingresos de los patrocinadores aumentaron más del doble año tras año, los ingresos por entradas aumentaron un 84% y la asistencia total aumentó un 37% (Gráfico 12).<sup>21</sup>

Gráfico 12: Más allá de las grandes empresas: del nicho al crecimiento global



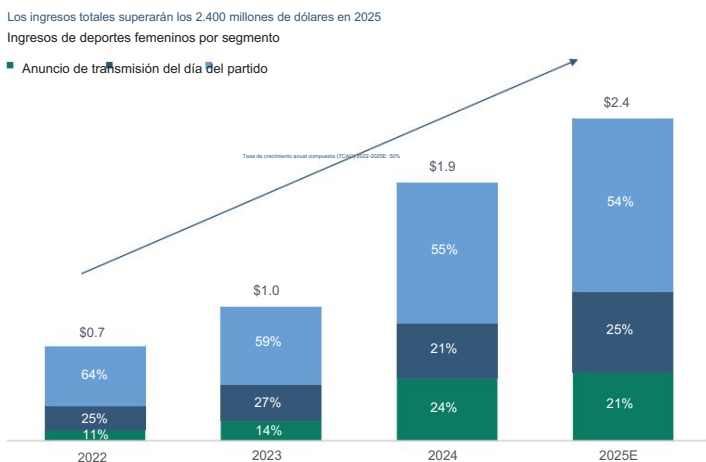
Datos a septiembre de 2025.

Fuentes: Sports Business Journal; Paramount, CBS Sports, USTA, US Open.org, MLP, Pickleball.com, CBS, F1

Los deportes femeninos son otro excelente ejemplo de cómo segmentos que antes eran nicho se están convirtiendo en mercados masivos en crecimiento. El debut de Caitlin Clark con las Indiana Fever atrajo a 2,3 millones de espectadores en las plataformas de ESPN, el partido más visto de la WNBA en 20 años, y su camiseta se agotó a las pocas horas de su lanzamiento.<sup>22</sup> No se trata solo del baloncesto, sino que los deportes femeninos en todas las disciplinas, desde el fútbol hasta el voleibol, están experimentando un crecimiento explosivo: se proyecta que los ingresos superen los 2.400 millones de dólares en 2025, más del triple que en 2022. La audiencia casi se ha triplicado desde 2020, superando ya el 3% de todas las audiencias de deportes en vivo, con un aumento interanual de la inversión publicitaria del 139%, hasta los 244 millones de dólares (Gráfico 13). El crecimiento del patrocinio en las ligas femeninas aumentó un 12% año tras año, casi un 50% más rápido que las ligas masculinas,<sup>23</sup> mientras que nuevas empresas como Unrivaled y League One Volleyball están atrayendo capital institucional y acuerdos de medios históricos.

La globalización está amplificando estas tendencias, sirviendo como uno de los motores seculares de crecimiento más poderosos en todo el ecosistema deportivo. Los clubes de fútbol europeos obtienen aproximadamente la mitad de su base de aficionados de Asia,<sup>24</sup> donde la creciente población de clase media está impulsando una mayor demanda de productos oficiales, acceso a la transmisión digital y turismo de destino. Las ligas estadounidenses también están profundizando en los mercados internacionales: la NFL ahora incluye un calendario completo de partidos internacionales de temporada regular, con enfrentamientos programados en ciudades como Londres y Berlín.<sup>25</sup> Mientras tanto, la NBA está explorando posibilidades a largo plazo para una división europea.<sup>26</sup>

Gráfico 13: Ingresos del deporte femenino por segmento



Datos a otoño de 2025.

Fuente: Houlihan Lokey

<sup>20</sup> Fórmula Rápida, F1 comparte estadísticas de asistencia, diciembre de 2024.

<sup>21</sup> Pickleball.com y MLP informan un crecimiento importante en todas las áreas comerciales, septiembre de 2025.

<sup>22</sup> ESPN, mayo de 2024.

<sup>23</sup> Actualización del mercado deportivo de Houlihan Lokey, otoño de 2025.

<sup>24</sup> BBC, Por qué los equipos de la Premier League regresan en masa a Asia, julio de 2022.

