

AMPROFON[®]

REPRESENTANDO A LA MÚSICA EN MÉXICO

LIBRO BLANCO

DE LA MÚSICA GRABADA
EN MÉXICO 2018



AMPROFON

Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas, A.C.

Domicilio: Lafontaine 42, Col. Polanco Chapultepec, Miguel Hidalgo
C.P. 11560 Ciudad de México, México

Contacto: comunicacion@amprofon.mx

www.amprofon.com.mx

AMPROFON[®]

REPRESENTANDO A LA MÚSICA EN MÉXICO

LIBRO BLANCO

DE LA MÚSICA GRABADA
EN MÉXICO 2018

ÍNDICE

Prólogo
Presentación



Historia
Actividades



Panorama internacional
Mercado de la música en México



Cadena de valor
Impacto en industria cultural



Historia
Actividades Antipiratería
Marco Jurídico



Anexo
Tops México
Consejo

PRÓLOGO

A nombre de AMPROFON y cada uno de sus **26 miembros**, trabajando unidos como una asociación incluyente, abierta a todos y cada uno de los miembros de la industria de la música, te presentamos este **“Libro Blanco de la Industria de la Música Grabada en México”**.

Representamos un espacio participativo de diálogo para compañías productoras transnacionales, productores independientes, distintos sectores culturales, dependencias y agencias gubernamentales, así como múltiples participantes que hacen de la música grabada y el entretenimiento en México, una realidad.

Este 2018 estamos celebrando un importante aniversario. Un día 3 de abril de 1963, hace 55 años, se fundó AMPROFON con el objetivo de contribuir al constante desarrollo y crecimiento de la industria de la música, a través del impulso de iniciativas y mediante la defensa de los derechos de los productores musicales. Respetando en todo momento el derecho de los intérpretes, los autores, compositores y diversos actores de esta industria. Definitivamente este es un momento muy importante y de constante evolución. La industria de la música grabada en México está creciendo de manera importante y hoy ocupamos el **lugar número 15 en el mundo**, de acuerdo al ranking mundial de IFPI. Pero cuando consideramos ciertos otros parámetros, como las métricas digitales, México tiene un lugar mucho más relevante que 15. Es, por ejemplo, **el cuarto país del mundo** para los suscriptores en Spotify y es **el segundo país del mundo en volumen de consumo de música en streaming** para muchas plataformas de audio y video.





AMPROFON





ACTIVIDADES

Creada con el fin de representar y defender los derechos e intereses de los productores de fonograma en México, la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas (Amprofon) fue constituida el 3 de abril de 1963 bajo el nombre de Asociación de Productores de Discos Fonográficos (Amprodisc). Los socios fundadores de Amprodisc fueron: Compañía Importadora de Discos, S.A., Discos CBS de México, S.A. Discos Mexicanos, S.A., Fábrica de Discos Peerless, S.A., GAMMA, S.A., Panamericana de Discos, S.A. y RCA Victor Mexicana, S.A.

Amprofon representa, coordina y defiende los derechos e intereses comunes de los Productores de Fonogramas y Videogramas de México. Asimismo, realiza las gestiones necesarias ante autoridades nacionales, extranjeras y organizaciones internacionales para el beneficio de sus asociadas. Estudia y atiende los problemas relativos a las actividades encaminadas a fomentar el desarrollo de la industria y es además un órgano oficial de consulta.

La Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas es el interlocutor con toda clase de autoridades, organismos públicos o entidades privadas, nacionales e internacionales en cualquier asunto de carácter general o particular que involucre los intereses de todos o de algunos de los Asociados.

El código ISRC fue desarrollado por la industria fonográfica internacional y se ha convertido en una norma de aplicación mundial.

ISO normalizó los códigos ISRC bajo el estándar ISO 3901:2001. Desde 1988, la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) ha recomendado a sus miembros la utilización de esta norma. En 1989, la IFPI fue designada Autoridad Internacional de Registro para los códigos ISRC y hoy día actúa como Agencia Internacional de ISRC.

Es un código único que identifica las grabaciones sonoras y audiovisuales a lo largo de su vida y está destinado para ser utilizado tanto por Productores de Fonogramas y Videogramas, como, por las organizaciones de derechos intelectuales y otras para identificar la titularidad de las grabaciones que se difunden al público, así como para diferenciar los fonogramas y videogramas originales de los "piratas".

El diseño del sistema ISRC permite que cualquier entidad dedicada a la producción de grabaciones sonoras pueda obtener los medios para otorgar códigos ISRC, independientemente de si es (o no) miembro de alguna asociación o cámara de la industria o de otro órgano similar.

AMPROFON A.C. es la agencia autorizada en México para otorgar el código ISRC, quién además de otorgar el código de acuerdo a las directrices de la IFPI (International Federation of the Phonographic Industry), es el enlace para todo lo relacionado con este tema.

¿Para qué sirve el código internacional estandarizado de grabaciones?

El código ISRC permite que las grabaciones reciban una identificación exclusiva y permanente.

Facilita el intercambio preciso de información sobre la titularidad, el uso de grabaciones y simplifica la gestión de derechos cuando las grabaciones se utilizan en diferentes formatos, canales de distribución o productos. Asimismo, el código ISRC constituye un punto de referencia fijo cuando la grabación se comercializa en diferentes servicios y países, o bien bajo diversos acuerdos de licencia.

Es un método global que permite al productor fonográfico obtener la remuneración a que tiene derecho y a impedir el uso no autorizado de sus fonogramas o videogramas, especialmente en esta época en que la música se divulga en forma electrónica.

Facilita la distribución y cobro de regalías por derechos de ejecución pública, según corresponda. Ayuda en la lucha contra la piratería.

La estructura (sintaxis) del código ISRC está compuesta por 12 caracteres alfanuméricos, que deben estar precedidos del prefijo «ISRC» en el código impreso.

Identificador de código	ISRC
Código de país	MX
Código de entidad registrante	A00
Año de referencia	18
Código de designación	00001

Los propietarios de las grabaciones son quienes asignan los códigos ISRC.

Los códigos ISRC pueden ser asignados por los artistas, los sellos discográficos o por terceros conocidos como «Administradores de ISRC» en virtud de un acuerdo; en todos los casos, el único requisito necesario es poseer un código de entidad registrante.

No es necesario que usted sea miembro de la IFPI ni sea una asociación o cámara de la industria para solicitar un código de entidad registrante y así poder asignar códigos ISRC a sus grabaciones.

Recuerde que los códigos ISRC se asignan UNA ÚNICA VEZ y siguen siendo los mismos durante toda la vida de la obra. En el caso de que se vendieran los derechos de una grabación sonora o audiovisual que ya tuviera un código asignado, el nuevo titular de los derechos **NO DEBE** modificar el código ISRC.

Toda grabación nueva o en la que se hayan introducido cambios sustanciales debe recibir un nuevo código ISRC.

El código ISRC se asigna a cada grabación sonora o audiovisual antes de su lanzamiento y permanece inmodificable durante toda la vida de la obra.

También puede asignarse de manera retroactiva. Si se lanza una grabación sin su correspondiente código ISRC, será preciso darle uno antes de su relanzamiento.

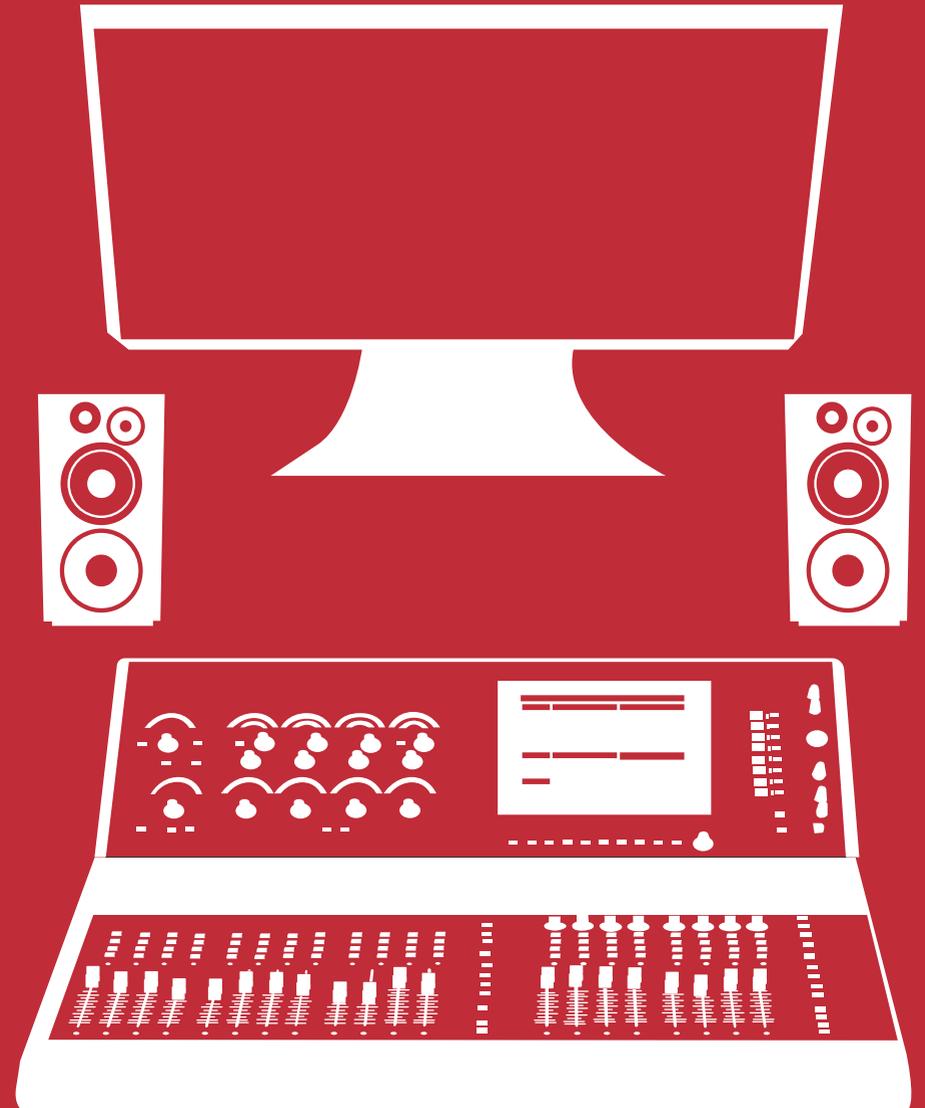
Cada grabación debe recibir su código propio y exclusivo. Si se modifica la tasa de transferencia de bits o el formato de una grabación, el código ISRC sigue siendo el mismo.

