

INFORME DE FERIA

4ª EDICIÓN

BIME BOGOTÁ 2025

BIME 6 A 9 DE MAYO DE 2025
BOGOTÁ. COLOMBIA



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	2
2. PERFIL DE LA FERIA	3
2.1. FICHA TÉCNICA	3
2.2. OBJETIVOS	3
3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA FERIA	4
3.1. CONVOCATORIAS Y OPCIONES DE PARTICIPACIÓN	5
3.2. PROGRAMA GENERAL	6
3.3. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN	14
3.4. PRESENCIA ESPAÑOLA	15
3.5. PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN E IMPACTO MEDIÁTICO	16
4. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS	18
5. EVALUACIÓN Y TESTIMONIOS	19
5.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LA DELEGACIÓN ESPAÑOLA	19
5.2. PERCEPCIÓN DIRECTA DEL EVENTO	22
6. VALORACIÓN Y CONCLUSIONES	23
6.1. ASPECTOS POSITIVOS	23
6.2. ASPECTOS NEGATIVOS	23
6.3. CONCLUSIONES	24

1. INTRODUCCIÓN

Este informe analiza el impacto de la **cuarta edición de BIME Bogotá**, celebrada en 2025, con especial atención a su relevancia estratégica, el nivel de participación nacional e internacional y las oportunidades que genera para empresas, profesionales, artistas e instituciones españolas. La información recogida proviene de encuestas a asistentes, entrevistas con el equipo organizador, observación directa y estadísticas oficiales.

El objetivo de este estudio es valorar el interés y la utilidad de BIME Bogotá como plataforma de proyección para la industria musical española, así como identificar su potencial para facilitar la entrada y consolidación de agentes del sector en el mercado latinoamericano, y en particular en Colombia.

Colombia se ha posicionado como el **principal productor y exportador de música en América Latina**, con una industria en plena expansión. En 2023, el sector musical colombiano alcanzó ingresos por **274 millones de dólares**, lo que supuso un crecimiento del 13,7 % respecto al año anterior. La música grabada generó 65,4 millones de dólares, con el streaming representando cerca del 80 % del total. En paralelo, la industria de espectáculos en vivo aportó **36,4 billones de pesos colombianos** a la economía en 2024, y se prevé que contribuya con un crecimiento del 6,8 % al PIB nacional en 2025.

La afinidad lingüística y cultural entre España y Colombia favorece el intercambio artístico y la expansión de audiencias. Las colaboraciones entre artistas de ambos países no solo se han intensificado en los últimos años, sino que han demostrado ser altamente efectivas para incrementar la visibilidad y el posicionamiento en la región.

En este contexto, **BIME Bogotá se consolida como un espacio estratégico** para el desarrollo de redes profesionales, la internacionalización de proyectos y el posicionamiento de la oferta musical española en uno de los mercados más dinámicos del continente.

BIME

ALL ABOUT MUSIC AND MORE

2. PERFIL DE LA FERIA

2.1. FICHA TÉCNICA

- **Nombre y fechas:** BIME Bogotá – 4ª Edición. Dividido en BIME Pro y BIME Live. 6 al 9 de mayo de 2025.
- **Sedes:** BIME Pro se desarrolla en la Universidad EAN y el Centro Felicidad de Chapinero (CEFE). BIME Live se celebró en distintos escenarios del Distrito Creativo de la Calle 85: Matildelina, 4.40 Music Hall, Egua, Cumbia House Gaira y La Casa de Donovan.
- Además, se celebró un networking en La Plazoleta y el cóctel BIME Startup en Sociatel Parque de la 93.
- **Más información:**
bime.org | Instagram | LinkedIn | TikTok
- **Directora:** Isabel Villanueva Benito.
- **Organizadores:** Fundación Industrias Creativas, Last Tour y Diez.
- **Partners principales:** Ministerio de Cultura de España, Universidad EAN, Alcaldía Mayor de Bogotá y Cámara de Comercio de Bogotá.
- **Partners:** Taylor Guitars, Thunder Production, Movistar Arena, BreakfastLive, Levi's y Puntilla.
- **Colaboradores:** ICEX / Sounds From Spain, Acción Cultural Española, AECID, El Pauer, Colsubsidio, AIE, Canadian Creative Accelerator, Ministerio de Educación y Cultura de Uruguay, Basque Music, Embajada de España en Colombia, Amnistía Internacional, Chile Música, Fundación Nacional Batuta, INAMU, Digital Latino, Ada Latin, One rpm, Women in Music, Duro Música, Believe, OneBox, Symphonic, We Make Noise, Faro Latino, Fuga, Sony Music Publishing,

MatErh, BMG, Equal, Femmnoise, +Músicas, The Sounds, Lady Red, M3nte, Peermusic, UNIR, Sura Disco, Gibson, Sociatel, Warner Music Colombia, Adarga Entertainment, Vydia, Etxepare Euskal Institutua, Institut Ramón Llul, Unitec, MIM, FuturX, Women in Music Colombia, Ruidosa, Somos Fuego.

2.2. OBJETIVOS

BIME Bogotá nació como un espacio para **repensar el presente y el futuro de la música**, con el firme compromiso de seguir tendiendo **puentes entre América Latina y Europa**.

Con los **territorios y hemisferios como hilo conductor**, esta edición dará continuidad a los grandes **debates del sector**, aportando una mirada renovada desde el otro lado del Atlántico. En un contexto marcado por la **incertidumbre global**, que pone a prueba a las industrias culturales y creativas, BIME reafirma su papel como **espacio de conversación** para trazar el **rumbo de la industria** y explorar nuevas formas de **conexión, creación y crecimiento**.

BIME es **música en vivo, industria, tendencias e innovación**. Una experiencia diseñada para **crear sinergias entre continentes**, hacer negocios, descubrir talentos emergentes, compartir conocimientos y acceder a las **últimas novedades de la industria musical**.

4ª EDICIÓN
BIME

INFORME
BIME BOGOTÁ
6 A 9 DE MAYO DE 2025
BOGOTÁ, COLOMBIA

3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA FERIA

BIME Bogotá es un evento que actúa como **punto de encuentro entre América Latina y Europa**, en conexión con **BIME Bilbao**, cuya 16ª edición, celebrada en octubre, está consolidada como uno de los **cinco encuentros profesionales más importantes de la industria musical a nivel mundial**.

La cuarta edición de BIME Bogotá tuvo lugar en la capital colombiana con una programación articulada en dos grandes bloques:

BIME Pro, el espacio profesional, que incluyó charlas, conferencias, mesas de trabajo, masterclasses, talleres, speedmeetings y sesiones de networking.

BIME Live, con una extensa programación de **showcases abiertos al público**, donde se presentaron artistas emergentes y consolidados.

El encuentro está dirigido a una amplia variedad de perfiles dentro del sector: **artistas, managers, discográficas, festivales, programadores, agencias de booking, promotores, editoriales, medios de comunicación, instituciones culturales, empresas de servicios, profesionales del ámbito educativo, estudiantes universitarios y compañías tecnológicas**.

La sede principal de la programación profesional fue la **Universidad EAN**, donde se dieron cita profesionales acreditados de todo el mundo. Entre las voces destacadas de esta edición se encontraron figuras como la de la gran revolución dominicana **Tokischa** (DO), el productor **Joe Marlett** (US), conocido por su trabajo con bandas como Blink 182; **Raymond Acosta** (PR), pieza clave en el desarrollo de artistas como Karol G y Sebastián Yatra; **Azu Olvera** (MX), reconocida Billboard Latin Power Player; la estrella **Luísa Sonza** (BR), que revisó las claves de exportación del mercado brasileño; y **Mauricio Ojeda** (CO), que ha contribuido de forma

decisiva en el desarrollo de talentos a través de Youtube; **Andreas Katsambas** (US), presidente de Chartmetric; **Elisa Luengo** (NL/ES), programadora musical en Dekmantel; **Hugo Díaz Barreiro** (MX), CEO de TSM y fundador de ECO Live, la artista **Lady Arias** (CO); que también formará parte de BIME Live; **Leila Cobo** (US/CO), directora ejecutiva de Billboard; **Paco López** (ES), presidente de la junta directiva de A.R.T.E y CEO de ATTRACTION; **RaiNao** (PR), artista y fundadora de 1074 LLC; **Ricardo Rodríguez Castillo** (MX), booker y programador de Axe Ceremonia; **Robert Meijerink** (NL), director artístico y booker de ESNS - Eurosonic Noorderslag; **Soco Collado**, (ES) presidenta de ES_MÚSICA y **Víctor Cendra** (ES), supervisor musical en Atresmedia; entre otros.

Otros ponentes destacados fueron **AJRamos** (Google & Youtube), **Alicia Zertuche** (Wonderlandia), **Ashley González** (WME), **Carolina Daza** (Cardenas Marketing Network), **Devin Landau** (TBA Agency), **Dino Lupelli** (Federation of Music Conferences / Linecheck), **Elda Gómez** (Live DMA), **Elena Beltrami** (Como No / La Linea Festival), **Gabo Llano** (TikTok / SoundOn), **Gustavo López** (Street Mob Records/Globalatino Music Partners), **Jaime Andrés Monsalve B.** (Radio Nacional de Colombia / RTVC), **Jess Partridge** (EMMA), Joe Marlett (Alchemix), **Jose Manuel Sebastián** (Radio 3), **Lalo Rojas** (Caballeros), **Mar Rojo** (Las Olas / Asociación MIM), **Manuel Costa** (Berklee), **Mauricio Ojeda** (YouTube Music), **Noemí Planas** (WIN), **Raquel García** (Fundación Music for All), **Raymond Acosta** (Habibi Management), **Santiago Cruz** (M3 Music) y la gran artista mexicana **Silvana Estrada**.

