

La industria de la música en Colombia

A. CIFRAS CLAVE

La industria musical en Colombia ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, consolidándose como uno de los mercados más dinámicos de América Latina. Este sector ha sido impulsado por el auge del *streaming*, el éxito internacional de artistas colombianos y el aumento del consumo de música en vivo. En 2023 el mercado de la música y la radio creció un 13,7 %¹ respecto al año anterior, con una consolidación del consumo de música grabada a través de plataformas digitales y una recuperación significativa de los eventos en vivo tras la pandemia. Colombia representa un mercado clave tanto para la inversión en espectáculos en vivo como para la distribución y promoción de su repertorio musical, así como para el desarrollo de colaboraciones artísticas.

Indicador	Valor
Población (habs.)	53.4218.582 ²
Edad mediana	32,5 años ²
PIB per cápita (precios actuales)	6.947,4 MUSD ³
Ingresos sector musical en Colombia (2023)	65,4 MUSD ⁴
Participación del sector musical en el PIB	0,018 % ⁴
Ingresos sector musical per cápita en Colombia	0,87 USD ⁴
Puesto en el <i>ranking</i> mundial de países por consumo de música	36. ⁰⁵

¹ PricewaterhouseCoopers, (2024). Global Entertainment & Media Outlook (GEMO) 2024-2028. PwC.

² Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2025.

³ Organización de las Naciones Unidas (ONU), 2024.

⁴ Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI).

⁵ Proantioquia, Informe Medellín musical (2024).



B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

La industria musical en Colombia es un ecosistema dinámico que abarca diversas actividades, desde la creación, grabación y producción hasta la comercialización y promoción. Este sector no sólo reúne a artistas, músicos y compositores, sino también a profesionales esenciales en la cadena de valor, como productores, ingenieros de sonido, técnicos, promotores y ejecutivos de la industria.

Se estructura en tres segmentos principales: música grabada, música en vivo y gestión de derechos conexos. La música grabada incluye producciones en formatos físicos (vinilo y CD) y digitales (descargas y *streaming*), además de la gestión de derechos y sincronización para cine, videojuegos y publicidad. La música en vivo comprende conciertos y espectáculos, mientras que los derechos conexos garantizan la protección de artistas, intérpretes y productoras.

La industria musical colombiana opera a través de múltiples canales de distribución, destacando las plataformas digitales y las presentaciones en vivo. Además, abarca una gran variedad de géneros y estilos, reflejando la diversidad cultural del país.

B.2. Tamaño del mercado

La industria musical en Colombia ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años. En 2023, el mercado alcanzó los 274 millones de USD, lo que representa un incremento del 13,7 % respecto al año anterior⁶, situándose en el puesto 36.º del *ranking* mundial⁷. Por su parte, la industria musical española creció un 12,3 % en 2023, un ritmo ligeramente inferior al de Colombia. No obstante, en términos absolutos, sus ingresos casi duplican a los del mercado colombiano, alcanzando los 520 MUSD en música grabada.⁸

Para comprender mejor la estructura del sector, es importante diferenciar entre la música grabada y la música en vivo. El primer gráfico ilustra la composición de ingresos en el mercado de la música grabada en Colombia y España, destacando el dominio del *streaming* que representa casi el 80 % de los ingresos en ambos países.