<sup>25</sup> JetNation.com, mayo de 2025.

<sup>26</sup> Europa Hoops, septiembre de 2025.

El Programa de Mercados Globales de la NFL está creando derechos comerciales localizados en más de 20 países,<sup>27</sup> mientras que ligas como la NBA han demostrado el valor a largo plazo de cultivar audiencias globales a través de contenido localizado, canales de jugadores, y asociaciones de transmisión.<sup>28</sup> A medida que estas audiencias internacionales se convierten en fanáticos que pagan, patrocinadores y socios de medios, el mercado total direccionable para la monetización deportiva se amplía significativamente, creando una pista duradera tanto para los ingresos como para el crecimiento de la marca. Al mismo tiempo, estamos presenciando la internacionalización de las propias ligas estadounidenses. Hoy en día, aproximadamente una cuarta parte de los jugadores de la NBA y casi el 30% de los jugadores de la MLB<sup>29</sup> son nacidos en el extranjero, una poderosa señal de que la base de talento se ha vuelto verdaderamente global. La estrella principal de Los Angeles Dodgers, Shohei Ohtani, subraya este cambio: una superestrella japonesa que ahora se sienta en el centro de la identidad comercial y cultural de uno de los equipos más populares de Estados Unidos.

#### 4. CÓMO LA IA REFUERZA LA OPORTUNIDAD DEPORTIVA

Las tendencias tecnológicas y de productividad cobran mayor impulso. Según una encuesta de Thomson Reuters, los profesionales esperan que la IA ahorre hasta 12 horas semanales en cinco años, lo que equivale aproximadamente a 200 horas anuales, lo que se traduce en más tiempo libre para el ocio y el entretenimiento en vivo. A medida que los horarios se vuelven más flexibles, la naturaleza "con cita previa" de los deportes en vivo podría captar aún más la atención del consumidor.

A diferencia de muchas industrias que se enfrentan a la posibilidad de una disrupción relacionada con la IA, el deporte está estructuralmente aislado de este riesgo e incluso podría beneficiarse de la adopción de la tecnología, ofreciendo a los inversores una asignación independiente de la tecnología para sus carteras. En esencia, el deporte es una experiencia social y cultural unida en torno al rendimiento humano de élite, algo que la tecnología no puede replicar ni automatizar. Ningún modelo puede recrear el impacto emocional de ver competir a Jude Bellingham o Patrick Mahomes, ni puede duplicar la energía comunitaria de un estadio ni el profundo apego cultural que los aficionados tienen a sus equipos. La demanda de deportes premium en directo sigue creciendo, impulsada por la escasez de experiencias presenciales, una sólida identidad comunitaria y ecosistemas mediáticos construidos en torno a contenido imprescindible. En un mundo donde muchos sectores se enfrentan a la incertidumbre derivada de los rápidos cambios tecnológicos, el deporte destaca como un componente excepcionalmente duradero y resiliente a la IA en la cartera de un inversor. Incluso en los esports (competiciones profesionales de videojuegos organizadas), los aficionados abarrotan los grandes estadios para ver títulos como League of Legends y Counter-Strike. El Campeonato Mundial de League of Legends ha atraído a multitudes de más de 40.000 personas en estadios como el Estadio Nacional de Pekín<sup>31</sup>, lo que subraya cuán poderosa sigue siendo la demanda de competencia compartida y en vivo incluso cuando el deporte existe completamente en una pantalla.

El deporte permanece estructuralmente aislado de la sustitución  
impulsada por la IA. El producto principal es el rendimiento humano de élite.  
Una experiencia que la tecnología no puede replicar ni automatizar.

Al mismo tiempo, la IA está transformando la industria deportiva, optimizando la producción y las operaciones, y fortaleciendo la economía de la gestión del talento. La generación automatizada de momentos destacados, el seguimiento en tiempo real y el análisis predictivo reducen los costos de transmisión y permiten una visualización más personalizada. En el ámbito empresarial, las ligas y los equipos utilizan la IA para optimizar el precio de las entradas, la segmentación de patrocinios y la interacción con los aficionados, creando organizaciones más eficientes y basadas en datos.