También hubo espacio para la formación, a través del programa **BIME Campus** y para la innovación y el emprendimiento en la **Startup Village**, que reunió a algunas de las startups más disruptivas del sector musical en la Plazoleta de la Universidad EAN. Esta iniciativa ofreció una completa agenda dirigida a profesionales del ámbito de

4ª EDICIÓN
BIME
INFORME
BIME BOGOTÁ
6 A 9 DE MAYO DE 2025
BOGOTÁ, COLOMBIA



la inversión, representantes del sector empresarial y del emprendimiento de todo el mundo con demostraciones de soluciones, un Innovation Lab, rueda de inversores, conversaciones en torno a las finanzas y la inversión de impacto y la Startup Competition.

Con el objetivo de **integrar el evento en la ciudad**, BIME sumó como nueva sede el **Centro Felicidad de Chapinero (CEFE)**, ampliando allí su programación profesional y artística, con acceso abierto a la ciudadanía y fomentando la conexión entre música y comunidad.

Por su parte, **BIME Live** activó cinco salas del **Distrito Creativo de la Calle 85**, con más de **60 actuaciones musicales**, de **acceso libre**, pero con aforo limitado y prioridad para profesionales acreditados.

La edición contó con el respaldo de numerosas instituciones y organizaciones, entre ellas: **Sounds From Spain, Basque Music, AECID, IDARTES, Embajada de Canadá en Colombia, Chile Música, Instituto de la Música de Uruguay (INMUS), Duro Música, ONErpm, Peermusic, Levi's, Puntilla, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte**, y la **Cámara de Comercio de Bogotá**, quienes facilitaron la presencia de artistas y empresas de sus respectivos territorios.

3.1. CONVOCATORIAS Y OPCIONES DE PARTICIPACIÓN

BIME abrió diferentes convocatorias para la participación del talento artístico y profesional:

- **Basque Music en BIME Bogotá 2025:** Del 17 de diciembre de 2024 al 21 de enero de 2025, se abrió una convocatoria para artistas y grupos vascos/as para tener un espacio de showcase.
- **Convocatoria para empresas y bandas interesadas en participar en la actividad Sounds from Spain en**

BIME Bogotá 2025: Hasta el 27 de enero, ICEX España Exportación e Inversiones, en el marco de Sounds From Spain, y con la colaboración de INAEM – Ministerio de Cultura abrió una convocatoria para la participación de empresas y artistas españoles con un stand, 4 showcases de 30 minutos y una sesión de speedmeetings.

- **Convocatoria dirigida a artistas de Colombia para participar en BIME Bogotá 2025:** Del 15 de enero al 3 de febrero se abrió una convocatoria para 3 showcases.
- **Convocatoria dirigida a solistas y agrupaciones de Colombia para actuar en BIME Bogotá 2025:** Levi's promueve una convocatoria abierta para participar en 1 showcase.
- **Convocatoria dirigida a artistas de Argentina para actuar en BIME Bogotá 2025:** Del 15 al 18 de marzo, el Instituto Nacional de la Música (INAMU) anunció una convocatoria para seleccionar 2 propuestas musicales para participar en el programa de showcases.
- **La Cámara de Comercio de Bogotá busca startups:** Convocatoria para el programa anual de fortalecimiento y aceleración dirigido a 20 startups de Bogotá vinculadas a la música y las industrias creativas.
- **BIME Live X AECID:** Del 4 al 25 de febrero se abrió una convocatoria para 5 showcases de artistas de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.
- **Beca Campus +:** Dirigida a jóvenes europeos de entre 18 y 28 años para participar en el ciclo de formación teórica y práctica impartida por profesionales de las industrias culturales y creativas.
- **Reto Campus 2025 x BATUTA:** Dirigida a docentes y estudiantes Batuta, mayores de 18 años y menores de 28



años, que residan en Colombia y fuera de Bogotá, para acceder a 2 becas para participar en el ciclo de formación teórica y práctica impartida por profesionales de las industrias culturales y creativas.

- **La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte lanza nueva convocatoria para ser parte de BIME Bogotá 2025:** Invitación a los(as) agentes del sector que residan y/o desarrollen su actividad musical en la ciudad de Bogotá a postularse para ser uno(as) de los 55 beneficiarios(as) que podrán participar en la edición 2025.

ACREDITACIÓN PROFESIONAL

- **Ticket BIME Pro:** Acceso a charlas, talleres, speedmeetings, cocktails, showcases, stands y guía BIME. Precio hasta 27 abril: 380.000 COP + gastos. Precio final: 480.000 COP+ gastos.
- **Ticket Campus:** Acceso a charlas, talleres, showcases, stands y guía BIME. Precio hasta 27 abril: 180.000 COP + gastos. Precio final: 250.000 COP+ gastos.
- **Ticket Online:** Acceso online a algunas charlas, acceso a plataforma de networking, zona stands online y guía BIME. Precio hasta 27 abril: 100.000 COP + gastos. Precio final: 150.000 COP+ gastos.

3.2. PROGRAMA GENERAL

ACTO INAUGURAL

El **acto inaugural** contó con la presencia de destacadas personalidades institucionales y del sector cultural: **Santiago Trujillo** (Secretario de Cultura de Bogotá), **Santiago Jiménez** (Embajador de España en Colombia), **María Claudia Parías** (directora General de IDARTES), **Carmen Páez** (Subsecretaria de Cultura del Ministerio de Cultura de España), **Felipe**

Jaramillo (director de BIME Bogotá) e **Isabel Villanueva** (directora de BIME).

Durante la jornada se celebró también el **lanzamiento oficial de “De pasión a profesión: Manual de la Industria Musical”**, una **publicación académica de 800 páginas en dos tomos**, concebida como guía didáctica integral en español para quienes desean **adentrarse profesionalmente en el negocio de la música**.

El acto de presentación contó con la participación de **Jon Icazuriaga**, comisario editor del manual y director del Máster en Industria Musical de la UNIR; **Libe Mancisidor**, directora de la Fundación Industrias Creativas; **Maisa de los Ríos**, periodista y experta en marketing musical; **Simona Sánchez**, antropóloga y periodista; **Gary Ariel Solorza**, becado chileno en el Campus BIME 2025, y **Alfonso Santiago**, CEO de Last Tour.

BIME PRO

Durante los días 6, 7 y 8 de mayo se llevaron a cabo las siguientes actividades, distribuidas en los espacios Campus, Pro I, Pro II, Talleres I, Talleres II, Cefe Chapinero, Carpa Startup, Terraza EAN, La Plazoleta, Sociatel Parque de la 93 y Cumbia House.

BIME PRO MAIN

- **Una conversación junto a Silvana Estrada**, con Anamaria Sayre (Host NPR) y Silvana Estrada. Entrevista a la artista Mexicana sobre su trayectoria artística.
- **Así se cuenta el cuento**, con Sara Sofía Rojas (La Nena Magdalena), AJ Ramos (Google & YouTube) y Andrés Salazar (TLR/MELO). El reto ahora es crear un puente entre la información de valor y el pulso



de la instantaneidad de las redes. Junto a periodistas, podcasters y creadores de contenido, reconstruimos las claves de esa nueva línea.

- **Un universo sonoro para Macondo**, con Juancho Valencia (Merlín Producciones), Juanita de las Áñez (cantautora), Camilo Sanabria (Fundación Camilo Sanabria) y Diana Rico (4Direcciones Creativas). Más allá del reto obvio de la adaptación, junto a los creadores de la banda sonora de la serie hablamos de la investigación musical y la armonía que debe existir entre guión, actuación y musicalización.
- **Una conversación con Rebeca León**, con AJ Ramos (Google & YouTube) y Rebeca León (Lionfish Entertainment). Como ganadora del Latin Power Players' Choice Award reconoce el momento crucial que atraviesa la industria y la necesidad de garantizar los derechos que han conquistado las mujeres. En esta conversación ahondamos en el presente y su visión sobre el futuro para los artistas y sus equipos.
- **¿Cómo pensar el booking en tiempos de carreras musicales digitales? La música latina y la autenticidad**, con Devin Landau (TBA Agency), Carolina Daza (Cardenas Marketing Network), Ashley González (Agent WME) y Cynthia Flores (Ascendente Agencia). ¿Cuáles son las visiones particulares que tienen los bookers para consolidar las carreras de los artistas y extenderlas en el tiempo?
- **PPP: puentes para producir**, con Yo Gangsta (productor), SOG (productor) y Roberto Cardona (Los40 Colombia). Lxs productores son determinantes para la construcción del sonido de los artistas. ¿Cómo combinar esas visiones del sonido? Más allá de la música, ¿qué otros puentes se tejen desde estas colaboraciones?
- **En la vida Real (IRL) – El punto de vista de la música en los videojuegos**, con Brett Marks (es y Amy Roland (Sony Music Publishing). Tanto para los novatos como para los profesionales, este panel abarca diversas formas en que la

música se integra y se licencia para el mundo de los videojuegos.

- **En qué va el relevo de generaciones en las músicas tradicionales en Latinoamérica?**, con Vicente Navarro (artista), José Manuel Sebastián (Radio3), Laura Guevara (Amnistía Internacional), Vivir Quintana (artista) y Nidia Góngora (artista). Artistas interesados por las músicas tradicionales y las lenguas propias, se han encargado de traducir y crear puentes para ampliar los códigos de la tradición y así, abrirle un lugar en la marea del presente.
- **Fuera de la burbuja digital: nuevas acciones en terreno**, con Álvaro de Luna (Babaria-Abinbev), Lucas Chávez-Alcorta (GRCS) y Rodolfo Velásquez García (COPU). Cómo las marcas están utilizando la música como estrategia de contenido, no solo para amplificar sus mensajes, sino para co-crear con artistas historias que conecten de forma auténtica con sus audiencias.
- **La nueva era del ticketing SaaS para promotores**, de Jordi Cent (OneBox TDS), Mario Bustamante (TSM Eco) y Claudia Pereira (Somos Fuego Music). Cómo la tecnología SaaS permite a los promotores gestionar sus eventos con total independencia, integrando canales de venta, agencias y servicios externos mediante API avanzadas.
- **¿Cómo contribuyen las salas de música y los circuitos locales al desarrollo de artistas emergentes?**, con Elda Gómez (LiveDMA), Federico Fresco (Asunción Producciones), Paola Valdivieso Ruiz (Loa Productora), Andrés Fernández (Bar Oriente) y Lucas Toriño (Planea Música). ¿Cómo garantizar su permanencia y accesibilidad para las nuevas generaciones? Este panel reúne a voces del sector para debatir estrategias que fortalezcan estos escenarios fundamentales para el desarrollo artístico.