Una grabación es diferente de otra cuando se han realizado modificaciones a su contenido.

Información y requisitos para solicitar los códigos ISRC, ir a la página www.amprofon.com.mx



INDUSTRIA DE LA MÚSICA





INDUSTRIA DE LA MÚSICA

La industria de la música esta conformada por dos sectores: el de la música grabada y el de la música en vivo.

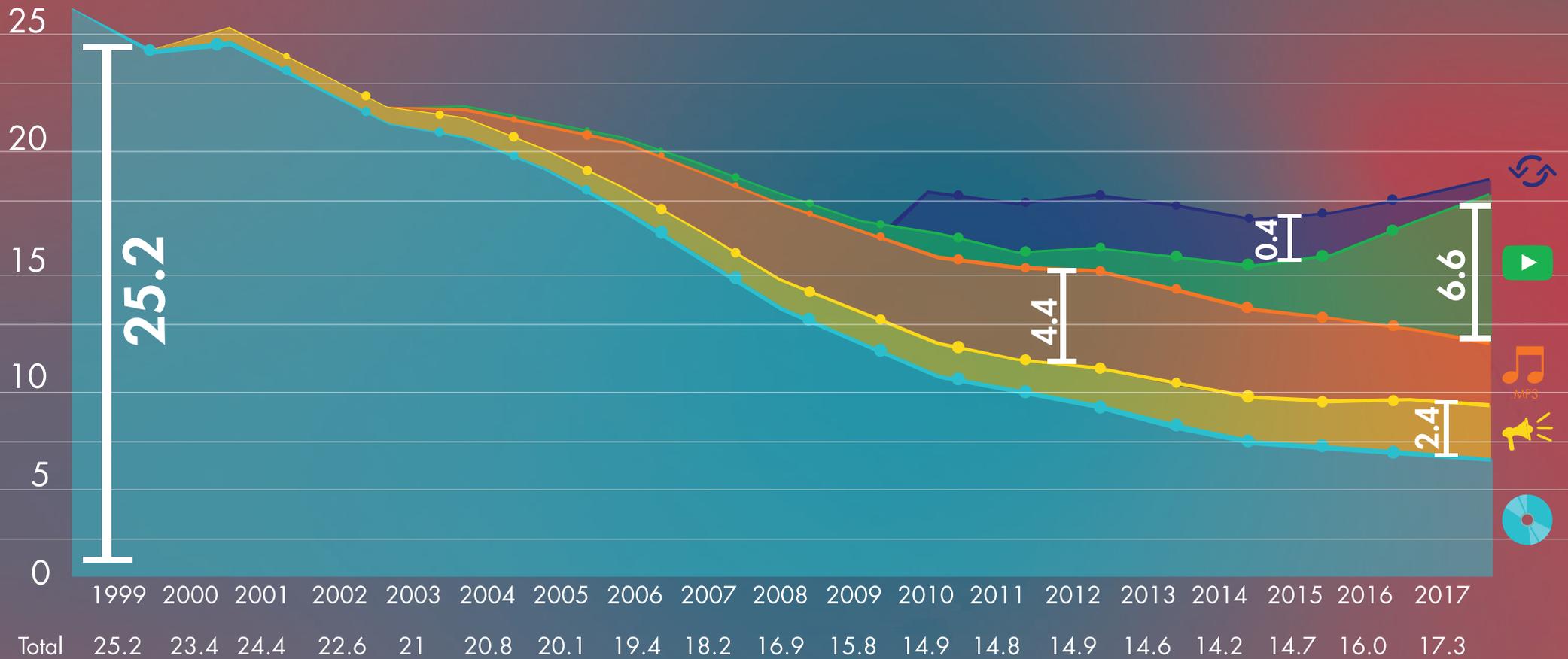
El sector que nos compete en este estudio, el de la música grabada, se conforma por las ventas de los formatos físicos (CD, vinil, cassette); las ventas de formatos digitales (descargas permanentes, audio streams por suscripciones, audio streams con publicidad, video streams, personalización móvil); derechos de comunicación pública (ingresos recolectados por la reproducción de las grabaciones y videos musicales en espacios públicos); y la sincronización (uso de las grabaciones en televisión, películas, video juegos y publicidad).

Panorama internacional

En 2017 la industria de la música a nivel global reportó ingresos por 17.3 billones de dólares, dónde más de la mitad fueron producto de streaming y de formatos digitales.



Ingresos globales de la industria de la música grabada 1999-2017 (Billones de dólares)



Físico



Digital
(excluyendo streaming)



Streaming



Derechos de
comunicación

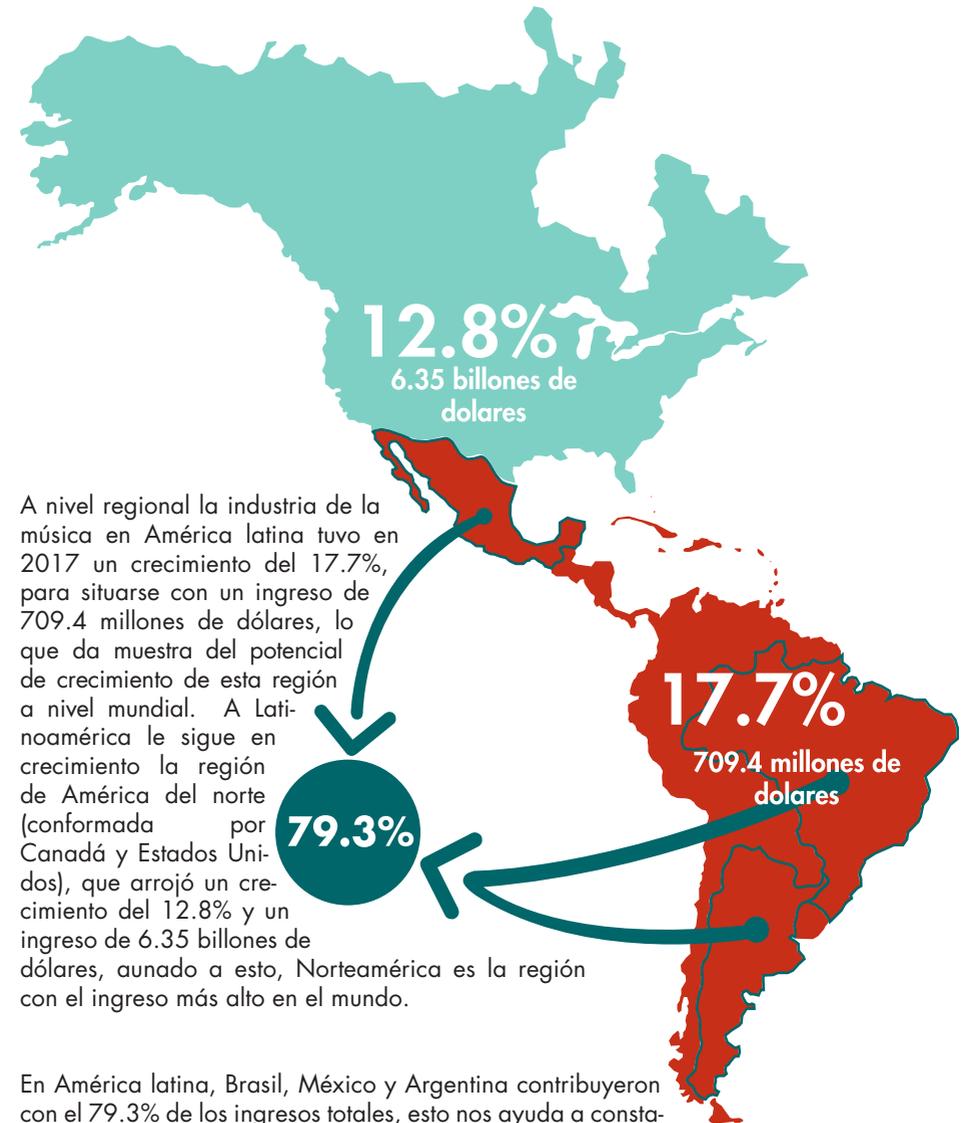
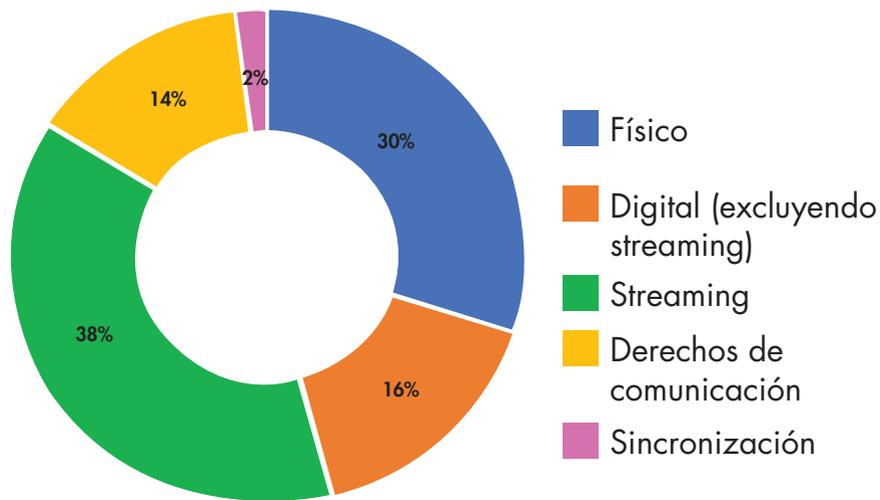