Quizás lo más transformador sea el papel de la IA en la evaluación de jugadores y la estrategia de fichajes. En el fútbol europeo, donde la venta de derechos contractuales es una fuente fundamental de ingresos, los clubes recurren cada vez más a modelos de ojeadores basados en IA para identificar talentos infravalorados y predecir su rendimiento. El AFC Ajax, reconocido desde hace tiempo por su canal de desarrollo de jugadores,<sup>32</sup> ejemplifica cómo el análisis de datos puede convertir la búsqueda de talento y los traspasos en un modelo de negocio sostenible, desarrollando jóvenes talentos prometedores y vendiéndolos a precios premium. A medida que las herramientas de IA maduren, podrían optimizar aún más la valoración de los jugadores, reducir las ineficiencias en los traspasos y fortalecer la economía de la gestión del talento en el deporte mundial.

Finalmente, el ecosistema deportivo está multiplicando las oportunidades. Las reurbanizaciones de estadios, los inmuebles adyacentes y los distritos de entretenimiento integrados han transformado los recintos en destinos multiusos que operan todo el año. A medida que este ciclo se consolida, los deportes están pasando de ser negocios de entretenimiento cíclicos a activos de crecimiento estructural con perfiles de flujo de caja similares a los de las infraestructuras y escalabilidad global.

<sup>27</sup> NFL, mayo de 2025.

<sup>28</sup> S&P Global, espectadores globales de baloncesto de la NBA, marzo de 2024.

<sup>29</sup> Universidad George Mason, Instituto de Investigación sobre Inmigración, MLB; marzo de 2025.

<sup>30</sup> Thomson Reuters, La IA ahorrará a los profesionales 12 horas por semana en 2029, julio de 2024.

<sup>31</sup> Taipei Times, noviembre de 2017.

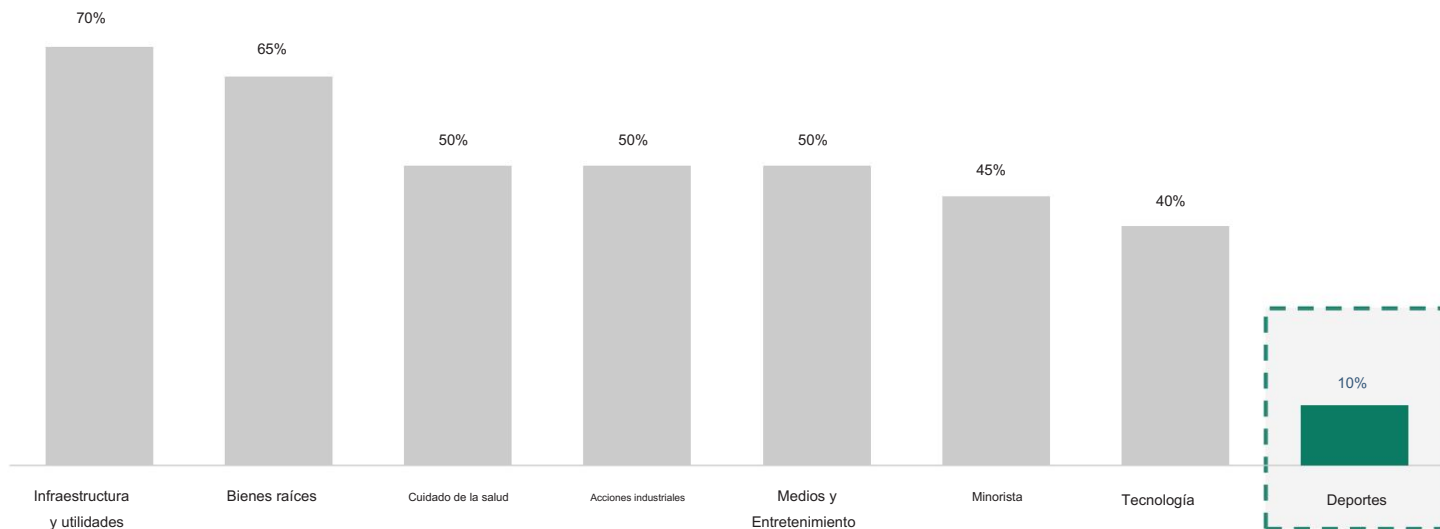
<sup>32</sup> Fuera de la cancha, las ventas de jugadores son el sustento del fútbol holandés a medida que se amplía la brecha financiera, febrero de 2024.