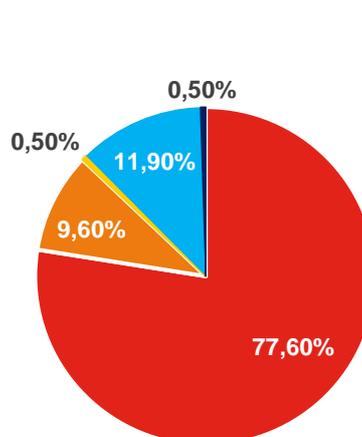
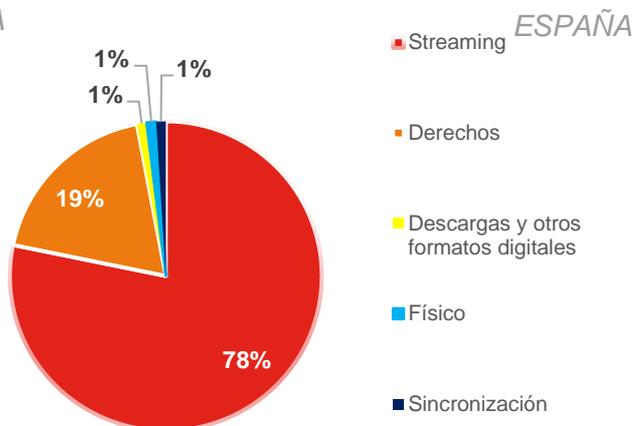
La principal diferencia radica en el formato físico: en España, este segmento aún conserva una relevancia significativa, representando el 12 % del mercado, mientras que en Colombia apenas alcanza el 1,5 %. Esto explica por qué la participación del *streaming* es ligeramente superior en el país sudamericano. Desde la consolidación de las plataformas digitales, las descargas han perdido relevancia, representando apenas un 1,4 % de los ingresos en ambos países. Las sincronizaciones también tienen un peso marginal en la industria. En cuanto a los ingresos por derechos de autor en la música grabada, estos representan la segunda mayor fuente de ingresos. En Colombia su participación es cercana al 20 %, mientras que en España ronda el 12 %.

⁶ PwC -Entertainment & Media Outlook 2024-2028.

⁷ IFPI Latina, Informe musical 2023.

⁸ Promusicae.

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LA MÚSICA GRABADA EN LOS INGRESOS DE LA INDUSTRIA 2023
COLOMBIA

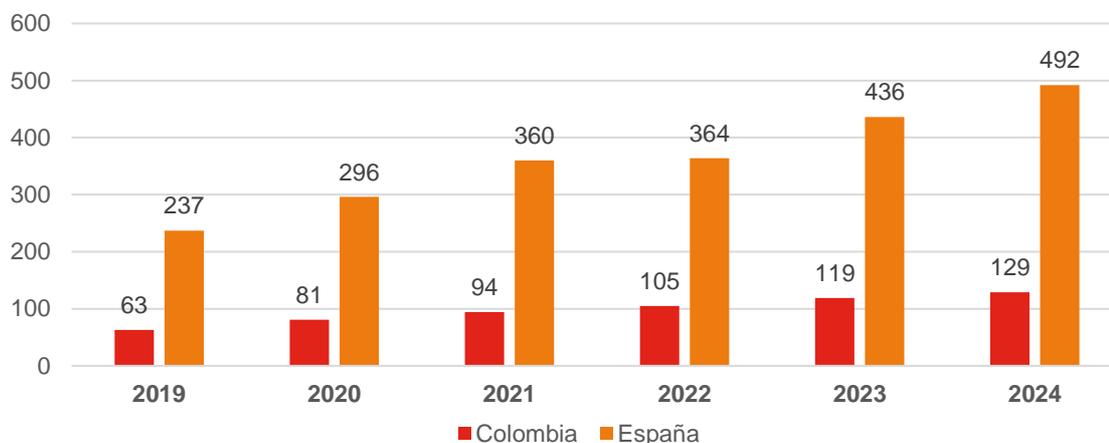


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROMUSICAE e IFPI – *Global Music Report 2022*

Dado el peso del *streaming* en la industria, resulta clave analizar su evolución en términos de ingresos. El segundo gráfico muestra un crecimiento sostenido en ambos países desde 2019, con un aumento del 104,8 % en Colombia y del 107,6 % en España. Esto refleja una expansión significativa del mercado digital. España, con ingresos muy superiores, se consolida como un mercado más maduro y desarrollado. Sin embargo, el crecimiento continuo de Colombia sugiere un alto potencial de expansión y consolidación en los próximos años.