Sincronización

El crecimiento que se ha observado en los últimos años ha sido producto de la innovación y la adaptación de la industria a las nuevas tecnologías de consumo; aunado a las inversiones en distintos campos en las que tuvieron que incurrir las empresas para salir de la crisis que enfrentó la industria en años recientes.

Dentro de este crecimiento resalta el papel que ha tenido el streaming al representar en 2017 el 38.4% de los ingresos globales; aunque el formato físico conserva una presencia importante.

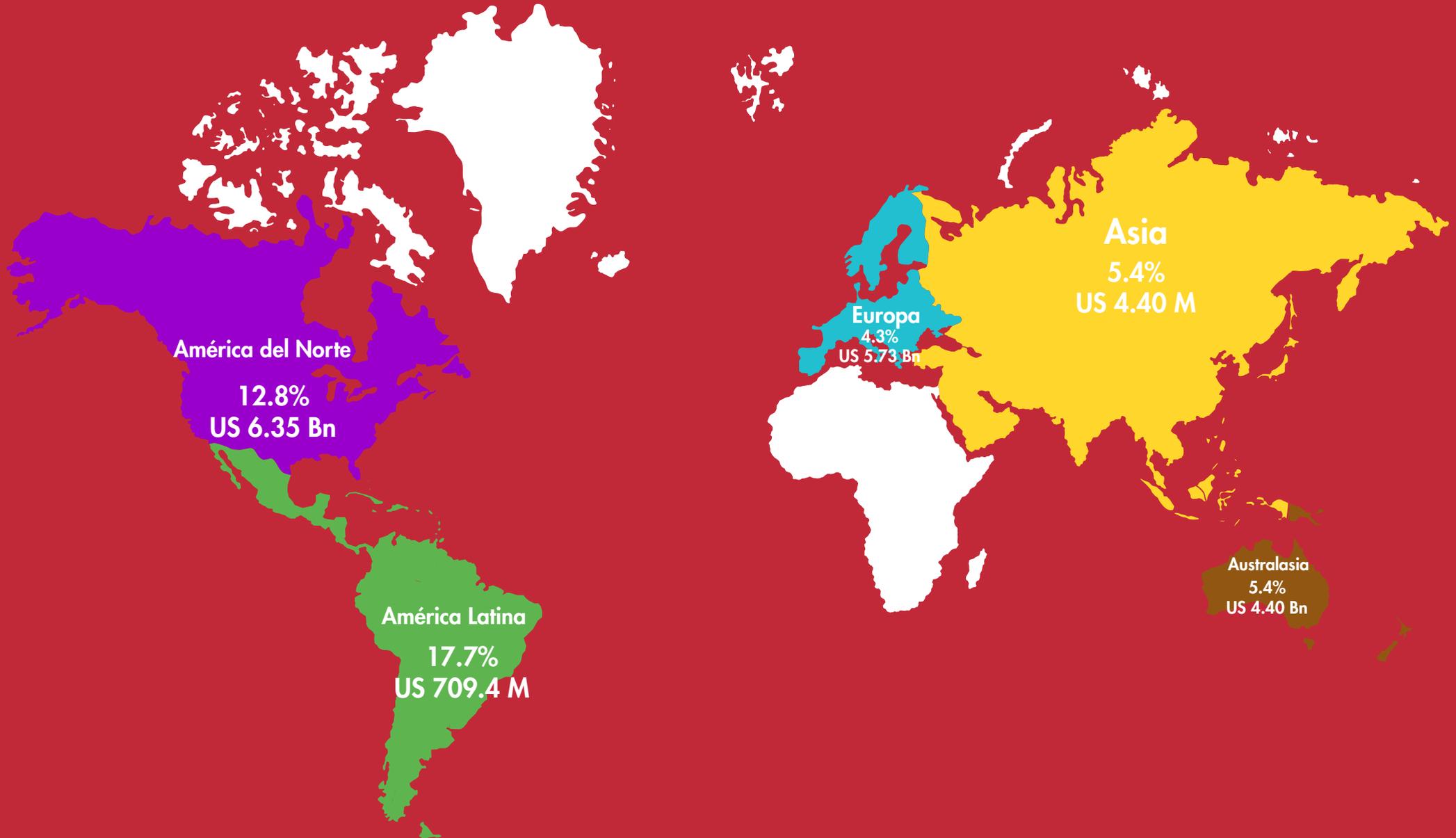
Ingresos globales de la industria de la música grabada por segmento 2017



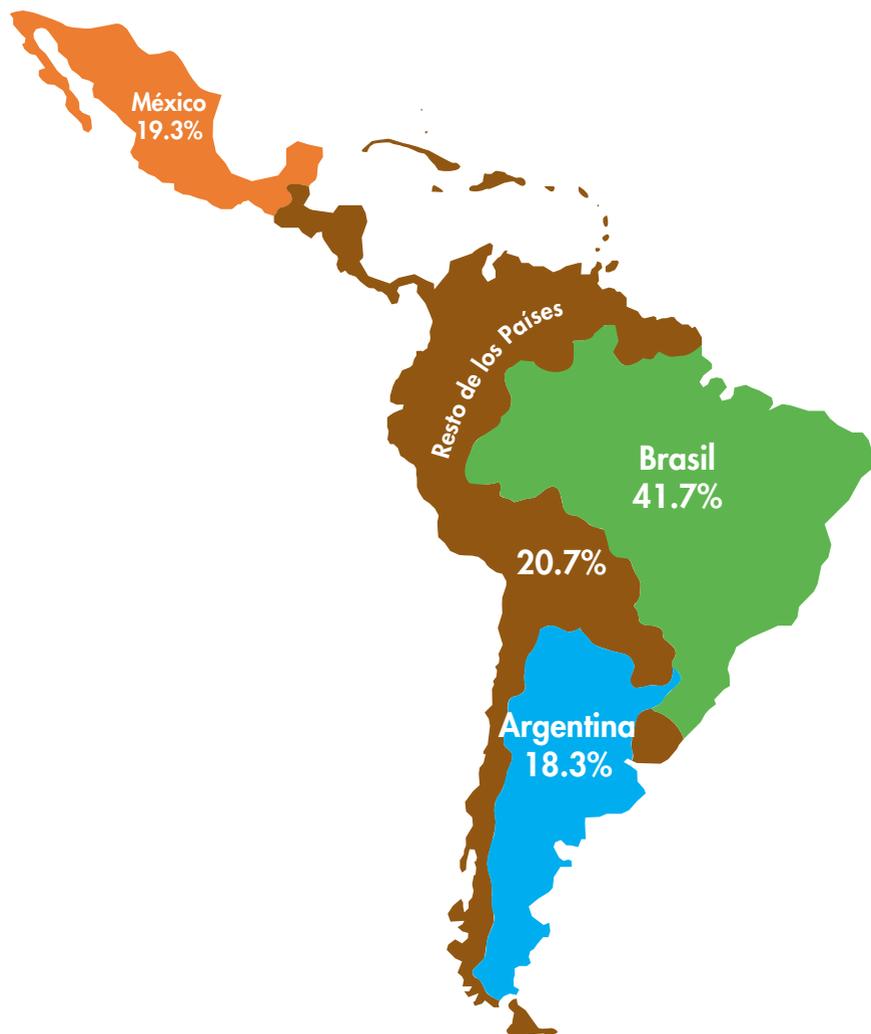
A nivel regional la industria de la música en América latina tuvo en 2017 un crecimiento del 17.7%, para situarse con un ingreso de 709.4 millones de dólares, lo que da muestra del potencial de crecimiento de esta región a nivel mundial. A Latinoamérica le sigue en crecimiento la región de América del norte (conformada por Canadá y Estados Unidos), que arrojó un crecimiento del 12.8% y un ingreso de 6.35 billones de dólares, aunado a esto, Norteamérica es la región con el ingreso más alto en el mundo.

