

Día de Medios AVIXA | Bogotá

Resumen de los puntos clave presentados por AVIXA sobre la industria de la integración audiovisual, con foco en Colombia y América Latina, y sobre InfoComm América Latina 2026. / Bogotá, Colombia, 6 de agosto de 2026

¿Qué es AVIXA?

AVIXA (*Audiovisual and Integrated Experience Association*) es la asociación internacional que representa a la industria de la integración audiovisual. Su objetivo central es impulsar el crecimiento y la profesionalización de este sector tecnológico y creativo, el que genera experiencias audiovisuales mediante soluciones integradas, y para ello reúne a fabricantes, distribuidores, integradores, diseñadores, instaladores, técnicos, creativos y usuarios finales.



Organiza su labor en seis pilares: estándares, formación, certificación, vinculación (networking), inteligencia de mercado y organización de ferias y congresos.

Algunos datos que ayudan a dimensionarla:

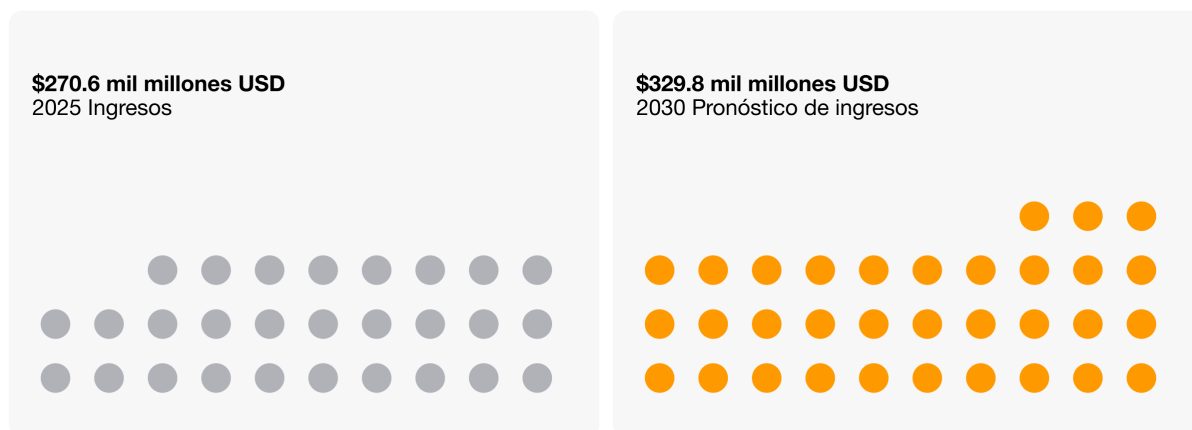
- **Trayectoria:** fundada en 1939, adoptó su nombre actual en 2017 (antes se conocía como InfoComm International). Es una organización sin ánimo de lucro con sede en Fairfax, Virginia (Estados Unidos).

- **Alcance global:** agrupa a más de 3.000 empresas, que representan a unos 20.000 profesionales, de más de 80 países.
- **Papel en la industria:** es la organizadora de las ferias InfoComm en todo el mundo y copropietaria de Integrated Systems Europe (ISE), una de las mayores ferias del sector, junto con CEDIA. Es también el principal referente en estándares y en certificación, con la credencial CTS (*Certified Technology Specialist*), el aval profesional más reconocido del sector.
- **Impacto social y talento:** a través de la AVIXA Foundation, una organización sin ánimo de lucro dedicada a desarrollar la fuerza laboral del sector, impulsa la formación, las becas y el apoyo a los nuevos profesionales del audiovisual. Dentro de esa labor, el Brad Sousa Impact Fund otorga ayudas a proyectos de educación, desarrollo de talento e impacto comunitario en la industria.

AVIXA

Ingresos de la industria de integración audiovisual a nivel global

Fuente: AVIXA Market Intelligence 2026



La industria de la integración audiovisual: cifras clave

Fuente: Departamento de Inteligencia de Mercado de AVIXA. Datos actualizados a agosto de 2026.