INGRESOS DE LA MÚSICA DIGITAL EN COLOMBIA Y ESPAÑA, 2019-2024

En MUSD



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PROMUSICAE y Statista.

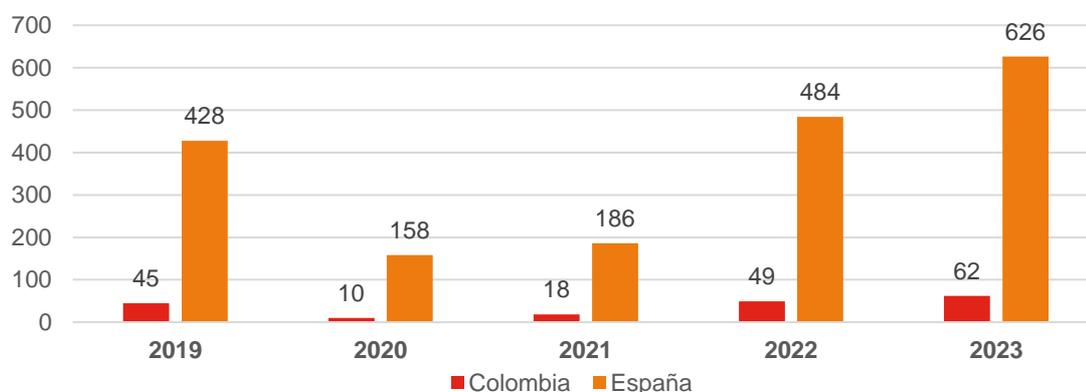
Para completar el análisis, es clave examinar los ingresos de la música en vivo. En Colombia, el sector ha crecido significativamente, alcanzando 62,4 MUSD en 2023, un 26,6 % más que el año anterior⁹. En España, los ingresos llegaron a 626 MUSD, con un crecimiento del 26 %¹⁰, reflejando una tendencia similar en ambos países. Sin embargo, en términos absolutos, España sigue siendo un mercado mucho más grande para la música en vivo. No obstante, ambos países muestran una fuerte recuperación tras la caída de 2020, con un crecimiento sostenido en los años siguientes. En Colombia, los ingresos se han más que triplicado desde el punto más bajo de la pandemia.

⁹ Cámara de Comercio Bogotá, Documento de análisis del Sistema de Información de la Música en Bogotá.

¹⁰ Asociación de Promotores Musicales (APM), Anuario de la Música en Vivo.

INGRESOS DE LA MÚSICA EN VIVO EN COLOMBIA Y ESPAÑA, 2019-2023

En MUSD



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de APM, *Anuario de la Música en Vivo* y la Cámara de Comercio de Bogotá.

B.3. Principales actores

A continuación, se detalla información sobre los principales organismos públicos, y agentes y organismos privados de la industria musical en Colombia:

- **Organismos públicos:**

- [Ministerio de Cultura](#): Principal entidad gubernamental encargada de la promoción y regulación del sector cultural y musical en Colombia.
- [Dirección Nacional de Derechos de Autor](#): Vela por la protección de los derechos de autor y la gestión de regalías.
- [ProColombia](#): Agencia gubernamental encargada de promover la exportación de bienes y servicios, incluyendo la música, y atraer inversión extranjera al sector.
- [IDARTES](#): Instituto Distrital de las Artes en Bogotá, fomenta el desarrollo artístico y musical mediante eventos y programas de apoyo.
- [Cuenta Satélite Bogotá \(DANE\)](#): Mide el aporte económico del sector cultural en términos de producción, empleo y gasto.

- **Organismos públicos españoles:**

- [Embajada de España en Colombia](#): Apoya iniciativas de cooperación cultural y promoción de la música española en el país.
- [Centro Cultural y Educativo Español Reyes Católicos](#): Colegio internacional de España en Bogotá, Colombia, operado por el Ministerio de Educación de España.