- **Del barrio al mundo: el auge del Dembow y el Funk carioca en la escena musical**, con Arthur Fitzgibbon (ONErpm Brasil), Pablo Fortaleza (ONErpm), Margareth Avila (Blacksun) y Pablo Wilson (Billboard Colombia). El Dembow de la República Dominicana y el funk de Brasil han trascendido sus fronteras para convertirse en fuerzas globales dentro de la música urbana.
- **Podcast: “M3NTE: Una conversación junto a Carolina Cuervo”**, con Luisa Piñeros y Carolina Cuervo (M3nte Colectivo).
- **Podcast Movistar: Monsieur Periné**, con la participación de Paz Aparicio (Movistar Arena Madrid).
- **Podcast Movistar: TIMO**, con la participación de Paz Aparicio (Movistar Arena Madrid).
- **Podcast Movistar: Derby Motoretta´s Burrito Kachimba**, con la participación de Paz Aparicio (Movistar Arena Madrid).
- **Podcast Movistar: Nico Hernández**, con la participación de Paz Aparicio (Movistar Arena Madrid).
- **Festivales sostenibles: mide, compensa y crea comunidad**, con Lina María Gaviria (IDARTES), Héctor Toledo (Aché / Bahidórá / Remind), Mariana (Sistema B Colombia) y Jeffrey Leon-Pulido (Universidad EAN). Cómo los festivales pueden medir su huella de carbono, implementar estrategias de compensación y comprometer a sus audiencias para construir una comunidad comprometida con la sostenibilidad.
- **Saber sentir para cantar: una minería poética de las canciones**, con Draco Rosa (artista), Jorge Villamizar (artista), Laura Pérez (artista) y Sylvana Gómez Correa (Relatores Laboratorio de Comunicación Digital). ¿Qué hace que una canción sea buena? Las obsesiones, el lenguaje y la mirada particular en un tiempo determinado, convierte una experiencia personal en un sentimiento Universal.

- **Cultura joven y nuevas audiencias: la reinterpretación de los line ups**, con Sergio Pabón Castañeda (Páramo Presenta), Elisa Luengo (Dekmantel), Polo Montalvo (La Buena Fortuna), Héctor Toledo (Aché / Bahidórá / Remind) y Albina Cabrera (El Sonido, KEXP). ¿Cómo planteamos un acercamiento a la contemporaneidad de una forma orgánica y salvaguardando la visión editorial propia? ¿Cómo hacemos que el festival crezca y se transforme al ritmo de la sociedad?
- **Local x Global: La diversidad musical 3.0 es latina**, con Jesús Lara (Fundamental, LLC), Raymond Acosta (Habibi Management), Azu Olvera (WK Records), Lalo Rojas (Caballeros) y Alexis Hodoyán-Gastélum (Remezcla). ¿Cómo se abren paso varias figuras locales en el mercado musical global?
- **Salsa sin fronteras: construyendo el futuro de un género atemporal**, con Norbert (artista), Jimmy Rodríguez (artista), Carlos Nevárez (artista), Carmen Mandinga (Peirodista RTVC) y Claudio Pairoto (Puntilla). Tres artistas salseros de distintas generaciones y geografías, para entender las adaptaciones de la salsa, su modernización más allá del escenario y aprovechando la gestión de derechos, las plataformas digitales y las redes sociales para expandir el alcance global del género.
- **Más allá de la tristeza y las musas. La depresión en los artistas**, con Santiago Cruz (M3 Music), Dr.K. Toi Washington-Simon (Therapist Collective) y Luisa Piñeros (M3nte Colectivo). Conversación alrededor de la salud mental y las enfermedades desde la visión de los artistas.
- **Un margen real para entender la DATA**, con Oscar Areliz (Pollstar), Andreas Katsambas (Chartmetric) y Alejandro Marín (Beast SAS). Este panel explora no solo cómo los datos están moldeando decisiones creativas y de negocio, sino también los vacíos, las preguntas sin respuesta y la necesidad de una interpretación más humana y contextual.
- **Innovación en el modelo de financiación de la cultura: la economía de impacto**, con Paula Ráez Fernández



(Gabeiras), María del Pilar Ordóñez Méndez (Crea Talento-Cocrea), Ovidio Claros (Cámara de Comercio de Bogotá) y Andrés Esparza Nossa (Latimpacto). Debate sobre las oportunidades, desafíos y dificultades de adaptar al sector cultural a la economía de impacto y viceversa.

- **Sudakas en vivo Presenta: RaiNao, el futuro de PR,** con Rainao y Sebastián Narváez Núñez (Sudakas Media). Episodio especial del formato de entrevistas Sudakas en Vivo para reflexionar sobre la identidad de Puerto Rico desde la perspectiva de la nueva generación del género urbano con la artista RaiNao.
- **Diálogos AIE: El camino del artista (tras el éxito inicial),** con la José Luis Sevillano (AIE) y Etel Ayvar (Las Musas Entertainment / Campus Las Musas). Charla sobre el camino que tiene por delante el artista tras alcanzar el éxito inicial y cuáles son las mejores prácticas para consolidar su carrera en un entorno altamente cambiante.
- **Música infantil: desafíos y estrategias para escalar un género en la era digital,** con Ana Córdoba (Believe), Rodrigo Gonsalves (Believe) y David Pavía (Believe). Cómo explorar desafíos y aprendizajes clave en propiedad intelectual, distribución, monetización y construcción de marca en un sector en plena expansión.
- **Retos y oportunidades de las tecnologías emergentes en la creación: hacia nuevos marcos de acción cultural,** con Carmen Páez Soria (Subsecretaría de Cultura del Ministerio de Cultura de España), Fabro Steibel (ITS Rio), Covi Quintana (La Oficina MGMT) y Guillermo Pintos (Infobae). Cómo las tecnologías emergentes, incluida la IA generativa, están redefiniendo el papel de los creadores, las industrias culturales y la ciudadanía
- **Adaptarse al futuro: Claves para el marketing musical en la digitalidad,** con Félix García (MonitorLatino), Gonzalo Mahou (Songtools), Laura Mendoza (Sony Music Publishing) y Arelys Henao (Hdos Music).

- **Otras orillas de la identidad: creatividad, música y marca,** con Carlos Yepes (Movistar Arena Madrid), Lina Portillo (Wellness & Selfcare Reckitt), Maca Bernal (Páramo Presenta) y Gustavo Jaramillo (Prisa Media). Cómo la identidad de una marca puede tomar forma sobre el escenario, y cómo la música se convierte en un catalizador para contar historias relevantes, memorables y auténticas.
- **Una conversación con Draco,** con Draco Rosa (artista) y AJ Ramos (Google & YouTube).
- **Acceso, territorio y futuro: el lugar actual de la música clásica,** con Catherine Suarace Arenas (Batuta), Sebastián Cáceres (Operabase), Adam Zajac (Fosbo) y Simone Pilon (Berklee). ¿Cómo pueden las instituciones, plataformas y centros de formación reconfigurar el papel de la música clásica para facilitar el acceso de nuevas audiencias?
- **Tokischa: una introducción a la nueva era de la revolución femenina,** con Tokischa (artista) y Leila Cobo (Billboard). De República Dominicana al estrellato global. Colaboraciones con Rosalía, Madonna, front row en Fashion Week, giras worldwide... Todo esto en apenas seis años de carrera. Ahora, presenta su primer álbum de estudio, SOL, bajo su propio sello homónimo.
- **Booking sin fronteras: el viaje global de lo latino,** con Hugo Díaz Barreiro (Eco Live / TSM), Andrea Valencia (Breakfast TBL SAS), Mauricio Ojeda (YouTube Music), Elena Beltrami (Como No / La Linea Festival) y Jesús Lara (Fundamental LLC). El presente y el futuro de la contratación latina: una industria en transformación que necesita más representación, colaboración y redes activas para sostener su crecimiento global.
- **Entendiendo las Conferencias Musicales y los Festivales de Showcases,** con Arturo Salas Güell (Viva Primavera / Mercado Musical CAMM), Jess Partridge (European Music Managers Alliance), Dino Lupelli (Federation Of



Music Conferences / Linecheck) y Ana María Boada Ayala (Subsecretaría de gobernanza, Secretaría de cultura, recreación y deporte de Colombia). Este panel presenta la primera encuesta sobre la organización de conferencias musicales, que ofrece información clave sobre las tendencias de programación, los modelos financieros, la accesibilidad y los esfuerzos de sostenibilidad.

