

México es la puerta musical hacia Latinoamérica

Cuenta con una audiencia que está abierta al mercado internacional, coinciden expertos en la FIM GDL 2025

México es una puerta de entrada a Latinoamérica por las capacidades de la industria musical para desarrollar los proyectos a nivel regional, y a esto se suma que el consumidor mexicano es muy apasionado, lo que naturalmente se traduce en números para los artistas, expresó Martín López, Director de Marketing de BMG México.

En la charla titulada “**México amplificado: un mercado clave para sellos y artistas internacionales**”, celebrada en la [Feria Internacional de la Música de Guadalajara \(FIM GDL\)](#) ^[1] 2025, que tiene lugar en el Conjunto Santander de Artes Escénicas, explicó que **México siempre aparece como los principales mercados de los artistas**.

“Se reconoce también el **nutrido circuito de festivales que hay en México**, por lo cual lo visitan frecuentemente y a partir de esto se ve al país como una puerta de entrada hacia el resto de Latinoamérica”, apuntó.

Otra de sus fortalezas, explicó, es que **tiene una audiencia abierta al mercado internacional**, y no tiene miedo de tomar a un artista internacional y adoptarlo como propio.

“La ventaja que puede tener un artista internacional cuando llega a México es que está en el punto de su carrera, que ya está creciendo hacia otros mercados, por lo que naturalmente tiene una historia atrás y una base de fans creciendo en el país”, destacó López.

Para Marcela Murillo, de la disquera Rimas Music, establecer una oficina en México, en principio fue tener un espacio de apoyo a su sede principal en Puerto Rico, pero surgió la necesidad de contar con una oficina completa para poder formar a más artistas, y seguir explorando y desarrollando el talento.

“Para nuestros artistas, que son urbanos en su mayoría, México es un mercado atractivo por el hecho de que hay mucha oferta de festivales, sus escuchas, el *fandom*, también están presentes aquí,

eso es lo principal. Además de que los artistas que están llevando el liderazgo en la compañía también tienen el mayor número de seguidores en este país, pero en general es todo lo que es México como ecosistema, hay muchas oportunidades para potenciar el talento”, subrayó.

Explicó que **si un artista empieza a tener éxito en la Ciudad de México es mucho más fácil que le empiece a ir bien en el resto de Latinoamérica**; por eso, fomentar y tener un crecimiento con una base sólida en territorio mexicano les ayuda a que se vea replicado en el mapa latinoamericano.

Fernando Grediaga, Gerente General de HYBE Latinoamérica, destacó que **desde hace muchos años México permea hacia el mercado latino de Estados Unidos y hacia centro y Sudamérica**.

“Siempre ha sido un punto importante, tanto para el talento mexicano que va a otros países, como para artistas de otros lados, como los españoles, para quienes **este país es muy importante porque detona cosas en otros mercados**”, precisó.

Agregó que **el gran reto siempre ha sido ser más ágiles, entender mejor a la audiencia y poder conectar más rápido al artista con su potencial consumidor**.

En materia de **Inteligencia Artificial**, coincidieron en señalar que les entusiasma, **aunque hay temas de propiedad intelectual que deberán resolverse; será importante entenderla, adaptarse rápidamente y aprovechar los beneficios de la tecnología**.

Guillermo González King, Director General de la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon) y quien moderó la charla, destacó que México tiene ciertas características que lo hacen interesante, como la cantidad de personas, **130 millones intrínsecamente ligadas a la música de una manera natural**, que privilegia el consumo y que está por encima de la media global de consumo semanal en horas de música.

“La media global de consumo está alrededor de 21 horas a la semana, y en México está alrededor de 26 horas. Hay muchos otros indicadores que nos hacen muy atractivos. En 2023 México fue el mercado número 11 a nivel global de música grabada, 94.5 por ciento del consumo de música se hace mediante formatos digitales. **Al cierre de 2024 las cifras preliminares nos colocarían en el número diez, entramos al club de los diez mercados más atractivos de la industria de la música a nivel global**”, resaltó González King.

Atentamente
“Piensa y Trabaja”
“1925-2025. Un Siglo de Pensar y Trabajar”
Guadalajara, Jalisco, 27 de febrero de 2025

Texto: Laura Sepúlveda Velázquez
Fotografía: Gustavo Alfonso

Etiquetas:

[Martín López](#) [2]

URL Fuente: <https://comsoc.udg.mx/noticia/mexico-es-la-puerta-musical-hacia-latinoamerica>

Links

[1] <https://finguadalajara.mx/>

[2] <https://comsoc.udg.mx/etiquetas/martin-lopez>