

ESTADO DE LA INDUSTRIA 2025 MÚSICA MÉXICO



AMPROFON
Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas

FIMCD



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA

CRÉDITOS

DISEÑO DE CONTENIDOS

Ana Rodríguez, Gerardo Rosado, Sergio Arbeláez, Guillermo González King.

COORDINACIÓN GENERAL

Nadia Orozco Moncada, Cassiel Rodríguez.

REDACCIÓN

Ana Rodríguez, Andrea Ríos, Gerardo Rosado, Nadia Orozco Moncada, Cassiel Rodríguez, Omar Castañeda, Michaël Spanu, Laura García Álvarez del Castillo (Socia LATAM, Sympathy for the Lawyer), Miguel García (Account Executive, Incentiva Music).

Investigación y análisis de la sección “Radiografía del artista independiente: datos y desafíos del sector en México”: LAMARCALAB.

DISEÑO EDITORIAL

Oh! Tiger (Jonathan Acosta).

INFOGRAFÍAS

Oldemar González.

FUENTES DE INFORMACIÓN:

Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON), Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), Pollstar, Midia Research, Spotify México, Chartmetric, Feria Internacional de la Música para Profesionales (FIMPRO), Relatable, Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM), Sociedad de Ejecutantes (EJE), Seitrack, Nueva Ola, Universal Music Group, Altiplano, Managers Anónimos (MANO) y el Foro de Managers Musicales de México (MMF México), Sonoridad MX, Sympathy For The Lawyer, IncentivaMusic, LAMARCALAB.



ÍNDICE

	Pág.		Pág.
EDITORIALES	1	Superfans de la música latina en EE.UU.	40
		Crecimiento del comercio electrónico en México	41
		El futuro del streaming musical	43
		El renacimiento del vinilo	44
1 MÉXICO MUSICAL		6 CONEXIÓN MÉXICO	
Ecosistema e industria	5	El nuevo paradigma del artista independiente	47
Mirar hacia el futuro	5	CDMX: un gigante musical en América Latina	48
México en el ecosistema global	7	Paty Cantú	49
El consumidor digital en México	8	Guadalajara: el oasis de la creatividad musical en México	50
2 MÚSICA GRABADA		Ximbo, Hispana & Samantha Barrón	51
El estado de la música grabada	11	Hermosillo: un ecosistema musical en expansión	52
Industria global de la música grabada	13	Nunca Jamás	53
Industria mexicana de la música grabada	14	Mazatlán: la banda sinaloense, de las plazas a los escenarios mundiales	54
La fuerza del streaming	16	Banda MS	55
Creciente impacto de la música latina en Estados Unidos	17	Monterrey: corazón musical del norte	56
Derechos digitales y sus regalías	18	Chetes, Jonaz, Gil Cerezo y Toy Selectah	57
3 MÚSICA MEXICANA		Tijuana: cruce de sonidos y culturas	58
La música mexicana hoy: una historia de reconexión y éxito	20	Los Tucanes de Tijuana	59
Top canciones más reproducidas en 2023	20	Xalapa: tradición, identidad y creación musical	60
Fenómeno global del regional	22	Natalia Lafourcade	61
Top 10 global en 2023	22	Radiografía del artista independiente	62
5 años de crecimiento global	23	7 CONVERSACIONES NECESARIAS	
Los jóvenes y su qué ver	24	Para la transformación. Pensar en el futuro continuo	67
Reguetón mexa	25	Música e inteligencia artificial: el futuro es ahora	68
Hitos del regional mexicano	26	Igualdad de género en la industria musical mexicana	70
4 EL NEGOCIO DEL EN VIVO		Salud mental en la industria musical	73
La evolución de los conciertos en 2024	28	Sostenibilidad en la industria musical	76
Infraestructura y liderazgo	29	Asociatividad. El camino del crecimiento sostenible	79
La otra cara de la moneda	30		
Incentivos fiscales para la música en vivo	31		
Diferencias y potencial	33		
5 CONSUMO Y TENDENCIAS			
Comunidades y superfans	35		
Vínculos y conexión	36		
El fan al centro	38		
Impacto hispano en EE.UU.	40		



DESDE MÉXICO PARA EL MUNDO

México ha entrado oficialmente al top 10 de los mercados de música grabada a nivel mundial. Es una noticia que celebra el talento, el consumo digital, la conexión emocional con la música y la vitalidad de nuestras escenas. Es señal de que algo estructural está cambiando: la música hecha en México ya no busca validarse imitando otras fórmulas, sino que exporta identidad, innovación y comunidad. Pero también es una oportunidad, quizás única, para preguntarnos: ¿qué tipo de industria queremos construir desde aquí?

Este segundo reporte surge con el compromiso de acompañar esta reflexión. En un momento en que los algoritmos premian lo que ya es visible y las plataformas concentran audiencias globales, es más necesario que nunca revalorizar el papel de las escenas, la curaduría, los foros medianos, las estrategias de proximidad y la formación profesional. El crecimiento de la industria no debe medirse solo en streams o ingresos, sino en la capacidad de generar trayectorias sostenibles para nuevos talentos. La revolución mexicana de la música no será sostenible si no cuidamos sus raíces ni apoyamos el desarrollo de los artistas.

Desde ese inicio incierto —el primer lanzamiento, el intento de construir una base de oyentes sin presupuesto, sin acceso a medios, sin redes sólidas— hasta ese primer punto de apoyo: una pequeña gira, una comunidad digital activa, un sello que acompaña, una plataforma que visibiliza. Si no reconstruimos ese puente, la industria corre el riesgo de dejar de ser una cantera viva de nuevas voces para convertirse en una máquina de repetición.

En este contexto, FIM GDL no es solo una feria ni un espacio de *networking*; es una infraestructura para la profesionalización, la circulación y el crecimiento. Una plataforma que puede y debe facilitar ese desarrollo, conectando escenas, activando circuitos regionales, curando con propósito, formando en derechos y modelos de negocio y, sobre todo, dando visibilidad a quienes aún no han sido vistos.

La lógica de la industria necesita actualizarse. Necesitamos estrategias centradas en las escenas, no en la viralidad efímera. Necesitamos curadores, no solo algoritmos. Necesitamos

inversión paciente, no solo apuestas seguras. Y necesitamos espacios donde las personas se encuentren cara a cara para construir relaciones reales en un entorno cada vez más saturado de ruido digital.

El lugar que México ha conquistado en el mapa global no es un punto de llegada, sino un punto de partida. Si lo aprovechamos para rediseñar los caminos de entrada al ecosistema, estaremos haciendo algo más que crecer como mercado: estaremos sembrando una nueva generación de artistas que no solo sueñen con triunfar, sino que tengan las herramientas para lograrlo.

Desde Guadalajara, FIM GDL reafirma su compromiso con este futuro: uno en el que nadie se quede en el punto inicial por falta de puentes.

Sergio Arbelaez Ospina

Coordinador de Música de la Coordinación de Extensión y Difusión cultural de la Universidad de Guadalajara / Director de FIM GDL



LA MELODÍA QUE IMPULSA UN OCÉANO Y SUS CONTINENTES:

LA RELEVANCIA DE LA INDUSTRIA MUSICAL IBEROAMERICANA

En el vibrante tapiz cultural que conforma Iberoamérica, la industria musical resuena con fuerza, erigiéndose como un crisol de expresiones artísticas, un motor económico y un poderoso elemento de cohesión social e identidad territorial. En un mundo globalizado, donde las fronteras se difuminan, la música iberoamericana tiene la oportunidad única de trascender límites geográficos y lingüísticos, proyectando su riqueza y diversidad al escenario mundial. Hace tiempo creímos que esto era posible y ahora es una realidad; es momento de creerlo y empezar a trabajar en el futuro.

Lejos de ser una barrera, el español y el portugués son un puente hacia un mercado vastísimo y ávido de nuevas sonoridades. La conexión lingüística entre ambos idiomas no solo facilita la difusión de la música, sino que también impulsa la colaboración entre artistas de diferentes países y el acceso a audiencias masivas en ambos lados del Atlántico. Sin embargo, esta ventaja inherente necesita ser aprovechada con estrategia.

La inagotable riqueza de las músicas autóctonas de Iberoamérica constituye un tesoro invaluable. Ritmos ancestrales, melodías indígenas, fusiones afrodescendientes y la herencia mestiza ofrecen una paleta sonora única que puede cautivar al público global. Valorizar, preservar y promover estas expresiones musicales enriquece el panorama cultural mundial y fortalece la identidad de cada nación iberoamericana.

En este contexto, la creación fonográfica y las giras de los artistas son herramientas fundamentales para la internacionalización y la conexión directa con el público. Cada canción, cada creación, cada concierto es una oportunidad para generar un impacto emocional duradero y construir una base de seguidores leales. Apoyar la movilidad de los artistas iberoamericanos es una inversión estratégica en el futuro de la industria y una clara señal identitaria del territorio iberoamericano.

Sin embargo, para que este potencial se materialice plenamente, es crucial abordar los grandes retos que aún persisten en la industria musical iberoamericana. Establecer pilares básicos y robustos es urgente. En primer lugar, la creación de un Observatorio de Datos de la Música Iberoamericana es primordial. Contar con

información precisa y actualizada sobre tendencias de consumo, flujos económicos, impacto social y perfiles de audiencia permitirá la toma de decisiones informadas y la formulación de políticas efectivas.

En segundo lugar, la formación y capacitación en todas las áreas de la industria musical –desde la producción y la gestión, hasta el marketing digital y la representación legal– son factores determinantes para profesionalizar el sector y garantizar su sostenibilidad a largo plazo. Invertir en el desarrollo de talento humano es invertir en la calidad y la competitividad de la música iberoamericana.

Finalmente, las adaptaciones normativas son impostergables. En materia laboral, es necesario garantizar condiciones justas y dignas para los profesionales de la música. En el ámbito industrial, se deben fomentar ecosistemas creativos, dinámicos y competitivos. La fiscalidad, el estudio y la aplicación de deducciones fiscales específicas para la industria musical se presenta como una medida inteligente para incentivar la producción, la inversión y la creación de empleo en el sector, reconociendo su valor económico y cultural.

La consolidación de la internacionalización de la industria musical iberoamericana debe ser un objetivo prioritario. Para lograrlo, se requiere un plan de desarrollo de talento integral que abarque desde la identificación de jóvenes promesas hasta su introducción en el mercado, su consolidación como artistas y, finalmente, su popularización a nivel mundial. Este proceso debe ir acompañado de estrategias de marketing y promoción adaptadas a los diferentes mercados y plataformas globales.

La industria musical iberoamericana no es solo un vehículo de entretenimiento: es un poderoso motor económico y estratégico con un profundo impacto social e identitario. Su capacidad para generar empleo, dinamizar las economías locales y proyectar una imagen positiva y diversa del territorio iberoamericano es innegable. Al invertir en su desarrollo y superar sus desafíos, los países iberoamericanos no solo impulsan su riqueza cultural, sino que fortalecen su posición en el escenario global. La melodía de Iberoamérica tiene el potencial de resonar en cada rincón del planeta, marcando un ritmo propio y vibrante dentro de la sinfonía mundial.

Kin Martinez

Director de Esmerarte Industrias Creativas y Casa Portamérica
México / Socio y Presidente del Consejo Consultivo de FIM



RETOS Y OPORTUNIDADES DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA EN MÉXICO DESPUÉS DE UNA DÉCADA DE CRECIMIENTO

Este informe es resultado de un trabajo de recopilación, análisis y contraste de diversas fuentes de información, complementado con entrevistas y testimonios que nos ayudaron a profundizar en algunos cuestionamientos clave.

Desde la primera edición de este reporte, México ha logrado avanzar cinco lugares en el ranking global de mercados de IFPI, al pasar de la posición número 15 en 2022 a la número 10 en 2024. Los ingresos de la música grabada se han duplicado en un periodo de tan solo cinco años. En 2024, nuestra industria alcanzó su décimo año de crecimiento sostenido y el consumo de música continúa realizándose principalmente a través de plataformas digitales y quienes la escuchan han mostrado una destacada predilección por las suscripciones de paga.

México continúa siendo el segundo mayor mercado en Latinoamérica, una de tres de las siete regiones globales que, de acuerdo con el reporte *State of the Industry 2025* de IFPI, mostraron a lo largo del año 2024 un crecimiento de doble dígito. Nuestra región registró el tercer mayor crecimiento, con un 22.5 %, solo marginalmente superada por Medio Oriente y Norte de África (22.8 %) y África Subsahariana (22.6 %).

También persisten los retos y las amenazas. El advenimiento e inevitable adopción de la inteligencia artificial en múltiples procesos de todo tipo de disciplinas, entre las cuales la música no es la excepción, abre un nuevo diálogo en lo que respecta al marco jurídico existente y su fortaleza para proteger todos los eslabones de la cadena de valor de la industria, desde la inepción hasta la escucha final.

Este diálogo trae consigo requerimientos inapelables en materia de atributos, autorización, distintivos, divulgación, imagen, licenciamiento, rasgos, remuneración, respeto, semejanza, singularidad, territorialidad, transparencia, protección y muchos otros términos que, ineludiblemente, empezarán a formar parte de nuestra dialéctica, y que deberemos saber articular y defender.

No debemos permitir que las creaciones que conforman y nutren nuestra industria, migren de un proceso humano a uno predominantemente mecánico. Este esfuerzo debe estar protegido por políticas públicas que procuren una debida regulación de los usos concedidos a la IA y claramente legislados.

Nos hemos visto inmersos en una cooperación regional característicamente cambiante, pero que, desde el inicio de 2025, se ha tornado significativamente más adversa entre los tres países que conformamos Norteamérica. La más reciente edición del *Reporte Especial 301* por parte de la oficina del Representante Comercial de Estados Unidos (USTR), ha incluido a México en la lista de mercados prioritarios para observancia (*Priority Watch List*), debido a preocupaciones persistentes sobre la protección de los derechos de propiedad intelectual y derechos de autor. Nuestros esfuerzos como país han demostrado ser frágiles en este rubro, lo que trae consigo una enorme oportunidad para fortalecer aún más la cooperación con autoridades.

Los mercados de la música de Estados Unidos, Canadá y México alcanzaron en 2024 las posiciones número 1, 8 y 10 respectivamente. Desde la firma del TLCAN en 1994, la cooperación entre los tres países ha permanecido simbiótica por más de tres décadas. Un primer replanteamiento de esta relación, en 2018, derivó en la firma del T-MEC y su subsecuente entrada en vigor en 2020. Esto trajo consigo una actualización significativa en materia de regulación, dado que, con la firma inicial del TLCAN, el consumo de música se concebía exclusivamente a través de formatos físicos. No se vislumbraba aún que dicho consumo y distribución llegarían a realizarse primordialmente en un ámbito digital. En 2026 se contempla una nueva revisión. Este ejercicio traerá consigo, una vez más, la oportunidad de revalorar diversos aspectos de nuestra industria, que seguramente se verán reflejados en retos, oportunidades y compromisos trilaterales.

La música representa una actividad comercial que genera millones de empleos de manera directa e indirecta, y contribuye económicamente al crecimiento de México. No se limita a la invaluable función de difundir nuestra historia, tradiciones y cultura. Esto se vuelve más evidente que nunca con el camino que ha forjado y el lugar que se ha ganado la música mexicana alrededor del mundo: siempre merecedora de admiración, pero también susceptible a perjuicios derivados de sus líricas, reflejo de nuestra idiosincrasia, historia, símbolos y léxico. Por ello, permanece siempre vulnerable a enfrentar obstáculos que limiten su libre dispersión, escucha y ejecución pública.

Contribuyamos al fortalecimiento de la industria de la música en México.

Guillermo González King
Director General de AMPROFON

MÉXICO MUSICAL



ECOSISTEMA E INDUSTRIA

México ha modificado drásticamente su relevancia dentro del mercado musical en los últimos años como pocos territorios lo han hecho. La importancia de la audiencia nacional, tanto para la música grabada como para los espectáculos en vivo, crece año con año, posicionando al país como un mercado clave para el desarrollo global de artistas, gracias a la gran receptividad e influencia en otros mercados.

Por otro lado, el consumo de música mexicana ha aumentado considerablemente, tanto a nivel local como internacional. Un ejemplo en su entrada al más reciente reporte de IFPI a la lista de los diez mercados más importantes para la música grabada. Hitos como la gira de 2023-2024 de Luis Miguel, que ocupó la cuarta posición entre las giras más taquilleras del año según el informe de Pollstar, o la irrupción de Peso Pluma encabezando las principales listas globales, marcan alturas sin precedentes.

Estas muestras de la relevancia del consumo musical de la música mexicana, tanto dentro como fuera del país, constatan que, en el contexto actual del consumo de música —y en una era de economías de escala y globales—, el tamaño de la población de un territorio, ligado a su grado de adopción de tecnologías, sus hábitos de escucha y su influencia cultural, determina en gran medida a los líderes del mercado. No obstante, se requieren esfuerzos conjuntos para entablar discusiones a nivel regional y global que tomen en cuenta las necesidades y características de México, especialmente frente a las dimensiones de las grandes corporaciones que controlan el sector. Reconocer las problemáticas comunes dentro de los distintos roles del ecosistema permite construir posiciones más sólidas y, al mismo tiempo, un entorno mejor informado y más ágil en su capacidad de adaptación.

MIRAR HACIA EL FUTURO

A nivel global, el streaming representa hoy el 69% de los ingresos generados por la música. Sin embargo, para sostener su crecimiento y mantenerse relevante ante usuarios e inversionistas,

enfrenta nuevas disyuntivas. En los mercados más grandes, el crecimiento en las suscripciones se ralentiza debido a su consolidación; en el otro extremo, el costo de suscripción en los mercados emergentes no puede ser alto puesto que inhibiría la adopción. Aunque Latinoamérica mantiene índices de crecimiento sostenido de dos dígitos y un aumento constante en el consumo de su producción musical en otros mercados, eventualmente alcanzará la tendencia de los mercados norteamericanos y europeos.

En este panorama, las plataformas deben decidir si continuarán enfocándose únicamente en la captación de contenido y su almacenaje infinito, o si pondrán al centro al artista para mejorar las oportunidades de monetizar el compromiso de los fans y fomentar la construcción de comunidades más comprometidas, dispuestas a pagar por privilegios especiales.

La sobreoferta de contenido representa un obstáculo cada vez más grande para la salud del ecosistema musical. Hoy en día, las canciones se lanzan anualmente a una tasa mil veces superior a la de la industria del formato físico en su década pico (los años noventa).

Además, se presentan retos importantes con la aparición de música creada por Inteligencia Artificial. No sólo en términos legales —donde sin duda la regulación es una tarea urgente sobre la que se están tomando acciones—, sino también en la forma en que esta tecnología modificará los hábitos de los usuarios. Aún no sabemos cuál será el comportamiento de los usuarios cuando puedan “crear” música sin necesidad de pasar por ninguno de sus procesos. No sería una sorpresa que, al haber mucha más gente en búsqueda de simple atención a través de la música generada por IA (incluso sin pensar en la monetización de contenido), esto debilite aún más las perspectivas de que artistas talentosos, reales y activos alcancen visibilidad e ingresos sostenibles.

Ante este panorama, revisar las mejores formas de poner al centro a los artistas y sus comunidades es crucial para que la industria musical pueda continuar con su labor como la conocemos hoy, con toda la gama de roles que componen su ecosistema.

En el ámbito digital, aparte de las DSPs, las plataformas que priorizan a los creadores y artistas— como Discord, Twitch, Patreon o Bandcamp, entre otras—, así como diversas

herramientas para el comercio electrónico, representan un área de oportunidad importante para el talento mexicano, sus sellos y equipos de trabajo, que utilizan estos servicios en mucha menor proporción que mercados más consolidados. Construir caminos con ritmos de producción sostenible, que velen por la salud física y mental de las y los involucrados, y que se basen en la generación de conexiones profundas con la audiencia, debe privilegiarse y premiarse. La mera persecución de tendencias y consumos efímeros, en medio de una oferta abrumadora, es un camino demasiado fortuito e impredecible hacia la visibilidad y desarrollo de trayectorias largas.

En el ámbito del en vivo, es importante poner atención a las escalas y sembrar al tiempo que se cosecha. Las restricciones de los festivales sobre la actividad de los artistas en fechas circundantes, en rangos de espacio y tiempo muy amplios, imponen retos complejos para la subsistencia de proyectos en desarrollo, especialmente cuando no son esos mismos artistas los que garantizan la venta de boletos.