- **Entre arpas y tablas: Visiones sobre el (neo)Joropo**, con Judeline (artista), Lady Arias (artista), Ana Veydó (Cimarrón) y Jaime Andrés Monsalve B. (Radio Nacional de Colombia). ¿En qué va el relevo del joropo? ¿cuáles son las coordenadas de los países en los que suena? Tres artistas comparten sus visiones y sonidos en esta conversación.
- **Diversidad de género: la diferencia entre las cuotas y la perspectiva de género**, con Mar Rojo (Las Olas / Asociación MIM), Leyre Guerrero (Radio3), Patricia Papasso (Hasta las Manos), Alicia Zertuche (Wonderlandia), y Xioamara Suescún (Centro Nacional de las Artes Delia Zapata Olivella). Debate sobre el papel de las cuotas como herramienta para fomentar la inclusión y cómo la perspectiva de género puede generar un cambio sostenible en la industria. A través de datos, testimonios y experiencias, se analizarán desafíos, avances y estrategias para construir un ecosistema musical más inclusivo y equitativo.
- **Una conversación con Zeta Bosio**, con Julio César Escovar (Radioactiva) y Zeta Bosio (Soda Stereo).
- **Beyond the synchcamp**, por Sony Music Publishing. Songwriting camp enfocado a la sincronización musical coordinado con supervisores musicales, el proceso creativo llevado a cabo entre los supervisores y autores y se escuchan los resultados del proceso.
- **Latinoamérica fonográfica: retumbando en todas las latitudes**. Se analiza la proliferación de sellos independientes especializados orientados al formato físico, su desarrollo en el territorio y su futuro inmediato.

- **Rock Live Set: Zeta Bosio, bajista de Soda Stereo y Stefiracet**. El icónico músico argentino ofrecerá un rock live set junto a Estefanía Iracet.

TALLERES

- **De la idea a la canción: Songwriting en la era colaborativa**, por Natalia Bautista (WMN Bogotá / We Make Noise / 5Ta Estudio). Cómo nutrir la mente creativa, construir narrativas poderosas y aplicar técnicas de composición que potencien sus canciones. Nuevas formas de trabajo en equipo dentro de la industria y cómo gestionar los derechos de autoría en este panorama cambiante.
- **El arte de la síntesis, más allá de los presets: Creando Música con Síntesis Substractiva a través de VSTs**, por Alfonso Norero (Universidad Academia de Humanismo Cristiano). Explorar las particularidades de los sintetizadores VST, revisaremos los fundamentos de las técnicas de síntesis de sonido, experimentando con osciladores, envolventes, filtros, modulación y efectos para crear sonidos únicos, a través de una experiencia práctica grupal enfocada en descubrir el potencial creativo de los sintetizadores.
- **El presente en la producción: ¿Cómo tener un sonido propio?**, por Joe Marlett (Alchemix). La producción musical se convierte en un espacio de experimentación para marcar la esencia y el diferencial de un proyecto musical. ¿Cómo encontrar ese «algo» y no morir en el intento? En este taller exploramos posibilidades, herramientas y caminos.
- **Conectar con sentido: cómo las emociones mueven a las audiencias**, por Ana María Castillo (UIC Barcelona). Cómo la industria musical iberoamericana ha aprendido a conquistar corazones a través de redes sociales, apelando a lo más profundo de la audiencia: sus emociones.
- **ABC del management en el presente**, por Raymond Acosta (Habibi Management). En clave de estrategia,



BIME
Talleres

creatividad y visión de negocio, en este taller se ahonda en los puntos indispensables para construir una carrera auténtica y sostenida en el tiempo.

- **¿Cómo genera impacto tu proyecto creativo? ¿Y cómo puede la inversión de impacto ayudarte a escalarlo?**, por Cristina Renedo (Alterna ONG). qué significa generar impacto social y/o medioambiental desde la industria creativa, y cómo este tipo de proyectos contribuyen activamente al bienestar de sus comunidades y ecosistemas.
- **Cómo recaudar mis derechos de artista internacionalmente**, por Fernando Prados y Diego Zavala, (AIE). Una visión general sobre los derechos que gestionamos para los intérpretes y ejecutantes, los ubicamos en el marco de los derechos de propiedad intelectual y explicamos las tipologías o cómo acceder a esta fuente natural de ingresos para los artistas a nivel internacional.
- **Maderas y cuerdas: Una inmersión en los sonidos de Taylor Guitars**, por Juan Lopera (Taylor Guitars). Una mirada educativa al mundo de las guitarras acústicas, enfocándose en cómo el diseño del cuerpo del instrumento influye directamente en su sonido, proyección y dinámica.
- **Accesibilidad y circulación: La diversidad funcional como realidad**, por María Garcés (Loa Productora) y Tina Wroblewski (Folk Canada). La inclusión lejos de ser una bandera de buena voluntad requiere disposición, gestión y apertura por parte de los espacios culturales.

BIME PRO CAMPUS

- **Manual de supervivencia en sincronización musical**, con Paola Trujillo (Itcam Music), Martha Fritz (All Entertainment Abogados) y Chava Carreón (Asociación de Supervisión Musical de Habla Hispana / Beatamina Music Marketing). Inmersión en el mundo de la sincronización musical de una

manera práctica y aterrizada, diseñada específicamente para artistas, compositores y productores independientes. Desde la creación de tu música hasta la negociación de contratos, te daremos el manual de supervivencia que necesitas para sincronizar tus canciones con películas, series y comerciales.

- **No basta con cantar: Hay que contar**, con Cristian Benavides "Cripí" (Duro Estudio), Alejo Pacheco (Duro Estudio) y Jorge Cubillos (Duro Estudio). Claves que han acompañado los caminos de artistas como acilos, Santiago Cruz, Dekko, Yandel o Myke Towers.
- **10 Consejos de una tiquetera, para promotores y artistas emergentes**, con Jorge Ríos Molina (Tuboleta).
- **¿Cómo pueden los artistas en desarrollo descubrir y aumentar su audiencia con el poder de los datos?** Un taller interactivo presentado por Chartmetric, por Andreas Katsambas.
- **Cómo crear un concierto accesible e inclusivo**, por Raquel García (Fundación Music For All). Aprender sencillas pautas que mejorarán la accesibilidad del concierto.
- **Una internet para artistas: propiedad, plataformas y futuros compartidos (FUTURX)**, por Austin Robey (Subvert). ideas y aprendizajes sobre cómo construir una Internet donde lxs artistas puedan tener propiedad, voz y poder de decisión.
- **Arena Primavera ¿Cómo se crea un proyecto de esta magnitud desde 0?**, con Gabriel Sánchez Olea (A&B Investments: CLK Venues). Proceso integral detrás del Arena Primavera: desde su conceptualización inicial hasta el inicio de la construcción, destacando las decisiones estratégicas, financieras, técnicas y operativas que lo hicieron posible.
- **El desarrollo artístico fue y será liderado por los independientes**, por Gustavo López (Street Mob Records / Globalatino Music). Una mirada profunda al papel clave de



los artistas y empresas independientes en la transformación de la industria musical.

- **¿Cómo reversionar el sonido propio?**, con Juliana (artista), Delfina Dib y Rómulo Silva-Santisteban (ColorsXstudios / UNDSCLSD). Junto a dos artistas que han pasado por la plataforma COLORSxSTUDIOS, hablamos del proceso y las revelaciones del sonido.
- **La nueva era del video musical: formato largo, fans leales y éxito en YouTube**, con Andrea Barbosa (YouTube) y Jorge Navarro (Google & YouTube). La importancia del video musical y otros contenidos de formato largo, buenas prácticas de optimización de canales de artistas y cómo consolidar una fanbase en YouTube.
- **Claves digitales y tecnológicas para crear campañas de autenticidad y valor en el marketing musical**, con César Manzanera (Agencia Witis), Leo Nascimento (Melboss Music), Alejandro Frías (Cruwi) y Juan Peña (Fuga). Claves prácticas y casos de éxito sobre el diseño de campañas de comunicación que van más allá de las redes sociales.

NETWORKING

- **4 sesiones de speedmeetings**, con reuniones concertadas por los asistentes, a través de la plataforma virtual de BIME, para encontrarse con profesionales como Arturo Salas (Camm Mercado Musical de Centroamérica), Chava Carreón (Asociación de Supervisión Musical de Habla Hispana / Beatamina Music Marketing), Diego Monje (Cactus Music), Juan Felipe Arango (M3 Music), Jordi Lauren (PlayPlan), Marta Fritz (All Entertainment Abogados), Nacho Cabrera (The Holy Cobra Society), Pablo Chilito (Bioma Agencia), Peter Salmang (Music Supervision), Elián Jiménez (Festivales Al Parque), Héctor Mora (Rock Al Parque), Rodrigo Duarte (Líder Circulación Gerencia de

Música), Sylvia Ospina (Subdirectora de Equipamientos Musicales), Paula Silva (Gerente de Escenarios), Alex Jaramillo (La Divina), Artzai Iraungi (Panda Management), Freddy Santiago (Cero 6), Gustavo Murriel (INMUS), Jaime Gómez (Faro Latino), José Manuel Sebastián (Radio 3), Lucas Toriño (Planea Música), Luis Flores (Rey Records), Marcos Ayuken (Ayuken Management), Nicolás Zaldúa (G Music), Paulo Sánchez (Teatro Colsubsidio), Carolina Rojas (Altavoz), Federico Angel (Forward Music), Guillermo Pintos (Infobae), Jarmeson de Lima (Coquetel Molotov), Marcela Patarroyo (Midi Producciones), Pablo Galleg (Discos Fiera), Paola Trujillo (Itcam Music) y Santiago Uribe (Music Producer).

- **Sesión pitch: conoce a los delegados y proyectos Sounds from Spain.** Una oportunidad para conectar con los profesionales que impulsan la escena musical del país y explorar nuevas oportunidades de colaboración en este entorno creativo.
- **Inauguración y apertura de BIME Live + Cóctel junto a la Embajada de España en Colombia.**
- **Desayuno de apertura – Carpa Startup Village con la Cámara de Comercio de Bogotá.** Desayuno para conocer a los emprendimientos seleccionados en los programas Startup de la Cámara de Comercio de Bogotá y la Startup Competition internacional. Con Juan David Castaño Alzate (Cámara de Comercio de Bogotá) y Otto Ballaben (Finance Pro).
- **Moveirse como pez en la industria: Proyectos en aceleración de la industria musical.** Con Otto Ballaben (Finance Pro). Colabora la Cámara de Comercio de Bogotá.
- **Hackathon: nuevas ideas para un futuro innovador en la música. Un espacio para crear, colaborar y resolver retos reales de la industria musical y creativa.** Durante esta jornada intensiva, las startups participantes en BIME se sentaron a trabajar conjuntamente para el desarrollo



de soluciones innovadoras con el apoyo de mentores del sector. Una experiencia donde la música, la tecnología y el emprendimiento se encuentran. Actividad exclusiva para finalistas del programa de la Cámara de Comercio de Bogotá.