La globalización y la especialización del deporte profesional reflejan cambios estructurales más profundos en la circulación del talento y el capital. A medida que aumentan las recompensas por el rendimiento deportivo junto con el valor del entretenimiento deportivo,<sup>33</sup> la búsqueda de talento de élite —y la financiación que la sustenta— se ha vuelto transfronteriza. Esta evolución ha generado una demanda de socios de capital sofisticados capaces de desenvolverse en un ecosistema cada vez más complejo de ligas, sedes, derechos y patrocinios.

## IV) El caso de la inversión

Bajo su escala global y valoraciones récord, la industria del deporte adolece de ineficiencias en su estructura de capital, infrautilizando el apalancamiento y la financiación institucional acorde con su estabilidad y crecimiento. Los equipos suelen financiarse con una relación préstamo-valor de tan solo aproximadamente el 10%, en comparación con el 40-70% en el sector inmobiliario, la sanidad u otros sectores con un uso intensivo de activos (Gráfico 14).

Gráfico 14: LTV promedio por sector



Datos a enero de 2025.

Fuentes: Apollo Analysts. "Costo de capital y acciones (EE. UU.)", NYU Stern School of Business. LTV deportivo basado en las valoraciones promedio de los equipos y la deuda promedio de la NFL, la NBA, la MLB y la NHL. NFL y NHL, Forbes, 2024-2025

Este desequilibrio se debe a varios factores, como las restricciones de deuda a nivel de liga, las culturas de propiedad conservadoras y un legado de financiación basada en el capital, que ha dado lugar a balances con exceso de capital. Décadas de apreciación del valor han atrapado valor que, de otro modo, podría monetizarse mediante crédito o capital híbrido que aprovecha los flujos de caja estables de la industria.

Esta desconexión entre las elevadas valoraciones y los modelos de financiación subdesarrollados ha generado una ineficiencia propicia para el capital institucional. Pocas franquicias han optimizado sus estructuras de capital para que coincidan con la estabilidad de su flujo de caja subyacente.

La financiación senior y estructurada puede llenar ese vacío, ofreciendo a los inversores un rendimiento atractivo, seguridad y protección frente a caídas.

Algunos ejemplos prácticos incluyen:

- ➔ Préstamos senior garantizados respaldados por el capital de la franquicia o la participación en los ingresos de la liga, lo que permite a los propietarios acceder a liquidez sin diluir el control.
- ➔ Financiaciones de estadios y derechos de medios, donde los flujos de efectivo contratados a largo plazo se comprometen a respaldar la deuda o los derechos preferentes.

Vemos un atractivo especial en el capital híbrido: estructuras que combinan la seguridad del crédito con el potencial de rentabilidad del capital. Generalmente ubicados en la cima de la estructura de capital, estos instrumentos pueden ofrecer cupones atractivos, desde un dígito alto hasta dos dígitos bajos, y protección contra pérdidas, a la vez que capturan la revalorización de la franquicia a largo plazo mediante la participación en beneficios o warrants.

Ofrece a los inversores un riesgo similar al del crédito con un potencial de rentabilidad similar al del capital. Los híbridos deportivos suelen tener un 0% de interés y un 30-60%<sup>34</sup> de rentabilidad del valor empresarial, pero pueden ofrecer rentabilidades comparables a las de instrumentos de mayor riesgo en otros sectores. Las estructuras pueden protegerse mediante cláusulas restrictivas y una documentación rigurosa que limitan la capacidad de endeudamiento incremental y evitan la incurrir en deuda superior a la posición del inversor. También vemos oportunidades en los préstamos preferentes, donde unas garantías sólidas y unos perfiles de riesgo sólidos se ven respaldados por las características distintivas del flujo de caja del ecosistema deportivo.