- **Organismos privados:**

- [Sayco y Acinpro](#): Sociedades responsables de la administración de derechos de autor y conexos en la industria musical colombiana.
- [Asociación de la Industria de la Música en Colombia \(AIMCO\)](#): Agrupa a sellos discográficos, promotores, productores y otros actores clave del sector.
- [BOmm \(Bogotá Music Market\)](#): Plataforma de negocios que facilita el contacto entre artistas, empresas y profesionales de la música.
- [Clúster de Música de la Cámara de Comercio de Bogotá](#): Iniciativa que busca fortalecer la industria musical en la capital colombiana.
- [Federación Internacional de Productores de Fonogramas y Videos Musicales \(IFPI\)](#): Es una organización no gubernamental internacional que representa a unos ocho mil productores de fonogramas en más de 70 países alrededor del mundo.
- [Asociación Colombiana de Editoras de Música \(ACODEM\)](#): Protege los derechos de autor de la música y asesora en licenciamiento y derechos de reproducción.

- [Asociación de Autores, Compositores, Intérpretes y Músicos colombianos \(ACIMCOL\)](#): Organización de profesionales que brinda asesoría legal y beneficios a sus asociados en temas de derechos de autor y derechos conexos.
 - [REDLAT \(Red de Productores Culturales Latinoamericanos\)](#): Red de colaboración que impulsa la producción y promoción de contenidos culturales en la región, incluyendo la música.
 - [WIN Colombia \(Worldwide Independent Network Colombia\)](#): Representa y defiende los intereses de los sellos discográficos independientes en el país.
- **Otros agentes privados:**
 - *Discográficas*: Las principales que operan en Colombia incluyen Universal Music Group, Sony Music Entertainment, Warner Music Group y Billboard, además de sellos independientes como Codiscos y Discos Fuentes, Polen Records, Tambora Records y Llorona Records.
 - *Agregadoras digitales*: Plataformas como ONErpm, Altafonte y Ditto Music facilitan la distribución digital de artistas en Colombia.
 - *Mánagers y agencias de booking*: Empresas especializadas en la gestión de artistas y giras internacionales, como T310 y Páramo Presenta.
 - *Promotoras de música en vivo*: Compañías que organizan eventos y festivales, destacan OCESA Colombia y Move Concerts.
 - *Editoriales musicales*: Se ocupan de la administración de derechos de autor, con presencia de Warner Chappell Music y Sony Music Publishing.
 - *Plataformas de venta de entradas*: Empresas como TuBoleta y Entradas Amarillas gestionan la comercialización de boletos para conciertos y festivales.
 - *Plataformas streaming*: Spotify, Claro Music, Apple Music Sound Cloud, YouTube, Amazon Music, Deezer.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

España mantiene una presencia destacada en el mercado musical colombiano, impulsada por la afinidad cultural y el idioma compartido. Colombia se ha convertido en un destino estratégico para la música española, tanto en consumo digital como en giras y festivales. Sin embargo, se enfrenta a una competencia local fuerte, con géneros urbanos y tropicales, así como con otros exponentes latinoamericanos.

Las exportaciones musicales españolas han crecido en Colombia, aunque el consumo de música española sigue siendo menor que el de artistas locales y otros países de la región. No obstante, la digitalización ha facilitado su expansión, con plataformas como **Spotify**, **YouTube** y **Apple Music** desempeñando un papel clave en la difusión del repertorio español. Figuras como Rosalía, Quevedo, Rels B y C. Tangana alcanzan las listas de *streaming* en Colombia, mientras que artistas consolidados de nicho como Joaquín Sabina, Alejandro Sanz y Raphael siguen teniendo una base fiel de seguidores.