- **ChileMúsica presenta: conoce a la delegación. Networking y vino chileno.**
- **Kingdom + Culture Networking Cocktail, por Adarga Entertainment Group y AJ Ramos.**
- **Cóctel organizado por el Máster de la Industria Musical de la Universidad UNIR.**
- **El Pitch Perfecto.** 15 canciones fueron seleccionadas por un panel de supervisores musicales de renombre internacional incluyendo a Jonathan Finegold (Fine Gold Music) y Víctor Cendra (AtresMedia) para ser tocadas y discutidas en el evento.
- **Show me the money - ¿Cómo bailan las finanzas?.** Quién pone el dinero, cómo se mueve, con qué expectativas y qué pasa cuando suena la música. Desde personas y empresas hasta grandes instituciones, analizaremos sus pasos... con Julián Mazoterías (Outpost Partners), Gio Fabot (Sound Royalties), Juan David Castaño Alzate (Cámara de Comercio de Bogotá) y Otto Ballaben (Finance Pro).
- **Pitch El Pauer: de Medellín para el mundo.** Medellín se posiciona con fuerza como la capital del entretenimiento en Colombia. Un espacio para conocer la oferta de servicios de las empresas que están poniendo a la capital antioqueña en el mapa internacional de la industria musical.
- **Presentación de los inversores – BIME Startup.** Ocho inversores con perfiles diversos —desde fondos especializados en industrias creativas hasta business angels con foco en impacto y tecnología— comparten su enfoque de inversión, lo que buscan en un proyecto y cómo colaboran con startups. Con Otto Ballaben.

- **Rooftop Cóctel Digital Latino: Lanzamiento de la herramienta en alianza entre Monitor Latino y Songtools.**
- **Cóctel Emprendimiento e inversión BIME Startup.**
- **País Vasco y Cataluña: estrategias de apoyo para la internacionalización musical,** con la participación de Etxepare Euskal Institutua, Musika Bulegoa, ICEC y el Institut Ramon Llull, para presentar las líneas de movilidad y las estrategias de internacionalización del País Vasco y Cataluña.
- **Startup Competition: el semillero de la innovación creativa.** Seis startups en fase de aceleración, de la idea al escenario global. Pitches frente a inversores, mentorías exprés con líderes de la industria musical y creativa, networking de alto impacto... Con Joseph Luján (Ecosistema Startup Peruano).
- **169 ponentes, conferencistas y moderadores:** Argentina (5), Brasil (4), Canadá (1), Chile (2), Colombia (73), Costa Rica (1), República Dominicana (2), Italia (1), México (15), Países Bajos (2), Paraguay (1), Perú (1), Puerto Rico (6), España (27), Estados Unidos (22), Reino Unido (2), Uruguay (1), Venezuela (3).

BIME LIVE

El programa de música en vivo, en formato showcase, presentó 62 artistas y bandas de 12 países, de géneros y estilos muy diversos, aunque con predominio del pop y la música urbana:

- **Colombia (30):** Alvarezmejia, Anto<3, Azultrabuco, Bituin, Brokix, Chell, Elniko Arias, Elorik, Esteban Rojas, Hamilton, Jhosy, La Valentina, Lady Arias, Lil Keren, Lucas Hill,



Luis Eduardo Acústico, Manuel Lizarazo, Mau Gatiyo, Nasa Histoires, Nidia Góngora, Ramón Chicharrón, Rap Bang Club, Raquel, Selva Volcán, Soul AM & Friends, Stailmic, Superlitio, Tatiana Gómez, Telebit, Zuco OMG.

- **España (10):** Derby Motoreta 's Burrito Kachimba, Ezpalak, GAZZI, Hens, Hoonine, Idioia, Judeline, León Benavente, Marwán, Vicente Navarro.
- **México (7):** Camila Fernández, Immasoul, Jimmy Rodríguez, Los Wookies, Simpson Ahuevo, te vi en un planetario, Vivir Quintana.
- **Venezuela (4):** Dru Flecha, fresaconcrimen, Laura Guevara, Mario Puglia.
- **Puerto Rico (3):** Carlos Nevárez, Moffa, Norbert.
- **Argentina (2):** Nina Suárez, Vale Acevedo.
- **República Dominicana (1):** Martox.
- **Suiza (1):** Baby Volcano.
- **Uruguay (1):** Zeballos & Knak.
- **Perú (1):** La Zorra Zapata.
- **Honduras (1):** Cruzito.
- **Chile (1):** Karla Grunewaldt.

OTRAS ACTIVIDADES

- **BIME Start Up!:** Espacio para la innovación y el emprendimiento donde descubrir novedades tecnológicas relacionadas con la música. Zona de exposición (Start Up Village) y concurso de proyectos (Startup Competition).
- **Sesiones BIME:** Artistas de distintas latitudes se conectan para transformar ideas en sonidos. En esta edición se reunieron: **Ezpalak X Superlitio**, apoyado por Sounds from Spain y **Hoonine X Baby Volcano**, apoyado por Basque Music.

• Mercado del Vinilo en el Centro Felicidad Chapinero.

Del 6 al 9 de mayo, con entrada libre, el público pudo disfrutar del, con una interesante oferta de ediciones raras y clásicos eternos.

3.3. DATOS ESTADÍSTICOS DE PARTICIPACIÓN

Se registraron 2.163 delegados acreditados, con perfiles tan diversos como artistas, agentes y representantes artísticos, periodistas y comunicadores, promotores y programadores de conciertos, desarrolladores tecnológicos, abogados, representantes de instituciones, organizaciones culturales y sociedades de gestión.

PROCEDENCIAS DE LOS PROFESIONALES REGISTRADOS



3.4. PRESENCIA ESPAÑOLA

La plataforma **Sounds from Spain** —integrada por **ICEX España Exportación e Inversiones, INAEM, ARTE, PROMUSICAE, UFI, AIE y Fundación SGAE**— participó en BIME Bogotá con una delegación compuesta por **8 empresas: Agencia Witis, Cruwí, Lola Bourne, Melboss Music, Panda Artist Management, Primavera Sound, Raw Music y Sonido Muchacho.**

Estas empresas formaron parte activa del programa profesional, participando en actividades destacadas como:

- Una **sesión de pitch**, celebrada el **martes 6 de mayo (15:50h-17:00h)**, donde se presentaron ante agentes internacionales.
- Una **sesión de speedmeetings** (por invitación), el **miércoles 7 de mayo (10:15h-11:45h)**, en la que las empresas delegadas pudieron reunirse, brevemente, con programadores y supervisores como **José Escudero, Juan Arbeláez, Chava Carreón, Elena Beltrami, Alicia Zertuche, Javier Devia, Emanuel Díaz y Juan Felipe Arango.**

La delegación también incluyó a **4 artistas españoles** que participaron en un showcase exclusivo, el **miércoles 7 de mayo por la noche en La Casa de Donovan:**

- **Derby Motoreta's Burrito Kachimba** (Primavera Labels)
- **Hoonine** (Raw Music)
- **Judeline** (Sonido Muchacho)
- **León Benavente** (Panda Artist Management)

Además de la delegación de Sounds from Spain, asistieron a BIME Bogotá **48 empresas y 6 artistas españoles adicionales**, por cuenta propia, que también participaron

en diversas actividades del evento: **Escenamusic, Sideral Music, Play Plan, Locos por la Música, Planet Events, Bidean Produksioak, OneBox TDS, Outpost Partners, Las Olas, Ayuken Management, Masimas Live, ACME, The Holy Cobra Society, IN-Edit, Attraction Management, El Tragaluz, Estudio Jurídico Gabeiras, 7Sis Productions, Atresmedia, We Make Noise, Bare, Materh, KreoMúsica, Everlasting Records, Combo / Costa Futuro, Movistar Arena Madrid, Fever, Panama Row, FutureChat, Ultrarecords / Sony Music, Gin Música, Campus Las Musas, Artántida, Meetmaps, Carmen Aja, GCCOM, Crash Music, El Rugido Music Services, Soundtools, Smart Rights, Bigsound Festival, Be Real Agency, Roig Arena, Sena Productions, Rocket Corp, Idasfest y las organizadoras Fundación Industrias Creativas y Last Tour.**

Los **artistas independientes** que actuaron en los showcases del martes 6 (en la La Casa de Donovan y Egua) fueron: **GAZZI, Hens, Idoia, Marwán, Vicente Navarro y Ezpalak** (estos últimos apoyados por **Basque Music**).