En América latina, Brasil, México y Argentina contribuyeron con el 79.3% de los ingresos totales, esto nos ayuda a constatar el peso del mercado mexicano en la región.

Ingresos y crecimiento por región 2017



Contribución por país a los ingresos totales en Latam 2017



Fuente: Elaboración propia con datos del GMR 2018

Dentro de los veinte principales mercados a nivel global



México

18°

Sectores físicos

2°

Sincronización



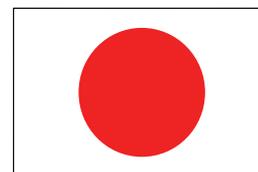
Brasil

9°

Formato físico nivel global

1°

Sectores digitales, streaming y derechos de comunicación pública en América Latina



Japón

1°

Formato físico nivel global



Estados Unidos

Se encuentra a la cabeza en todos los formatos excepto el formato físico

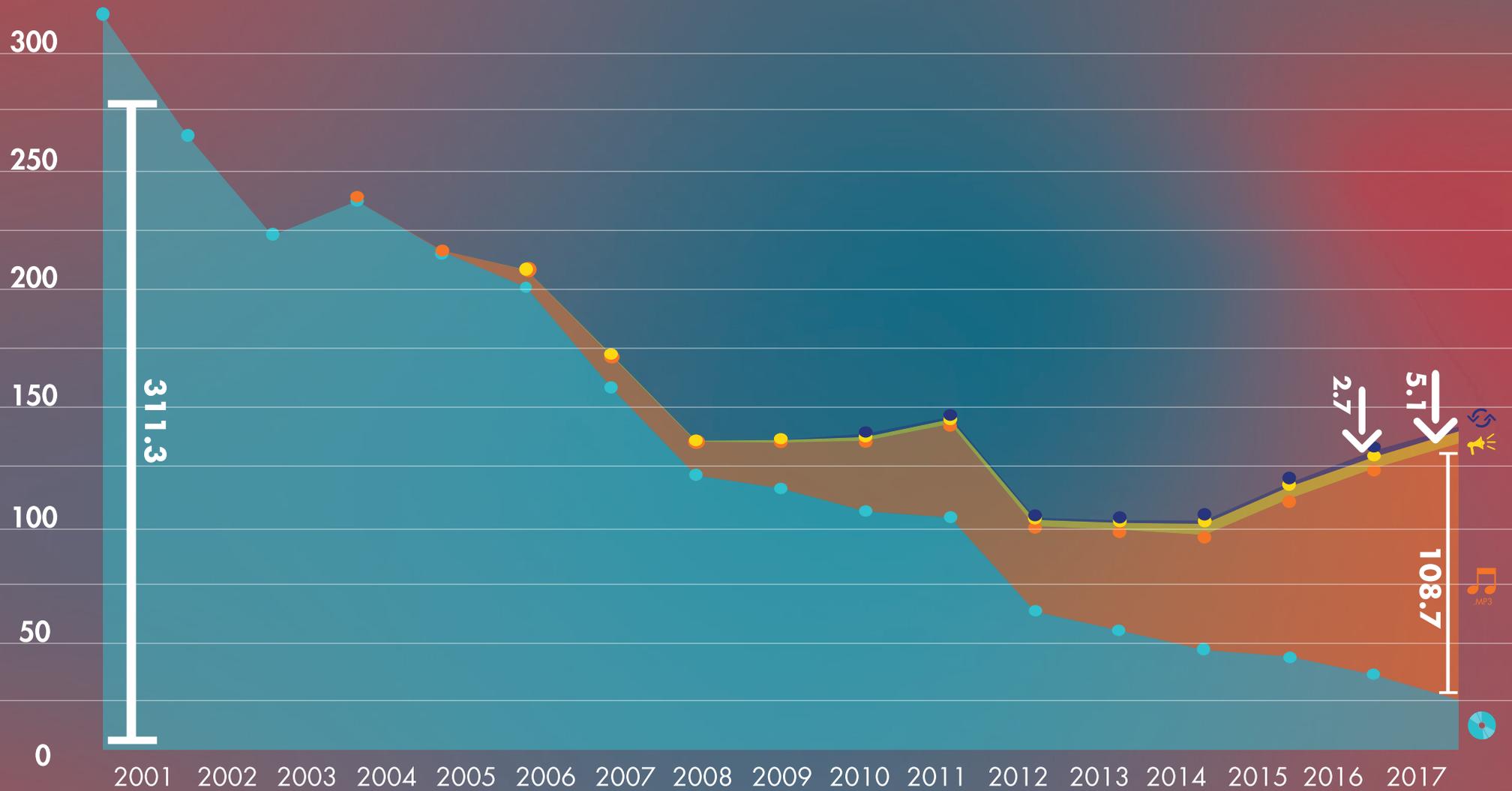
Top 20 Países 2017

Fuente: GMR 2018

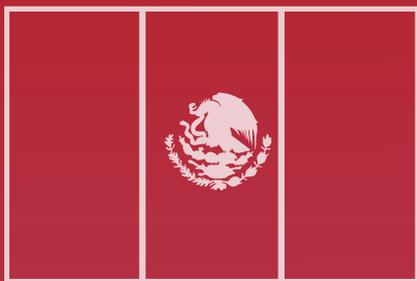
Mercado Total	País	Físico	Digital	Streaming	Derechos de comunicación	Sincronización
1 	Estados Unidos	2	1	1	1	1
2 	Japón	1	3	6	5	2
3 	Alemania	3	4	3	2	5
4 	Reino Unido	4	2	2	4	3
5 	Francia	5	5	5	3	4
6 	Corea del sur	6	6	4	22	21
7 	Canadá	8	7	9	9	9
8 	Australia	9	8	8	13	6
9 	Brasil	20	10	10	6	28
10 	China	34	9	7	21	20
11 	Países bajos	10	12	12	8	18
12 	Italia	7	17	17	10	8
13 	España	11	15	15	12	10
14 	Suecia	18	11	11	15	13
15 	Noruega	22	16	13	20	14
16 	Dinamarca	29	18	18	11	24
17 	Suiza	15	19	19	17	32
18 	México	16	13	14	45	11
19 	India	31	14	16	32	7
20 	Argentina	27	25	24	7	19

Ingresos de la industria de la música grabada en México

(Millones de dolares, Valor de mercado)



Podemos observar que en los últimos 16 años, la industria de la música grabada en México ha tenido una importante contracción en sus ingresos, de la mano de una reconfiguración en el peso de los distintos formatos que la configuran.



En 2017 México continuó con la tendencia de crecimiento que ha presentado en los últimos tres años con una tasa del:

7.9% que se tradujo en

US 137 M En ingresos totales en la industria



.MP3



Para los formatos físico y digital exclusivamente, el crecimiento anual fue de:

8.9% Y ambos sumaron

US 129.90 M

Se puede observar el dinamismo que presentan las ventas digitales, que en los últimos cuatro años crecieron en:



.MP3

154.6%

El streaming representa el rubro de digital que manifestó el crecimiento más notable en el mismo periodo con:



633.2%

A partir de 2016, se incluyó la categoría de video streams dentro del rubro de streaming. Dicha categoría presentó un crecimiento anual de **32.4%**, que se ubica por sólo diez puntos debajo del crecimiento de Suscripciones de streaming, con **42.2%**.