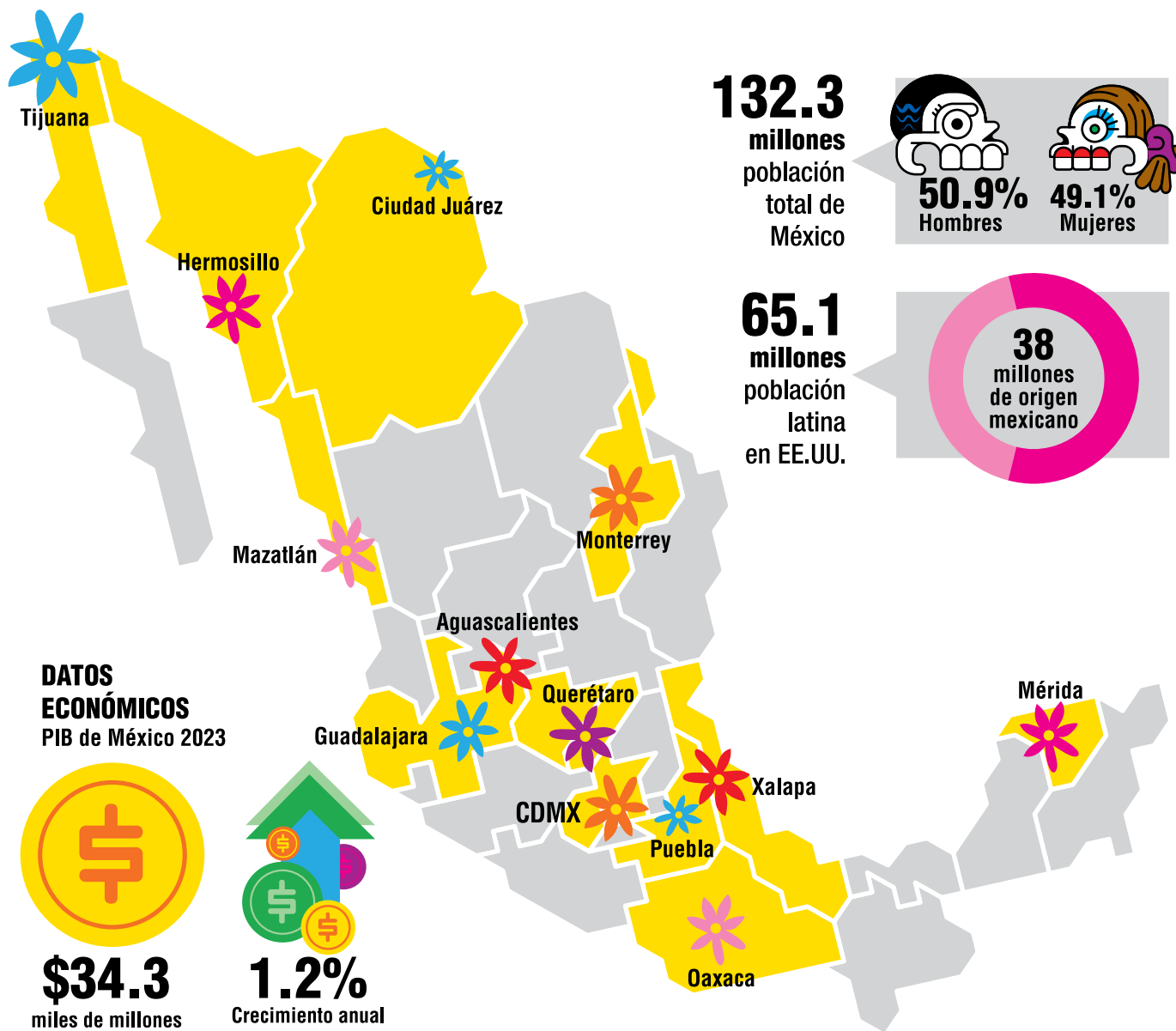
Así mismo, la sobreoferta de eventos medianos y grandes impactan fuertemente a los espacios pequeños, como clubes, foros, bazares y tiendas especializadas, que desempeñan un papel crucial en la sostenibilidad de las escenas locales y en la preservación de comunidades artísticas comprometidas con la diversidad musical y social.

Pensar en maneras constructivas para que las grandes estructuras contribuyan a la creación de un ambiente en el que el talento nuevo pueda surgir a la velocidad con la que se retira el talento viejo, diversificando la oferta, es algo que retribuye a la prosperidad de la industria del espectáculo. Finalmente, es imprescindible articular un frente común como industria musical para coordinar esfuerzos con el sector público en áreas como cultura, turismo, salud y tributación. Esta industria no solo enriquece económicamente al país, sino que también influye culturalmente en un mercado de aproximadamente 600 millones de hispanohablantes. Incentivar, proteger y comprender sus alcances humanos, económicos y estratégicos, a través de un ambiente de diálogo constante, permitirá la construcción de políticas públicas y regulaciones que potencien el papel de México en el futuro de la música a nivel global.



MÉXICO EN EL ECOSISTEMA GLOBAL

México juega un papel clave dentro del ecosistema musical global, no solo por su tamaño y peso económico, sino también por su influencia cultural. Con una población de más de 132 millones de personas y una comunidad mexicana creciente en los EE.UU., el país tiene un impacto significativo en el consumo de música, especialmente en el ámbito digital. Además, la música mexicana se exporta globalmente, con un crecimiento constante en el consumo de música latina.



MÉXICO GLOBALMENTE

Décimoquinto PIB más grande y décimo país más poblado.



MÉXICO EN NORTEAMÉRICA

Segunda economía más grande después de EE.UU.



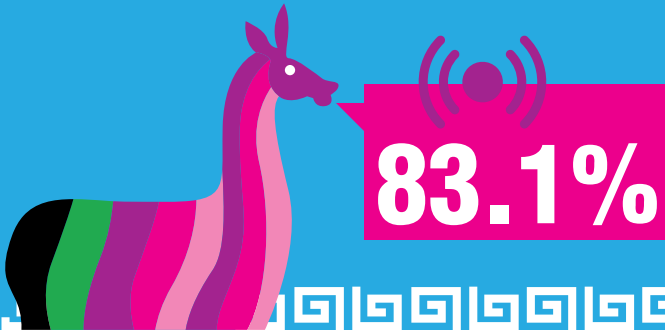
MÉXICO EN AMÉRICA LATINA

Segunda economía más grande y principal exportador.

EL CONSUMIDOR DIGITAL EN MÉXICO:

Un Actor Clave en la Industria Musical

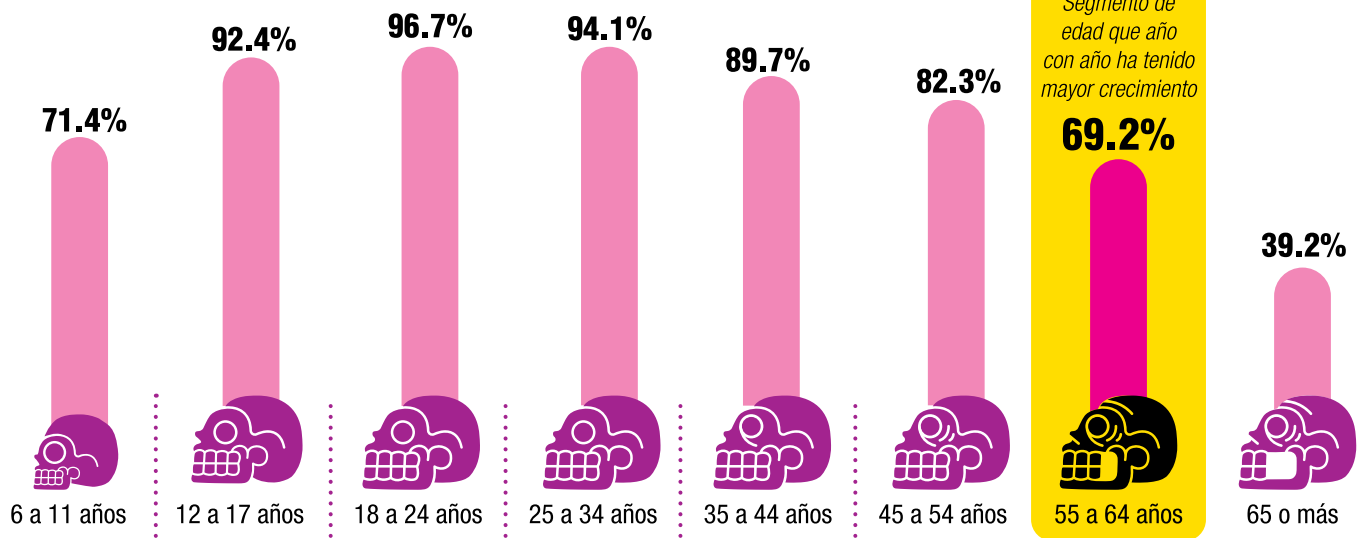
Los escuchas mexicanos han pasado de ser simples oyentes a convertirse en actores clave dentro del ecosistema musical. La digitalización ha facilitado el acceso a música global y ha permitido una interacción más directa con los artistas, transformando a los usuarios en promotores y generadores de contenido a través de plataformas de streaming y redes sociales. Esto ha llevado a un compromiso activo con la música, no solo en el consumo, sino también en el apoyo a los artistas locales.



de la población mexicana utilizaba Internet (2024), lo que refuerza el rol de México como un actor importante en el ecosistema musical global. México es uno de los principales mercados para plataformas de streaming musical en América Latina, con un crecimiento constante en usuarios y suscriptores.

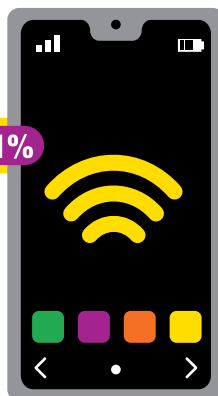
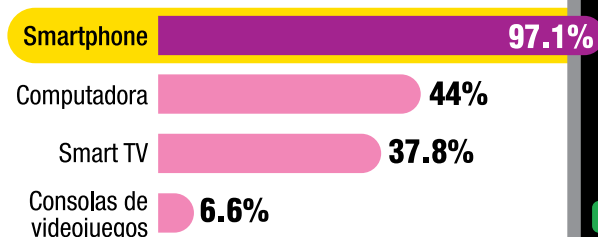
Usuario de Internet

Por grupos de edad, 2023



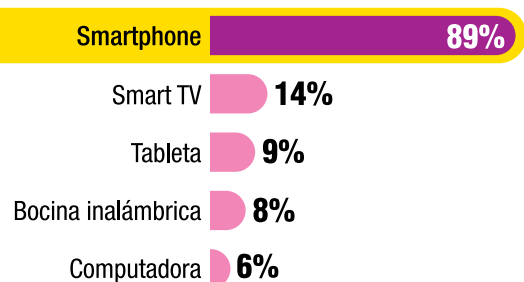
Uso de dispositivos para el acceso a Internet

El teléfono inteligente es la tecnología con mayor uso entre la población. En 2023, había 97.2 millones de usuarios: 10 millones más que en 2020.



Dispositivos de acceso a streaming de audio

En 2022, la frecuencia de uso de plataformas digitales de música por suscripción registró un promedio de 5.7 días a la semana.



EL COMPROMISO CON LA MÚSICA NACIONAL

En México, el 55.5% del tiempo dedicado a escuchar música está enfocado en talento nacional, lo que subraya el fuerte compromiso de los consumidores mexicanos con los artistas locales. Esta participación activa en la música y el apoyo a los artistas nacionales refuerzan la conexión cultural y el impacto de la música en el país.

El Internet y el consumo de música en la vida diaria

A pesar del auge de las plataformas digitales, el consumo de radio sigue siendo relevante en México, con un leve aumento en el número de oyentes en los últimos años.

Usuarios en millones

40.2
33.6%

2020
40.6
35.0%

2021
40.3
34.4%

2022
40.1
33.9%

2023

¿Para qué utilizan los usuarios el internet?

93.3%

Comunicarse

91.5%

Acceder a redes sociales

88.1%

Entretenimiento

87.7%

Buscar información

82.1%

Capacitación o educación

33.4%

Comprar productos o servicios

27.3%

Operaciones bancarias en línea

21.8%

Utilizar servicios en la nube

11.8%

Ventas por internet

Este panorama muestra cómo la música y el entretenimiento juegan un papel central en la vida diaria de los mexicanos, con un fuerte uso de las plataformas digitales para acceder a contenido de audio y video.

FUENTE: Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2024 por INEGI, Acceso y Preferencia de Plataformas de Música Digital 2023 por The CIU y Banco Mundial

MÚSICA GRABADA



EL ESTADO DE LA MÚSICA GRABADA

UNA VISIÓN PANORÁMICA

El estado de la música grabada refleja un sector en constante evolución y crecimiento, impulsado principalmente por el auge del streaming y la diversificación de los formatos de distribución. Según el Global Music Report 2025, los ingresos globales por música grabada crecieron un 4,8% interanual en 2024, alcanzando los USD 29.600 millones. Este es el décimo año consecutivo de crecimiento, aunque el ritmo se ha desacelerado en comparación con los años anteriores.

En el año 2024, los ingresos globales por streaming de música grabada superaron por primera vez los 20 mil millones de dólares (USD 20,4 mil millones), representando el 69 % del total de la industria. El principal motor de este crecimiento fue el streaming por suscripción, que aumentó un 9,5 % interanual y aportó más de la mitad de los ingresos globales (51,2 %). La cantidad de personas con suscripción de paga a servicios de streaming de música alcanzó los 752 millones en todo el mundo, un 10,6 % más que el año anterior. Este crecimiento constante refuerza al streaming por suscripción como la principal fuente de ingresos de la industria musical.

Latinoamérica sigue consolidándose como una fuerza clave en la industria musical global, con un crecimiento del 22,5 % en los

ingresos por música grabada durante 2024. Con este resultado, la región acumula 15 años consecutivos de crecimiento, superando una vez más el promedio mundial y reafirmando su papel protagonista en la era del streaming. Brasil lideró el avance con un incremento del 21,7 %, lo que lo convierte en el mercado de más rápido crecimiento entre los diez principales del mundo. Por su parte, México escaló al décimo lugar a nivel global, impulsado por un aumento del 15,6 % en sus ingresos.

MÉXICO Y SU NUEVO ROL

Históricamente, México ha sido una potencia musical en Latinoamérica, con una audiencia apasionada que impulsa las tendencias de consumo. Sin embargo, por mucho tiempo, su rol estuvo más alineado con el consumo de contenido extranjero que con la exportación masiva de su propia música. El mercado mexicano ha sido clave para el crecimiento del streaming en la región, pero hasta hace poco, los artistas locales no lograban colocarse con fuerza en los rankings globales.

Ese escenario ha cambiado de manera radical: según el Global Music Report, citado anteriormente, México se posiciona entre los 10 principales mercados musicales del mundo tras un crecimiento del 15,6 % en sus ingresos. Esto es el resultado de un proceso que se ha venido desarrollando en los últimos años; los artistas mexicanos han comenzado a dominar las listas de reproducción, alcanzando niveles de visibilidad sin precedentes. La conexión con audiencias en Estados Unidos y otras regiones ha sido crucial para esta expansión, permitiendo que la música hecha en México no solo sea ampliamente consumida dentro del país, sino también fuera de él.



Al interior del país, es notable la descentralización de la producción musical, rompiendo con sesgos derivados de preferencias, intereses y preconcepciones de una industria afincada en las grandes ciudades demasiado atentas a las directrices de los mercados internacionales. El clima político en los últimos años también ha fortalecido el vínculo con la música con fuertes componentes identitarios, a ambos lados de la frontera norte.

MÁS QUE UN GÉNERO, UNA MENTALIDAD

Por años, el paradigma dominante sugería que los artistas debían alinear su sonido a las tendencias internacionales para alcanzar el éxito. Hoy, la realidad es diferente: el crecimiento de la música mexicana en la industria global no ha dependido de adaptarse a las modas externas, sino de reafirmar su identidad.

Los nuevos géneros y fusiones han permitido que la música mexicana se proyecte con un sonido auténtico, conectando con una audiencia global sin perder su esencia. El auge del regional mexicano y la reinterpretación de géneros urbanos con influencias nacionales han fortalecido esta revolución. El resultado es una industria más diversa, menos centralizada y con una confianza renovada en su capacidad de innovar y liderar.

Nos queda claro que esto no es una moda pasajera, sino una revolución estructural. Su impacto en la industria global es innegable, y su crecimiento responde a una combinación de factores que incluyen audiencias comprometidas, artistas innovadores y un cambio de mentalidad dentro del ecosistema musical.

México ha dejado de ser solo un consumidor para convertirse en una verdadera potencia exportadora de música. Esta transición no solo ha fortalecido la escena local, sino que ha redefinido el papel del país en el mapa musical mundial. Bienvenidos a “La Revolución Mexicana de la Música”.

EL FUTURO GLOBAL

A pesar del crecimiento exponencial, la industria de la música grabada enfrenta retos significativos. La sobresaturación de contenido dificulta la consolidación de trayectorias a largo plazo, mientras que los modelos de monetización continúan evolucionando para garantizar una distribución equitativa de ingresos entre artistas y plataformas. La inteligencia artificial y la automatización también plantean nuevas preguntas sobre el futuro del sector y la autenticidad en la creación musical.

El desafío no es solo generar éxito inmediato, sino construir modelos sostenibles que permitan a los artistas desarrollarse a largo plazo sin depender únicamente de la viralidad. En un entorno donde la innovación tecnológica avanza a una velocidad sin precedentes, la música grabada necesita equilibrio: entre lo inmediato y lo perdurable, entre la cantidad y la calidad, entre la inmediatez y la consolidación de legados.

El futuro de la industria dependerá de su capacidad para adaptarse a estos cambios sin perder de vista su esencia: la música como una manifestación cultural, un puente entre generaciones y una fuerza con el poder de transformar sociedades.



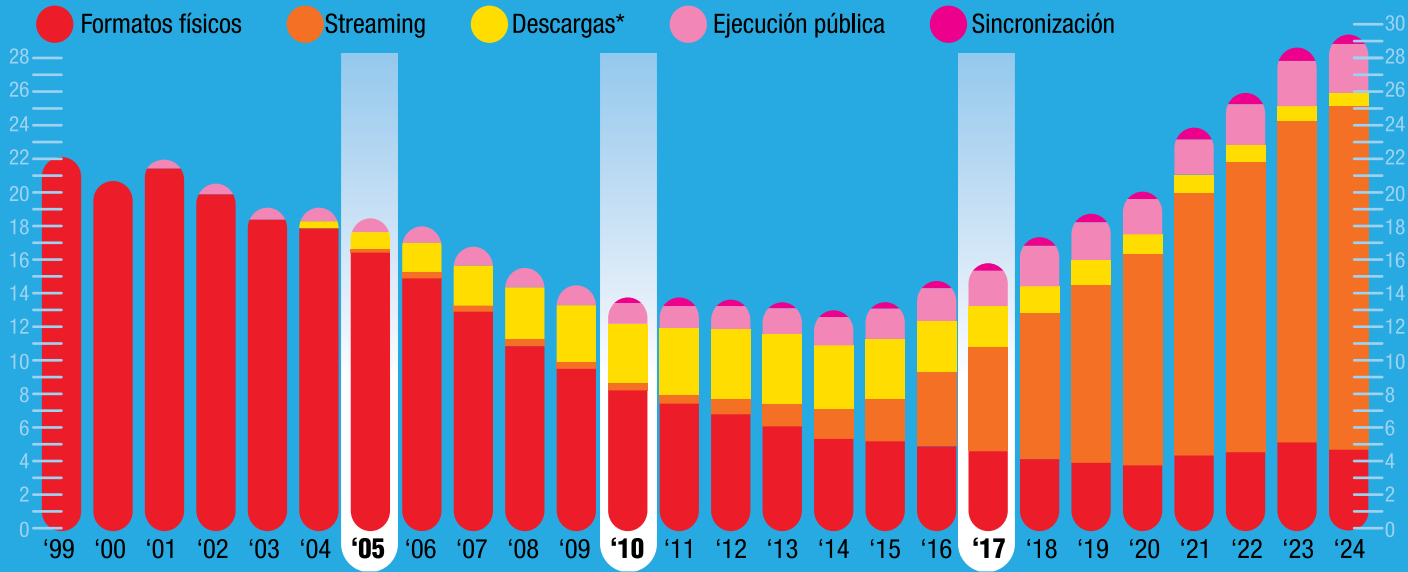
INDUSTRIA GLOBAL DE LA MÚSICA GRABADA

Esta gráfica muestra la evolución de los ingresos en la industria de la música grabada. En 2005, se registran por primera vez ingresos provenientes del streaming y las descargas. Para 2010, se incluyen los ingresos por sincronización. Sin embargo, no es

hasta 2017 cuando el streaming supera a los formatos físicos como la principal fuente de ingresos. Hoy en día, el liderazgo del streaming es absoluto.

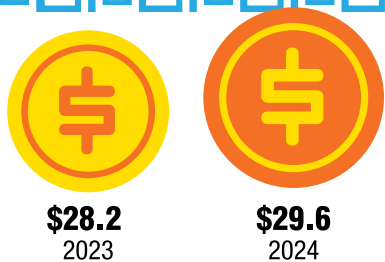
INGRESOS

Cifras en miles de millones de dólares



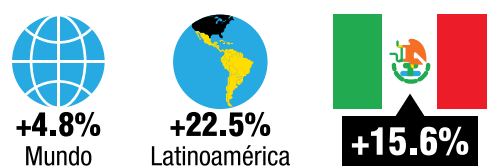
TAMAÑO GLOBAL

Cifras en miles de millones de dólares.

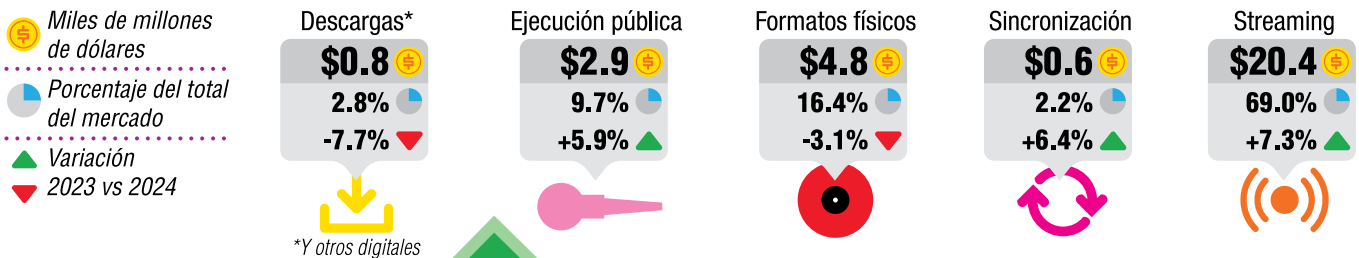


CRECIMIENTO

Porcentaje de crecimiento en 2024



INGRESOS POR CANAL A NIVEL GLOBAL



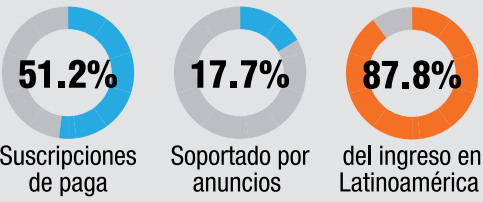
752

millones de usuarios en el mundo tienen suscripción de pago a servicios de streaming de audio



Lo cual en ingresos representa un crecimiento del **9.5%**

PARTICIPACIÓN DEL STREAMING EN LOS INGRESOS GLOBALES



FUENTE: State of the Industry 2025 por IFPI.