También acudieron **representantes institucionales y de organizaciones españolas**, entre ellos: **Ministerio de Cultura de España, ICEX, AIE, ARTE, FMA, Musika Bulegoa, UNIR, Institut Ramon Llull, CGE Alianzas, Alterna ONG, Fundación Music For All, Live DMA, Radio 3 (RNE), Embajada de España en Colombia, Institut Català de les Empreses Culturals (Catalan Arts), WIN, Universidad de Barcelona (UIC), Acción Cultural Española y Es Música.**

En total, la **presencia española se cifró en 149 profesionales acreditados**, con perfiles diversos:

- | **45** AGENTES DE ARTISTAS
- | **32** REPRESENTANTES DE INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES CULTURALES
- | **23** ARTISTAS Y MÚSICOS
- | **16** DELEGADOS DE EMPRESAS TECNOLÓGICAS
- | **12** PROGRAMADORES DE FESTIVALES
- | **4** REPRESENTANTES DEL ÁMBITO EDUCATIVO
- | **4** CONSULTORES
- | **3** COMUNICADORES
- | **2** SUPERVISORES MUSICALES
- | **2** AGENTES DE SEGUROS
- | **3** MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- | **3** PROGRAMADORES DE SALAS DE CONCIERTOS

La delegación española tuvo una participación destacada en el contenido profesional de BIME Pro, aportando **29 ponentes**, de un total de 169, lo que sitúa a España como **el segundo país con mayor número de ponentes**, después de Colombia.

En el programa de showcases, de las **62 bandas y artistas programados, 10 eran españoles**, también situando a España como **el segundo país con mayor representación**.

Asimismo, se celebraron **dos mesas de trabajo** con fuerte presencia española:

- **Arquitectura y redes profesionales de la música en Iberoamérica**, donde se abordaron temas clave como financiación, ferias, redes y advocacy. Participaron: **Soco Collado (Es Música)**, **Paco López (ARTE)**, **Paula Ráez (FMA)**, con moderación de **Elda Gómez (Live DMA)** y **Noemí Planas (WIN)**. Organizado por **Acción Cultural Española**.
- **El papel de las instituciones en los nuevos desafíos de la creación artística**, sobre innovación, derechos y acción pública. Participaron, entre otros, **Carmen Páez** (Subsecretaria de Cultura, España) y **Gonzalo Cabrera** (Comunidad de Madrid), **Soco Collado** (Presidenta de Es_Música) junto con representantes institucionales de otros países latinoamericanos.

3.5. PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN E IMPACTO MEDIÁTICO

El evento contó con una amplia **cobertura mediática internacional**, con presencia destacada en medios de **Colombia, Argentina, México, Estados Unidos y España**, y la acreditación de **39 periodistas** especializados.

BIME Bogotá mantiene **alianzas estratégicas con medios clave del sector**, entre ellos: **KEXP** (EE. UU.), **Billboard** (EE. UU.),

Infobae (Argentina), **Radio 3** (España), **Los40** (España), **Mondosonoro** (España), **Radiónica**, **Radio Nacional de Colombia**, **El Espectador**, **Radioacktiva**, **Music Trends**, **Canal Trece**, **COPU**, **TimeOut México** y **FARO** (Alianza de Medios Musicales y Culturales Iberoamericanos).

ENTRE LOS MEDIOS QUE PUBLICARON CONTENIDOS SOBRE EL EVENTO SE ENCUENTRAN:

[Haz click en cada medio para acceder a la noticia]

QUÉ PAREZCA UN ACCIDENTE DE RADIO3. RADIO NACIONAL DE ESPAÑA
RADIO NACIONAL DE COLOMBIA | MUSIC TRENDS | TIMEOUT MÉXICO
MONDOSONORO | INFOBAE | INDIE ROCKS! MAGAZINE | RADIÓNICA
SEMANA | SOUNDS & COLORS | EL ESPECTADOR | INDUSTRIA MUSICAL
EL REFERENTE | RADIO FÓRMULA | REVISTA PRIMITIVO | RADIOACKTIVA
COLECTIVO SONORO | REVISTA BOMBEA | OSCURA RADIO TV | LOS40
CANAL TRECE | EL TIEMPO | TELEMEDELLÍN | LA REPÚBLICA
VOLCÁNICAS | PUBLIMETRO | QHUBOBOGOTÁ

Pese a esta presencia en medios, **no se han identificado publicaciones posteriores al evento que presenten un balance o evaluación de resultados**, ni tampoco piezas específicas sobre la **presencia española** en el evento.

En redes sociales, **BIME mantiene una intensa actividad**, especialmente en **Instagram y Facebook**, donde se compartieron **anuncios de convocatorias, programación y cobertura audiovisual en directo** de las actividades más relevantes.

Durante el evento, algunos medios como **Radio 3, Radiónica y KEXP** realizaron coberturas especiales con entrevistas a artistas y profesionales. Cabe destacar la cobertura de **KEXP y El Sonido**, que celebró “15 años impulsando la proyección global de artistas” e incluyó una **entrevista a la artista española Judeline**, entre otros contenidos.

Además, **diversas organizaciones participantes difundieron activamente el evento** y sus actividades en sus propios canales institucionales y medios digitales. Entre ellas: **ICEX, Etxepare**

Euskal Institutua, Ministerio de Cultura, Recreación y Deporte de Colombia, INAMU, El Pauer, APM, ProChile, IDARTES, Federación de la Música de España, Sounds from Spain, Musika Bulegoa, Equal y Basque Music.

A pesar del valor general del evento, se identificaron **limitaciones en la comunicación** previa. La información relativa al programa de actividades, tanto en el ámbito profesional como en los showcases, **fue publicada con escasa antelación** en la web y redes sociales oficiales, dificultando así la planificación por parte de los asistentes.

Asimismo, la **plataforma digital de BIME**—disponible en versiones para escritorio, iOS y Android—y presentada como una **herramienta clave de networking y seguimiento del evento en tiempo real y diferido, no fue actualizada hasta pocos días antes del inicio**, lo que redujo su utilidad como espacio para la **organización previa de agendas y contactos profesionales.**

En redes sociales, BIME mantiene una intensa actividad, especialmente en Instagram y Facebook, donde se compartieron anuncios de convocatorias, programación y cobertura audiovisual en directo de las actividades más relevantes.



4. TENDENCIAS Y NOVEDADES PRESENTADAS

La cuarta edición de **BIME Bogotá** abordó una amplia variedad de temas vinculados a la evolución de la industria musical, entre los que destacaron: la **transformación y constante evolución del sector**, la irrupción de la **inteligencia artificial**, la **sostenibilidad**, la **música como herramienta de desarrollo**, la **profesionalización del sector**, el **diálogo internacional** y los **derechos culturales**.

Siguiendo la línea marcada desde sus inicios en Bilbao, uno de los ejes más innovadores de BIME sigue siendo su apuesta por la **tecnología y el emprendimiento** en el sector musical, articulada a través del espacio **BIME STARTUP!**.

En este marco se desarrolló la **Startup Village**, una zona de exposición donde **16 proyectos** innovadores presentaron sus propuestas ante los asistentes, así como la **Startup Competition**, que se ha consolidado como una plataforma clave para **impulsar e internacionalizar a 6 propuestas seleccionadas**, con la participación activa de **inversores internacionales**.

Entre las **tendencias emergentes**, se evidenció el creciente interés de los **supervisores musicales**, que acuden a este tipo de encuentros para descubrir nuevas propuestas aplicables a productos **audiovisuales** y **videojuegos**. En este sentido, **Sony Music Publishing** organizó el **Songwriting Camp "Beyond the Synchcamp"**, en el que participaron supervisores y autores. Además, empresas como **Epic Games** y **Affairs Riot Games** ofrecieron su visión sobre el **licenciamiento de música en videojuegos**, consolidando el vínculo entre música y nuevas narrativas digitales.

Finalmente, BIME también generó espacios de reflexión en torno a temas urgentes para el sector como la **salud mental en la industria musical**, así como la **inclusión y accesibilidad en la cultura**, reafirmando su compromiso con una industria más sostenible, diversa y humana.

4ª EDICIÓN
BIME

INFORME
BIME BOGOTÁ
6 A 9 DE MAYO DE 2025
BOGOTÁ, COLOMBIA



5. EVALUACIÓN Y TESTIMONIOS

Durante la feria se celebraron reuniones con la **delegación española**, a cuyos miembros se les invitó a completar una encuesta para valorar su nivel de satisfacción y percepción del evento. El cuestionario, que fue respondido por **16 asistentes**, ofreció resultados cuantitativos complementados con opiniones cualitativas sobre su experiencia y la calidad del encuentro.

Paralelamente, se desarrolló un trabajo de **observación directa de las actividades y un análisis cualitativo** de las mismas, con el objetivo de identificar cómo puede la industria musical española —a través de sus empresas y artistas— aprovechar de forma más efectiva su participación en este evento.

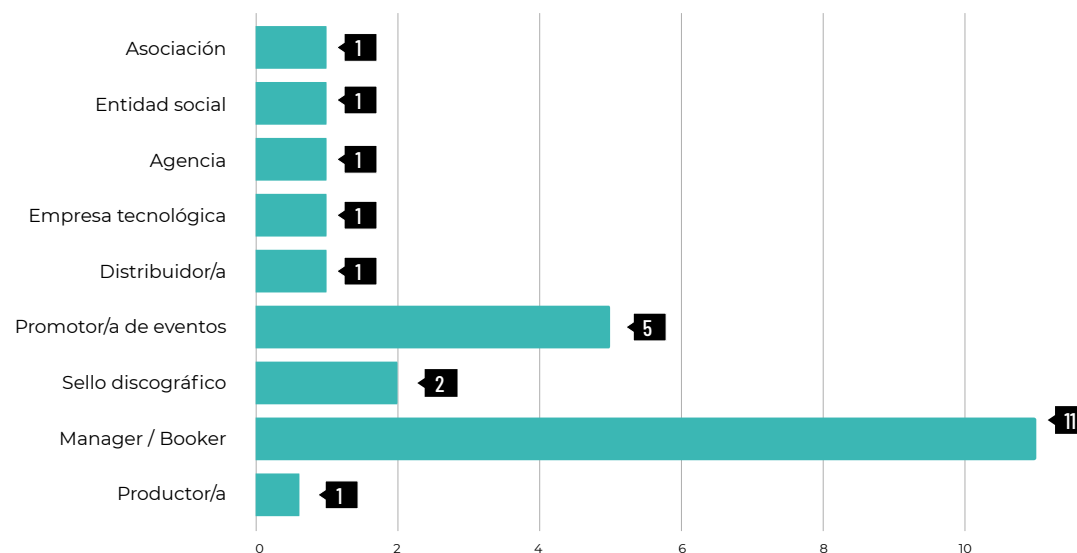
5.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS A LA DELEGACIÓN ESPAÑOLA

DATOS CUANTITATIVOS

Los datos recabados a través de las encuestas reflejan una participación diversa y una valoración global positiva de la feria por parte de los profesionales españoles.