Por otro lado, la composición de estos ingresos estuvo dominada por los ingresos provenientes de los formatos digitales con un:



.MP3

79.3%

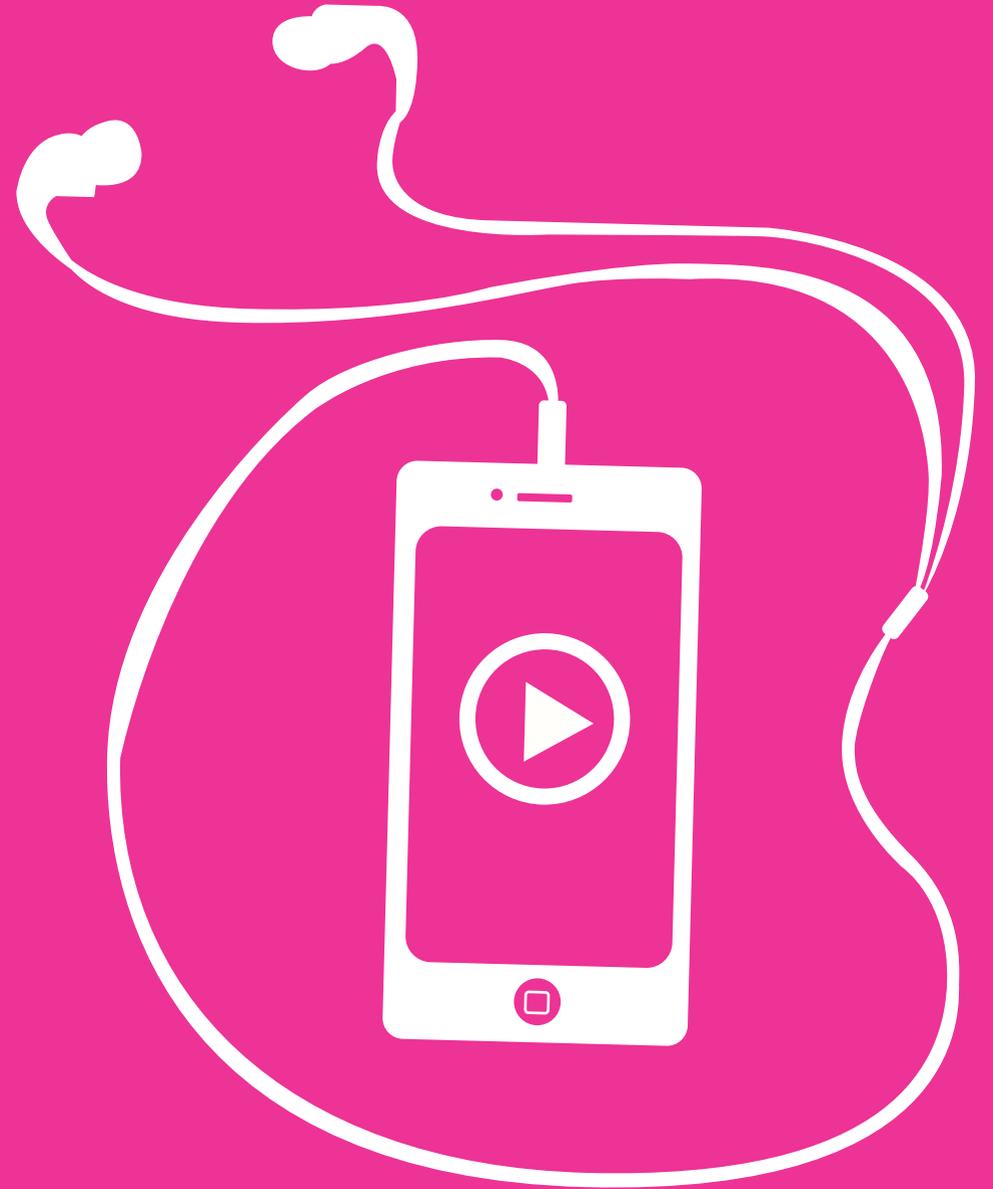
Seguido por los formatos físicos con:



15.5%



ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA





CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA

Detrás de cada creación musical existe todo un proceso en el cual intervienen diversas disciplinas para que una obra llegue al consumidor final.

Desde el primer momento en el que surge la idea para la composición de música y letra hasta que llega a los oídos del público, esta gestación tuvo que haber pasado por todo un grupo de profesionales en distintos campos: músicos, autores, intérpretes, ingenieros, productores, mercadólogos, financieros, entre otros.

No obstante, la música al ser un bien intangible, es proclive de obviarse todo el proceso que hay detrás de su creación. Por esta razón, presentamos el siguiente diagrama, donde observamos de manera resumida el trayecto que sigue la obra musical hasta materializarse en el producto final que escuchamos.



Creación

Este es el punto de arranque de la obra, donde la canción se concibe y el autor compone la música y la letra.

Talentos involucrados: compositores, autores.

Descubrimiento del talento

Una vez concretada la composición de la obra, se busca quien la interprete. Encontrar la persona adecuada para darle vida a la canción tanto vocal como musicalmente involucra un arduo trabajo de búsqueda y experimentación de talentos ya establecidos o emergentes.

Hoy en día la tecnología permite a los intérpretes autoproducirse sin involucrar en el proceso a terceros.

Talentos involucrados: intérpretes, compositores, autores, cantautores, músicos, arreglistas, representantes artísticos, productores, A&R.

Grabación y producción

Después de seleccionar al talento adecuado para la obra, se pone en marcha la grabación del material. Para este punto es necesario buscar un estudio de grabación tanto con el equipo como con los profesionales en audio adecuados que logren plasmar el talento de los autores y artistas implicados. Existen opciones de diferentes tamaños y para todos los presupuestos, desde grandes consolas, cabinas y micrófonos, hasta laptops con programas de cómputo que simplifican y abaratan el proceso.

Talentos involucrados: intérpretes, músicos, arreglistas, productores, A&R, ingenieros.

Campañas de marketing y promoción

Aquí entra en juego la estrategia para que la música pueda ser conocida por el público. Los equipos de marketing y comunicación en colaboración con los intérpretes elaboran la estrategia para cada lanzamiento; así como los medios por los que se realizará la promoción de la obra.

Talentos involucrados: intérpretes, mercadólogos, financieros, comunicadores.

Distribución

Elegir el formato y canales adecuados para hacer llegar la música al público, es una de las decisiones vitales dentro de la cadena de valor de la industria. Hoy en día, conviven dos formas de distribución de música: físico y digital. Ambos procesos involucran un conjunto de estrategias de diseño, operaciones técnicas, logística, acuerdos comerciales, además de otros aspectos.

Talentos involucrados: mercadólogos, financieros, comunicadores, ingenieros, abogados, vendedores.

Como comentábamos en un principio, al ser la música un bien intangible es fácil obviar toda la maquinaria y proceso que hay detrás de su creación para que llegue al consumidor.

Gracias a los avances tecnológicos que han sido desarrollados en años recientes, hoy en día existen grandes volúmenes continuos de música que se ofertan a los consumidores por distintos medios de muy fácil acceso.

Para aterrizar esta idea, es importante revisar el papel que han jugado las compañías discográficas en todo esto; ya que cuentan con el talento y la experiencia que ha permitido evolucionar a la industria a lo que conocemos ahora.

La misión que las compañías discográficas han podido desempeñar gracias a lo que mencionábamos, su talento y experiencia, se divide en las tres siguientes tareas:



Desde una perspectiva de negocio, las compañías discográficas son las grandes tomadoras de riesgo dentro del ecosistema de la industria de la música; ya que invierten y arriesgan todo el tiempo en la búsqueda y desarrollo de nuevos talentos. Esta apuesta no sólo se involucra dinero, sino también, la experiencia de todo un equipo de profesionales de todos los campos como los que pudimos observar en el diagrama de la cadena de valor.

Una vez descubierto el talento, el artista tiene una fuente de ingreso que le permite dedicarse totalmente a crear; mientras que, del otro lado, se encuentra todo un soporte con los mejores profesionales de la industria (ingenieros, diseñadores, productores, músicos, etc.) por parte de las compañías para lograr desarrollar al máximo las capacidades artísticas del interprete.

Toda vez que la apuesta al talento tiene como resultado el éxito y colocación del interprete ante el público, las ganancias obtenidas son reinsertadas dentro de la compañía para que puedan ser destinadas nuevamente a la búsqueda y desarrollo del talento.

Por otro lado, se ha expuesto en los últimos años la creencia errónea que asevera que el papel de las compañías discográficas ha disminuido gracias a los avances tecnológicos actuales. La realidad es que son más los artistas que buscan pertenecer a una compañía que les apoye a sobresalir; gracias a que se ha incrementado la cantidad de personas que buscando apoyo para potencializar su talento y para poder llegar al mayor número de público posible.

IMPACTO EN LA INDUSTRIA CULTURAL

Dada la diversidad de expresiones artísticas que abarcan las actividades culturales, resulta complejo revisar la incidencia económica que estas actividades llegan a tener. No obstante, existen una serie de indicadores que nos permiten hacer un acercamiento bastante robusto sobre el peso económico que tienen en el país las diversas actividades artísticas que conforman la industria cultural.