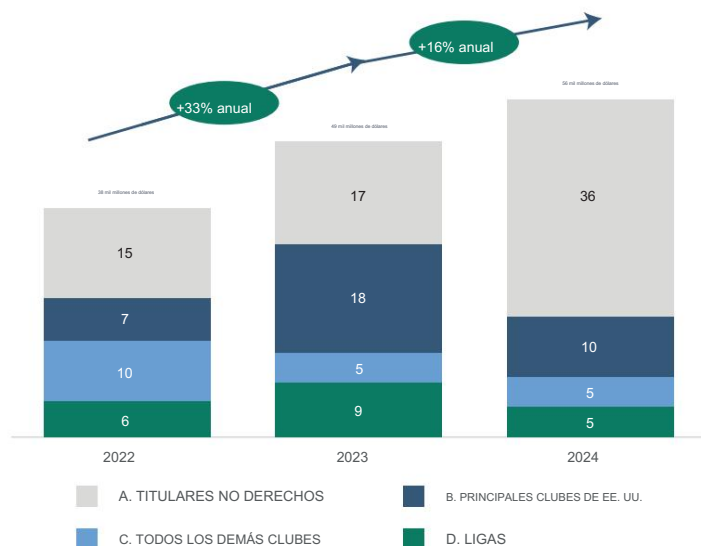
<sup>33</sup>David Epstein, El gen del deporte, 2013.

<sup>34</sup> analistas del Apolo.

Creemos que el mercado de financiación deportiva aún se encuentra en las primeras etapas de su desarrollo institucional, con precios desorbitados en relación con la trayectoria de crecimiento de la industria y sustentado por flujos de caja contractuales. A medida que el mercado madure y los modelos de financiación se normalicen, creemos que las estructuras de capital se profundizarán, las valoraciones se recalibrarán y los inversores posicionados en todo el espectro de opciones, desde deuda senior hasta capital estructurado, obtendrán rentabilidad (Gráfico 15).

Para aprovechar esta oportunidad, creemos que los inversores necesitarán mandatos flexibles que abarquen crédito y renta variable, abarquen los mercados privado y público, e incorporen factores de valor tangibles e intangibles en su estrategia de suscripción. La capacidad de operar en todo este espectro —estructurando soluciones a medida en una clase de activo definida por su escasez, durabilidad y relevancia global— definirá la próxima generación de rentabilidades en las finanzas deportivas.

## Anexo 15: Inversión deportiva global y número de acuerdos V) Conclusión



Datos a agosto de 2025.

Fuente: McKinsey Sports Investment Tracker (sitios web de empresas, CapIQ, Forbes, SportsBusinessJournal, Sportico, GlobalData)

contrapeso a la disrupción impulsada por la IA al ofrecer algo que la tecnología no puede replicar ni automatizar, reforzado por la escasez de experiencias presenciales, una fuerte identidad comunitaria y ecosistemas mediáticos imprescindibles. Estas dinámicas protegen a los deportes de la sustitución, a la vez que se benefician de las mejoras impulsadas por la IA en operaciones, análisis y participación de los aficionados, fortaleciendo aún más la durabilidad del sector y su atractivo como inversión a largo plazo.

El deporte ya no es solo un fenómeno cultural o de entretenimiento; es una clase de activo escalable e invertible. Quienes se acerquen al sector con creatividad, credibilidad y capital flexible no solo obtendrán rentabilidades atractivas, sino que también contribuirán a definir la arquitectura financiera del deporte moderno. En un deporte basado en el rendimiento y el legado, este es el momento para que los inversores traspasen los límites de lo posible fuera del campo, tal como lo han hecho los atletas en él.

La evolución del deporte, de un pasatiempo local a un ecosistema económico global, ha creado una clase de activos de calidad institucional que se beneficia de flujos de caja predecibles y amplias ventajas competitivas basadas en la escasez estructural y profundos vínculos culturales y sociales con su base de clientes. La siguiente etapa de esta evolución estará determinada por la innovación financiera: la implementación de capital basado en soluciones que fortalezca los balances, mejore la experiencia del aficionado y preserve las tradiciones que hacen del deporte una experiencia única y perdurable.

