

Asistentes al Bogotá Audiovisual Market cumplen sus expectativas de negocios

- El 82% de los BAM Projects concretó de negocios. La expectativa de negocio promedio es de más de USD 100.000 por proyecto, en cine, TV y animación.
- Agentes como Films Boutique, Quechua Films y Elle Driver, llegaron a acuerdos de distribución durante el BAM.
- El joven guionista Sebastián Márquez logró un acuerdo con la productora chilena, Lunes, empresa con la que buscará USD 40.000 para la financiación de su proyecto animado, Kinder Presidencial.

Bogotá, julio 13 de 2018. El Bogotá Audiovisual Market BAM sigue consolidándose como la plataforma de negocios más importante de la industria audiovisual colombiana. En su novena edición consiguió reunir a más de 1.600 empresarios, profesionales y líderes de este sector, quienes sostuvieron cerca de 1.500 citas de negocios en los cinco días que duró el encuentro.

El BAM, que es liderado por la Cámara de Comercio de Bogotá y Proimágenes Colombia, con el apoyo del Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC), arrojó importantes resultados, uno de ellos, que el 82% de los participantes en la sección BAM Projects dijeron haber superado sus expectativas de negocios o haber cerrado algún acuerdo con un comprador. En esta sección, en la que se presentaron ideas de cine, televisión o animación, la expectativa de negocio fue de USD 100.000 por proyecto.

Algunos de los empresarios que manifestaron haber llegado a acuerdos de producción en el marco del BAM fueron Films Boutique, Quechua Films y Elle Driver, empresas que destacaron la calidad y profesionalismo de los proyectos presentes en la plataforma.

“Encontramos proyectos que sin duda tienen todo para aspirar a ser seleccionadas y ganar premios en los mejores festivales del mundo. Queremos casarnos con estas ideas y una vez estén finalizadas ver cómo el director quiere contar su historia para llevarla a distintos lugares”, dijo Sergio García-Locatelli, de Quechua Films, empresa radicada en Madrid España y que estuvo en el BAM.

Otro negocio logrado en el marco del BAM fue el que concretaron los Bammers o jóvenes talentos, Sebastián Márquez y Andrea Alba, que con su proyecto animado, Kinder Presidencial, cautivaron a la productora chilena, Lunes, y convencieron a sus representantes para que los apadrinaran en la búsqueda de los recursos necesarios para llevar su serie web a las pantallas.

Gracias a este acercamiento y a otro con una productora colombiana, el proyecto animado tendrá un respaldo adicional para poder postularse a diferentes convocatorias de financiación dentro y fuera de Colombia. “La idea es que vayamos a Chile y concursemos junto con Lunes para recibir los

Un programa de



USD 40.000 necesarios para la producción de 12 capítulos que serían distribuidos en el mercado colombiano y también en el chileno”, explicó el guionista de Kinder Presidencial, una serie satírica en el que los personajes son una versión animada de varios presidentes del mundo.

Compradores satisfechos

Representantes de multinacionales de la industria audiovisual presentes en la plataforma, e importantes festivales de productoras independientes manifestaron estar altamente satisfechos con los resultados del BAM.

Vanesa Miranda, gerente senior de Desarrollo de Contenidos para Turner, empresa detrás de canales como Cartoon Network, TNT y Boomerang, entre otros, explicó que generalmente en estos mercados su objetivo es conocer los proyectos y entablar una relación con sus creadores para luego hacer un análisis detallado y evaluar posibles negocios.

“Vemos una evolución en la industria audiovisual colombiana, sobre todo en la forma en la que los productores presentan sus proyectos. Eso nos ha ayudado a identificar ideas muy originales y con potencial, que nos llevamos para evaluar y poderlas llevar a nuestros canales”, dijo Vanesa Miranda.

Lewis Kofsky, de Sesame Workshop (creadores de Plaza Sésamo), aclaró que su empresa hace varios contenidos en Colombia y en otros países de América Latina, lo cual hace parte de una decisión estratégica de generar un impacto social a través de su trabajo, mostrando temas que convoquen a la reflexión por parte de todos los públicos que consumen sus producciones, pero especialmente en los niños.

“Nos interesa lo que pasa acá en su país y temas como el posconflicto y la construcción de paz son temas que queremos mostrar a nuestras audiencias. Por eso vinimos a buscar alianzas con socios locales que conocen estas realidades y saben cómo llevarlas a aquellas plataformas con mayor posibilidad de difusión”, dijo.

Según Kofsky, durante el presente BAM pudieron identificar una alianza con una productora local para desarrollar proyectos alineados con su estrategia, los cuales se espera sean distribuidos tanto en Colombia como en otros países.

Ana María Núñez, directora de Adquisiciones para National Geographic Latinoamérica, también presente en el BAM, explicó que la empresa que representa, si bien tiene un porcentaje de programación global, también explora tener una mirada regional que les permita acercarse a audiencias específicas por país.

La Directora destacó que por su paso por el BAM encontró oportunidades de negocio interesantes, en especial en animación y en documentales, lo que seguramente terminará en decisiones de

Un programa de





negocio, bien sea para hacer una compra de los proyectos o para realizar coproducción con empresas locales.

El BAM, en su novena edición, tuvo expectativas de negocios por USD 35 millones. La plataforma contó este año con más de 1.600 asistentes, entre quienes se destacaron 115 invitados internacionales procedentes de 21 países, así como otros 300 profesionales de la industria nacional.

El mercado audiovisual en Bogotá

En la actualidad, más de 8.900 empresas conforman el sector de las industrias de contenidos, se han generado alrededor de 57.000 empleos, dedicadas a actividades de producción, postproducción y distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión; exhibición de películas cinematográficas y videos; programación y transmisión de televisión; creación audiovisual y publicidad, según el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá.

Estas empresas generan 6.5 billones de ventas anuales y cerca de 55.000 graduados en diferentes carreras relacionadas al sector audiovisual, lo cual muestra el gran potencial que tiene para alcanzar nuevos niveles de crecimiento y desarrollo para la ciudad. En 2017, el sector realizó exportaciones por US\$209.2 millones.

Acerca de la CCB

La Cámara de Comercio de Bogotá es una entidad privada que desde hace 140 años apoya los sueños de los emprendedores y empresarios de la ciudad. Por delegación legal administra los registros públicos. Trabaja por la seguridad jurídica, por el fortalecimiento del entorno y por los intereses de los empresarios. Acompaña los diferentes ciclos de vida de las empresas y promueve los negocios en Bogotá y la Región.

Acerca de Proimágenes Colombia

El Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica - Proimágenes Colombia es una corporación civil sin ánimo de lucro creada bajo la ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura). Proimágenes busca consolidar el sector cinematográfico colombiano, convirtiéndose en un escenario privilegiado para la concertación de políticas públicas y sectoriales, y para la articulación de reglas del juego que concreten e impulsen la industria cinematográfica del país.

twitter.com/BAM_Bogota
www.facebook.com/BAMBogotaAudiovisualMarket/
www.instagram.com/bam_bogota/
[#ModoBAM](https://www.instagram.com/bam_bogota/)

Un programa de