- **Perfil de participantes:** La mayoría se identificó como Manager/Booker (68,8%), seguido de promotores de eventos (31,3%) y sellos discográficos (12,5%). Otros perfiles (productores, agencias, distribuidoras, etc.) estuvieron representados con una sola respuesta cada uno.
- **Primera participación:** La mitad de los encuestados (50%) participaba por primera vez en la feria.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES



¿ES LA PRIMERA VEZ QUE PARTICIPAS EN EL EVENTO?



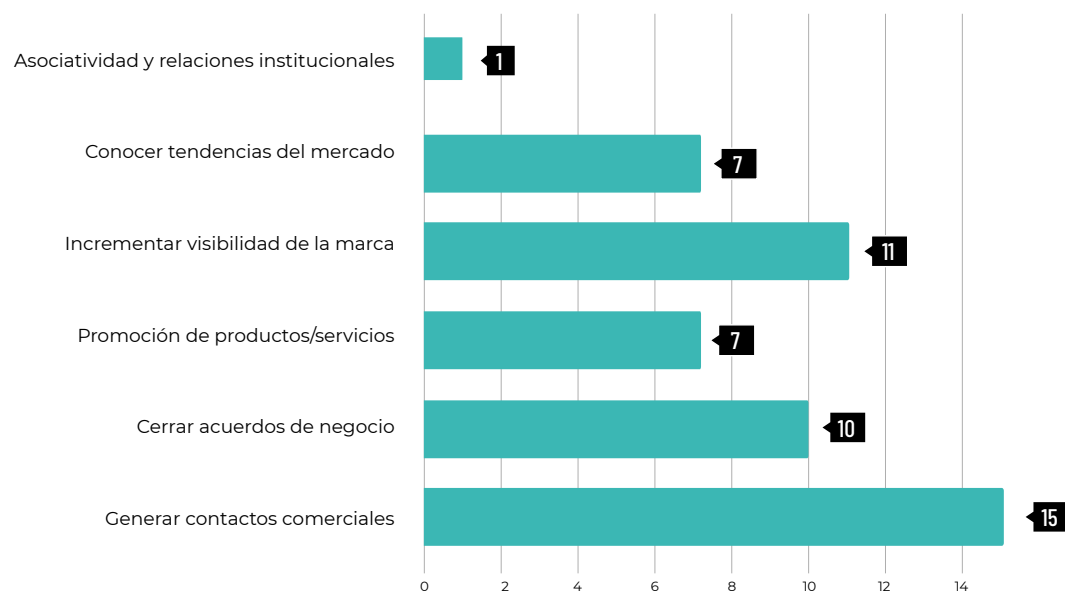
4ª EDICIÓN
BIME

INFORME
BIME BOGOTÁ
6 A 9 DE MAYO DE 2025
BOGOTÁ, COLOMBIA

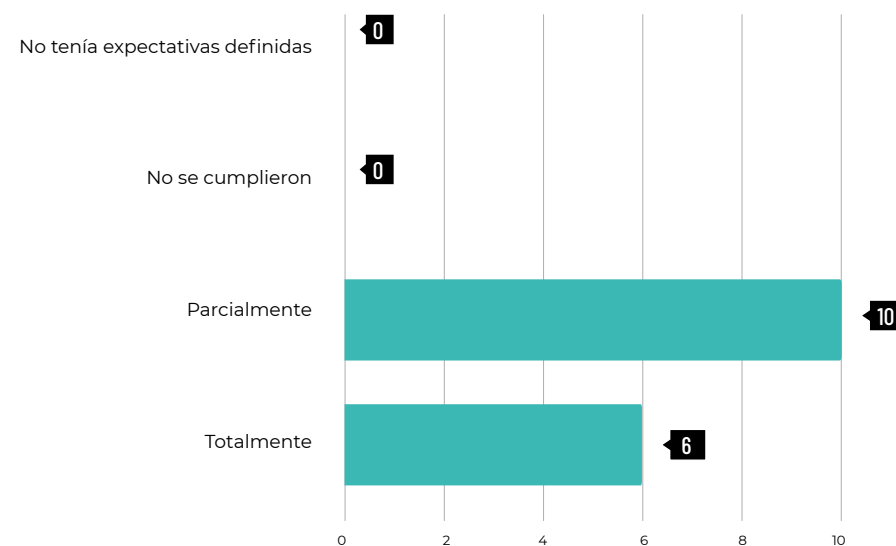
• **Expectativas principales:** Las más comunes fueron generar contactos comerciales (93,8%), incrementar la visibilidad de la marca (68,8%) y cerrar acuerdos de negocio (62,5%). También se señalaron la promoción de servicios y el conocimiento de tendencias del mercado (43,8%).

• **Grado de cumplimiento de expectativas:** El 62,5% consideró que se cumplieron parcialmente y un 37,5% indicó que se cumplieron totalmente. No hubo respuestas negativas.

¿CUÁLES ERAN SUS EXPECTATIVAS AL PARTICIPAR EN LA FERIA?



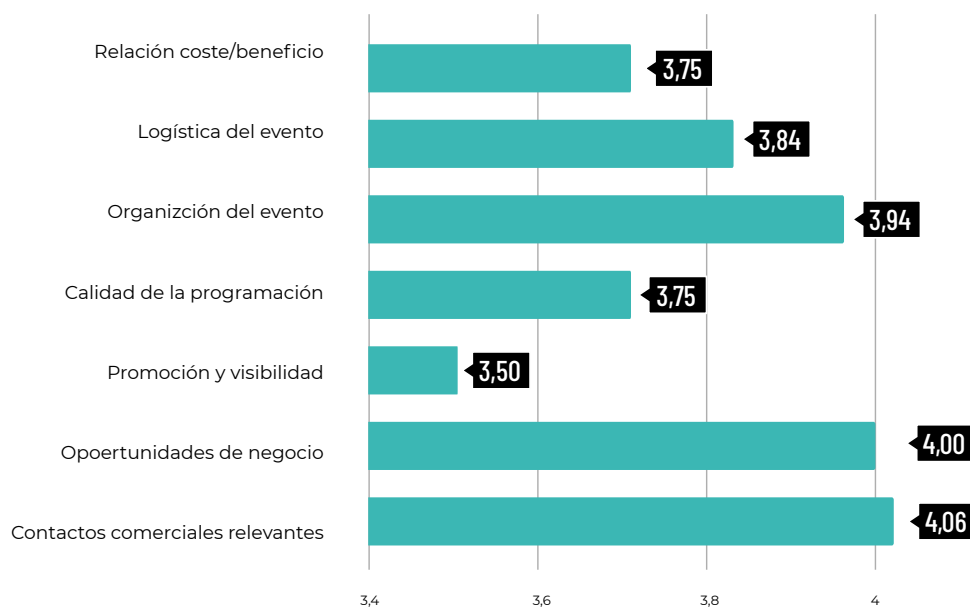
¿CONSIDERA QUE SUS EXPECTATIVAS FUERON CUMPLIDAS?



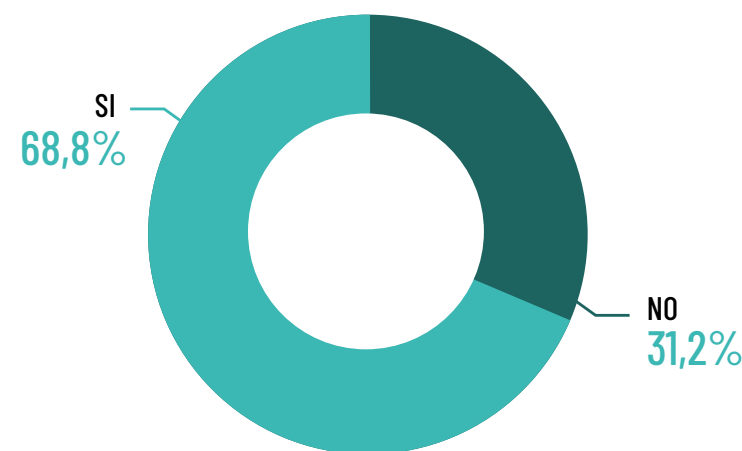
• **Nivel de satisfacción (promedios sobre 5):** Las áreas mejor valoradas fueron organización del evento (3,94), contactos comerciales relevantes (4,06) y oportunidades de negocio (4,00). Las puntuaciones más bajas se registraron en promoción y visibilidad (3,50) y relación coste/beneficio (3,75).

• **Participación futura:** Un 68,8% manifestó su intención de volver a participar en próximas ediciones, mientras que un 31,2% respondió "tal vez". Ningún participante descartó su regreso.

GRADO DE SATISFACCIÓN



¿PARTICIPARÍA NUEVAMENTE EN FUTURAS EDICIONES?



DATOS CUALITATIVOS

La valoración general de los profesionales españoles que asistieron a la edición de 2025 ha sido muy positiva, como reflejan también los datos cuantitativos. Consideran el evento un **referente en la conexión entre España y Latinoamérica**. Coinciden en destacar de forma favorable la ubicación, las instalaciones y la dinámica del encuentro, que facilita la interacción con profesionales de otros países. Asimismo, valoran como un acierto la inclusión de contenidos centrados en la tecnología aplicada a la música.