Para los inversores, la oportunidad reside en cerrar la brecha entre el aumento del valor de las franquicias y las estructuras financieras subdesarrolladas. El crédito y el capital híbrido pueden liberar capital estancado, proporcionar liquidez a los propietarios y generar atractivas rentabilidades ajustadas al riesgo, ancladas en flujos de caja a largo plazo y contraídos. Creemos que la combinación de escasez, resiliencia y relevancia global de la industria la posiciona como una historia de crecimiento secular, una que apenas comienza a institucionalizarse.

A medida que la IA transforma la productividad y libera más tiempo libre, los deportes en vivo están posicionados para captar aún más la atención y el bolsillo de los consumidores. Al mismo tiempo, los deportes ofrecen un

## Acerca de los autores



### Al Tylis, director ejecutivo de Apollo Sports Capital

El Sr. Tylis es el Director Ejecutivo de Apollo Sports Capital. El Sr. Tylis es un ex ejecutivo de bienes raíces, habiendo servido recientemente como Director Ejecutivo y Presidente de NorthStar Asset Management Group (NYSE: NSAM), una firma global de bienes raíces y gestión de activos con una inversión de \$38 mil millones. El Sr. Tylis lideró con éxito la venta de NorthStar en 2017 en una fusión de casi \$60 mil millones. El Sr. Tylis ha sido un inversionista activo en el mundo global de los deportes y los esports, incluyendo como propietario y miembro de la junta directiva de DC United en la MLS. Actualmente, el Sr. Tylis es propietario y Copresidente del Club Necaxa en la Liga MX, propietario y Copresidente del Inter de Bogotá en la Categoría Primera A, propietario y socio gerente del Brooklyn Pickleball Team en la Major League Pickleball, propietario y miembro de la junta directiva de la United Pickleball Association, el holding de MLP y la PPA, y propietario de G2 Esports, uno de los equipos de esports más reconocidos del mundo.



### Lee Solomon, socio y cogestor de cartera de Apollo Sports Capital

Lee Solomon es socio de capital privado en Apollo y cogestor de cartera de Apollo Sports Capital.

Antes de incorporarse en 2009, Lee fue ejecutivo en el sector de los medios de comunicación y director de Grosvenor Park, una empresa conjunta con Fortress Investment Group. Lee obtuvo su MBA en la Stern School of Business.

Forma parte de la junta directiva de Yahoo, Legendary Entertainment, Cox Media Group, World Choice Investments, SMG I/II, Coinstar y EcoATM. También forma parte del Consejo Asesor del Business of Sports Institute (BOSI) de la Escuela de Negocios McCombs de la Universidad de Texas en Austin.

Anteriormente formó parte de la junta directiva de Endemol Shine Group, AMC Theaters y The ADT Corporation. Fue incluido en la lista "Power 100" de Billboard y en la lista de los "500 principales líderes del sector del entretenimiento" de Variety.



### Robert Givone, socio y cogestor de cartera de Apollo Sports Capital

Robert Givone es socio, director de estrategias de cartera en Apollo, codirector de crédito y cogestor de cartera en Apollo Sports Capital. Antes de incorporarse en 2015, Robert fue analista sénior de investigación en el grupo de oportunidades de crédito en dificultades de Davidson Kempner. Previamente, Robert fue vicepresidente de Brencourt Advisors y analista de banca de inversión en Lehman Brothers.

Robert, ex jugador de tenis profesional, tiene una licenciatura en economía de la Universidad de Columbia.



### Sam Porter, director de estrategia de Apollo Sports Capital

El Sr. Porter es el Director de Estrategia de Apollo Sports Capital. Sam es copropietario y codirector del Club Necaxa de la Liga MX, del Brooklyn Pickleball Team de la Major League Pickleball y del Inter de Bogotá de la primera división colombiana. Antes de sus cargos actuales, se desempeñó como Director de Estrategia del DC United de la Major League Soccer y también formó parte de la Junta Directiva del Swansea City AFC de la English Football League. Durante su tiempo en el DC United, se construyó e inauguró el Audi Field en el centro de Washington D. C. El Sr. Porter fue incluido en la lista Leaders 40 Under 40 en 2017 por su labor en el área de Legal y Gobernanza.