A nivel global

- **2025:** los ingresos globales de la industria superaron los 270.000 millones de dólares.

- **2030 (pronóstico):** 329.000 millones de dólares.
- Dos motores principales de la demanda: el espacio de trabajo híbrido y la creciente economía de las experiencias.
- El mayor crecimiento se observa en la India, Oriente Medio y América Latina.

América Latina

- **2025:** los ingresos de la industria alcanzaron los 12.000 millones de dólares. Brasil y México lideran la región, seguidos de Argentina, Colombia y Chile.
- **2030 (pronóstico):** 14.700 millones de dólares.

AVIXA

Colombia 2026 Pronóstico de ingresos USD \$1,070 millones

El mercado de la industria de la integración audiovisual en Latinoamérica es liderado por Brasil y México, seguidos de Argentina, Colombia y Chile.

De acuerdo a cifras de AVIXA, en el **2025**, los ingresos de la industria en la región fueron de **USD \$12 mil millones**.

Pronósticos de ingresos en 2030

- **Colombia:** USD\$1,206 millones (2030)
- **Latinoamérica:** USD \$14.7 mil millones (2030)



Fuente: AVIXA Market Intelligence 2026

Colombia

- **2026 (pronóstico):** 1.070 millones de dólares.
- **2030 (pronóstico):** 1.206 millones de dólares.

Pronóstico 2026: Colombia por segmentos

Durante la presentación se destacaron cinco **Mercados Verticales**: corporativo, medios y entretenimiento, educativo, recintos y eventos en vivo, y residencial, además del rubro de servicios, que AVIXA incluye dentro de su análisis de

Productos. (Todas las cifras son pronósticos para 2026; como los Mercados Verticales y los Servicios provienen de análisis distintos, sus porcentajes no son directamente sumables entre sí.)



Corporativo: 20% de los ingresos pronosticados para 2026, equivalentes a 214 millones de dólares.

Es el mercado que más ingresos genera para la industria de la integración audiovisual, sin importar la región que se analice, y Latinoamérica y Colombia no son la excepción. Sus motores son el espacio de trabajo híbrido y la economía de las experiencias: las empresas invierten en tecnología audiovisual para mejorar la colaboración y la participación, dentro y fuera de las oficinas, y para crear experiencias memorables que conviertan sus espacios en algo más que lugares de productividad, con objetivos nuevos como fomentar el sentido de pertenencia o la conexión con la comunidad.

Ese interés se traduce en inversiones como nuevos modelos de salas de reunión adaptados a cada equipo, espacios de bienestar (donde el sonido, la iluminación y el mobiliario se combinan para el descanso) y estudios de producción para pódcast

y video en streaming, útiles para informar a las audiencias internas y formar a los empleados a distancia.

Medios y entretenimiento: 17 % de los ingresos pronosticados para 2026, equivalentes a 182 millones de dólares.

Este segmento incluye todo el equipo y los servicios de audiovisual profesional de producción, edición y broadcast en cine, videojuegos, música, radio y televisión. En él destaca el uso de pantallas LED en los estudios de series y programas de televisión, para crear escenarios virtuales que reducen los costos de traslado, optimizan el trabajo, estimulan la creatividad e incluso han dado lugar a nuevos roles en la industria.

Educativo: 15 % de los ingresos pronosticados para 2026, equivalentes a 161 millones de dólares.

Comprende todos los niveles educativos y la investigación académica. Es especialmente relevante en Colombia pues su nivel de inversión en soluciones audiovisuales se sitúa cinco puntos porcentuales por encima del promedio latinoamericano y es el tercer vertical que más invierte en integración audiovisual.



Incluye soluciones de hardware y software integradas en todo tipo de aulas para apoyar la enseñanza desde la educación básica hasta la superior, con un peso especial de la educación a distancia, donde es clave que los estudiantes, presenciales o remotos, vean y escuchen con claridad a sus profesores y participen

activamente en clase. El propio Centro de Simulación de la Universidad Javeriana es un ejemplo de este segmento.