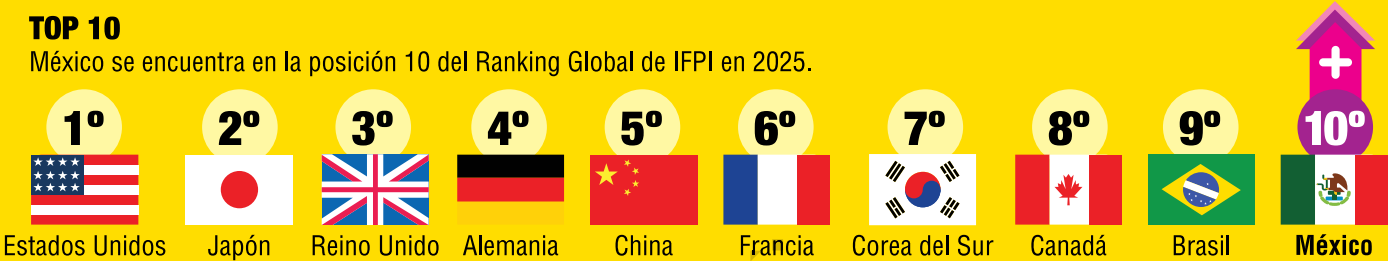
INDUSTRIA MEXICANA DE LA MÚSICA GRABADA

Nuestra industria ha tenido un crecimiento impresionante en los últimos años, con una tasa de aumento promedio del 16.8% anual desde 2019 hasta 2024. Este impulso refleja un sector

en expansión y en constante evolución, marcando ya diez años continuos de crecimiento sostenido.

TOP 10

México se encuentra en la posición 10 del Ranking Global de IFPI en 2025.



\$548.6
millones de dólares
Tamaño de mercado
en 2024



15.6%
Crecimiento
en 2024



18.2%
Crecimiento
en 2023

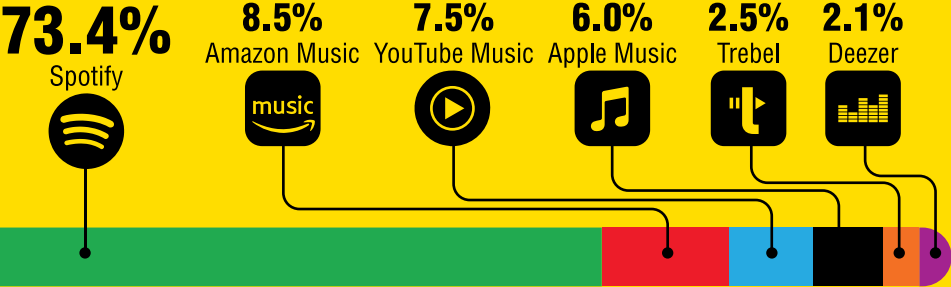
TOP CANCIONES MÁS REPRODUCIDAS EN 2024

En plataformas de streaming incluyendo Spotify, Apple, Napster, Deezer, Amazon y YouTube.

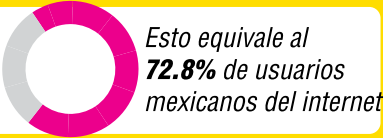


FUENTE: Charts AMPROFON

PLATAFORMAS DE STREAMING
Participación de mercado en México



68.9 millones de usuarios de plataformas de streaming de audio en México en 2024



13.9 millones son suscriptores de paga 5 millones utilizan cuentas compartidas

FUENTES: Streaming de Audio en México: Usuarios y Preferencia de Plataformas 2024 por The CIU

LA FUERZA DEL STREAMING

El mercado de música digital en México está viviendo un auge impulsado por la popularidad creciente de los servicios de streaming, especialmente entre la población joven. La tendencia global del

streaming se refleja fuertemente en el país, donde el segmento de música digital más grande será el streaming de música, con proyecciones de ingresos que superan los 300 millones de dólares.

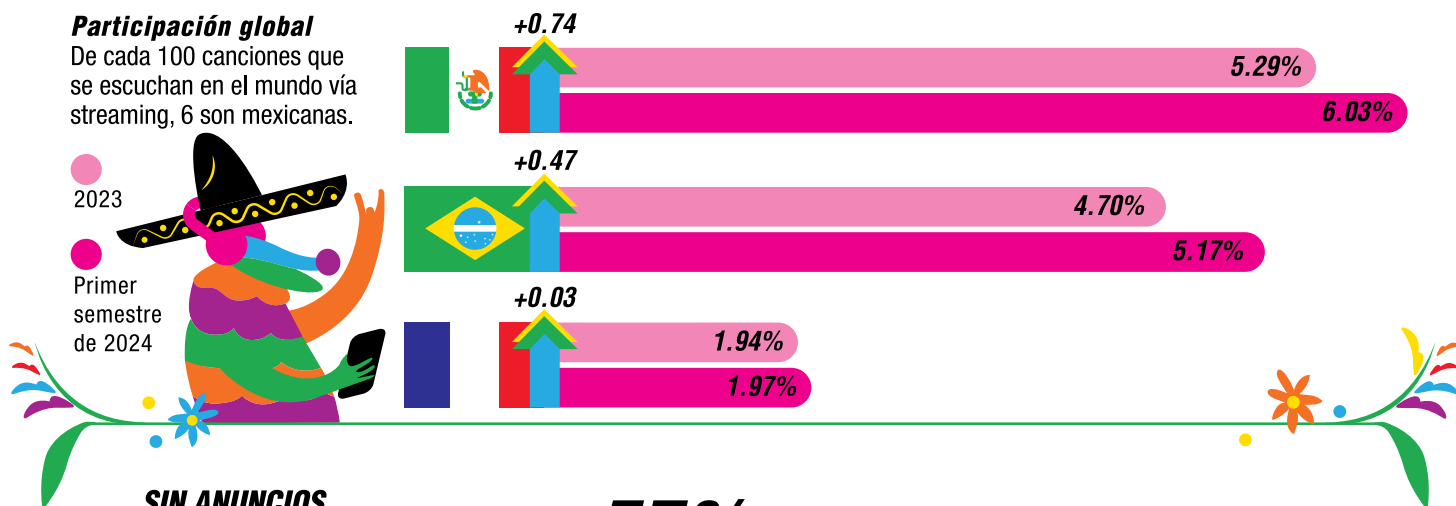


MÉXICO ES ESCUCHADO

Este gráfico muestra el impresionante crecimiento de los artistas mexicanos en el streaming. Con un aumento significativo en su participación, los artistas de origen mexicano lideran el crecimiento a nivel mundial.

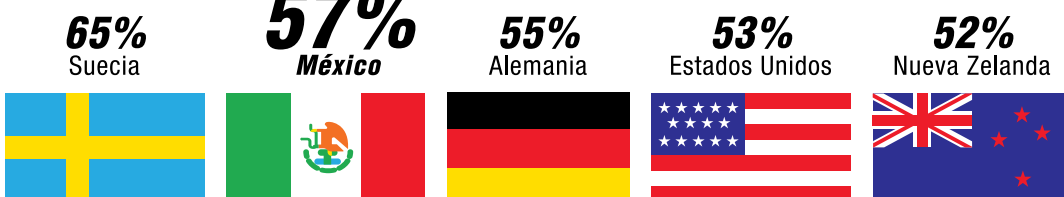
Participación global

De cada 100 canciones que se escuchan en el mundo vía streaming, 6 son mexicanas.



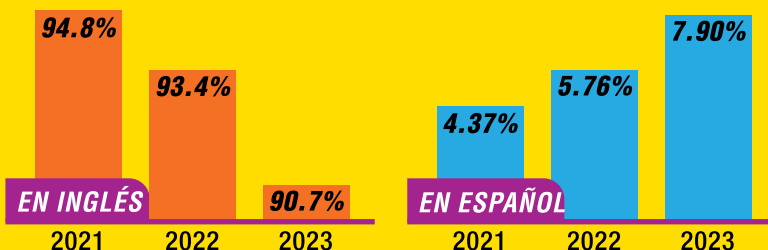
SIN ANUNCIOS POR FAVOR

El top 5 de países con mayor porcentaje de suscripciones de paga en plataformas de audio de streaming.



QUE SUENE EN ESPAÑOL

La participación de canciones en español entre los 10 mil tracks más populares en Estados Unidos ha aumentado significativamente, consolidando al español como el segundo idioma más escuchado. Aunque el inglés sigue liderando, la música latina continúa ganando terreno.



FUENTE: Statista 2024, Engaging With Music 2024 por IFPI, Mid Year 2024 y Latin Music in U.S. 2024 por Luminate.

CRECIENTE IMPACTO DE LA MÚSICA LATINA EN ESTADOS UNIDOS

La música latina está experimentando un auge significativo en Estados Unidos, con un crecimiento que supera al de otros géneros y una influencia cada vez mayor en la cultura y el mercado musical. En 2023, el género “Latin” fue el de más rápido crecimiento en el país.

Actualmente, la música latina ocupa el quinto lugar en cuanto a streams, justo detrás del R&B/Hip Hop, Rock, Pop y Country. Desde el streaming hasta el consumo en plataformas, los datos muestran cómo los latinos, especialmente los de origen mexicano, están transformando el panorama musical estadounidense, tanto como artistas como consumidores.

22.2%

creció el streaming de música latina (2022-2023).

13.3%

creció la industria musical en general.

MÚSICA LATINA EN STREAMING

5º

género más escuchado en EEUU.

2º

idioma más escuchado en EEUU, la música en español.

7.9%

de participación del mercado del streaming en EEUU.

COMPORTAMIENTO Y PREFERENCIAS LATINAS

11.4%

de la fuerza laboral estadounidense es de origen mexicano.

5.3%

de la participación laboral hispana, es liderada por mexicanos.

10%

del grupo de edad que más música consume, son jóvenes latinos.

73%

de los escuchas latinos usan WhatsApp, 265% más que la población general.

CÓMO DESCUBREN MÚSICA

55%

Servicios de streaming

48%

Redes sociales

47%

Recomendaciones boca en boca

1 de cada 2 fans,

no hispanos, de la música latina descubren música mediante los soundtracks de películas o series.

CRECIMIENTO DEL STREAMING LATINO

Comparativo entre las 34 primeras semanas del 2022 vs el mismo periodo en 2023.

\$1.4

miles de millones vale el streaming de música latina.

Esto significa un crecimiento del **22.2%** año con año.

La música latina no solo ha crecido en popularidad, sino que ha demostrado ser un motor clave para el consumo cultural en EE.UU. La participación de los latinos en el mercado musical, su crecimiento en el streaming y la influencia en las plataformas de descubrimiento están transformando la manera en que los estadounidenses, tanto hispanohablantes como no hispanohablantes, experimentan la música. Con un mercado en expansión, la música latina sigue siendo una fuerza cultural y económica fundamental.

FUENTES: Commissioner's Corner: Jóvenes Latinos en el Grupo de Mayor Consumo de Música por U.S. Bureau of Labor Statistics, Household Type by Relatives and Nonrelatives for Population in Households. (Hispanic or Latino) por United States Census Bureau, Latin Impact on Culture and Commerce in the U.S. Marketplace 2024, el Mid Year Music Report por Luminate y la RIAA.

DERECHOS DIGITALES Y SUS REGALÍAS

El sector digital ha sido la principal fuente de ingresos de la industria musical en México desde 2018. En 2022, América Latina y el Caribe registraron un fuerte rebote de +64.9% en la recaudación por derechos de música, alcanzando €550 millones, después de tres años de declive por la pandemia.

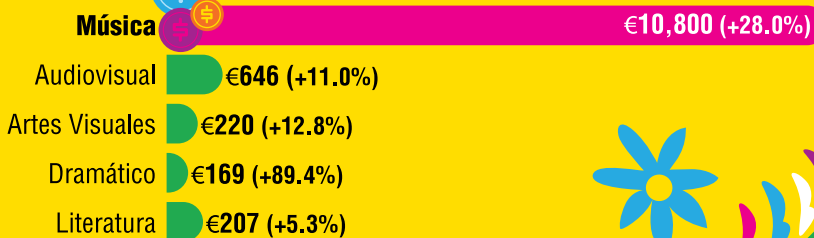
Fluctuación respecto año anterior



INGRESOS GLOBALES POR DISCIPLINA

Las recaudaciones mundiales en todas las disciplinas aumentaron un 26.7% en el año 2022. En el gráfico, podemos observar el crecimiento de cada una con respecto al año anterior.

Cifras en millones de euros.



FUENTE: Informe de Recaudaciones Globales 2023 por CISAC.



MÚSICA MEXICANA



LA MÚSICA MEXICANA HOY:

UNA HISTORIA DE RECONEXIÓN Y ÉXITO

Históricamente, la música mexicana ha sido un referente clave en Latinoamérica y entre comunidades hispanohablantes en Estados Unidos. Sin embargo, hubo un periodo en el que su impacto en las listas de reproducción disminuyó, reflejando una preferencia por el consumo de géneros extranjeros. En 2021 y 2022, aunque el crecimiento del consumo de música hecha en México se mantuvo positivo, su ritmo se desaceleró. Un claro ejemplo de esta situación se evidenció en el Reporte Música México 2022, donde solo una canción mexicana, “Botella tras botella” de Cristian Nodal y Gera MX, logró entrar al top 10 de canciones más escuchadas en el

país. Este tema, que fusionó el regional mexicano con el hip hop, marcó un hito, pero también puso de manifiesto un desafío: los géneros nacionales no tenían la misma popularidad que el pop anglosajón o el reguetón de Puerto Rico y Colombia.

Dos años después, el panorama ha cambiado drásticamente. Según los datos más recientes de IFPI, el top 10 de canciones más escuchadas en México ahora está dominado exclusivamente por artistas mexicanos, reflejando un renacimiento y fortalecimiento de la música nacional en el ámbito global. Este cambio ha sido impulsado por la fusión del regional mexicano con géneros internacionales, lo que ha permitido a nuevas generaciones reconectar con su identidad musical mientras exploran nuevas estéticas.

TOP CANCIONES MÁS REPRODUCIDAS EN 2023

En plataformas de streaming disponibles en el país.

FUENTE: IFPI State of the Industry 2024



● Eslabón Armado & Peso Pluma	> <i>Ella Baila Sola</i>
● Junior H & Peso Pluma	> <i>El Azul</i>
● Yng Lvcas & Peso Pluma	> <i>La Bebe (Remix)</i>
● Natanael Cano, Peso Pluma, Gabito Ballesteros	> <i>AMG</i>
● Peso Pluma & Natanael Cano	> <i>PRC</i>
● Carin Leon & Grupo Frontera	> <i>Que Vuelvas</i>
● Grupo Frontera & Bad Bunny	> <i>un x100to</i>
● Peso Pluma, Gabito Ballesteros, Junior H	> <i>LADY GAGA</i>
● Óscar Maydon & Junior H	> <i>Fin de Semana</i>
● Fuerza Regida & Natanael Cano	> <i>Ch y la Pizza</i>



ANTES Y DESPUÉS DE LOS CORRIDOS TUMBADOS

El regional mexicano ha sido una fuerza constante en la industria musical, con más de un siglo de historia y una identidad sólida cimentada en subgéneros como la banda, los corridos, el norteño, el sierrreño, el mariachi y la cumbia. Su influencia se ha mantenido firme gracias a una audiencia fiel que ha permitido su estabilidad y crecimiento.

En los últimos años, su expansión global ha sido innegable. La irrupción de los corridos tumbados y una nueva generación de artistas, en su mayoría menores de 25 años, catapultaron el género a una escala sin precedentes. Este movimiento derribó barreras idiomáticas y generacionales, ofreciendo al mundo un sonido que fusiona la herencia musical mexicana con una estética contemporánea y urbana.

El fenómeno comenzó a tomar forma con el ascenso de Natanael Cano, un joven de Hermosillo, Sonora, quien es considerado el creador del estilo. Su audaz mezcla de corridos tradicionales con influencias del hip hop y el trap abrió la puerta a una nueva ola de artistas y todos juntos escribieron lo que hoy es un nuevo capítulo en el libro de la música hecha en Latinoamérica

Las grandes figuras de la industria pronto notaron este fenómeno. En 2019, Bad Bunny colaboró con Natanael Cano en *El Diablo*, marcando un hito en la internacionalización del regional mexicano. Posteriormente, *Qué Maldición* de Banda MS y Snoop Dogg en 2020 amplió su alcance al mezclar géneros y públicos, mientras que *UN X100TO* de Grupo Frontera y Bad Bunny en 2023 consolidó la tendencia a nivel global.

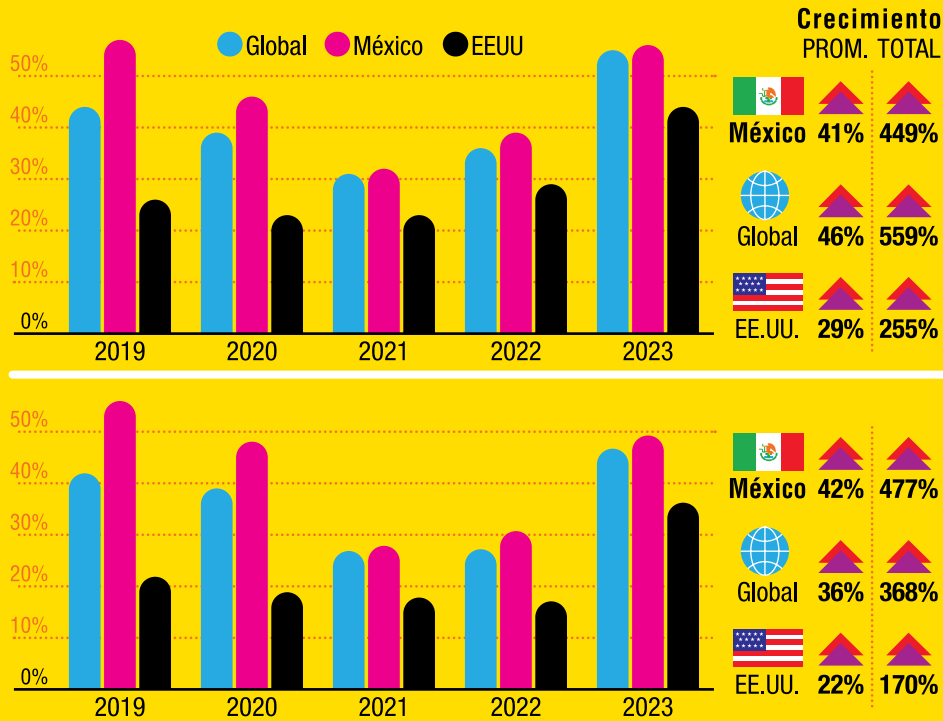
Ese mismo año, el auge del género alcanzó un punto de inflexión con la llegada de Hassan Emilio Kabande Laija, mejor conocido como Peso Pluma. Su canción *Ella Baila Sola*, un sierrreño romántico en colaboración con Eslabón Armado, se convirtió en la primera canción regional mexicana en encabezar el Billboard Global 200 y acumuló más de mil millones de reproducciones en Spotify. También fue el primer artista del género en presentarse en el escenario de The Tonight Show y se convirtió en el artista latinoamericano más reproducido en YouTube, con más de 8 mil 500 millones de visualizaciones en un solo año.

Este auge también ha generado un ecosistema colaborativo dentro del género. Artistas como Fuerza Regida, Junior H, Peso Pluma y el propio Natanael Cano han seguido la estrategia del reguetón, uniendo fuerzas para fortalecer el movimiento y ampliar su impacto global. La atención internacional hacia el regional mexicano ha dejado claro que no es solo una moda pasajera, sino una transformación estructural dentro de la música latina.



FENÓMENO GLOBAL DEL REGIONAL

En los últimos cinco años, la música mexicana ha experimentado un crecimiento sin precedentes. Los streams de artistas mexicanos en Spotify han crecido un promedio anual del 41% a nivel global, con un incremento acumulado del 449%. Este crecimiento exponencial alcanzó su punto máximo en 2023, un año récord en el que se reprodujeron más de 323 mil millones de minutos de esta música a nivel global, consolidando su relevancia en la plataforma.



TOP 10 GLOBAL EN 2023

Países con mayor consumo



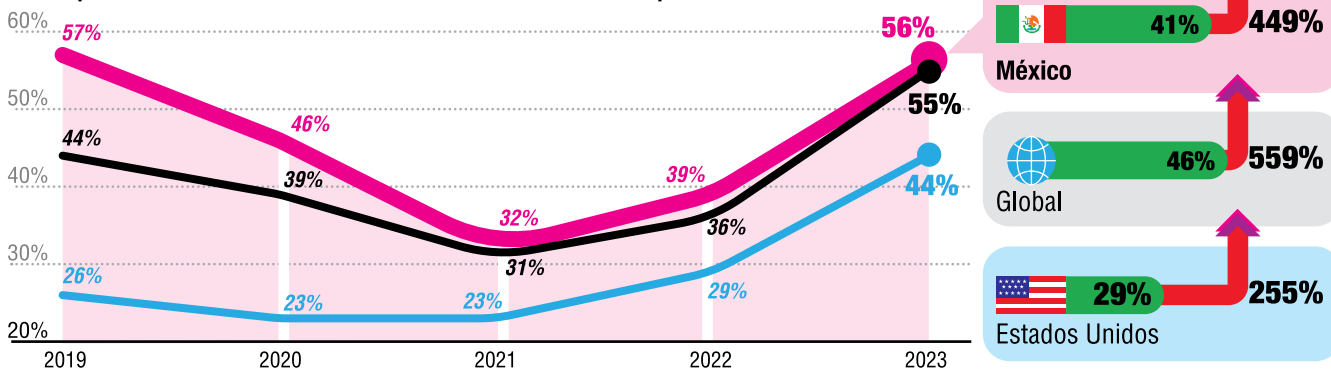
GÉNEROS QUE MÁS COLABORARON CON EL REGIONAL

- Pop Latino
- Urbano Latino
- Reguetón
- Alternativa Latina
- Pop Mexicano
- Rock Mexicano
- Hip Hop Mexicano
- Trap Latino
- Latin Arena Pop
- Indie Mexicano



5 AÑOS DE CRECIMIENTO GLOBAL

En los últimos cinco años, los streams de música mexicana en Spotify han crecido un promedio anual del 41% a nivel global, alcanzando un impresionante 449% de crecimiento total en este periodo.