## Acerca de los autores



### Jack Cleverley, director general de Apollo Sports Capital

El Sr. Cleverley se incorporó a Apollo en 2021 y forma parte del equipo de Especialistas en Productos Institucionales, especializado en las ofertas de crédito privado, préstamos directos y opciones de crédito secundario de Apollo. Jack también lidera la formación de capital para Apollo Sports Capital. Como parte de su función, Jack colabora estrechamente con las partes interesadas internas y los socios externos para impulsar la formación de capital en las estrategias de crédito privado de Apollo y su creciente plataforma de inversión deportiva.

Antes de ese momento, el Sr. Cleverley fue inversor en el equipo de Inversiones en Mercados Privados de UBS en Londres y Nueva York, donde se centró en la suscripción, búsqueda y ejecución de inversiones directas, secundarias y combinadas en varias estrategias de mercados privados.

El Sr. Cleverley posee un título CFA y se graduó como Licenciado en Ciencias por la Universidad de Fairfield y recibió su MBA por la misma universidad.



### Tal Barak Harif, editor jefe de Apollo Thematic Investing

Tal Barak Harif es directora y editora jefe de Apollo Thematic Investing, donde colabora con los equipos de Clientes Institucionales y Productos, Inversión y Marketing/Branding en la creación de contenido y la estrategia. Antes de Apollo, Tal trabajó 17 años en Bloomberg News, donde lanzó y dirigió productos informativos innovadores, gestionó equipos globales en diferentes áreas y produjo artículos exclusivos que marcaron la pauta sobre empresas, sectores, mercados y economías. Al inicio de su carrera, Tal fue reportera financiera y de mercados emergentes, editora y líder de equipo en Bloomberg, Wall Street Journal y Dow Jones. Tal se graduó de la Universidad de Maryland, College Park, con una licenciatura en Periodismo y Psicología.

## Información de divulgación importante

Toda la información contenida en este material es de diciembre de 2025 a menos que se indique lo contrario.

Este material tiene fines meramente informativos y no debe considerarse una investigación. No debe copiarse, distribuirse, publicarse ni reproducirse, total o parcialmente, ni divulgarse a ninguna otra persona sin el consentimiento expreso por escrito de Apollo Global Management, Inc. (junto con sus filiales, «Apollo»).

Las opiniones y puntos de vista expresados en este material son los de Apollo Analysts. Es posible que no reflejen las opiniones y puntos de vista de Apollo y están sujetos a cambios en cualquier momento sin previo aviso. Además, Apollo y sus filiales pueden tener posiciones (largas o cortas) o realizar transacciones de valores que no coincidan con la información y las opiniones expresadas en este material. No se puede garantizar el éxito de una estrategia de inversión. Las asignaciones objetivo contenidas en este material están sujetas a cambios. No se garantiza que se alcancen las asignaciones objetivo, y las asignaciones reales pueden ser significativamente diferentes a las que se muestran aquí. Este material no constituye una oferta de ningún servicio o producto de Apollo. No constituye una invitación de Apollo ni en su nombre a ninguna persona para comprar o vender ningún valor ni para adoptar ninguna estrategia de inversión, y no constituirá la base, ni podrá acompañar ni formar parte de ningún derecho o contrato para comprar o vender ningún valor ni para adoptar ninguna estrategia de inversión. Nada de lo contenido en este material debe interpretarse como asesoramiento de inversión ni como una recomendación para realizar ninguna transacción.

Los hipervínculos a sitios web de terceros en este material se proporcionan únicamente para comodidad del lector. No se puede garantizar que las tendencias descritas en este material se mantengan o no se reviertan. Los eventos y tendencias pasados no implican, predicen ni garantizan, ni son necesariamente indicativos de eventos o resultados futuros. Salvo que se indique lo contrario, la información incluida en este material se presenta a las fechas indicadas. Este material no está completo y puede cambiar en cualquier momento sin previo aviso. Apollo no tiene la responsabilidad de actualizar el material para reflejar dichos cambios. Apollo no ha realizado ninguna declaración ni garantía, expresa o implícita, con respecto a la imparcialidad, corrección, exactitud, razonabilidad o integridad de la información contenida en este material (incluida, entre otras, la información obtenida de terceros no relacionados con Apollo), y rechaza expresamente cualquier responsabilidad al respecto. La información contenida en este material no pretende proporcionar, y no debe utilizarse como base para, asesoramiento contable, legal o fiscal ni recomendaciones de inversión.