Este es caso de la “Cuenta satélite de la cultura de México”, que realiza el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En este estudio, las actividades culturales en nueve áreas generales conformadas por un número de actividades culturales específicas como se enlista en el siguiente cuadro:

Artes visuales y plásticas



Dibujo Fotografía Pintura y escultura
 Comercio de artes plásticas y visuales
 Gestión pública en artes plásticas y visuales

Artes escénicas y espectáculos



Danza Espectáculos artísticos Espectáculos deportivos
 Teatro Promotores, agentes y representantes
 Alquiler de espacios para espectáculos
 Gestión pública en artes escénicas y espectáculos
 Comercio de bienes para artes escénicas y espectáculos

Música y conciertos



Instrumentos musicales Música Conciertos
 Propiedad intelectual en música Comercio de bienes para música
 Gestión pública en música y conciertos



Producción cultural de los hogares



Libros, impresiones y prensa

Agencias noticiosas Libros Periódicos Revistas
 Otros productos editoriales e impresos Publicaciones digitales
 Propiedad intelectual en libros Comercio de libros, impresiones y prensa
 Gestión pública en libros, impresiones y prensa



Medios audiovisuales

Cine Internet Radio Televisión Videojuegos
 Propiedad intelectual en medios audiovisuales
 Comercio en audiovisuales Gestión pública en audiovisuales



Artesanías

Alfarería y cerámica Fibras vegetales y textiles
 Madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetería
 Cartón y papel, plástica popular, carería y pirotecnia
 Metalestería, joyería y orfebrería Lapidaría, cantería y vidrio
 Talabartería y marroquinería Alimentos y dulces típicos
 Gestión pública en artesanía Comercio de artesanías



Diseño y servicios creativos

Arquitectónico Gráfico Informático Interiores Modas
 Industrial Publicidad Propiedad intelectual en diseño
 Gestión pública en servicios públicos Comercio en servicios creativos



Patrimonio material y natural

Material Natural Bibliotecas Museos
 Gestión pública en patrimonio Comercio en patrimonio



Formación y difusión cultural en instituciones educativas

Formación pública Formación privada
 Difusión pública Difusión privada

Según INEGI, en 2017 el Producto Interno Bruto (PIB) de México tuvo un crecimiento anual del **2.1%** para situarse arriba de los los **18 billones de pesos** a precios constantes.

El VAB de las actividades culturales ha pasado del orden de los **487 mil millones de pesos** en 2008 a los **708 mil millones** en 2017, lo que se traduce en un crecimiento del **45.4%** en estos nueve años.

En este sentido, la participación del sector cultural en el PIB tuvo un peso de **3.2%**, alrededor de **661.5 mil millones de pesos** a precios constantes.

En este sentido, la participación del sector cultural en el PIB tuvo un peso de **3.2%**, alrededor de **661.5 mil millones de pesos** a precios constantes.

Por áreas, se observa que para el año 2017 el segmento de Medios audiovisuales:



Tiene un peso del **59.4%** dentro de la industria le siguen las artesanías:



con un **16.4%** y Diseño y servicios creativos con:



7.8%. Mientras que música y conciertos representaron el:



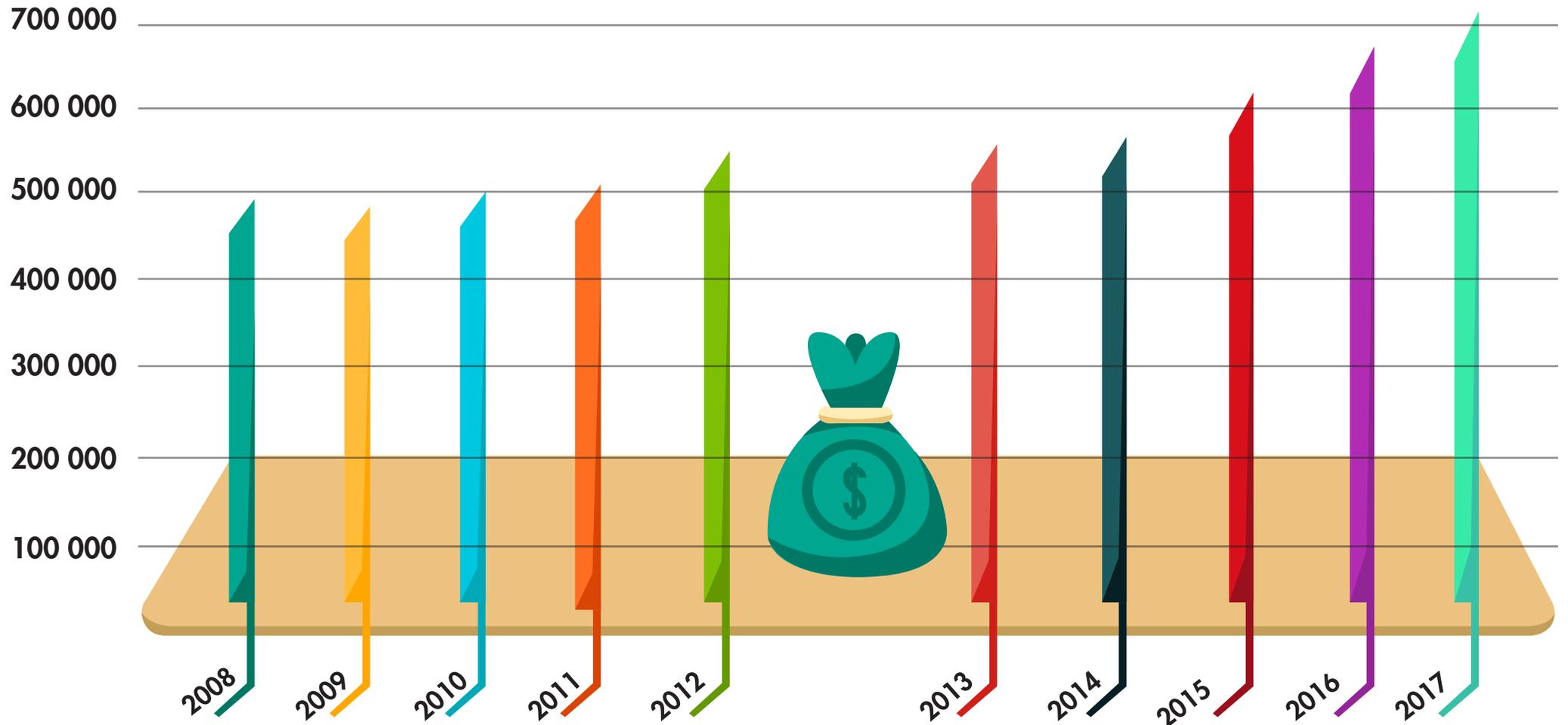
1%.

Cabe recalcar que la actividad musical tiene una presencia transversal en distintas actividades artísticas, es decir, su presencia no se limita a una sola área de las actividades artísticas. Como se puede observar en el cuadro Áreas generales y específicas de la industria cultural, aparecen resaltadas las actividades culturales donde la música tiene cabida y es inclusive complemento de la actividad artística que se enlista.



Total de la industria cultural en México

(Millones de pesos)



Distribución porcentual del PIB del sector cultural por áreas generales 2016

fuelle: INEGI



Artes visuales y plásticas

1.3%



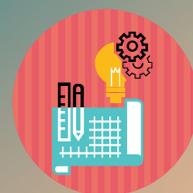
Artesanías

14.3%



Artes escénicas y espectáculos

4.6%



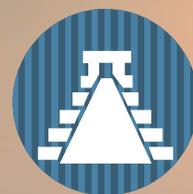
Diseño y servicios creativos

7.0%



Música y conciertos

0.9%



Patrimonio material y natural

1.5%



Libros, impresiones y prensa

3.2%



Formación y difusión cultural en instituciones educativas

3.8%



Medios audiovisuales

49.6%



Producción cultural de los hogares

13.9%



APDIF-MÉXICO





Historia

APDIF-MÉXICO es una Asociación Civil sin fines de lucro creada el 22 de julio de 1996 con el objeto de ser la organización encargada de salvaguardar el acervo cultural, principalmente el musical, oponiéndose a toda mutilación, transformación y utilización no autorizada de grabaciones sonoras y obras musicales.

APDIF-MÉXICO vela por el respeto del Derecho de Autor y Derechos Conexos sobre las obras musicales a través de una campaña antipiratería mediante la realización y ejecución de acciones legales necesarias para sancionar, a través de las autoridades competentes, a los responsables de las actividades de piratería en internet y en la calle.

Actividades Antipiratería

APDIF-MEXICO lleva a cabo sus actividades antipiratería en dos frentes: **I). Entorno Digital** y **II). Entorno Físico**.

I). ENTORNO DIGITAL.