FUENTE: Spotify

ENTRE LA TRADICIÓN Y LA DISRUPCIÓN

“Cuando algunos productos tienen éxito, no solamente dejan huella, sino que moldean el paisaje de una época, cambian la atmósfera y contribuyen a la extinción del viejo orden”, escribe Derek Thompson en su libro *“Creadores de hits”*, un texto que intenta explicar por qué algunos productos se convierten en un éxito y otros no.

No todos los años surgen fenómenos culturales tan fuertes, capaces de alterar dinámicas sociales, invertir códigos, sembrar nuevos debates e, incluso, explicar a las sociedades y sus comportamientos. El surgimiento de movimientos que, como los corridos tumbados, sacuden todo a su paso es difícil de explicar porque hay muchas variables sobre la mesa.

José Manuel Valenzuela, autor del libro *“Corridos Tumbados: Bélicos Ya Somos, Bélicos Morimos”*, explica que “Por un lado, tienes a millones de jóvenes encerrados por la pandemia, deseosos de salir, y por el otro, una narrativa de hedonismo, gozo pleno, la vida al límite, presentismo intenso, bebidas, drogas, mujeres-trofeo, una narrativa misógina, machista. Esto se convierte en un fenómeno, no solo por la temática, sino por los acompañamientos que van a darle cierta transformación. Ya no hay una separación entre el conjunto y la banda; tenemos las guitarras de doce cuerdas, el acordeón característico del conjunto, distintas formas de percusión, pero también la tuba, el trombón, los instrumentos característicos como trompetas y clarinete, vinculados a la tradición de la banda. Todo esto lo mezclan y generan un movimiento. Al mismo tiempo, lo fusionan con otras dos expresiones musicales fuera de este registro del corrido: el rap y el trap”.

Una porción importante de la audiencia que contribuyó a ese éxito veloz, además de la propia audiencia mexicana, fueron los jóvenes mexicano-estadounidenses de primera o segunda

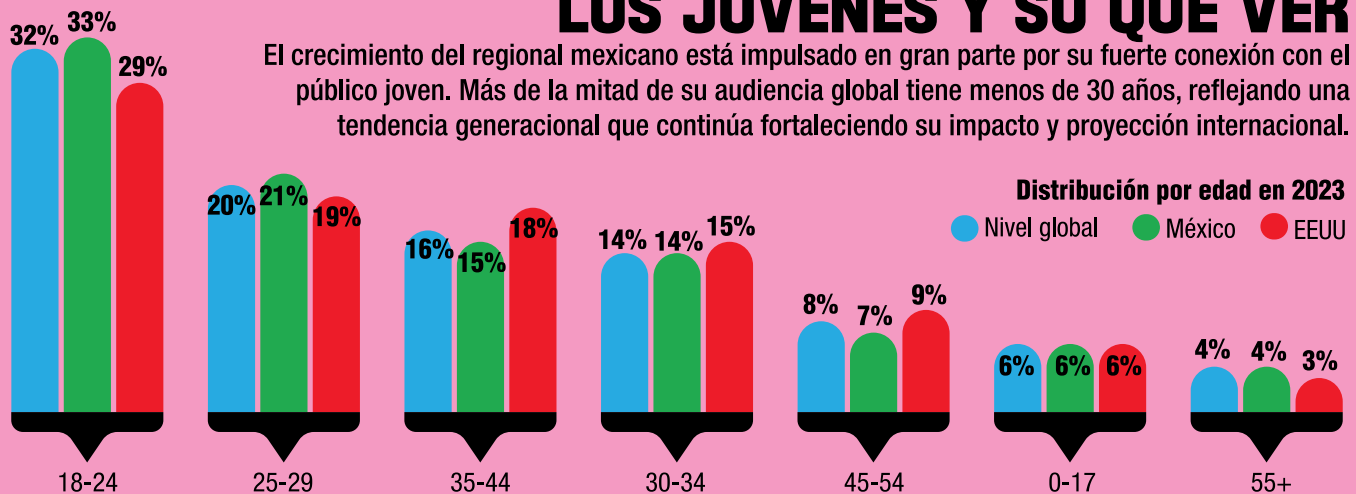
generación, nacidos principalmente en California y Texas, con un genuino interés por construir un puente con sus raíces sin sacrificar todo lo demás con lo que crecieron. De alguna manera esos artistas son espejo para esta creciente población: reúnen todos los elementos con los que se identifican pero también aquellos a los que aspiran. Según el estudio de Luminate, los oyentes de música regional mexicana en Estados Unidos son 83% hispanos y tienen un 34% más de probabilidades que el oyente de música promedio de ser millennials. Además, agregan, que el 40% de los oyentes de música de Estados Unidos afirman escuchar música en un idioma distinto al inglés, y el español es el segundo idioma más popular para escuchar música.

José Manuel explica en su libro que “las redes sociales y las nuevas tecnologías de comunicación son dispositivos centrales para comprender el éxito de este movimiento musical”. Según el informe de Luminate de 2023, los oyentes de la Generación Z del Regional Mexicano tienen más probabilidades de descubrir música a través de videos cortos en redes sociales que otros oyentes de música en EE.UU. Este ha sido un aspecto clave en el desarrollo de proyectos emergentes del regional mexicano, sobre todo de los corridos tumbados, quienes han aprovechado ese consumo para invertir en contenidos audiovisuales de alto impacto y viralidad.



LOS JÓVENES Y SU QUÉ VER

El crecimiento del regional mexicano está impulsado en gran parte por su fuerte conexión con el público joven. Más de la mitad de su audiencia global tiene menos de 30 años, reflejando una tendencia generacional que continúa fortaleciendo su impacto y proyección internacional.



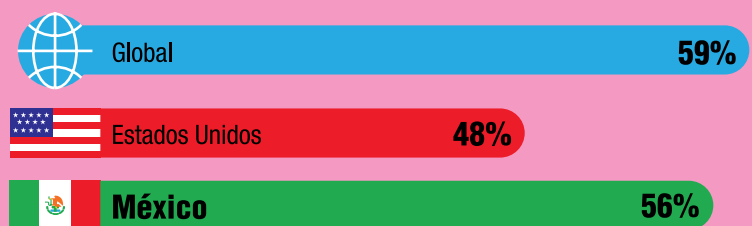
MINUTOS ESCUCHADOS

Generación Z, promedio diario



CRECIMIENTO DE LA AUDIENCIA GENERACIÓN Z

Entre el 1 de enero y el 5 de marzo de 2023 (interanual).



FUENTE: Spotify

REGUETÓN CON TINTE MEXA

El crecimiento de la música mexicana no solo responde a la revalorización de sus géneros tradicionales, sino también a la reinterpretación de estilos globales desde una perspectiva nacional. Un claro ejemplo es el reguetón mexicano, donde artistas han fusionado el género con elementos locales como los sonideros y el lenguaje urbano, creando una propuesta auténtica y distintiva.

Hasta el 2022, el reguetón dominaba el mercado musical global, con Puerto Rico y Colombia como epicentros del movimiento, mientras México era un mercado de consumo más que un

actor principal. Sin embargo, un año más tarde, en 2023, el reguetón hecho en México experimentó un crecimiento del 96%, alcanzando 1.8 mil millones de streams. Su impacto ha sido tal que ha empezado a posicionarse como una nueva exportación cultural.

Más allá de una simple adaptación, el reguetón mexicano representa una expansión del género, enriquecida con la diversidad y creatividad de una nueva generación de artistas. Su éxito reafirma la capacidad de México para innovar y liderar dentro de la música global.



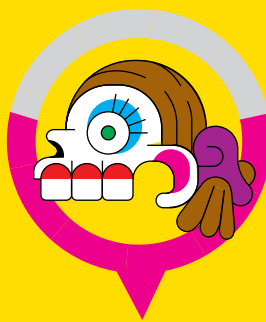
REGUETÓN MEXA



GÉNERO EN AUGE
1,100%
el crecimiento del
Reggaetón Mexa en
los últimos cinco años.



53%
de los fans de este
género tienen menos de
25 años, reflejando su
fuerte conexión con las
nuevas generaciones.



57%
de los streams de reguetón
Mexa en plataformas
digitales proviene de
mujeres, quienes lideran el
consumo de este género.

**Canciones
más escuchadas
en 2023**



FUENTE: Spotify

LEGADO EN EVOLUCIÓN

Cuando un género musical captura la atención global y se convierte en un referente cultural, inevitablemente surgen preguntas sobre su futuro. El regional mexicano no es la excepción, y su evolución es motivo de análisis.

José Manuel Valenzuela, nos recuerda que al corrido se le ha anticipado su desaparición en múltiples ocasiones y señala que la clave de su permanencia está en su narrativa: “la necesidad de contar historias seguirá presente”. Aunque las temáticas puedan cambiar, el género sigue capturando sueños, conflictos y pasiones.

El papel de las nuevas generaciones será crucial para garantizar la continuidad del regional mexicano. En una entrevista para el evento Conexión México en Mazatlán, Sinaloa, la Banda MS enfatizó la importancia de innovar sin perder la raíz: “Las nuevas generaciones tienen la misión de llevar el regional a nuevos niveles”, mencionó el vocalista Walo Silvas.

Hoy, artistas emergentes como Los Esquivel y Michelle Maciel están ampliando las fronteras del género con fusiones innovadoras

y nuevas narrativas, como la diversidad dentro del género. Este fenómeno no solo redefine la identidad sonora del regional, sino que también introduce debates sobre representación y evolución cultural.

En 2025, el mundo enfrenta desafíos sociopolíticos y económicos que impactan las dinámicas culturales. En este escenario incierto, el regional mexicano parece estar preparado para continuar su ascenso. Su capacidad de adaptación, su apertura a la experimentación y su arraigo en las raíces musicales le han permitido consolidarse como una fuerza global. Más que un fenómeno pasajero, su expansión refleja una transformación profunda dentro de la música latina.



HITOS DEL REGIONAL MEXICANO

Los datos a continuación, proporcionados por Spotify, AMPROFON y la revista Forbes, tienen un propósito ilustrativo. Aunque muestran logros destacados del regional mexicano, sabemos

que estos representan solo una parte del impacto cultural y económico de este género.



Rompiendo el internet

107 mil millones de streams a nivel global, con un total de 323 mil millones de minutos reproducidos en Spotify en 2023.



Dominio en el mercado local

45 de los 50 artistas más escuchados en México pertenecen a géneros del regional mexicano.



Impacto global

Peso Pluma alcanzó la sexta posición global en el ranking de sencillos 2023 con "La bebé" junto a Yng Lucas.



Incremento en regalías

En 2023, las regalías generadas por artistas mexicanos desde Spotify superaron los 5 mil 300 millones de pesos, un aumento de 5 veces en comparación con 2017.



Alcance internacional

Los artistas mexicanos fueron descubiertos por nuevos usuarios más de 7 mil 700 millones de veces en Spotify durante 2023.



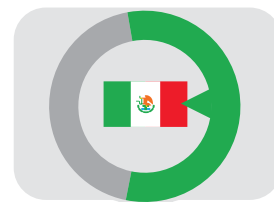
Presencia en playlists

Más de 5 mil 400 artistas mexicanos se sumaron a playlists editoriales de Spotify en 2023.



Crecimiento en regalías en español

Los artistas mexicanos que cantan en español han incrementado sus regalías en conjunto un 416% desde 2017.



Éxito en el Top 50 Diario

En 2023, más del 55% de las canciones del Top 50 Diario de México fueron de artistas mexicanos.

REGIONAL MEXICANO

Participación en streams totales, 2023



Global



Estados Unidos



México

30%

Impacto inmediato

Peso Pluma, lanzó su álbum *Éxodo* en junio de 2024, debutando con más de 29.8 millones de reproducciones globales en Spotify durante sus primeras 24 horas

Reconocimiento de la industria

Un claro ejemplo del reconocimiento que ha tenido la industria del género, fue la premiación a Fuerza Regida en las categorías Mejor Dúo/Grupo Latino y Mejor Dúo/Grupo general en los Billboard Music Awards 2024.

EL NEGOCIO DEL EN VIVO



LA EVOLUCIÓN DE LOS CONCIERTOS EN 2024

MÉXICO ES LÍDER EN LA INDUSTRIA GLOBAL DEL ENTRETENIMIENTO

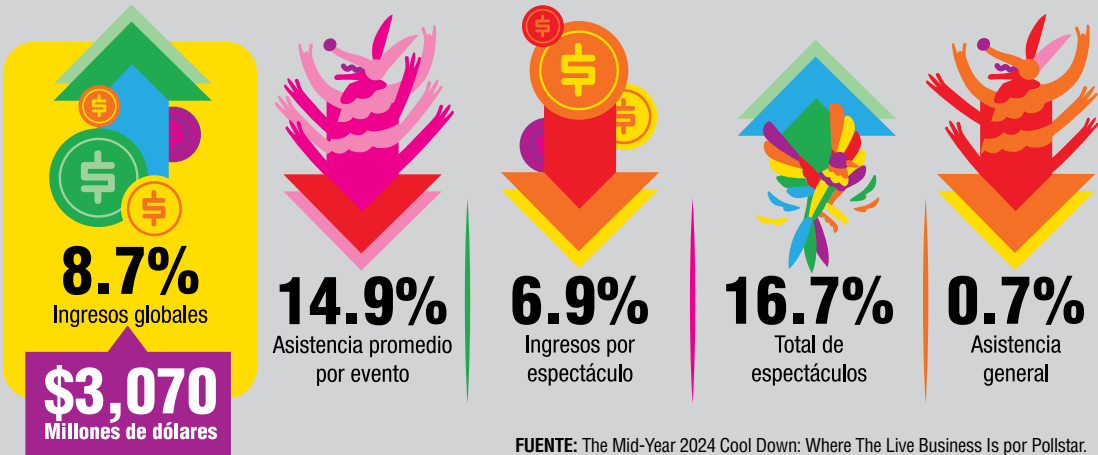
El reporte Música México destacó cómo el periodo post-pandemia impulsó el negocio de los conciertos a niveles récord. Sin embargo, en 2024, esta ha dado paso a un patrón de crecimiento más moderado aunque sostenido.

Según la publicación Pollstar¹, los ingresos globales de la industria de conciertos en el primer semestre de 2024 alcanzaron 3 mil 070 millones de dólares, lo que representa un aumento del 8.7% en comparación con el mismo periodo de 2023. Por otro lado, aunque la asistencia promedio por evento cayó 14.9% y los ingresos por espectáculo disminuyeron un 6.9%, la cantidad total de espectáculos creció 16.7%, lo que contribuyó a mantener la asistencia general casi estable, con una leve caída del 0.7%.

México se destaca tanto en oferta como en demanda. Después de las giras de Madonna y Bad Bunny, Luis Miguel lideró la taquilla mundial, generando 169.4 millones de dólares en 2024. Asimismo, Carin León figura entre los 100 tours más exitosos del año, junto con artistas internacionales como U2, Karol G, Bruno Mars, Coldplay y Nicki Minaj.

EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA GLOBAL DE CONCIERTOS

Primer semestre 2024 vs mismo periodo en 2023.



FUENTE: The Mid-Year 2024 Cool Down: Where The Live Business Is por Pollstar.

A nivel de recintos, el Auditorio Nacional se encuentra entre los teatros que más boletos vende a nivel global. Este, junto con el lunario, pertenecen a la Secretaría de Cultura de México, lo que refleja un esfuerzo por combinar éxito económico con una misión de diversidad cultural. Más allá de las grandes empresas como

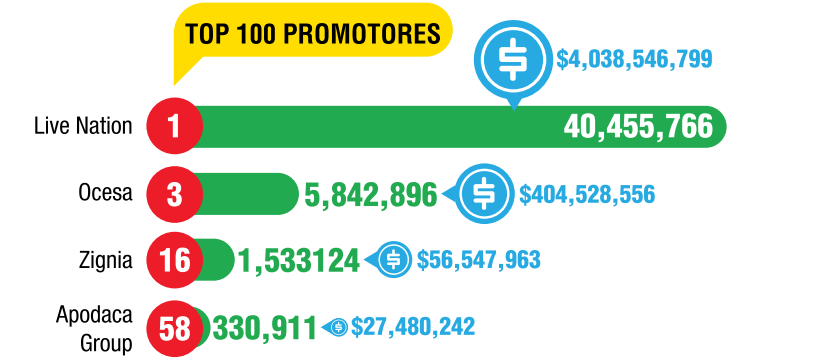
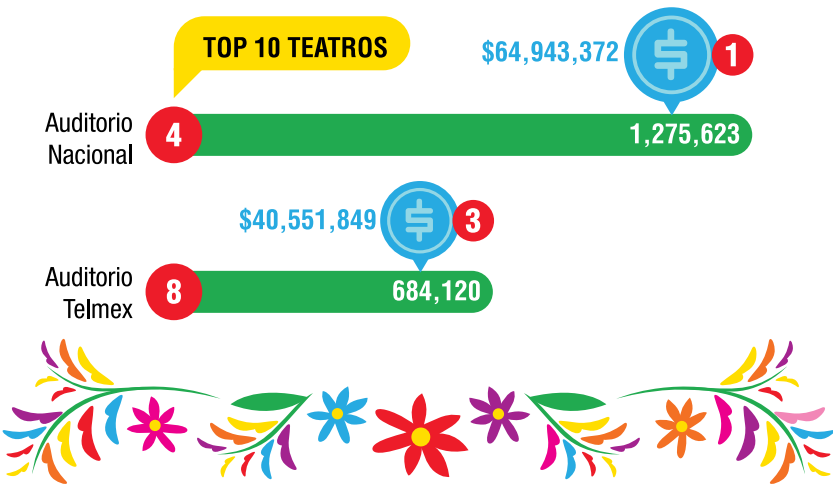
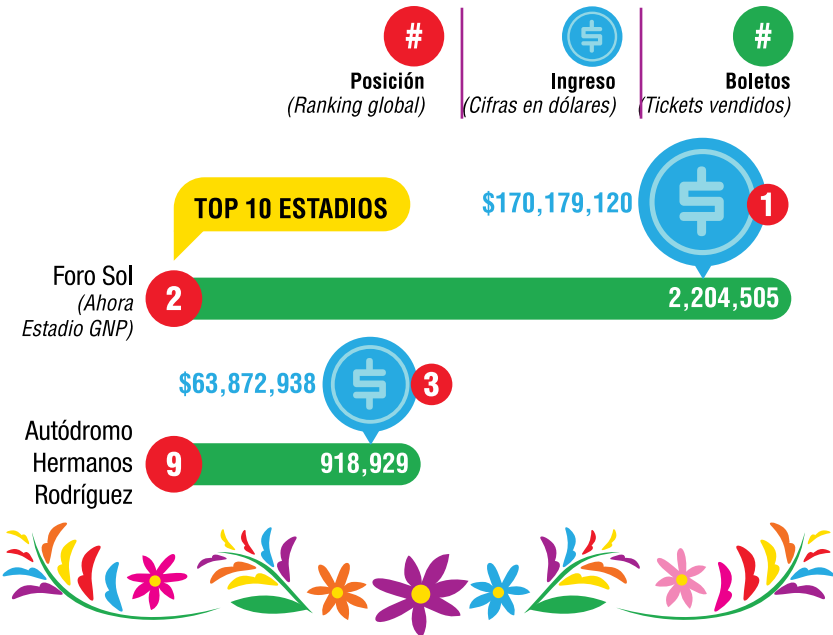
OCESA (ahora parte de Live Nation), también existe una industria independiente en crecimiento, con una historia distinta y menos conocida pero igualmente relevante para la escena musical mexicana.



¹FUENTE: Artículo de Pollstar: The Mid-Year 2024 Cool Down: Where The Live Business Is.

INFRAESTRUCTURA Y LIDERAZGO

México ha consolidado durante años una sólida infraestructura para albergar conciertos de distintos formatos, posicionándose como un referente en eventos masivos. En 2023, el año más reciente con datos disponibles, esta tendencia continuó con fuerza.



FUENTE: Year End 2023 por Pollstar.

LA OTRA CARA DE LA MONEDA

LA INDEPENDENCIA, DE LO INFORMAL A LO PROFESIONAL

En México, aunque existe una multitud de lugares underground y espacios autogestivos, pocas propuestas independientes logran perdurar. A pesar de su papel crucial en el desarrollo de talentos, la información sobre estos proyectos es limitada. Si bien no existe una definición precisa para su actividad, podemos considerar como independientes a las iniciativas pequeñas y medianas que no están vinculadas ni a entidades gubernamentales ni a grandes empresas comerciales. Sin embargo, es evidente que las condiciones para estos negocios suelen ser más complejas. Incluso en mercados consolidados como el del Reino Unido, los márgenes de beneficio son reducidos: un foro con capacidad para entre 600 y 800 personas tiene, en promedio, un margen de apenas 0.5%.