Recintos y eventos en vivo: 11% de los ingresos pronosticados para 2026, equivalentes a 118 millones de dólares.

Agrupar los espacios y montajes donde el público vive experiencias presenciales, desde eventos deportivos, estadios, museos, parques de diversiones, templos religiosos, conciertos, cines u otros recintos de entretenimiento, así como los recintos especializados para conferencias.

El creciente interés por este tipo de experiencias en directo ha impulsado la renovación de auditorios y arenas, además de montajes temporales, que combinan videoproyección, sistemas de audio, iluminación y software de control para ofrecer experiencias más enriquecedoras.

Representa inversiones significativas en tecnología, no solo en los grandes festivales de música, sino también en congresos y convenciones: un mercado cada vez más sofisticado, cuyos organizadores buscan constantemente nuevas formas de sorprender.

Residencial: 4% de los ingresos pronosticados para 2026, equivalentes a 43 millones de dólares.

Corresponde a la integración audiovisual en el hogar. Es un mercado independiente del de los productos que se compran en tiendas o en línea, con servicios muy alejados del «hágalo usted mismo»: las empresas de integración diseñan e implementan soluciones a medida. Incluye desde sistemas de automatización y control para gestionar la iluminación de toda una casa hasta salas de cine con audio y video de alta gama y tratamiento acústico, o espacios dedicados a la escucha musical en vinilo y en alta resolución.

Y no es solo cosa de grandes fortunas: cada vez más personas recurren a un integrador para que sus dispositivos IoT funcionen y se comuniquen entre sí, y los desarrolladores inmobiliarios ya suman videovigilancia, sistemas de audio y video en zonas comunes (como gimnasios) y pantallas informativas en los vestíbulos.



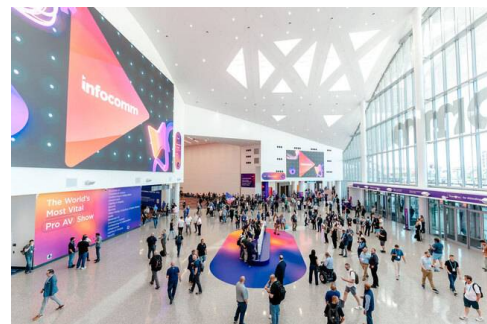
▲ Sonos Era 100 Pro Instalacion.JPG

Servicios: 21 % de los ingresos pronosticados para 2026, equivalentes a 225 millones de dólares.

A diferencia de los cinco anteriores, es una categoría de la tabla de Productos, no un mercado vertical, y reúne el diseño, la instalación, la integración y el

mantenimiento. Es el rubro que más ingresos genera en la región, un rasgo que distingue a América Latina y a Colombia frente al promedio global.

Esto refleja dos cosas: que los proyectos de integración se mantienen al alza, tanto los que parten de cero como los de renovación y mantenimiento, y que resulta clave que los especialistas técnicos y los demás profesionales se mantengan al día en formación y certificación, porque son las personas las que hacen crecer la industria y le dan prestigio.



InfoComm: la feria de referencia del sector

Las ferias **InfoComm** son las más completas del sector audiovisual profesional: reúnen a fabricantes, integradores, distribuidores y usuarios finales de todo el mundo para mostrar y explorar las últimas tecnologías, productos y servicios. La marca es propiedad de **AVIXA**, que las produce.

- **Origen:** los orígenes de InfoComm se remontan a 1946, con la primera conferencia de la asociación, entonces llamada NAVED, en Chicago. Hoy la

edición estadounidense, que se celebra cada año alternando entre Las Vegas y Orlando, es la mayor feria de la industria audiovisual profesional del continente americano.