APDIF-MEXICO se enfoca en la aplicación de medidas preventivas y reactivas en los distintos canales de distribución. Éstas medidas son:

- Identificación y Remoción de enlaces que estén disponibles en las primeras cinco páginas de resultados de los principales motores de búsqueda (google y bing).
- Disrupción de la cadena de distribución de contenidos no autorizados mediante la búsqueda, reconocimiento y eliminación de dichos contenidos alojados en cyberlockers y sitios de descarga directa.
- Identificación y solicitud de baja de videos, full albums, compilaciones y en general, cualquier contenido no autorizado que se encuentre en plataformas de video (YouTube, Dailymotion) y que permitan la visualización ó descarga (stream ripping).
- Búsqueda y notificación de publicaciones, videos, enlaces y perfiles de usuarios que fomentan y permiten el acceso a contenidos no autorizados a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram), con la finalidad de que sean eliminados de las mismas.
- Solicitud de eliminación o baja de aplicaciones móviles de las principales plataformas, que permiten el acceso a contenidos no autorizados (AppStore, Google Play).

ANTI-PIRATERÍA

En el 2017, los resultados de la campaña antipiratería de APDIF-MÉXICO, en el entorno digital son:

 **412.1 K**
Enlaces eliminados

972
Sitios monitoreados 

 **3,323**
Robots activados

Lanzamientos

 **171.5 K**
Enlaces eliminados

Redes Sociales

 **1,803** tweets removidos
96 cuentas eliminadas

3,985 publicaciones removidos
125 cuentas eliminadas



 **3,682** videos eliminados
23 canales bloqueados



Delisting

96.25 Millones
de enlaces fueron retirados de buscadores:

 **96 M**
de enlaces fueron retirados de Google

253 K
de enlaces fueron retirados de Bing



Catálogo general

240.7 K
Enlaces eliminados de internet

Impacto en la campaña

 **444 Sitios**
Eliminados por medio de N&TD

23 Sitios
Eliminados mediante notificaciones en Google



61 Sitios
Cambiaron como resultado de las acciones en Google

II). ENTORNO FÍSICO.

APDIF-MÉXICO continuó con actividades antipiratería para disuadir la distribución, comercialización y acceso a contenidos no autorizados en formatos físicos (cd's, discos de memoria externa, dispositivos de almacenamiento, entre otros).

En el año 2017 la Procuraduría General de la República realizó un total de 154 operativos en contra de laboratorios, bodegas y puntos de venta en todo México.

En cuanto a resultados de acciones legales, destaca que en el año 2017 y derivado de una acción administrativa de infracción en materia de comercio iniciada por APDIF-MÉXICO, la Suprema Corte de Justicia de la Nación publicó una resolución que marca un hito en nuestro país, ya que establece que en México es legal y factible que una autoridad administrativa ordene el bloqueo de un sitio que pone a disposición contenidos que no cuentan con la autorización de sus respectivos titulares.

Por otro lado, derivado de un asunto criminal se realizó el cateo en el domicilio del administrador de un sitio que, mediante un sistema de pago por suscripciones, permitía la descarga de contenidos musicales. Como resultado de dicho cateo fueron asegurados los equipos de cómputo que permitían el funcionamiento del sitio, mismo que fue dado de baja.

Por último, en el año 2017 se enviaron 27 cartas a empresas que anunciaron sus marcas en sitios no autorizados, con la finalidad de evitar que los sitios obtengan ingresos por publicidad en México.

Cuando se realizan copias no autorizadas de contenidos ya sea en internet o en formatos físicos, se está afectando más allá que a los productores de fonogramas, a la economía del país, la creación de empleos, el pago de impuestos, el mercado formal y parte de nuestra identidad cultural.

Una cadena de personas que van desde la gente encargada de las grabaciones, los músicos, cantantes, coristas, técnicos, distribuidores, vendedores, empleados de fábricas, programadores y autores, entre otros, se ven seriamente afectados cuando se comparte música en internet o se compran cd's u otros formatos con música.

Todo esto ocasiona que cada vez existan menos artistas, menos producciones musicales y menor oferta de entretenimiento en México.

Las organizaciones que se dedican a la piratería, también se dedican a otros delitos, por lo que el comprar música pirata en la calle o en internet apoya y financia a grupos criminales.

La piratería es un delito que se encuentra contemplado en el Código Penal Federal:



Artículo 424 bis.- Se impondrá prisión de tres a diez años y de dos mil a veinte mil días multa:

A quien produzca, reproduzca, introduzca al país, almacene, transporte, distribuya, venda o arriende copias de obras, FONOGRAMAS, VIDEOGRAMAS o libros, protegidos por la Ley Federal del Derecho de Autor, en forma dolosa, con fin de especulación comercial y sin la autorización que en los términos de la citada Ley deba otorgar el titular de los derechos de autor o de los derechos conexos.

Igual pena se impondrá a quienes, a sabiendas, aporten o provean de cualquier forma, materias primas o insumos destinados a la producción o reproducción de obras, FONOGRAMAS, VIDEOGRAMAS o libros a que se refiere el párrafo anterior.



SOMEXFON





Sociedad Mexicana de Productores de Fonogramas, Videogramas y Multimedia. S.G.C.

“La música es un arte presente en la sociedad”

“La música es generadora de grandes emociones”

Estudios confiables revelan que:

-  La utilización de la música incrementa las compras y la productividad de los empleados.
-  Infinidad de establecimientos están haciendo crecer exitosamente sus negocios por la utilidad del uso de la música.
-  Con ambiente musical los consumidores permanecen más tiempo en un establecimiento, adquiriendo un producto -o servicio- y provoca que regresen.
-  Fusione la música a su producto o servicio, para que reciba sus beneficios e incorpórela a un establecimiento.

“La música trabaja para el beneficio de los negocios”

¿QUÉ ES SOMEXFON?

Es la Sociedad de Gestión Colectiva que tiene a su cargo la recaudación, a nivel nacional, de las regalías por el uso, o explotación, de fonogramas que conforman el catálogo que representa, que se haga con fines de lucro directo -o indirecto- por cualquier medio -o comunicación pública o puesta a disposición.

Cuando los fonogramas se difunden públicamente debe pagarse por ello.

¿A QUIENES REPRESENTAMOS?

A los productores de fonogramas. Básicamente a las compañías discográficas (productores de fonogramas).

A su nombre, SOMEXFON representa los derechos exclusivos de millones de grabaciones musicales, mismas que aumentan constantemente por los lanzamientos de nuevos títulos y con la incorporación de nuevos representados.

¿CUÁNDO SE NECESITA LA AUTORIZACIÓN DE SOMEXFON?

Siempre que se desee comunicar públicamente una grabación sonora o video musical perteneciente a nuestros socios.

¿QUIÉNES HACEN USO DE LA MÚSICA GRABADA?

Cualquier lugar de acceso público, como, por ejemplo: Restaurantes, Bares, Hoteles, Clubes, Discotecas, Table dance, Tiendas de autoservicios, Centros nocturnos, Salones de fiestas, Salones de baile, Balnearios, Sinfonolas, Estéticas y Comercios en general.

¿PORQUÉ SE DEBE PAGAR POR PONER MÚSICA EN SU NEGOCIO?

Cuando usted compró un cassette, un cd o un dvd, o cualquier música en formato digital adquirió la propiedad del soporte material que contiene una obra musical grabada y tiene el derecho de escucharlo en su hogar, en su auto y en su oficina.

Sin embargo, cuando la comunicación de la música se realiza en forma pública, nace la obligación de pagar una retribución a los productores de los fonogramas.

Los fonogramas (música grabada) conforman el patrimonio de los productores, por lo tanto, al difundirlo públicamente usted está utilizando una creación artística con derechos protegidos.

Esto lo puede corroborar con la leyenda que tienen los cd's y dvd's que generalmente dice: "Reservados todos los derechos del productor, prohibida su reproducción, grabación, alquiler, préstamo, ejecución pública, radiodifusión y cualquier otro uso no autorizado".

¿CUÁL ES EL PRECIO QUE DEBE PAGARSE?

SOMEXFON cuenta con un tarifario a disposición del usuario que también puede consultar en la página de Internet www.somexfon.com o en cualquiera de sus oficinas y también a través de sus gestores.

¿TODOS LOS USUARIOS PAGAN LO MISMO?

SOMEXFON tiene distintas tarifas para los diferentes tipos de usuarios. El pago depende de la incidencia que tenga la música en la actividad principal del negocio. No es lo mismo lo que debe pagar una discoteca, donde la música es un insumo básico para el desarrollo y éxito de su negocio, a lo que tiene que pagar un restaurante o cualquier local comercial, ya que, en estos dos últimos casos, la música es utilizada para mejorar el ambiente que se brinda a la clientela con el propósito de incrementar sus ventas.

¿POR QUÉ DEBEN PAGAR LOS BARES, CAFETERÍAS, RESTAURANTES, HOTELES Y COMERCIOS EN GENERAL CUANDO DIFUNDAN PROGRAMAS DE RADIO Y/O TV?

La ejecución pública de música fonogramada se realiza por varios medios, entre los que podemos nombrar: equipos de música, televisores, radios, por archivos almacenados en computadoras o reproductores portátiles, proveedores de música ambiental, etc.