Para explorar la realidad de esta “otra” industria de la música en vivo en México, entrevistamos a Karla Delgadillo de C3 (Guadalajara) y David Montes de Dilemma Conciertos (CDMX), ambos representantes de la escena alternativa, quienes han contribuido por décadas al fortalecimiento y profesionalización de la escena musical independiente. C3 y Dilemma, como muchos promotores independientes, comenzaron de manera informal en los años 90 y 2000, sin un marco establecido para organizar espectáculos ni garantizar condiciones adecuadas para artistas y asistentes.

Si bien hoy se observan avances hacia la formalización del sector —como la alianza entre la Universidad Anáhuac y OCESA para profesionalizar el entretenimiento—, la falta de espacios educativos accesibles sigue siendo un reto para quienes buscan desarrollarse en la industria. Este contexto refleja la importancia de generar más oportunidades formativas que acompañen la evolución de la escena independiente en México. Sin embargo, C3 y Dilemma han sabido sortear estos obstáculos y han logrado consolidarse como actores relevantes dentro del ecosistema musical del país.

Pese a los desafíos, ambos proyectos se han convertido en empresas estables. C3, emplea a 12 personas de manera permanente y hasta 40 por evento, gestionando más de 200 conciertos al año con artistas destacados como NOFX, Natalia Lafourcade y Jarabe de Palo y Portugal, The Man. Con la reciente apertura del C4 Concert House, un recinto con capacidad para 1,400 personas, C3 se posicionará como un eslabón esencial en la escena local, ya que ningún otro espacio en la ciudad ofrece una capacidad similar. Los recintos más cercanos en tamaño son el Foro Independencia (600 personas) y el Teatro Diana (2,400 asientos).

Por su parte, Dilemma emplea a 20 personas y se enfoca en nichos que no están cubiertos por las grandes promotoras, como rock, metal y gótico, trabajando con artistas de la talla de The Hives, The Mars Volta y PJ Harvey. Además de organizar eventos en recintos grandes como la Arena Ciudad de México, el Auditorio BB y el Pepsi Center, Dilemma también apuesta por artistas emergentes en espacios más pequeños, como el Circo Volador, el Foro Indie Rocks y el Foro Puebla. Sin embargo, cuando estos artistas alcanzan mayor notoriedad, suelen cambiar a promotoras más grandes que les ofrecen mejores condiciones, lo que convierte la operación de Dilemma en una lucha constante por mantenerse a flote.

Ambas empresas han logrado desarrollar giras nacionales, una tarea titánica en un país de gran extensión y con una infraestructura variable. Según Karla Delgadillo: “Muchos venues de provincia no tienen sistema de audio, hay que rentar todo, por ejemplo, en La Isla Mérida”. Para superar estas limitaciones, C3 ha creado una red de promotores aliados, facilitando la organización de eventos en diferentes regiones. Hace unos años, la mayoría de los artistas internacionales solo visitaban la Ciudad de México y, eventualmente, Guadalajara y Monterrey. El trabajo de los promotores independientes ha sido clave para cambiar esta dinámica, fomentando un público más receptivo en otras plazas. “Al principio, nadie pagaba un boleto para traer artistas grandes; ahora la gente acepta más pagar”, comenta Karla.

No obstante, el aumento del precio promedio de los boletos sigue posicionando los conciertos como un bien de lujo para muchos. La reciente devaluación del peso mexicano agrava aún más la situación, ya que los honorarios de los artistas internacionales suelen negociarse en dólares, lo que representa un desafío adicional para los promotores independientes del país.



INCENTIVOS FISCALES PARA LA MÚSICA EN VIVO

MOTOR DE DESARROLLO MULTISECTORIAL

La música en vivo no solo es un producto cultural, sino una industria capaz de generar impactos económicos y sociales de gran alcance. Su naturaleza la convierte en un catalizador de desarrollo multisectorial, al beneficiar directamente a la economía cultural y creativa e impulsar sectores conexos como el turismo, la hostelería y el transporte.

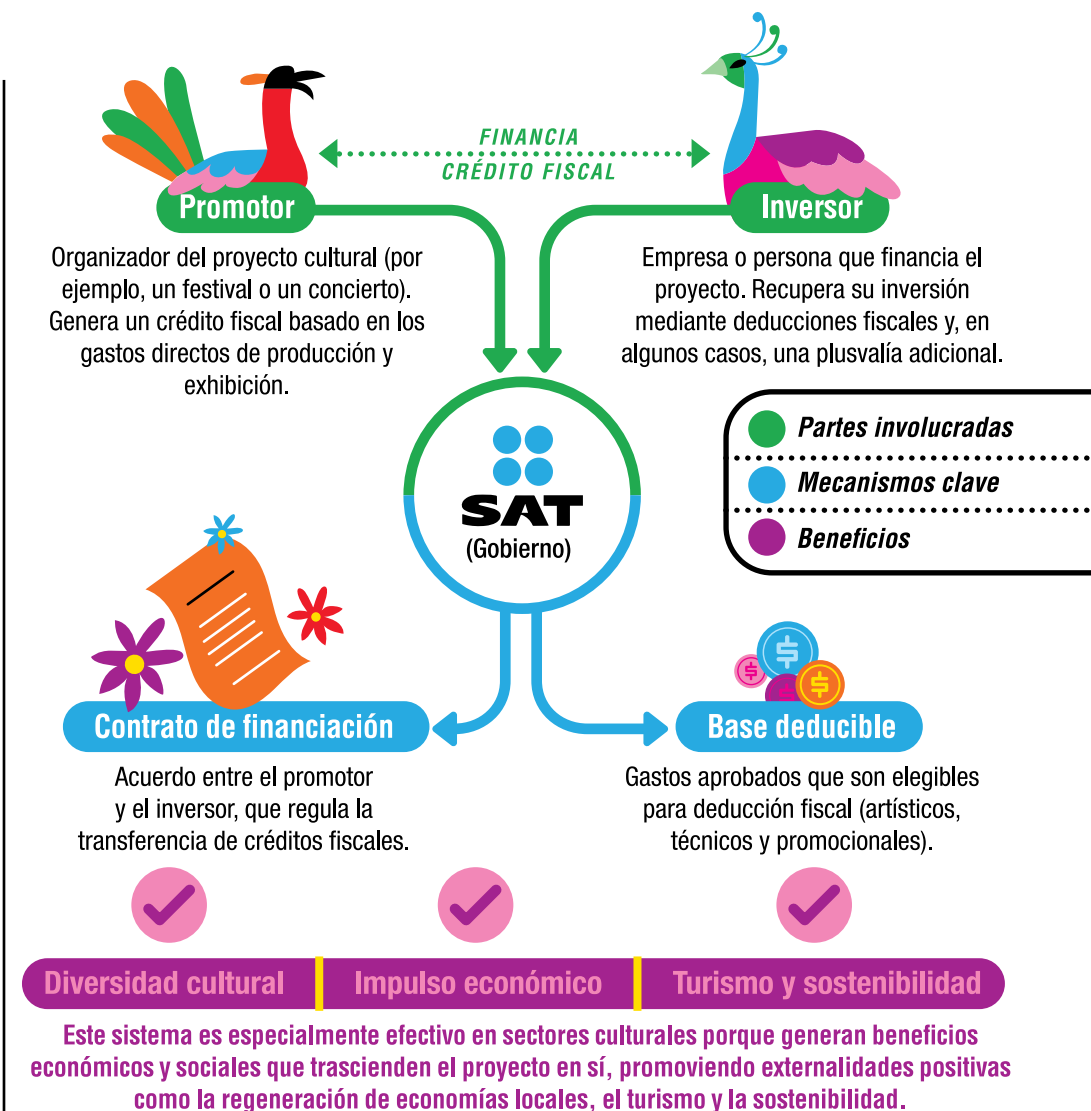
En particular, los sectores culturales tienen una característica distintiva: pueden producir resultados imprevistos y fuera de los márgenes tradicionales de otras industrias. Estos resultados incluyen el crecimiento de nuevas audiencias, la atracción de inversión extranjera y la regeneración económica de comunidades locales. Estos efectos no solo fortalecen las economías regionales, sino que también alinean a la industria

con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), subrayando su importancia estratégica.

A nivel global, países como España han implementado sistemas de incentivos fiscales que han probado ser efectivos para reactivar y democratizar la industria en vivo de espectáculos. En contraste, México cuenta con algunos esfuerzos incipientes, pero enfrenta barreras significativas que limitan su impacto. Este artículo, a partir de la valiosa contribución sobre el tema de las empresas españolas Sympathy for the Lawyer, especializada en el ámbito legal de la música, e Incentiva Music, dedicada a estrategia fiscal, analiza el funcionamiento de los incentivos fiscales, explora el caso español como modelo exitoso y propone estrategias concretas para fortalecer su aplicación en México.

¿CÓMO FUNCIONAN LOS INCENTIVOS FISCALES EN LA MÚSICA EN VIVO?

Los incentivos fiscales son herramientas diseñadas para estimular la inversión privada en sectores estratégicos mediante la reducción de la carga fiscal. En el caso de la música en vivo, estos incentivos permiten a las empresas o individuos deducir de sus impuestos una parte significativa de las inversiones realizadas en proyectos culturales.



FUENTE: Sympathy for the Lawyer.

MODELO EXITOSO: EL CASO DE ESPAÑA

En España, la introducción del contrato de financiación en 2021 transformó el panorama cultural. Inspirado en la Ley Aillagon de Francia, este mecanismo permite a inversores privados aportar capital a proyectos culturales, beneficiándose de deducciones fiscales atractivas y generando, a su vez, una plusvalía económica.

CÓMO FUNCIONA

- Un inversor financia los gastos de un promotor cultural (por ejemplo, un festival o un concierto).
- El inversor recupera su aportación mediante una deducción fiscal del 20% sobre los gastos aprobados, con la posibilidad de una plusvalía adicional.
- El promotor recibe liquidez inmediata sin ceder capital ni asumir riesgos adicionales.

IMPACTOS EXTRAORDINARIOS

Facturación histórica: la música en vivo en España alcanzó los 578 millones de euros en 2023, un crecimiento del 26% respecto al año anterior.

Turismo musical: en 2022, los espectáculos generaron 3,800 millones de euros en gasto turístico, vinculados a 9 millones de viajes.

Revitalización local: festivales como Sonorama y ViñaRock han reactivado regiones despobladas, atrayendo tanto visitantes como población joven.

Sostenibilidad: la liquidez generada ha permitido a muchos eventos invertir en prácticas sostenibles alineadas con los ODS y la Agenda 2030¹.

CONTEXTO ACTUAL EN MÉXICO

En México, los incentivos fiscales destinados a la música en vivo han sido implementados tanto a nivel federal como local. Aunque estos esfuerzos reflejan una voluntad de apoyar al sector cultural, su impacto sigue siendo limitado debido a restricciones burocráticas, bajos porcentajes de deducción y falta de accesibilidad para los pequeños y medianos promotores.

Ejemplos actuales:

- EFIMúsica, un componente del programa federal EFIARTS, que permite deducir un porcentaje de ISR para inversiones en proyectos musicales.
- Estímulos locales, como en Guadalajara y Nuevo León, que aplican reducciones al impuesto de boletaje o deducciones limitadas al ISR.

Obstáculos principales:

- Bajos porcentajes de deducción: en México, el límite oscila entre el 5% y el 10%, muy inferior al 50% de España.
- Burocracia y exclusión: acceder a estos beneficios implica procesos complejos y sujetos a comités gubernamentales que filtran proyectos.
- Impacto limitado: los incentivos actuales no son lo suficientemente atractivos para movilizar inversión privada significativa.
- Justificación: demostrar la relevancia y contribución del proyecto a la cultura nacional es subjetivo y la concepción de cultura limitada.

OPTIMIZACIÓN PARA MÉXICO

Para aprovechar el potencial de la música en vivo como motor de desarrollo, hay una serie de primeros pasos que se tendrían que considerar y aunque sabemos no son todos, son una buena base.

Ampliar el alcance de los incentivos fiscales:

- Incluir a pequeños y medianos productores, democratizando el acceso a la economía cultural.
- Aumentar el límite de deducción fiscal al 20%, equiparándolo con estándares internacionales.

Simplificar los procesos administrativos:

- Reducir la burocracia para facilitar el acceso de promotores culturales a los beneficios.
- Crear una figura de revisión independiente que agilice la validación de gastos elegibles.

Promover la transparencia y formalización:

- Implementar regulaciones claras sobre el uso de incentivos.
- Fomentar la integración de productores informales al régimen tributario.

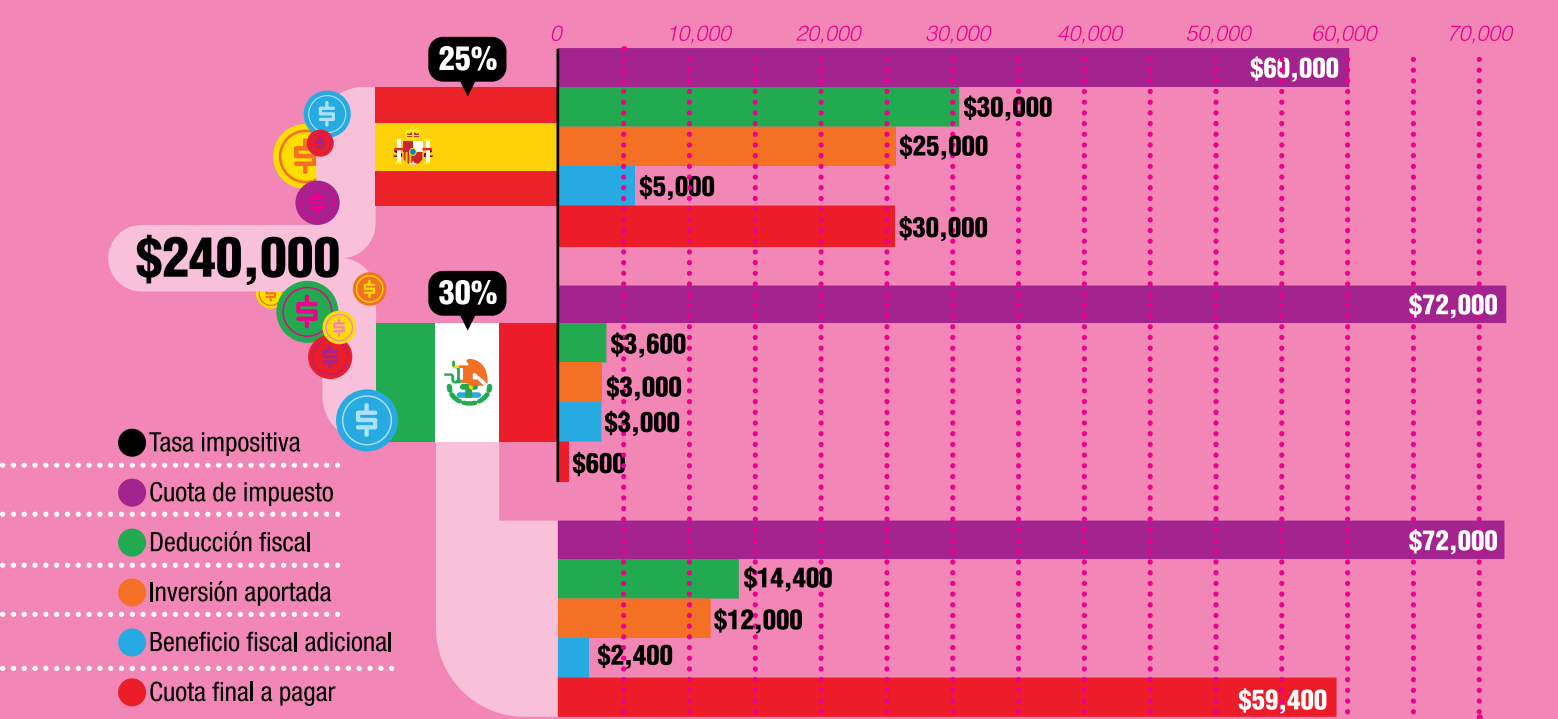
Fomentar la inversión sostenible:

- Diseñar incentivos que incluyan criterios de sostenibilidad, promoviendo prácticas ecológicas en eventos musicales.

¹Todos los datos obtenidos del Anuario de la Música en Vivo 2024 publicado por la Asociación de Promotores Musicales 2024.

DIFERENCIAS Y POTENCIAL

A continuación, se presenta una comparativa que ilustra cómo una empresa en España y una en México, ambas con un ingreso gravable de \$240,000 se benefician de los incentivos fiscales al invertir en cultura. Además, se incluye un escenario optimizado para México, considerando un aumento en el porcentaje (20%) de deducción fiscal.



Este análisis muestra que aumentar las deducciones fiscales en México podría incentivar significativamente la inversión privada en proyectos culturales, beneficiando tanto a las empresas como al sector cultural en general.

FUENTE: Sympathy for the Lawyer.

Los incentivos fiscales no solo fortalecen la industria musical, sino que generan beneficios colaterales significativos que impactan positivamente en diversos sectores de la economía nacional. Los incentivos fiscales no solo fortalecen la industria musical, sino que la posicionan como un motor de desarrollo económico, social y turístico.

1. Impulso al empleo y al turismo: los incentivos permiten atraer inversiones que generan empleo directo e indirecto, así como una mayor actividad turística con derrama financiera regional.

2. Formalización del sector: los incentivos fiscales combaten la informalidad en el sector cultural al ofrecer beneficios tangibles que profesionalizan la industria, aumentan la base tributaria y aseguran mejores condiciones laborales y acceso a financiamientos.

3. Regeneración económica local: reactiva comunidades locales y mejora su infraestructura.

4. Fomento de la sostenibilidad: los incentivos pueden alinearse con criterios ecológicos para promover prácticas responsables.

En México, optimizar los incentivos fiscales representa una oportunidad clave para posicionar al sector cultural como un eje estratégico del crecimiento económico. Aumentar la competitividad de estos incentivos no solo atraerá inversión privada, sino que también generará impactos de largo plazo, fortaleciendo la infraestructura cultural y dinamizando la economía nacional. Un marco de incentivos fiscales bien diseñado puede transformar la música en vivo en una palanca de desarrollo sostenible y un orgullo económico para el país.

CONSUMO Y TENDENCIAS



COMUNIDADES Y SUPERFANS

LA LLAVE PARA ARTISTAS EN EXPANSIÓN

Los superfans existen desde hace mucho tiempo. Son aquellas personas con una pasión inquebrantable y disposición para adquirir todo tipo de productos y asistir a cualquier evento que su artista favorito ofrezca. En la era del formato físico, la dinámica de consumo era similar a la de otras industrias de artículos comerciales: el enfoque estaba en la cadena de suministro y la promoción, con el objetivo final de realizar una venta. Saber quién compraba el disco o el boleto para el concierto no era una prioridad, ni tampoco una tarea sencilla.

Hoy en día, los superfans pueden interactuar con los artistas de manera directa, continua y con un nivel de acceso sin precedentes. A su vez, los artistas y sus equipos pueden recopilar datos valiosos sobre los hábitos de consumo, intereses y comportamientos de estos seguidores. Este conocimiento permite tomar decisiones estratégicas para construir una comunidad leal y, en el mejor de los casos, transformarla en un poderoso mecanismo de promoción a través de llamados a la acción y contenido generado por los propios usuarios (UGC).

El vínculo entre los artistas y sus comunidades ha superado lo meramente musical, abarcando afinidades y valores compartidos que van desde lo estético hasta lo social, aspiracional e ideológico. Estas conexiones, que incluyen creencias, identidades culturales o de género, y activismo por causas específicas, amplían la influencia del artista y crean múltiples puntos de acceso para que los superfans se sientan parte de una comunidad auténtica y comprometida.

VENTAJAS DEL DESARROLLO DE COMUNIDADES

Equipos grandes, problemas pequeños: desarrollar comunidades fuertes permite construir equipos más grandes y articulados, lo que reduce el impacto de factores externos como cambios en redes sociales, servicios de streaming, modas o disrupciones tecnológicas.

Crece con tu audiencia: cuando los proyectos artísticos se basan en valores comunes con su audiencia, los artistas pueden profundizar creativamente y crecer, asegurando su sostenibilidad a largo plazo en lugar de seguir tendencias pasajeras.

Expande tu influencia: una comunidad sólida incrementa el radio de influencia del artista y el valor de su marca ante terceros, abriendo puertas a nuevas colaboraciones y asociaciones estratégicas.

Toma las riendas: al apropiarse de la relación con su comunidad, el artista obtiene acceso directo a información clave, maximizando el alcance de llamados a la acción, promociones, ventas directas y la creación de contenido por parte de los fans (UGC).

LOS RETOS DEL CAMINO

Paciencia joven: la curva de procesos como diagnóstico, implementación, ejecución, análisis y ajuste es lenta y laboriosa, por lo que la frustración y el abandono prematuro es muy común ante la falta de resultados inmediatos.

Conoce las reglas del juego: la falta de información sobre las bases comerciales de la música, como derechos de autor, licencias y acuerdos comerciales, dificulta la consolidación de esfuerzos para construir comunidades sólidas.

Todos tienen su papel: la falta de profesionalización y valoración de los diversos roles dentro de los equipos y alianzas necesarias para el desarrollo de comunidades dificulta una articulación efectiva de los procesos.

No soy tu cliente, soy tu aliado: los servicios de terceros, que podrían ser cruciales para el desarrollo de comunidades, a menudo ven al artista como un cliente final en lugar de un socio comercial, limitando el potencial de una relación más provechosa.

Demasiado de ti puede ser mucho: la exposición continua del artista ante sus fans puede ser invasiva y desgastante, especialmente en la era de la cancelación, donde es esencial equilibrar lo público y lo privado y mantener coherencia con los valores de la comunidad.