El mercado colombiano, donde el *streaming* representa más del 75 % de los ingresos de la música grabada, supone una oportunidad para los artistas y sellos españoles. Sin embargo, para fortalecer su posicionamiento, es clave una **mayor inversión en promoción y estrategias de colaboración con artistas locales**, así como una adaptación a las tendencias de consumo del público colombiano.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

La industria musical latinoamericana sigue creciendo a un ritmo superior al promedio global¹¹. En este contexto, Colombia se consolida como un mercado estratégico en la región. El consumo musical en el país está dominado por géneros urbanos como el reguetón, que representa el 80 % de las canciones más escuchadas en 2023¹², seguido del vallenato y la música popular. Para los artistas españoles, el reguetón no solo representa una vía natural de entrada al mercado por el idioma, sino también una oportunidad clave, ya que es uno de los géneros más

¹¹ IFPI, Informe musical global 2024.

¹² Cámara de Comercio de Bogotá.



consumidos en España, con un 35,67 % de las reproducciones en discotecas, bares y salas de conciertos¹³. Esta familiaridad con el género elimina barreras de entrada por su conexión con el mercado colombiano.

Además, las últimas cifras señalan que el 35,7 % de las exportaciones de música española se dirigen a Latinoamérica, con Colombia en el séptimo puesto entre los principales destinatarios¹⁴. Esto refleja la aceptación de la música española en la región. En este contexto, las colaboraciones entre artistas españoles y colombianos han demostrado ser una estrategia efectiva para ampliar audiencias, permitiendo que muchos entren en las listas de *streaming* del país y refuercen su presencia en el mercado.

Por otra parte, las plataformas de *streaming* así como las redes sociales brindan una mayor igualdad de oportunidades en el acceso al mercado musical (el 80 % de los usuarios de **TikTok** afirman que la aplicación es su principal fuente para descubrir nueva música)¹⁵.

Paralelamente, Colombia ha experimentado un resurgimiento en eventos en vivo, con un aumento en festivales y conciertos, lo que abre más puertas para la participación de artistas internacionales. Hay que destacar que el precio medio de los eventos de música en vivo en Colombia es superior a los precios de las entradas en España.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La distribución del talento musical español en Colombia sigue un proceso que combina la colaboración estratégica, la presencia digital y el contacto directo con el público a través de giras. Normalmente, el camino hacia la implementación y consolidación de un artista comienza con una base de popularidad consolidada en España, lo que facilita su expansión en mercados hispanohablantes. No obstante, la competencia con artistas locales y de otras regiones es intensa.

Una estrategia de distribución efectiva incluye alianzas con artistas colombianos, como demuestra el caso de la colaboración entre **Alejandro Sanz** y **Shakira**. Estas colaboraciones sirven de canales de entrada al mercado y permiten generar una mayor conexión con el público local.

Además, el **entorno digital** se ha convertido en un intermediario clave. Trabajar con *streamers* que reaccionen a lanzamientos en plataformas como **YouTube** o **Twitch** amplía la visibilidad del artista, mientras que la construcción de comunidades de seguidores en **TikTok** e **Instagram** representa canales fundamentales para el posicionamiento y crecimiento en Colombia.

El análisis de métricas de *streaming* y redes sociales permite identificar oportunidades de distribución, definir estrategias de entrada y adaptar la oferta artística a las preferencias locales.

Finalmente, las giras presenciales constituyen un canal indispensable para la consolidación. Estas suelen iniciarse en Bogotá y Medellín, principales centros musicales del país, aunque ciudades como Cali o Barranquilla también presentan oportunidades interesantes gracias al crecimiento de sus escenas musicales.

En definitiva, la distribución del talento en Colombia requiere un enfoque integral, combinando estrategias digitales, colaboraciones estratégicas y presencia física en el mercado.

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

Colombia cuenta con un marco legal consolidado para la protección de los derechos de autor y la distribución de la

¹³ Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).

¹⁴ Promusicae, 2023.