- **Escala:** como referencia, InfoComm 2026 (Las Vegas) ocupó 120.000 m², con 807 empresas expositoras y 28.000 participantes inscritos de 94 países.
- **Familia global:** AVIXA organiza además InfoComm India (Mumbai), InfoComm China (Beijing) e InfoComm Asia (Bangkok), y coproduce, junto con socios internacionales, Integrated Systems Europe (ISE, Barcelona) e Integrate (Sídney).
- **Un mismo concepto:** todas siguen el mismo modelo: un piso de exhibición con las soluciones más innovadoras, salas de demostración, un programa educativo, espacios de vinculación (*networking*) y recorridos por instalaciones reales, con un estándar de calidad común. En InfoComm, ISE e Integrate, los profesionales pueden además cursar y presentar los exámenes de la certificación CTS.
- **En constante renovación:** cada año el programa incorpora nuevos sectores audiovisuales, como los eSports o el uso de drones en eventos en vivo.



InfoComm América Latina 2026 (2.ª edición)

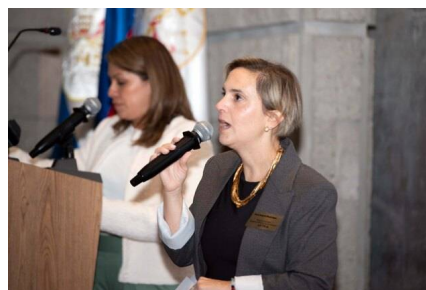
Anunciada por AVIXA en abril de 2024, **InfoComm América Latina** celebró su edición inaugural en 2025, con 2.656 m² de exhibición, 84 expositores, más de 100 marcas, siete salas de demostración y 5.193 asistentes. La segunda edición llega a Ciudad de México con una propuesta notablemente mayor:

- **Fechas:** del 21 al 23 de octubre de 2026.
- **Sede:** Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones del World Trade Center, Ciudad de México.
- **Piso de exhibición:** 4.000 m² (casi un 50 % más que en 2025).
- **Expositores:** Cerca de 100 expositores y unas 120 marcas.
- **Programa educativo:** más de 50 sesiones.
- **Asistencia esperada:** más de 7.000 personas de toda Latinoamérica.
- Sala de prensa dedicada a los periodistas.
- **InfoComm América Latina On the Road:** versión itinerante previa al evento (Bogotá y Buenos Aires, entre otras ciudades).

El proyecto anfitrión: Centro de Simulación de la Universidad Javeriana

- Centro de Simulación Clínica para la formación de estudiantes de medicina y enfermería.
- Integración audiovisual a cargo de la empresa colombiana **Integración AV** (liderada por Juan Carlos Gutiérrez y Carolina Sosa).
- Documento con el resumen del proyecto del Centro de Simulación, a disposición de los periodistas en este [enlace](#).

Imágenes Día de Medios AVIXA en la Universidad Javeriana





Acerca de New Rules Comunicación y RP

Somos una agencia boutique de comunicación y relaciones públicas con amplia experiencia en el mundo de la tecnología. Ayudamos a las empresas y organizaciones a relacionarse con medios de comunicación y audiencias en el mundo de habla hispana.

New Rules surge en 2021 a partir de la renovación de Pasa La Voz R.P., el nombre con el que operó la agencia entre 2003 y 2020. Durante esos 18 años, pudimos colaborar con empresas internacionales como Panasonic, Sennheiser, Pioneer, Casio, FileMaker, Ring y QAD, además de Sonos, AVIXA, InfoComm América Latina, Aura Home y Bose Profesional, con quienes trabajamos actualmente.

Datos del contacto

Mario González Cardoso

Director, New Rules RP
mario@newrulesrp.com
[5513795753](tel:5513795753)

Laura Álvarez Tapia

Directora Vinculación, New Rules RP
laura@newrulesrp.com
[55 1653 7599](tel:5516537599)

Silvia Restrepo

Posiciona Comunicaciones | Colaborando
en InfoComm América Latina
silvia@posicionacomunicaciones.com

Franciele Mesadri

AVIXA Latinoamérica
Marketing Manager
fmesadri@avixa.org

Copiar enlace

<https://newrulesrp.pr.co/269033-dia-de-medios-avixa-bogota/>