Los inversores deben investigar de forma independiente la información contenida en este material, lo que incluye consultar con sus asesores fiscales, legales, contables o de otro tipo. Apollo no actúa en su nombre ni se responsabiliza de brindarle la protección que se ofrece a sus clientes.

Cierta información contenida en este material puede ser de naturaleza prospectiva. Debido a diversos riesgos e incertidumbres, los eventos o resultados reales pueden diferir sustancialmente de los reflejados o contemplados en dicha información prospectiva. Por lo tanto, no se debe confiar indebidamente en dicha información. Las declaraciones prospectivas pueden identificarse por el uso de términos como, por ejemplo, «puede», «podrá», «debería», «esperar», «anticipar», «objetivo», «proyecto», «estimar», «pretender», «continuar» o «creer», así como sus términos negativos, variaciones o terminología comparable.

El índice Standard & Poor's 500 (S&P 500) es un índice ponderado por capitalización bursátil de las 500 mayores empresas estadounidenses que cotizan en bolsa y uno de los puntos de referencia más comunes para los mercados bursátiles estadounidenses en general. Los datos de rendimiento y rendimiento del índice se muestran solo con fines ilustrativos y tienen limitaciones cuando se utilizan para comparaciones o para otros fines debido, entre otras cosas, a la volatilidad, el crédito u otros factores (como el número de inversiones, el reciclaje o la reinversión de distribuciones y los tipos de activos). Es posible que no sea posible invertir directamente en uno o más de estos índices, y las tenencias de cualquier estrategia pueden diferir notablemente de las tenencias de cualquier índice de dicho tipo en términos de niveles de diversificación, tipos de valores o activos representados y otros factores significativos. Los índices no están gestionados, no cobran comisiones ni gastos, suponen la reinversión de los ingresos y no emplean técnicas de inversión especiales como el apalancamiento o las ventas en corto. Ningún índice de este tipo es indicativo de los resultados futuros de ninguna estrategia o fondo.

Invertir conlleva riesgos, incluida la pérdida de capital. Las inversiones alternativas suelen ser especulativas, suelen tener comisiones más altas que las inversiones tradicionales, suelen conllevar un alto grado de riesgo y son apropiadas únicamente para inversores a largo plazo que cumplan los requisitos y estén dispuestos a renunciar a la liquidez y arriesgar su capital indefinidamente. Pueden ser altamente ilíquidas y pueden incurrir en apalancamiento y otras prácticas especulativas que pueden aumentar la volatilidad y el riesgo de pérdida.

Las referencias a la protección contra caídas no son garantías contra la pérdida de capital o valor de la inversión.

Este material contiene nombres comerciales, marcas comerciales y marcas de servicio de empresas que (i) ni Apollo ni sus fondos poseen, o (ii) son inversiones de Apollo o de uno o más de sus fondos. No pretendemos que el uso o la exhibición de los nombres comerciales, marcas comerciales o marcas de servicio de estas empresas implique una relación con nosotros, ni que nos respalden o patrocinen. Los nombres y logotipos de las empresas son marcas comerciales de sus respectivos propietarios.

El rendimiento pasado no es necesariamente indicativo de resultados futuros.

Información adicional puede estar disponible a solicitud.

La información contenida en este material se proporciona únicamente con fines informativos y no debe interpretarse como información financiera o de inversión.

Este material no constituye asesoramiento, ni debe tomarse como base la información contenida en él para tomar una decisión de inversión. Cierta información refleja las opiniones de

Apollo Analysts. Sujeto a cambios sin previo aviso. Consulte la parte final de este documento para obtener información importante.

© 2025 APOLLO GLOBAL MANAGEMENT, INC. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.