¹⁵ TikTok Newsroom (2023). "Un estudio revela cómo TikTok está cambiando la industria de la música para marcas, artistas, público y compañías".

música. Sin embargo, existen regulaciones que pueden influir en los ingresos de los artistas internacionales y en la expansión de la música española en el país.

E.2.1. Derechos de autor

Las obras musicales en Colombia están protegidas por la ley que regula el derecho de autor y los derechos conexos. Además, el país es signatario del Convenio de Berna y del Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor, lo que facilita la gestión de regalías para artistas extranjeros. Sin embargo, la normativa impone una limitación del 40 % en las remuneraciones que pueden recibir los productores y artistas por el uso de sus obras, lo que puede afectar a sus ingresos. Además, hay propuestas legislativas en discusión, que proponen eximir a ciertos establecimientos, como hoteles, del pago de derechos de autor.

E.2.2. Radiodifusión

La ley regula la emisión de contenidos en radio y televisión, lo que incluye la obligación de programar música nacional. Este requisito puede influir en la programación de emisoras y canales, afectando a la visibilidad de la música extranjera en el país.

E.2.3. Inteligencia artificial y piratería

El uso de la inteligencia artificial en la música está en auge, sin embargo, en Colombia aún no existe una regulación específica sobre la IA en la industria musical, lo que deja abierta la discusión sobre su impacto en la creación y distribución de contenido. Por otro lado, la piratería sigue siendo un desafío en el mercado colombiano. A pesar de los avances en la lucha contra la distribución ilegal de música, el consumo de contenido sin licencia sigue representando un problema para los titulares de derechos.

E.3. Ferias

- [BIME Bogotá](#): Encuentro profesional de la industria musical internacional organizado con apoyo del ICEX. Del 6 al 9 de mayo de 2025.
- [Circuitart Medellín](#): Festival musical iberoamericano que reúne a artistas y agentes de la industria. Del 12 al 14 de junio de 2025.
- [Latino Show Music Conference](#): Punto de encuentro para artistas, productores y promotores de la industria latina. Del 9 al 11 de junio de 2025.
- [BOmm \(Bogotá Music Market\)](#): Plataforma de promoción y circulación para el talento creativo colombiano. Del 9 al 12 de septiembre de 2025.
- [Festival de Rock al Parque](#): Uno de los festivales de rock más grandes de América Latina, ofreciendo una plataforma para artistas locales e internacionales. Del 21 al 23 de junio de 2025.
- [Festival Estéreo Picnic](#): Evento anual que reúne a una variedad de artistas internacionales y locales, abarcando diversos géneros musicales. Del 27 al 30 de marzo de 2025.
- [Festival Internacional La Solar de Medellín](#): Este festival reúne a artistas nacionales e internacionales en una programación diversa que abarca diferentes géneros y expresiones artísticas. Días 2 y 3 de mayo de 2025.

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- IFPI, Informe musical global 2025. Disponible en: [IFPI, Informe musical global 2025](#).
- IFPI Latin. Disponible en: <https://ifpilatina.org/>
- Informes PROMUSICAE – [Infografía del mercado de la música grabada](#).
- Cámara de Comercio de Bogotá. [Análisis del Sistema de Información de la Música en Bogotá](#). Disponible en: [Documento de análisis del Sistema de Información de la Música en Bogotá](#).

G. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Bogotá** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Colombia**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Colombia, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Carrera 9A, N°99-07, Torre "La Equidad", Oficina 901
Bogotá, Colombia
Teléfono: + 573188764256
Correo electrónico: bogota@comercio.mineco.es
<http://Colombia.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 07 10 00 9 a 15 h
informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA

Laura Sánchez Fernández

Oficina Económica y Comercial
de España en Bogotá

Buzón oficial de la Oficina: bogota@comercio.mineco.es

Fecha: 09/04/2025

© ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 224250231

www.icex.es



FICHAS SECTOR COLOMBIA



ICEX España
Exportación
e Inversiones