Más que fans, socios en potencia: la falta de comprensión sobre los beneficios de fomentar estos modelos, tanto por parte de actores externos como dentro de la cultura de apoyo directo al fan en Latam, crea una brecha que limita el desarrollo y el impulso necesarios.

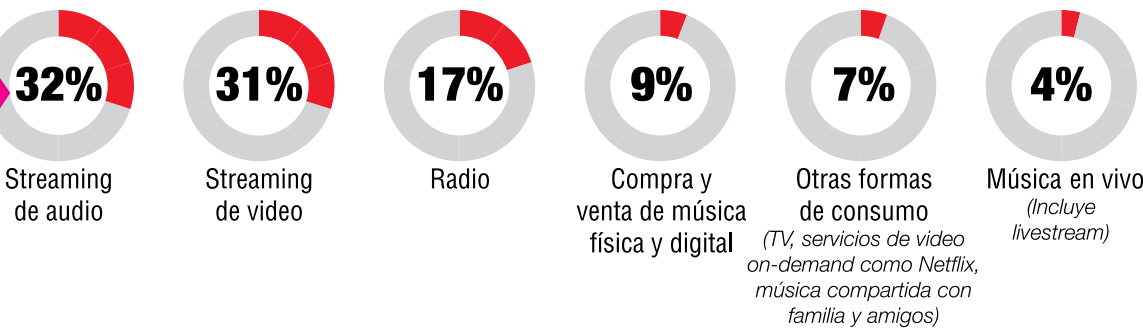


VÍNCULOS Y CONEXIÓN

Esta es una mirada profunda al comportamiento de consumo musical a nivel global a partir de un análisis realizado para el reporte de IFPI, Engaging with Music con datos del 2023. Con más de 43 mil respuestas recopiladas en línea de usuarios entre 16 y

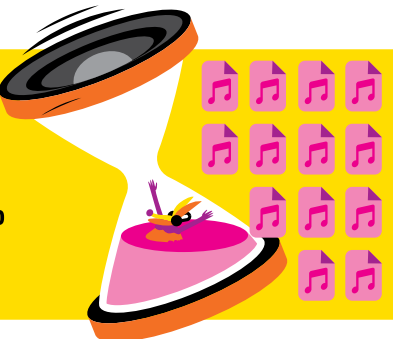
64 años, este estudio es el más grande de su tipo. Analiza patrones de escucha y preferencias en 18 territorios clave, incluyendo Argentina, México, Brasil, Estados Unidos, Japón, y Reino Unido, entre otros.

¿CÓMO SE RELACIONA LA AUDIENCIA CON LA MÚSICA?



20.7

horas a la semana. Es el tiempo promedio destinado de las personas por semana

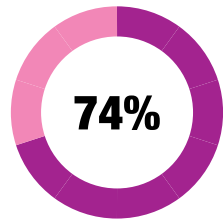


Esto significa un crecimiento comparado al año anterior que fue de 20.1 horas; visto de otra manera son 13 canciones de 3 minutos más por semana.

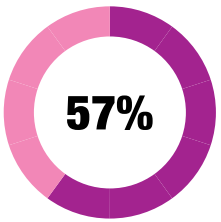
EL OYENTE PROMEDIO

utiliza **+7** métodos para relacionarse con la música.

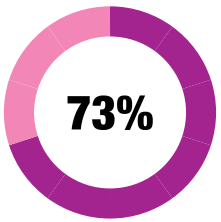
escucha **+8** géneros musicales diferentes.



De las personas con conciencia de las IA y su capacidad de generar música, está de acuerdo con que no se debería utilizar para clonar o suplantar artistas sin autorización.



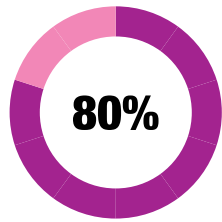
Dice que que es importante para ellos el tener acceso a música de cualquier parte del mundo.



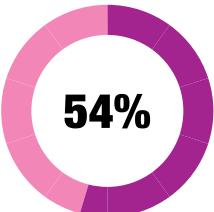
Dicen escuchar música mediante plataformas de streaming (Entre pagado y gratuito).



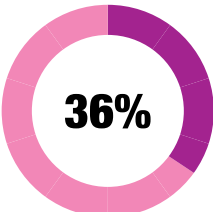
El crecimiento promedio de tiempo de escucha en plataformas de streaming.



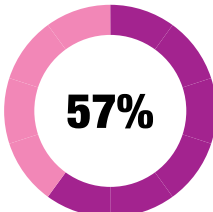
De los gamers escuchan música al jugar.



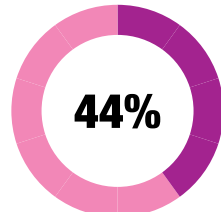
De las personas considera la música como algo central cuando miran videos de corto formato.



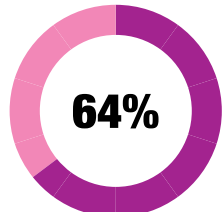
Ha visto algún livestream musical como conciertos en el último mes.



De los encuestados han visto algún show de TV con la música como eje central en el último mes.



De la gente que paga una suscripción a un servicio de streaming de audio descubre música nueva al menos semanalmente.

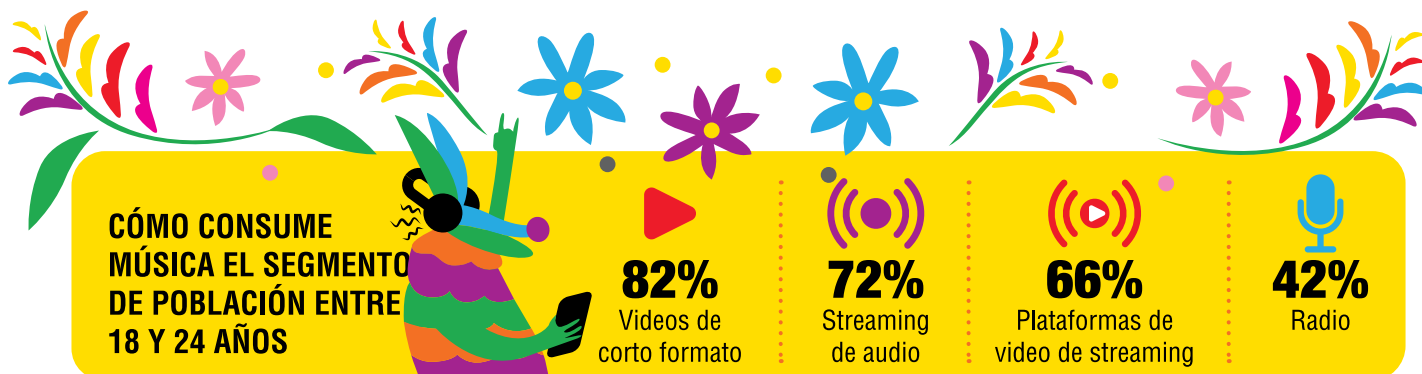
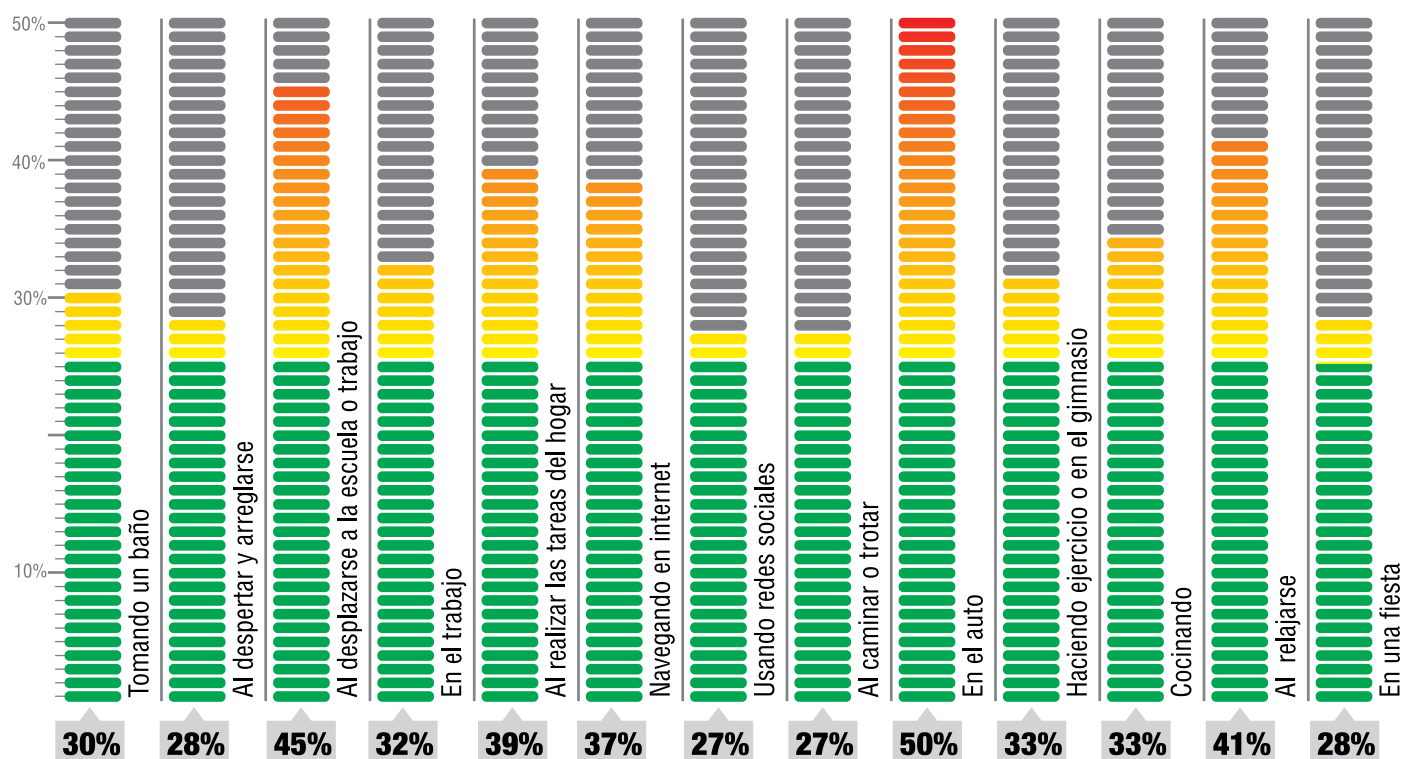


De las personas entre 18 y 44 años gusta de descubrir música vieja.

Las suscripciones a plataformas de streaming de audio es más alto en jóvenes.
Se presentan rangos de edades y el porcentaje de personas que usan dichas plataformas:



La gente escucha música mientras realiza una amplia gama de actividades.
Aquí algunas de las más populares de más de 40 actividades donde la música toma parte.



FUENTES: Engaging With Music, IFPI 2023.

EL FAN AL CENTRO

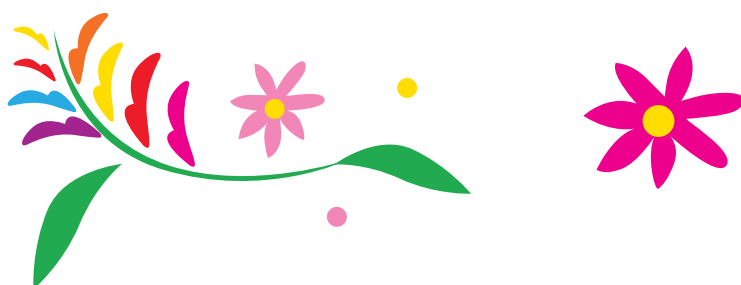
EL K-POP COMO MODELO INDUSTRIAL

Un ejemplo contundente de la importancia de las comunidades es el caso del K-pop. Los surcoreanos entendieron rápidamente que una industria centrada en el usuario debía adaptarse a las formas y razones por las que este consume música, poniendo al fan en el centro y alineando toda la cadena de valor, incluido el artista, a sus hábitos, necesidades y preferencias.

El K-pop es mucho más que un género: es un modelo industrial. Comienza con la identificación del ciclo de consumo musical de las audiencias jóvenes desatendidas, aplicando luego las mejores prácticas de servicio al cliente desde otros sectores comerciales. Lo que han creado es una maquinaria de detección y entrenamiento riguroso de talento, con retroalimentación constante de la audiencia, lo que permite llevar a cabo un desarrollo estratégico. Además, invierten en producción musical y audiovisual de alta calidad, marketing y comercialización. Esto les ha permitido no solo superar la barrera del idioma, sino también posicionar arquetipos no occidentales en mercados occidentales, impulsando la cultura coreana y generando récords celebrados y amplificados por sus comunidades.

En el K-pop, cada proyecto artístico construye una narrativa clara para generar pertenencia, apoyada por valores que se transmiten en toda su comunicación a través de redes sociales. Ofrecen una amplia gama de productos de merchandising, contenidos exclusivos, encuentros con fans y boletos de conciertos, siempre utilizando estrategias de escasez y oportunidad. Su capacidad para generar llamados a la acción impulsa hitos en plataformas y agotamientos de entradas para cualquier actividad que desarrollen. Como resultado las marcas han mostrado un gran interés en llegar a estas audiencias, mientras que la decisión de involucrarse en causas y proyectos activistas amplifica la imagen positiva de los artistas hacia su comunidad en un ciclo virtuoso pocas veces visto.

Según el Hyundai Research Institute, el K-pop representó el 1.7% del PIB de Corea del Sur en 2018, y se proyecta que para 2030 su valor alcance los 20.5 mil millones de dólares, equivalente al PIB de Corea en 1974, según Maximize Market Research (MMR). Las principales empresas de la industria —HYBE, SM, JYP y YG— han triplicado sus ingresos entre 2019 y 2023.



El impacto del K-pop se extiende más allá de la música hacia otros sectores:

- **Turismo:** el Ministerio de Cultura reporta que la segunda razón de las visitas a Corea es el interés por el K-pop.
- **Exportaciones:** ha impulsado el consumo de productos coreanos como moda, cosméticos y alimentos.
- **Ventas:** marcas como Hyundai y Samsung han registrado un crecimiento en ventas vinculado a campañas con artistas de K-pop.
- **Marca país:** ha aumentado el interés global en la lengua y cultura coreana, y ha impulsado otros contenidos como K-dramas, películas y videojuegos.
- **Empleo:** se estima que el K-pop impacta en 92,000 empleos en Corea.

Este caso es un ejemplo claro de cómo la música puede influir en otros sectores cuando se articula estratégicamente y se estimula desde frentes institucionales y privados.



LECCIONES DE SWIFTCONOMÍA

Recientemente, Taylor Swift ha replicado algunas estrategias del K-pop con un éxito notable alrededor del cuidado y cultivo de una base de fans fiel. Aunque ya era una artista consagrada, la regrabación de su catálogo como respuesta a la venta de sus derechos sin su consentimiento la convirtió en un ícono de empoderamiento. Esta narrativa de resistencia y autonomía fortaleció la conexión con su comunidad.

A partir de su más reciente gira, ha surgido el término “Swiftconomics” para describir el masivo impacto económico de sus conciertos en las ciudades donde se presenta, ejemplificando el fenómeno de la inelasticidad de la demanda. A pesar de los altos costos alcanzados por los boletos en el mercado secundario, los fans han estado dispuestos a hacer sacrificios significativos para asistir, mostrando que la demanda se mantiene firme incluso cuando los precios se disparan. Este fenómeno resalta no solo el poder de su marca, sino también la profunda conexión que ha cultivado con su comunidad.

El informe de IFPI Global Charts colocó a Taylor Swift en el puesto #1 de ventas globales del 2023, seguida de dos grupos de K-pop: Seventeen y Stray Kids, demostrando el poder de estos modelos en la industria actual. Además, BTS ocupó el primer puesto

durante dos años consecutivos, en 2020 y 2021, y otros grupos como TXT y NewJeans también se encuentran entre los más vendidos a nivel global.

En resumen, los artistas que logran cultivar una comunidad sólida de superfans —a través de valores e ideales compartidos— tienen la capacidad de generar ingresos significativos mediante productos y experiencias vinculadas a su marca. Esto no es exclusivo de grandes artistas, sino de cualquier proyecto con coherencia, una planificación cuidadosa y un compromiso genuino con su audiencia.

MÉXICO: TERRENO FÉRTIL

México ofrece a sus artistas y equipos cuatro características clave que tienen un gran potencial para el desarrollo de comunidades musicales:

- 1. Conexión con el mercado estadounidense:** con 37.5 millones de mexicanos o descendientes viviendo en Estados Unidos, México tiene una fuerte presencia en el principal mercado global.¹
- 2. Población receptiva:** México cuenta con una gran población que consume música en niveles superiores a la media mundial, lo que facilita la creación de nichos musicales diversos y comunidades sólidas.
- 3. Influencia en el mundo hispanohablante:** México es un referente crucial para los 548 millones de hispanohablantes en el mundo.²
- 4. Huella musical global:** la música mexicana tiene un reconocimiento global, lo que refuerza su capacidad para influir y expandirse en otros mercados.

LA COMUNIDAD MUSICAL LATINA EN ESTADOS UNIDOS

Para la población mexicana en Estados Unidos, la música es un elemento crucial que les permite mantener viva su conexión con sus raíces y cultura. Esta afinidad no solo se limita a los mexicanos, sino que también se extiende a otros grupos hispanos en el país, quienes muestran un alto grado de afinidad con la música mexicana.

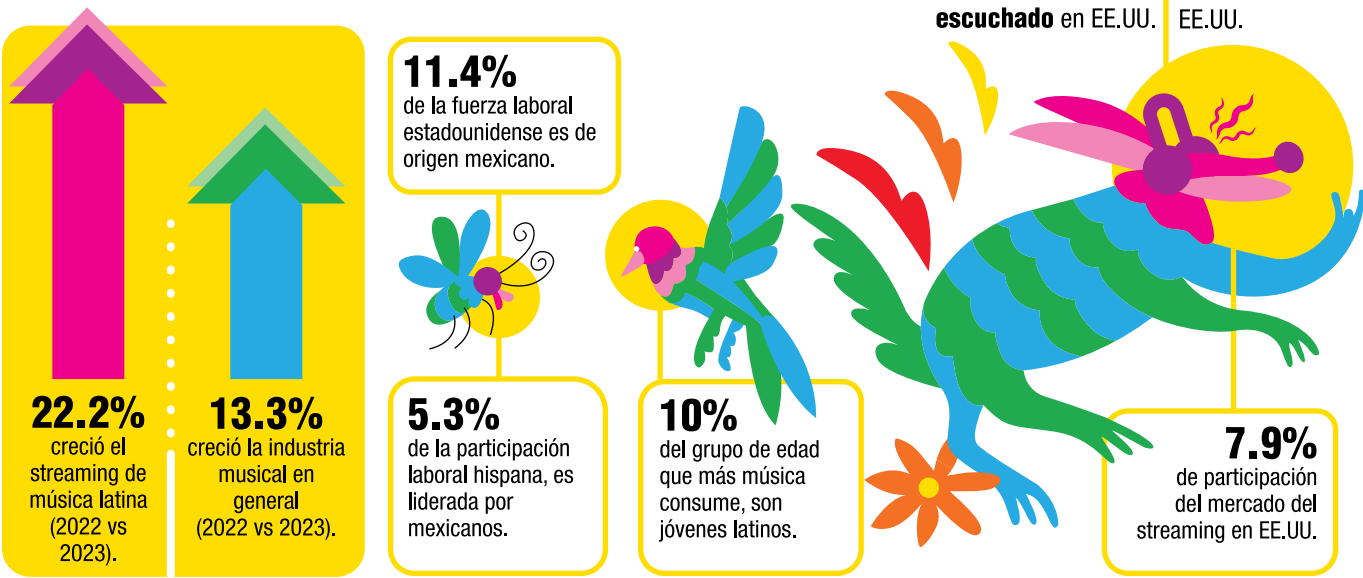
Además, la población no hispana ha incrementado significativamente su consumo de música en español. Este entorno es favorecido por una cultura de mecenazgo y apoyo a artistas individuales, muy establecida en Estados Unidos, y un poder adquisitivo en constante crecimiento dentro de la comunidad mexicana y latina, lo que potencia aún más el consumo de música.



¹ FUENTE: United States Census Bureau, American Community Survey, B11002I Household Type by Relatives and Nonrelatives for Population in Households (Hispanic or Latino).

² FUENTE: United States Census Bureau, American Community Survey, B11002I Household Type by Relatives and Nonrelatives for Population in Households (Hispanic or Latino).

IMPACTO HISPANO EN EE.UU.



FUENTES: U.S. Bureau of Labor Statistics, Commissioner's Corner: Jóvenes Latinos en el Grupo de Mayor Consumo Musical. U.S. Census Bureau, Household Type by Relatives and Nonrelatives for Population in Households (Hispanic or Latino). Luminate: Latin Impact on Culture and Commerce in the U.S. Marketplace 2024.

SUPERFANS DE LA MÚSICA LATINA EN EE.UU.