No obstante, señalan como aspectos a **mejorar la producción técnica de las salas** donde se celebraron los showcases, así como el funcionamiento de la **plataforma virtual**. En esta última, muchos perfiles carecen de información útil, lo que dificulta el conocimiento previo de los participantes y limita las posibilidades de establecer contactos antes del evento.

En cuanto a la participación española, se valora positivamente la presencia de numerosas empresas, profesionales, artistas y organizaciones. Sin embargo, se plantea la **necesidad de contar con una oficina o área de internacionalización** que agrupe y visibilice al conjunto de la delegación española, tal como hacen otros países, ya que actualmente el respaldo de Sounds from Spain se limita a las empresas seleccionadas en su convocatoria.

5.2. PERCEPCIÓN DIRECTA DEL EVENTO

Desde el equipo responsable de la investigación, la percepción directa del evento ha sido, en líneas generales, muy positiva. Se destaca especialmente la **alta calidad del programa de charlas y talleres**, que reunió a profesionales de referencia a nivel internacional y contó con una destacada presencia de *speakers* españoles. Se destacó especialmente la diversidad de temáticas abordadas, muy bien adaptadas

a las realidades, necesidades, retos y oportunidades del sector musical actual. Las actividades formativas congregaron a un público numeroso y comprometido, llenando prácticamente todas las salas.

Las instalaciones resultaron adecuadas y funcionales, y la organización fue valorada como eficaz y cercana en la mayoría de las áreas. No obstante, se observaron algunas **deficiencias técnicas en los showcases**, lo que afectó a la experiencia de algunos asistentes.

Las sesiones de speedmeeting fueron consideradas como uno de los puntos más débiles del programa, aunque cabe señalar que en este evento **los contactos tienden a generarse de forma más espontánea y efectiva en otros espacios compartidos**, gracias a un entorno que favorece el networking informal.

En cuanto a la plataforma virtual, su uso resultó limitado debido a que la información de los perfiles registrados no se habilitó hasta pocos días antes del evento, dificultando la planificación y el contacto previo entre profesionales. Además, se detectaron **múltiples perfiles incompletos o mal actualizados**, lo que afectó negativamente a su utilidad como herramienta de conexión.

Uno de los elementos más relevantes y diferenciales del evento fue la **visibilidad ofrecida a las empresas tecnológicas y a proyectos orientados a la innovación musical**. Asimismo, la implicación de universidades y organizaciones centradas en la formación y capacitación profesional —como la Universidad EAN, sede principal de BIME Bogotá— aportó un enfoque pedagógico y estratégico muy valorado.

Finalmente, es fundamental señalar cómo las ediciones de **Bogotá y Bilbao se retroalimentan y complementan**, fortaleciendo un vínculo real entre Europa y América Latina, y consolidando a BIME como una plataforma clave para el intercambio, la proyección y la cooperación internacional en la industria musical.

En cuanto a la participación española, se valora positivamente la presencia de numerosas empresas, profesionales, artistas y organizaciones. Sin embargo, se plantea la necesidad de contar con una oficina o área de internacionalización...



6. VALORACIÓN Y CONCLUSIONES

6.1. ASPECTOS POSITIVOS

Alta calidad y diversidad de la programación profesional:

Las charlas y talleres fueron uno de los elementos mejor valorados del evento, tanto por la presencia de profesionales relevantes de todo el mundo como por la notable participación española. Se destacó especialmente la diversidad de temáticas abordadas, muy bien adaptadas a las realidades, necesidades, retos y oportunidades del sector musical actual. La alta asistencia y el interés del público reforzaron la percepción de un contenido valioso y pertinente.

Participación activa y perfil profesional diverso: La delegación española estuvo compuesta por managers, bookers, promotores, sellos discográficos, agencias, distribuidores y empresas tecnológicas, lo que permitió una representación plural de la industria.

Nivel de satisfacción elevado: El 100% de los encuestados expresó que sus expectativas se cumplieron total o parcialmente. Además, el 68,8% afirmó que volvería a participar y el 31,2% indicó que lo consideraría, lo que evidencia un alto grado de fidelización y utilidad del evento.

Instalaciones y organización general: La logística, el trato del personal y la distribución de espacios fueron valorados como adecuados y funcionales para el desarrollo de las actividades programadas.

Relevancia del enfoque en innovación y formación: Se valoró positivamente la visibilidad dada a empresas tecnológicas vinculadas a la música, así como la participación activa de universidades y centros de capacitación profesional, como la Universidad EAN, sede principal del evento.

Complementariedad entre ediciones de Bogotá y Bilbao:

La conexión entre ambas sedes refuerza el posicionamiento estratégico de BIME como plataforma de encuentro entre Europa y América Latina, generando un circuito profesional sólido entre ambos continentes.

6.2. ASPECTOS NEGATIVOS

Problemas técnicos en los showcases: Se registraron incidencias de producción técnica que afectaron a la experiencia tanto de los artistas como del público.

Plataforma virtual poco funcional: Pensada como herramienta clave de networking, no estuvo a la altura. La información de los perfiles se habilitó demasiado tarde y muchos registros estaban incompletos o mal estructurados, lo que redujo su utilidad para la planificación previa y el contacto entre participantes.

Limitada efectividad de los speedmeetings: Esta dinámica fue percibida como poco productiva. A pesar de ello, se reconoció que el networking funcionó de forma más natural en los espacios informales del evento.

Ausencia de una estructura de representación común para la delegación española: Aunque la presencia española fue amplia, se identificó la carencia de una oficina o espacio conjunto de internacionalización, como hacen otros países, lo que limitaría la visibilidad y coordinación de las empresas españolas no integradas en la convocatoria de Sounds from Spain.

Se destacó especialmente la diversidad de temáticas abordadas, muy bien adaptadas a las realidades, necesidades, retos y oportunidades del sector musical actual.

4ª EDICIÓN
BIME

INFORME
BIME BOGOTÁ
6 A 9 DE MAYO DE 2025
BOGOTÁ, COLOMBIA

6.3. CONCLUSIONES

La cuarta edición de BIME Bogotá ha consolidado su papel como una **plataforma estratégica** para el fortalecimiento de los vínculos entre Europa y América Latina, en el ámbito de la industria musical. La alta participación profesional, la calidad del programa y el enfoque transversal que combina innovación, formación, internacionalización y música en vivo refuerzan su valor como punto de **encuentro imprescindible** para los agentes del sector.

Desde la perspectiva española, **la experiencia fue ampliamente positiva**. La numerosa delegación participó activamente en todas las áreas del evento, desde los showcases hasta las sesiones formativas, mesas de trabajo, pitches y espacios de networking. España fue, tras Colombia, el país con mayor representación, tanto en número de ponentes como de artistas programados.

Los datos cuantitativos muestran **altos niveles de satisfacción y cumplimiento de expectativas**, con un 100% de respuestas positivas y un 68,8% de intención de repetir participación. Los principales objetivos de asistencia —generar contactos comerciales, aumentar la visibilidad y cerrar acuerdos de negocio— fueron en gran parte alcanzados.

Entre los aspectos más valorados destacan la calidad y diversidad del programa profesional, la visibilidad otorgada a la tecnología aplicada a la música, y la participación activa de universidades y entidades formativas. Del mismo modo, la conexión orgánica entre las ediciones de Bilbao y Bogotá aporta continuidad, coherencia y proyección internacional a los agentes implicados.

No obstante, en esta edición, con una alta participación española, se identificó **la necesidad de establecer una representación conjunta y más estructurada para la delegación**, que permita igualar el modelo de visibilidad y coordinación que ya aplican otros países participantes.

¿CÓMO PUEDEN APROVECHARLO LAS ORGANIZACIONES ESPAÑOLAS?

- **Empresas tecnológicas:** BIME Bogotá ofrece una exposición destacada a startups y compañías que desarrollan soluciones digitales para la industria musical, desde plataformas de distribución y análisis de datos hasta herramientas de marketing y gestión de derechos. El espacio BIME Startup Village y la Startup Competition son vitrinas ideales para establecer alianzas estratégicas, captar inversión y proyectar servicios en el mercado latinoamericano.
- **Agencias de artistas y management:** BIME constituye una oportunidad clave para explorar nuevos mercados, identificar programadores y festivales, y construir redes de colaboración con profesionales de toda América Latina. La programación de showcases y las sesiones de networking informal permiten establecer vínculos directos con agentes de booking, sellos, medios y entidades culturales.
- **Sociedades de gestión de derechos:** La creciente profesionalización del sector musical latinoamericano y los espacios de formación en BIME (talleres, paneles, campus) crean un entorno idóneo para compartir modelos, difundir buenas prácticas en gestión colectiva, fortalecer redes internacionales y participar en debates sobre propiedad intelectual, sincronización y nuevas formas de monetización.

En conclusión, **BIME Bogotá 2025 reafirma su relevancia como motor de internacionalización para la música española en América Latina.**

A partir de los aprendizajes de esta edición, y con la implementación de mejoras puntuales, el evento tiene el potencial de seguir fortaleciendo su papel como hub transatlántico de conexión, formación, creación e innovación en el sector musical global. Las organizaciones españolas, especialmente las orientadas a la innovación, el desarrollo artístico y la gestión de derechos, tienen en BIME una puerta de entrada estratégica a uno de los mercados más dinámicos y en crecimiento del panorama musical internacional.

Este informe es únicamente de carácter informativo y no podrá utilizarse como respaldo para reclamaciones o recursos.

La Federación de la Música Española y el Instituto de la Música no se responsabilizan por el uso de la información, opiniones o acciones derivadas de este contenido, pese a haber tomado todas las medidas necesarias para garantizar la veracidad de la información presentada en sus páginas.



PENSAMOS EN MÚSICA. CREAMOS FUTURO.

UN PROYECTO DE

es_música

CON EL APOYO DE



WWW.INSTITUTODELAMUSICA.ORG