Estos medios son los canales a través de los cuales se difunden los fonogramas e independientemente de cuál sea el elegido por el dueño del establecimiento, tiene la obligación de pago por el sólo hecho que la utilización de la música se realiza en un ámbito público.

¿PORQUÉ MUCHOS CREEN QUE PUEDEN USAR LA MÚSICA GRATUITAMENTE?

La música grabada no es de uso gratuito, ya que pertenece a sus creadores y existe la obligación de retribuirles el pago justo por la obra a los productores, autores, cantantes y músicos.

Esto ha sido aceptado por diversos países en el mundo, entre los

que se encuentra México quien ha firmado acuerdos internacionales para proteger este tipo de derechos.

¿POR QUÉ ME BENEFICIA QUE EXISTA UNA SOCIEDAD DE GESTIÓN COLECTIVA COMO SOMEXFON?

La existencia de una sociedad de gestión colectiva como SOMEXFON constituye una ventaja para que los usuarios, a través del pago respectivo, puedan acceder a casi cualquier fonograma sin necesidad de contactarse con cada titular.

MARCO JURÍDICO

Las facultades de Somexfon para gestionar las retribuciones mencionadas surgen de la nueva Ley Federal del Derecho de Autor que entró en vigor en Marzo de 1997.

El desconocimiento de la ley no libera de su cumplimiento y sus obligaciones al emprender cualquier actividad.

La Sociedad de Gestión Colectiva está vigilada y autorizada por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR), organismo descentralizado de la Secretaría de Educación Pública.

Para mayor información visite nuestro sitio web en el que conocerá nuestros usuarios, los beneficios del uso de la música y recientes acuerdos gremiales.

www.somexfon.com



CONCLUSIONES



TOPS MÉXICO

Las 20 canciones más escuchadas



Play List

- | | | | |
|----|--|--------|--------|
| 1 | Despacito-Luis Fonsi ft Daddy Yankee | SP: 49 | MP: 1 |
| 2 | Felices los 4-Maluma | SP: 35 | MP: 1 |
| 3 | Shape of You-Ed Sheeran | SP: 50 | MP: 2 |
| 4 | Escápate conmigo-Wisin | SP: 39 | MP: 3 |
| 5 | Una Lady como Tu-Manuel Turizo | SP: 32 | MP: 1 |
| 6 | Me Rehúso-Danny Ocean | SP: 28 | MP: 2 |
| 7 | El amante-Nicky Jam | SP: 48 | MP: 3 |
| 8 | Ahora Dice-Chris Jeday, J Balvin Ozuna, Arcangel | SP: 39 | MP: 4 |
| 9 | Bonita-Jowel & Randy, J Balvin | SP: 30 | MP: 1 |
| 10 | Mi gente-J Balvin ft Wily William | SP: 26 | MP: 1 |
| 11 | Chantaje-Shakira | SP: 60 | MP: 1 |
| 12 | Reggaetón Lento (Bailemos)-CNCO | SP: 66 | MP: 1 |
| 13 | La Rompe Corazones-Daddy Yankee ft Ozuna | SP: 47 | MP: 10 |
| 14 | Me Llamas (Remix)-Piso 21 ft Maluma | SP: 54 | MP: 8 |
| 15 | Sigo Extrañandote-J Balvin | SP: 44 | MP: 6 |
| 16 | Hey DJ-CNCO ft Yandel | SP: 37 | MP: 6 |
| 17 | Vente Pa'ca-Ricky Martín | SP: 65 | MP: 1 |
| 18 | Adios Amor-Christian Nodal | SP: 49 | MP: 8 |
| 19 | Ay mi dios-I Am Chino ft Pitbull, Yandel, Chacal | SP: 72 | MP: 6 |
| 20 | Traicionera-Sebastián Yatra | SP: 72 | MP: 5 |

SP: Semanas en el Top MP: Mejor posición



Las 14 canciones #1 en el Top Streaming



Usuario



Suscripciones

- Sony Music Entertainment México
- Warner Music México
- Universal Music México
- Casete Upload
- Sei Track Music
- Altafonte
- Alternativa Representa
- Vástago Producciones
- Azteca Records
- EMI Music México
- Lizlizo's
- The Town Management
- Yamil Music Group
- Joy Music Entertainment Records
- FT Music
- Stars N' Stripes Records LLC

Video en línea

YouTube Music

Canciones

Álbum

Nuevo



Reggaetón Lento (Bailemos) CNCO

STS: 66 MP: 1 A: 12



Despacito Luis Fonsi ft Daddy Yankee

STS: 59 MP: 1 A: 1



The Chainsmoker Closer

STS: 73 MP: 1 A: 45



Mi gente-J Balvin ft Wily William

STS: 26 MP: 1 A: 10



Middle-DJ Snake

STS: 69 MP: 1 A: 106



Una Lady como Tu-Manuel Turizo

STS: 32 MP: 1 A: 32



Corazón-Maluma

STS: 8 MP: 1 A: 125



Bonita Jowell & Randy, J Balvin

STS: 30 MP: 1 A: 9



Felices los 4-Maluma

STS: 35 MP: 1 A: 2



Criminal-Natti Nattasha ft Ozuna

STS: 18 MP: 1 A: 40



Se Preparó-Ozuna

STS: 20 MP: 1 A: 31



Vente Pa'ca-Ricky Martín

STS: 65 MP: 1 A: 18



Chantaje - Shakira

STS: 60 MP: 1 A: 11



Me Rehúso-Danny Ocean

STS: 20 MP: 1 A: 14



STS: Semanas en el Top Streaming
MP: Mejor posición
A: Actual

Las 8 canciones con más semanas



AMPROFON[®]

Buscar



☰ Listas 🎧 Géneros 📻 Radios ❤️ Mi Música 🎧 DJ's



Top Canciones



Inicio



Mi Música



Listas



Radios



Escucha



Moods



Países



VIP

71



Brillas-León Laguerri

ST: 200 MP: 38 A: 64



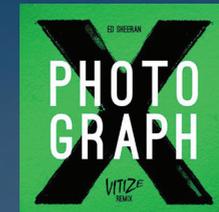
Tu falta de Querer-Mon Laferte

ST: 197 MP: 50 A: 59



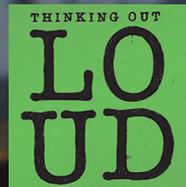
Tengo que Colgar-Banda Sinaloense
MS d Sergio Lizárraga

ST: 164 MP: 93 A: 93



Photograph-Ed Sheeran

ST: 145 MP: 17 A: 113



Thinking Out Loud-Ed Sheeran

ST: 157 MP: 3 A: 103



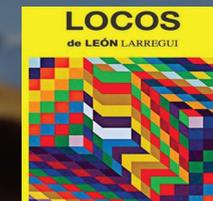
The Scientist-Coldplay

ST: 197 MP: 50 A: 59



Hasta La Raíz-Natalia Lafourcade

ST: 167 MP: 26 A: 104



Locos-León Laguerri

ST: 106 MP: 14 A: 77

ST: Semanas en el Top
MP: Mejor posición
A: Actual



TOPS ÁLBUM



← → ▶ Biblioteca ▶ Música ▶ Álbum

Reproducir

Grabar

Sincronizar

Organizar ▼ Transmitir ▼ >>



Guardar lista

Borrar lista



▶ Listas de Reproducción

▶ Listas de Reproducción

▶ Música

Intérprete

Álbum

Género

Videos

Imágenes

TV grabada

Artista

- 1.- Metallica
- 2.- Luis Miguel
- 3.- Varios
- 4.- Bronco
- 5.- Mon Laferte
- 6.- Harry Styles
- 7.- Los Baby's
- 8.- Sonora Dinamita
- 9.- Mijares
- 10.- Ángeles Azules
- 11.- Timbiriche
- 12.- Alejandro Fernández
- 13.- Gloria Trevi & Alejandra Guzmán
- 14.- Morat
- 15.- José María Napoleón
- 16.- Carlos Rivera
- 17.- CD9
- 18.- Yuri
- 19.- Natalia Lafourcade
- 20.- Ed Sheeran

Álbum

HardwiredTo Self Destruct
México Por Siempre
90's Pop Tour
Primera Fila
La Trenza
Harrystyles
Tributo a Los Baby's
Juntos por La Sonora
Sinfónico: Desde el Palacio de Bellas Artes
De Plaza en Plaza Cumbia
Sinfónica
Juntos
Rompiendo Fronteras
Versus
Sobre el Amor y sus Efectos Secundarios
Vive
Yo Creo
.5 (EP)
Primera Fila
Musas
Divide





Asociación Mexicana de Productores
de Fonogramas y Videogramas, A.C.

Lafontaine 42, Col. Polanco Chapultepec, Miguel Hidalgo C.P. 11560 Ciudad de
México, México
México,comunicacion@amprofon.mx, (+52 55) 5281-6035 - 37