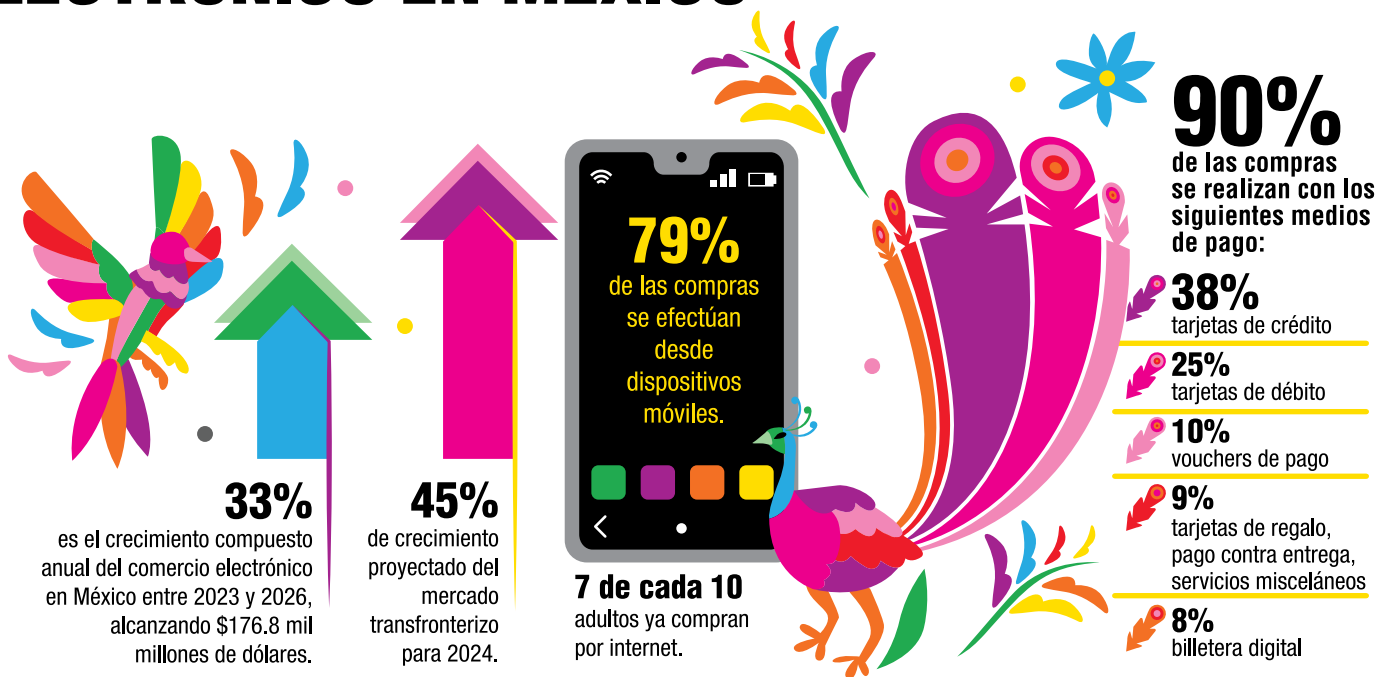
FUENTE: Luminate: Latin Impact on Culture and Commerce in the U.S. Marketplace.

CAMBIOS QUE FAVORECEN LA RELACIÓN CON EL SUPERFAN

El comercio electrónico en México ha visto un crecimiento significativo, especialmente acelerado por la pandemia. Esta transformación ha aumentado la confianza en las compras en línea, lo que abre nuevas puertas para que los artistas vendan su merchandising y productos exclusivos, tanto a nivel nacional como internacional, con mayor control y transparencia.

Paralelamente, el consumo de música mexicana por parte de la población mexicana, junto con el interés en artistas iberoamericanos de países como Colombia, Puerto Rico, Argentina, España y Chile, ha generado un ambiente de admiración y lealtad que impulsa la demanda de productos, experiencias y actividades dirigidas a los superfans. Estos cambios permiten a los artistas conectar de manera más profunda y directa con sus comunidades, ofreciendo mucho más que lanzamientos y giras tradicionales.

CRECIMIENTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN MÉXICO



FUENTE: American Market Intelligence (AMI) y Payments and Commerce Market Intelligence (PCMI).

PREFERENCIAS DE COMPRA ONLINE EN MÉXICO

Aunque la música ocupa la 6ª posición, el merchandising relacionado con artistas se encuentra en varias de estas categorías, ampliando las oportunidades de ingresos.

- 1 Comida a domicilio
- 2 Moda
- 3 Belleza y cuidado personal
- 4 Juguetes
- 5 Electrónicos
- 6 Libros, revistas, **música**, arte
- 7 Productos de limpieza para el hogar
- 8 Artículos e indumentaria deportiva
- 9 Celulares y accesorios
- 10 Electrodomésticos

FUENTE: Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO).

HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DE COMUNIDADES

Para los artistas, este entorno digital abre nuevas oportunidades para conectarse con superfans tanto a nivel local como internacional. Plataformas como Bandcamp, SoundCloud, Shopify, Amazon y Mercado Libre permiten la venta de merchandising y productos exclusivos, ofreciendo más control y transparencia que las ventas físicas tradicionales.

Asimismo, servicios de crowdfunding como Kickstarter, Artistshare y Donadora facilitan la financiación de proyectos específicos, mientras que Patreon permite monetizar la relación con la comunidad de manera continua. Estas herramientas son especialmente valiosas para artistas con una identidad sólida, como The Warning, quienes han logrado financiar su proyecto gracias a su comunidad comprometida.

La cultura de apoyo financiero directo de usuario a artista en Latinoamérica aún es incipiente, pero está en crecimiento. Esto hace que apuntar a audiencias internacionales sea clave al desarrollar estrategias en plataformas como Patreon. Actualmente, la mayoría de los “patreons” provienen de otros países. Pocos artistas en México han explorado seriamente plataformas como Twitch o Discord, que son altamente rentables en otros sectores creativos, como los videojuegos o los podcasts. Las barreras culturales, el idioma y la falta de familiarización con estas herramientas, junto con la necesidad de una estrategia y constancia, son factores que limitan su adopción. Sin embargo, superar estos desafíos podría abrir nuevas y valiosas vías de monetización para los artistas.

LA LLAVE MAESTRA

La música sigue siendo el núcleo de la industria, pero ahora es mucho más que eso: es la llave maestra que abre puertas a un sinfín de oportunidades. Desde merchandising y contenido audiovisual hasta colaboraciones con empresas e instituciones que valoran el capital social del artista, cada canción puede ser un catalizador de impacto que aumenta la influencia de los artistas.

La eficacia de las herramientas disponibles, junto con las que siguen surgiendo, ofrecen un campo fértil de oportunidades para capitalizar la identidad y narrativa del artista. Es por ello que mantenerse al tanto de ellas es vital para la sostenibilidad de cualquier proyecto artístico.

El poder de la música no solo enriquece al artista, sino que también impulsa la creación de empleos y dinamiza la economía. Reconocer y potenciar el impacto económico, cultural y social de la música es clave para que México continúe aprovechando las ventajas que ya posee.



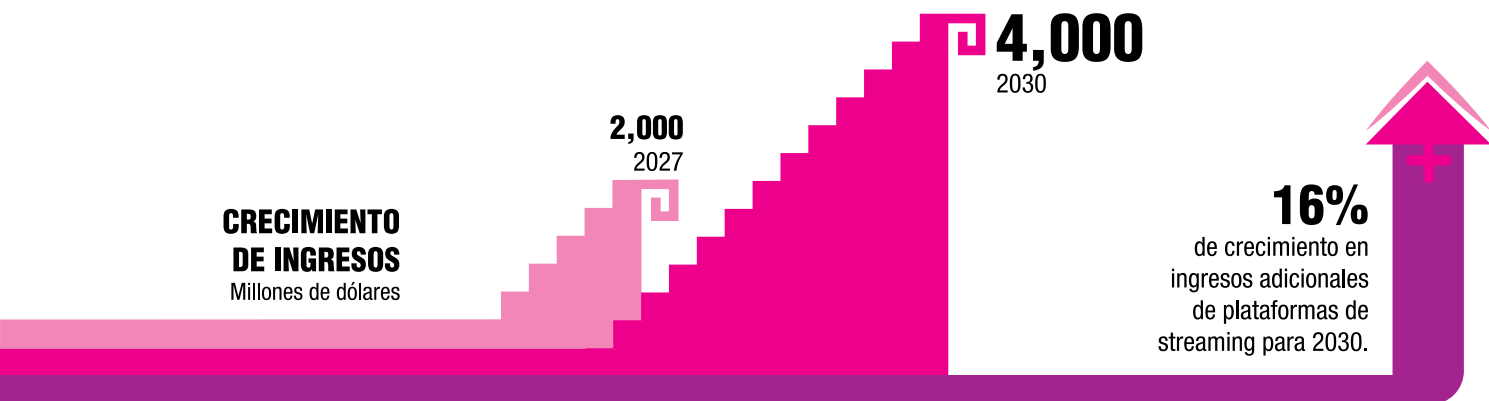
FUENTES: Goldman Sachs, Music streaming services are on the cusp of major structural change. Hyundai Research, The Power of K-pop. MMR, K-pop Events Market: Global Industry Analysis and Forecast (2024-2030). IFPI, Global charts 2023. Payments and Commerce Market Intelligence, Radiografía del comercio electrónico en México 2024. Americas Market Intelligence, Comercio electrónico en México: datos y estadísticas 2023.

EL FUTURO DEL STREAMING MUSICAL

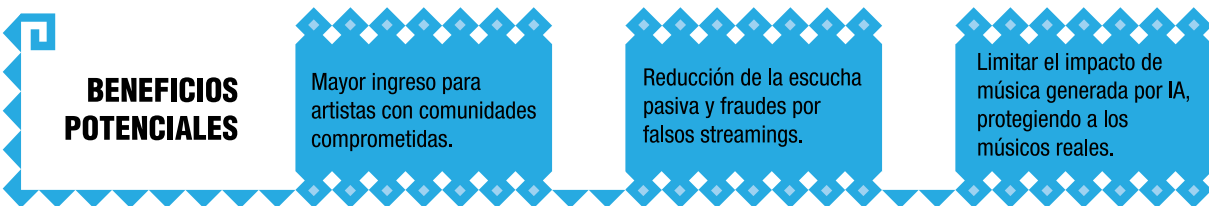
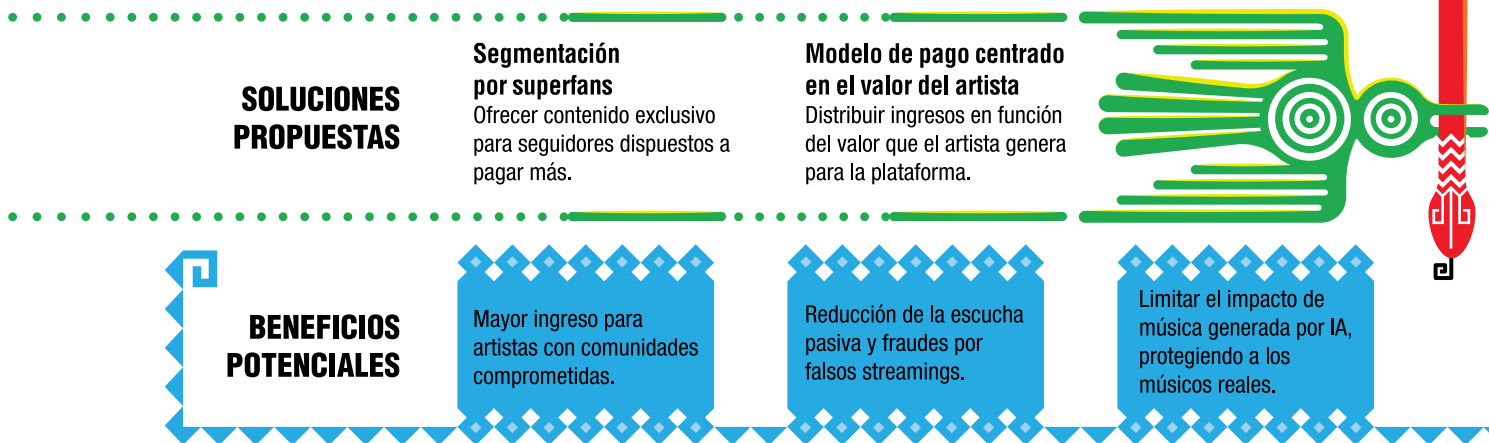
UNA INVESTIGACIÓN DE GOLDMAN SACHS QUE PROPONE LA MONETIZACIÓN BASADA EN SUPERFANS

El modelo actual de pagos en los servicios de streaming está desactualizado y no reconoce el verdadero valor del contenido ni la relación entre artistas y superfans. Sin embargo, hay una

oportunidad significativa para transformar la industria mediante la monetización enfocada en superfans, lo que permitiría generar mayores ingresos y una distribución más equitativa.



LA REPRODUCCIÓN DE 45 SEGUNDOS DE UNA CANCIÓN, UNA PIEZA COMPLETA DE 4 MINUTOS DE UN ARTISTA O EL SONIDO AMBIENTAL DURANTE 6 MINUTOS, VALEN LO MISMO.



Ajustar el modelo de pagos de las DSPs no solo representa una oportunidad para aumentar los ingresos, sino que también favorecería a los artistas con seguidores leales, reduciría los

fraudes y permitiría una relación más significativa entre el artista y sus fans. Con los cambios adecuados, el streaming puede evolucionar hacia una estructura más justa y sostenible.

EL RENACIMIENTO DEL VINILO

El vinilo sigue siendo relevante en el mercado, encabezando la lista de los formatos físicos más adquiridos, a pesar del dominio del streaming en el consumo de música. Géneros como el pop, el rock, el hip hop, la música dance/EDM y la música clásica destacan entre los más populares en este formato¹.

En un entorno donde los formatos digitales dominan por su inmediatez, el vinilo ha experimentado un resurgimiento sorprendente. El disco analógico, que parecía destinado al olvido, ha logrado recuperar el interés de audiencias de todas las edades, marcando su regreso con una fuerza inesperada.

MÁS QUE UN FORMATO, UNA EXPERIENCIA

El vinilo no es solo un medio para escuchar música; es una experiencia sensorial que combina el arte de la música con el diseño de las portadas. En un mundo que prioriza la inmediatez, el ritual de colocar un disco en el tocadiscos y dejar que la aguja comience a girar es un momento de conexión personal con la música.

Este formato permite una apreciación más profunda de las obras, algo que el consumo digital a menudo no logra. En conversación con Marco Rodríguez, COO de Rey Vinilo, empresa pionera en la producción de discos de vinilo en nuestro país, nos compartió que ellos han trabajado con una amplia gama de artistas, desde bandas de rock hasta músicos de géneros más experimentales, y asegura que “el vinilo es un gran formato para generar un vínculo físico tangible con los fans”.

A los músicos les da la oportunidad de ofrecer algo más que una simple grabación, y los escuchas valoran la posesión de un disco de vinilo no solo como un objeto coleccionable, sino como un símbolo de su conexión con la música y con el artista.

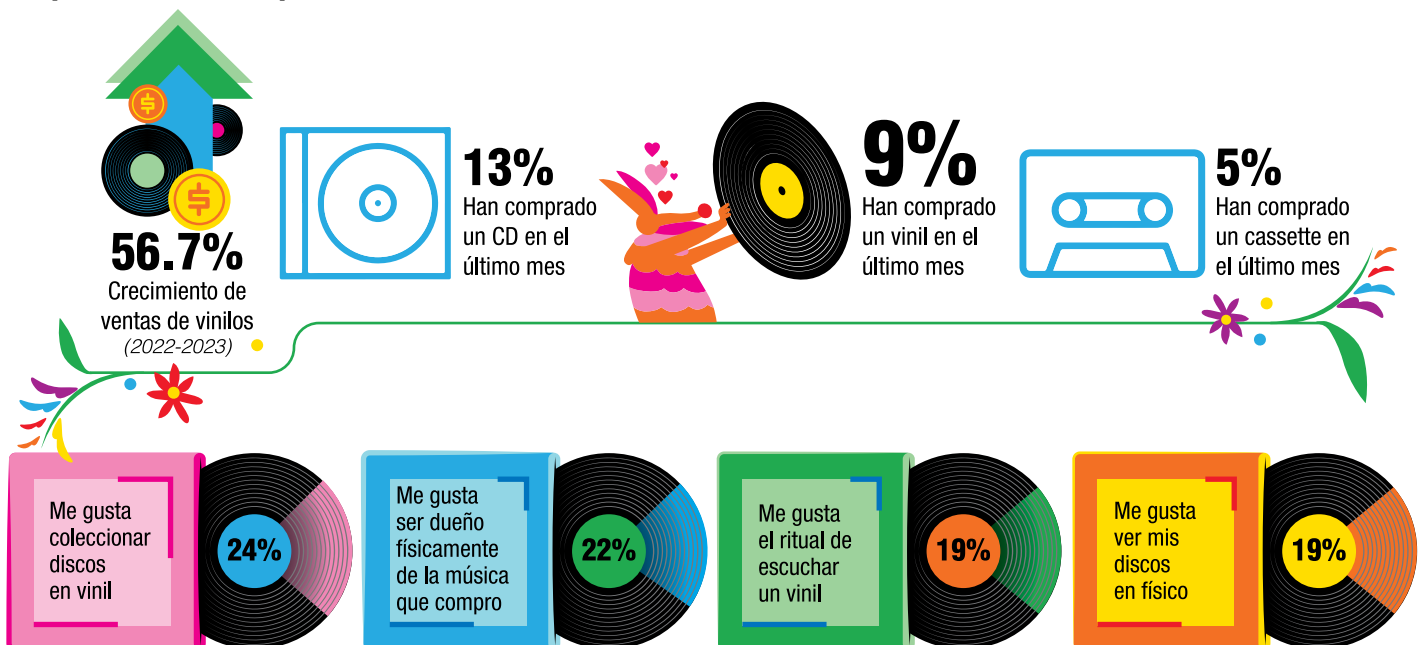
UN PROCESO ARTÍSTICO Y TÉCNICO

La creación de un disco de vinilo es un arte en sí mismo; su producción es un proceso meticuloso que requiere conocimientos técnicos y sensibilidad artística. “Un audio adecuado hará relucir los beneficios del formato con una sensación de sonido natural”, comparte Rodríguez. Cada etapa, desde la masterización del audio hasta la impresión de las portadas, es crucial para obtener un producto final de alta calidad.

Las proyecciones de mercado indican un crecimiento sostenido, con aumentos de dos dígitos anuales. Este renacimiento no es simplemente una moda: es un reflejo de un anhelo más amplio por la autenticidad en la música.

¿QUÉ DETONA LA DECISIÓN DE COMPRAR UN VINILO?

Los estudios globales indican que los fans todavía quieren comprar música, por lo que la demanda de productos físicos se mantiene:



FUENTES: IFPI State of Industry y Engaging with Music.

¹ IFPI Engaging with Music 2023.

SOSTENIBILIDAD Y FUTURO

Con la creciente atención sobre la sostenibilidad, la industria del vinilo enfrenta el reto de equilibrar su resurgimiento con el compromiso ambiental. La huella de carbono sigue siendo una preocupación clave, y los consumidores exigen productos que no solo ofrezcan calidad, sino también responsabilidad ecológica. “Es muy importante reducir la huella de carbono y el impacto ambiental desde la producción hasta la entrega al consumidor final. Por ello, optimizamos el consumo energético con nuevas tecnologías en la manufactura, implementamos procesos de reuso, reciclaje y reutilización de materias primas, utilizamos papeles certificados de bosques sustentables, realizamos envíos terrestre o con huella de carbono neutra directo al consumidor final, y empleamos plásticos libres de metales pesados. Próximamente, produciremos discos en bioplástico”, señaló Marco, de Rey Vinilo, al hablar sobre las medidas que la empresa ha implementado para minimizar su impacto ambiental.

La sostenibilidad ha dejado de ser una mera tendencia para convertirse en una necesidad en la industria musical. Por esta

razón, muchos productores de vinilos están adoptando prácticas más responsables, como el uso de materiales reciclables y la optimización de procesos para reducir las emisiones de carbono. Esta conciencia ambiental se ha convertido en un factor determinante para los consumidores, quienes buscan productos que no solo ofrezcan una experiencia sonora única, sino que también reflejen sus valores ecológicos.

A pesar de este desafío, el futuro del vinilo sigue siendo prometedor. El formato ha trascendido generaciones y se ha consolidado como un objeto de culto para coleccionistas y melómanos. Según Rodríguez, “el vinilo ha logrado conquistar una vez más al público de todas las edades, especialmente a las nuevas generaciones, que son quienes han impulsado esta revolución”.

Al combinar su encanto nostálgico con una renovada conciencia ambiental, el vinilo no solo está regresando, sino que lo hace con un propósito: crear una conexión más significativa con la música, el arte y el planeta.



CONEXIÓN MÉXICO



EL NUEVO PARADIGMA DEL ARTISTA INDEPENDIENTE

La definición de artista independiente ha evolucionado con la llegada de los entornos digitales y las herramientas tecnológicas, que han simplificado procesos clave en la producción, distribución y promoción de la música.

En mercados anglosajones, se utiliza con frecuencia la distinción entre artistas “firmados” o “no firmados” para diferenciar si cuentan con contratos comerciales que comprometan los derechos de explotación de sus obras a terceros. Los artistas “firmados” suelen trabajar con equipos robustos que gestionan los aspectos principales de sus carreras, mientras que los “no firmados” operan de manera más autónoma.

En México, el acceso a una amplia gama de acuerdos y servicios —desde contratos 360 hasta alianzas más específicas— ha ampliado las posibilidades para los artistas independientes. Sin embargo, persisten desafíos significativos, como la falta de conocimiento sobre roles, herramientas, implicaciones legales y procesos necesarios para profesionalizar un proyecto musical. Esta brecha, sumada a la ausencia de equipos de trabajo, actúa como un obstáculo que impide a muchos artistas desarrollar y consolidar sus proyectos.

Además, las barreras tradicionales que obligaban a los artistas a mudarse a grandes ciudades para buscar oportunidades están derrumbándose. Cada vez más artistas optan por quedarse en sus ciudades de origen. La Ciudad de México, ciertamente es uno de los epicentros más relevantes para el consumo global de música y núcleo de la industria musical en la región.

A pesar de su relevancia del lado del consumo y concentración de agentes de la industria, hoy día no lidera en la generación de talento a pesar de su población y recursos. En los principales charts y plataformas, la representación de artistas oriundos de la CDMX es sorprendentemente baja en comparación con otras ciudades mexicanas de menor tamaño.

En términos de producción musical es una buena noticia, ya que podemos constatar la descentralización como una realidad que dinamiza y diversifica a la música mexicana.

CONEXIÓN MÉXICO: MOVILIZA TU MÚSICA

En este contexto, es crucial identificar las brechas existentes y garantizar acceso a información y recursos que permitan un desarrollo más descentralizado y equitativo entre la capital y las ciudades más pequeñas. Esta labor colectiva requiere construir un ecosistema musical que esté a la altura de las herramientas tecnológicas que ahora están al alcance de todos.

Conexión México es un proyecto pionero dedicado a la profesionalización de la industria musical en todo el territorio mexicano. Lanzado en 2023 por la Feria Internacional de la Música de Guadalajara (FIM GDL), en alianza con Spotify, esta iniciativa en sus dos ediciones (2023 y 2024) ha recorrido doce ciudades clave: Aguascalientes, Ciudad de México, Ciudad Juárez, Estado de México, Guadalajara, Hermosillo, Mazatlán, Mérida, Monterrey, Oaxaca, Tijuana y Xalapa.

El proyecto ha reunido a más de 100 agentes destacados de la industria, incluyendo artistas, managers, sellos discográficos, promotores y periodistas, con una asistencia total de público general de más de mil 490 personas. Todos ellos participaron en un robusto programa de conferencias, talleres y actividades de networking con el enfoque en fortalecer las escenas locales. A continuación, compartimos las lecciones aprendidas a lo largo de este proceso.



¹ A lo largo del proyecto Conexión México: Moviliza tu Música, se establecieron alianzas clave con diversas instituciones y actores de la industria musical y cultural en el país. A nivel nacional, destacaron la Universidad de Guadalajara (UdeG), Cultura UdeG, Esmerarte, AMPROFON, Relatable, MMF MX y MUdaL. En Aguascalientes, el Instituto Cultural de Aguascalientes, Conexión FM y Alternativa FM; en Ciudad de México, la SAE México e Indie Rocks; en Ciudad Juárez, el Departamento de Arte, Licenciatura en Producción Musical, Centro Cultural Paso del Norte, IADA, Secretaría de Cultura Chihuahua, Las Misiones, Hex, No Label y la UACJ; en el Estado de México, la Escuela de Negocios de México; en Guadalajara, el ITESO e Indie Rocks; en Hermosillo, el Gobierno de Sonora, Secretaría de Educación y Cultura, E Media e Indie Rocks; en Mazatlán, el Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán, Indiefy e Indie Rocks; en Mérida, Montana Estudio, Palacio de la Música Centro Nacional de la Música Mexicana, Hamelin, Coca cola y Ángulo; en Monterrey, Cultura, el Gobierno del Nuevo León, el Gabinete de Igualdad para Todas las Personas y La Tuna Group; en Oaxaca, Noticias Voz e Imagen de Oaxaca y Noticias Central; en Tijuana, Atajos del Norte, Erizo Media, Instituto de Cultura de Baja California, Festival Fuzz y Tres Cultivos; en Xalapa, El Cauz, Flor Catorce e Indie Rocks. Estas colaboraciones fueron fundamentales para ampliar el impacto y el alcance del proyecto en cada una de las ciudades visitadas.

CDMX:

UN GIGANTE MUSICAL EN AMÉRICA LATINA

La Ciudad de México, con más de 22 millones de habitantes en su zona metropolitana, es la aglomeración urbana más grande del mundo hispanohablante y de América. También es la octava metrópoli más poblada a nivel mundial.

En el ámbito musical, la capital mexicana es uno de los epicentros más relevantes para el consumo global de música. Su vasta población, ávida de una gran variedad de géneros, y su infraestructura para eventos la convierten en un mercado imprescindible para artistas nacionales e internacionales.

Un Hub Musical en Latinoamérica

La CDMX es un verdadero núcleo de la industria musical en la región. Alberga oficinas de las principales discográficas (UMG, WMG, Sony Music), así como de sellos independientes como Seitrack. Además, cuenta con la presencia de agregadoras clave como The Orchard, Believe, Altafonte, Ditto, Symphonic y One RPM. También se encuentran en la ciudad las oficinas de OCESA, la promotora más grande de Latinoamérica y cuarta a nivel mundial, junto a ZIGNIA Live, Grupo ECO y otras compañías relevantes. La infraestructura incluye estudios de grabación, universidades con programas de Producción Musical, Music Business y Gestión Cultural, además de ser sede de televisoras, radiodifusoras y agencias de management y booking. Todo esto convierte a la CDMX en un ecosistema robusto para la creación, producción y distribución de música.

Sin embargo, este gigante urbano enfrenta una paradoja: no lidera en la generación de talento a pesar de su población y recursos. En los principales charts y plataformas, la representación de artistas oriundos de la CDMX es sorprendentemente baja en comparación con otras ciudades mexicanas de menor tamaño.

Factores que limitan el desarrollo local

Uno de los principales desafíos para los artistas emergentes en la CDMX es la falta de espacios y roles profesionalizados dedicados al desarrollo de talento. Aunque la ciudad cuenta con infraestructura y recursos de primer nivel, estos suelen concentrarse en proyectos consolidados, dejando de lado a quienes están en las primeras etapas de su carrera. Esto se debe, en parte, a los altos costos asociados con el desarrollo de artistas y la falta de incentivos para invertir en nuevas propuestas.

La saturación de eventos de gran escala es otro factor determinante. La oferta constante de espectáculos de artistas reconocidos deja poco margen para que los nuevos talentos

puedan ganar visibilidad. Además, la audiencia, limitada en tiempo y recursos económicos, tiende a priorizar eventos de mayor renombre.

Por otro lado, la complejidad de la ciudad también juega un papel crucial. Los altos costos de vida, los largos trayectos y las demandas diarias limitan la dedicación de los artistas a sus proyectos creativos, dificultando la construcción de audiencias y escenas locales.

Finalmente, el enfoque predominante de las empresas y promotores en artistas ya establecidos representa una barrera significativa. Estos actores de la industria tienden a priorizar proyectos con retornos garantizados y esto no solo restringe las oportunidades de crecimiento para los artistas emergentes, sino que también limita la renovación de la oferta musical en la ciudad.

Independientemente de las causas, es imperativo que la ciudad se comprometa a impulsar el desarrollo de los artistas locales y su cadena de valor. Es necesario abordar la problemática de manera integral para encontrar soluciones efectivas.

Desafíos

- A pesar de ser el epicentro musical de México, la CDMX no genera nuevos talentos en la proporción esperada, dada su población e infraestructura.
- La escasez de espacios y programas para desarrollar talentos emergentes dificulta el crecimiento de nuevas propuestas.
- La saturación de eventos y artistas consolidados limita la visibilidad de nuevos talentos.
- El enfoque en proyectos establecidos por parte de empresas y promotores restringe las oportunidades para artistas en desarrollo.

Oportunidades

- La CDMX cuenta con una gran audiencia y demanda de música, representando un mercado potencial significativo.
- Su infraestructura musical de primer nivel, con estudios, salas de conciertos y universidades especializadas, crea un ecosistema ideal para la música.
- La diversidad cultural fomenta nuevas tendencias musicales y enriquece la oferta creativa.
- El fortalecimiento de la escena local puede contribuir a la identidad cultural y atraer más turismo.

PATY CANTÚ:

“ESTOY APRENDIENDO DE MIS LIMITACIONES”

CDMX

Con más de dos décadas de trayectoria, Paty Cantú (Guadalajara, 1983) se ha consolidado como una figura clave del pop latino. Reconocida por su versatilidad y su capacidad para reinventarse, ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias musicales sin perder su esencia, manteniéndose relevante en una industria altamente competitiva.

Ahora, en un nuevo capítulo de su carrera, Paty se encuentra a punto de lanzar su primer álbum independiente, un paso que describe con una sola palabra: “aprendizaje”. Después de construir su trayectoria con el respaldo de disqueras como EMI Music y Universal Music, esta etapa le ha permitido explorar su creatividad desde una perspectiva completamente diferente.

“Nunca hay un momento en el que dejas de aprender. No importa cuánto tiempo llevas en esto. Soy nueva siendo independiente y creo que lo estoy haciendo bien porque estoy defendiendo mi parte creativa, aprendiendo de mis limitaciones, reencontrándome con mi propósito inicial, que era la conexión con la buena fortuna”, reflexiona.

Paty ha ampliado su horizonte colaborando con artistas de géneros como el urbano, regional y rap, experiencias que la han llevado fuera de su zona de confort. Sin embargo, lejos de diluir su esencia, estas colaboraciones la han fortalecido, empoderándola como creadora y líder de su carrera, siempre con el respaldo de su equipo en Seitrack.

Además de su carrera artística, Paty es integrante del Consejo Directivo de la Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM). Desde esa plataforma, ha defendido los derechos de autor, especialmente de las compositoras mexicanas, incluso llevando su causa al Senado. “Me gustaría abrir puertas y ventanas, que se representen con la dignidad y la diversidad genuina que se merecen. La representación no se trata solo de un tema de cupo, es un tema de mérito, y no solo las mujeres, sino los mexicanos en general, lo están demostrando ahora”, asegura.

Paty también enfatiza la necesidad de fortalecer la comunidad musical mexicana, buscando unidad y apoyo entre sus miembros. “Quisiera ver una comunidad mucho más unida. Creo que eso es clave para nuestro crecimiento como industria y como cultura”, agrega.



CONSEJOS:

1. Atrévete.
2. Haz lo que hagas, hazlo de corazón.
3. Acércate a las editoras para dar a conocer tu trabajo.
4. Si tienes un bloqueo de composición, cambia el proceso.
5. Al componer, no todo tiene que ser autobiográfico.

GUADALAJARA:

EL OASIS DE LA CREATIVIDAD MUSICAL EN MÉXICO

Guadalajara, con una población de más de 5 millones de habitantes, es reconocida como uno de los principales motores culturales de México. Desde el mariachi, considerado Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, hasta géneros contemporáneos como el regional mexicano, el rock y el urbano, la ciudad ha sido el hogar de artistas icónicos como Vicente y Alejandro Fernández, así como nuevas figuras como Peso Pluma, quienes representan la evolución de su vibrante escena musical.

La Perla Tapatía es un punto de referencia musical para la región central de México, conocida por su público exigente. Ganarse al público tapatío es un reto, pero quienes lo logran suelen alcanzar el éxito nacional e internacional. Este carácter crítico ha convertido a Guadalajara en un catalizador del desarrollo artístico en Latinoamérica, consolidando su posición como un semillero de talento y un laboratorio creativo.

La infraestructura musical de Guadalajara es diversa y vibrante. Grandes recintos como el Auditorio Telmex, el Teatro Diana y el Conjunto Santander permiten la realización de eventos de gran escala, mientras que espacios más íntimos como el Foro Independencia y C3 Stage promueven la emergencia de nuevos talentos. Están respaldados por estudios de grabación de alta calidad, como Papirolas Studio, que facilitan la producción de propuestas innovadoras. Además, la ciudad cuenta con una sólida oferta educativa, liderada por la Universidad de Guadalajara, que impulsa la formación de nuevos profesionales en la industria musical.

La Feria Internacional de la Música de Guadalajara (FIM GDL) es el evento musical más importante de la región y uno de los más influyentes de Latinoamérica. Este encuentro reúne a artistas, promotores y ejecutivos para generar oportunidades de negocio, colaborar en proyectos creativos y analizar tendencias en el mercado musical. A lo largo de los años, la FIM GDL se ha consolidado como un puente entre la tradición y la innovación, potenciando el crecimiento de la industria y posicionando a Guadalajara como un epicentro cultural.

Sin embargo, la ciudad enfrenta desafíos significativos. La competencia con otros centros culturales como la CDMX y Monterrey, sumada a la saturación de eventos, dificulta la visibilidad de nuevos talentos. Además, la rápida evolución de

los modelos de negocio y las tecnologías exige que artistas y promotores adapten sus estrategias constantemente. A pesar de estos retos, Guadalajara sigue siendo un pilar de la creatividad musical en México, con un impacto que resuena más allá de sus fronteras.



Desafíos

- El público exigente de Guadalajara representa un reto para los artistas que buscan consolidarse.
- La ciudad compite con centros como CDMX y Monterrey por la atención de artistas y audiencias.
- La saturación de eventos dificulta que nuevos talentos ganen visibilidad.
- La industria exige constante adaptación a nuevos modelos de negocio y tecnologías.
- Mantener relevancia en la escena nacional e internacional ante la creciente competencia es clave.

Oportunidades

- Infraestructura robusta para eventos de todas las escalas, posicionando a Guadalajara como un destino atractivo.
- Semillero continuo de talentos musicales que aportan diversidad al panorama artístico nacional.
- Empresas locales fortalecen el desarrollo de proyectos y artistas.
- Su ubicación estratégica y conectividad facilitan su rol como un centro clave para la industria musical.
- Capacidad comprobada para acoger diferentes géneros, atrayendo audiencias diversas y fomentando nuevas tendencias.

XIMBO, HISPANA & SAMANTHA BARRÓN:

EL RAP FEMENINO COMO HERRAMIENTA DE EMPODERAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL

GUADALAJARA, JALISCO.

Con fuerza y determinación, el hip hop femenino mexicano está dejando una marca imborrable en la escena musical. Desde Guadalajara, Jalisco, figuras como Ximbo, Hispana y Samantha Barrón lideran un movimiento que trasciende lo musical, convirtiéndose en un espacio de empoderamiento y transformación social. Estas raperas, cada una con un estilo único, utilizan el rap como un medio para desafiar estereotipos, construir comunidad y generar cambio.

“Me di cuenta de la conexión que yo tenía con la música a través de *El Manifiesto*, una canción que escribí con mi primer crew. La música cambia vidas para bien. Cada vez que tomas un micrófono para hablar, rapear o lo que sea, no sabes la cantidad de repercusión que hay en eso”, compartió Ximbo, pionera del hip hop femenino en México, durante el panel *Historias que hacen historia* celebrado en Guadalajara. Con 44 años, Ximbo es una de las voces más respetadas del género, y su trayectoria ha inspirado a una nueva generación de mujeres artistas.

El camino no ha sido fácil. “Es muy complejo ganarse un lugar en el mundo del hip hop, sobre todo porque la población dominante son los hombres. Sin embargo, me siento muy feliz porque hay exponentes increíbles que me motivan, inspiran y me hacen decir: ya lo estamos dominando también”, expresó Samantha Barrón, rapera zacatecana de 28 años. Esta independencia y fortaleza han llevado a muchas mujeres del género a construir sus propias carreras, rechazando compromisos que atenten contra su integridad artística.

Hispana, conocida también como “La Mamba Negra”, aborda temas que van más allá de lo musical. “Preferiría encontrar un lugar en la sociedad, lo que es un trabajo constante. Todavía no estamos en el punto que a mí me gustaría y quizás ya no me toque vivirlo, pero sí quisiera un mundo en el que exista una sociedad más justa”, afirmó. Su visión destaca la importancia de la música como un reflejo de las luchas sociales y personales.

El hip hop femenino mexicano se caracteriza por su fuerte sentido de comunidad. Las raperas trabajan juntas, creando redes de apoyo y espacios seguros donde pueden compartir experiencias,

conocimientos y proyectos. Esta empatía y conexión han sido fundamentales para construir una plataforma sólida que combate la discriminación y promueve la igualdad. “Todas estamos en un proceso comunitario de empatía y creo que es uno de los factores que hacen que el hip hop esté en manos de todo el mundo. Es una herramienta de crecimiento y de autoconocimiento”, señaló Ximbo.

A través de sus letras, estas artistas no solo entretienen, sino que también educan y empoderan, dejando una huella que va más allá de la música. Su perseverancia y talento han transformado el hip hop en una herramienta de cambio, desafiando los límites de género y generando una nueva narrativa para las mujeres en la música.



CONSEJOS:

1. Sé auténtico y haz las cosas con el corazón.
2. Respeta tu esencia.
3. Practica la disciplina como parte de tu día a día.
4. Trabaja en equipo y valora a quienes te rodean.
5. Mantén siempre la humildad.

HERMOSILLO:

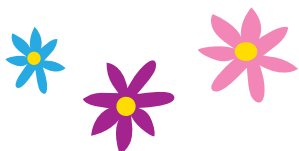
UN ECOSISTEMA MUSICAL EN EXPANSIÓN

Hermosillo, capital del estado de Sonora, es el epicentro de una escena musical vibrante y en crecimiento. Con cerca de un millón de habitantes, la ciudad alberga una gran variedad de eventos a lo largo del año, destacando la Expogan, con su icónico palenque y teatro del pueblo; las Fiestas del Pitic, el festival público más importante de la ciudad; y el Tecate Sonoro, celebrado en el Parque La Ruina, que además sirve como sede de múltiples actividades musicales. Junto a estos eventos masivos, Hermosillo cuenta con venues más pequeños que fomentan la diversidad artística, dando espacio a géneros como regional mexicano, rap, urbano, rock, jazz, punk y cantautores.

La tradición musical de Sonora es amplia, y Hermosillo lidera esta escena. Aunque históricamente los músicos sonorenses veían en la música un camino para buscar éxito fuera de sus fronteras, hoy se observa un cambio de paradigma. El talento local ha ganado un mayor reconocimiento, y cada vez más artistas eligen desarrollarse y consolidar sus proyectos desde Sonora, aprovechando su entorno único y recursos en expansión.

La presencia de artistas destacados ha posicionado a Sonora en el panorama musical global. Figuras como Carin León, Natanael Cano (ambos de Hermosillo) y Christian Nodal (de Caborca) han alcanzado los rankings internacionales, ubicándose entre los 200 artistas más escuchados del mundo. Junto a ellos, talentos como Caloncho, Michelle Maciel, Yuridia, Charles Ans, Simpson Ahuevo y Margaritas Podridas han consolidado la reputación de Sonora como una región rica en creatividad y talento musical.

Además, la proliferación de estudios de grabación adaptados a diversos presupuestos y necesidades ha atraído a músicos nacionales e internacionales, interesados en capturar el distintivo sonido de los talentos locales. A medida que esta infraestructura crece, también lo hace la demanda de servicios profesionales en áreas como gestión legal, promoción, marketing y booking, fortaleciendo el ecosistema musical y abriendo nuevas oportunidades para el desarrollo económico y cultural.



Desafíos

- Es necesario ampliar y diversificar los servicios profesionales para artistas, como gestión, promoción y booking.
- Si bien hay grandes festivales, persisten brechas en oportunidades para artistas emergentes y de géneros alternativos.
- La inversión pública y privada en la escena musical aún es limitada, lo que restringe su crecimiento.
- Muchos artistas continúan buscando oportunidades fuera del estado debido a la falta de recursos locales.
- La formación musical de calidad es insuficiente para fortalecer el desarrollo de nuevos talentos.

Oportunidades

- Hermosillo tiene el potencial de convertirse en un referente musical a nivel nacional e internacional, atrayendo artistas y productores.
- La proliferación de estudios de grabación y servicios musicales representa una oportunidad para construir una industria sólida y diversificada.
- La música puede posicionarse como un atractivo turístico, generando ingresos y promoviendo la cultura local.
- La industria musical tiene el potencial de generar empleos y contribuir al desarrollo económico de la región.
- La música refuerza la identidad cultural de Sonora, fomentando un sentido de comunidad y pertenencia.

NUNCA JAMÁS:

LA SALUD MENTAL EN EL CENTRO DE LA ESCENA

HERMOSILLO, SONORA

Creadores de un género híbrido que nadie pidió, Nunca Jamás se atrevió a sembrar las semillas del rock y del regional mexicano de las que floreció el rock agropecuario, estilo que ha revolucionado la escena musical con su autenticidad y su capacidad para conectar con el público. Este trío sonorense ha desafiado las convenciones, consolidándose como una de las bandas más singulares de su generación, gracias a un estilo único que relata historias de la vida cotidiana de su entorno.

“El objetivo de la creación del grupo viene del amor a la música. Salimos de la universidad y vimos que no encajábamos en el plano laboral. Comenzamos especializándonos cada uno en un área diferente del grupo para saber qué estábamos haciendo y amar lo que estábamos haciendo, fue clave para construir una plataforma autosustentable”, explicó Omar Sáinz, guitarrista y cantante. Esta visión, basada en el compromiso y el trabajo colectivo, ha permitido a la banda construir un proyecto independiente y sostenible.

La autogestión es uno de los pilares fundamentales de Nunca Jamás. Desde el inicio, entendieron que para lograr vivir de la música necesitaban metas claras y un enfoque estructurado. “Una banda es como poner cualquier negocio. Si hoy te vas a poner a vender tacos, mañana también. Se necesita compromiso y amor a tu trabajo”, señaló Sáinz, destacando la importancia de reinvertir en el proyecto desde el comienzo y contar con un equipo humano capacitado para hacerlo crecer.

Este enfoque también incluye roles esenciales fuera del escenario. “Así como un grupo necesita un buen baterista, guitarrista y bajista, también necesita una persona que sea administradora u organizada, que tenga hambre de aprender y sangre fría para manejar el dinero que el grupo va ganando”, añadió César Bernal, baterista de la banda. Por su parte, Pedro Verdez, bajista, enfatizó que el éxito de Nunca Jamás no ha sido producto de favores, sino de su dedicación y esfuerzo constante: “Todo lo que hemos logrado es por talacharle”.

La salud emocional es otro componente crucial para el trío, especialmente en una industria tan demandante como la musical. Las presiones del éxito, la competencia y la inestabilidad económica pueden pasar factura, pero Nunca Jamás ha hecho de la salud mental un pilar en su camino artístico. “Si no estás trabajando en tu salud mental, va a ser muy difícil. Por eso también hemos visto a artistas súper famosos que se terminan

suicidando. Mientras más alto subas, más difícil se va a poner”, reflexionó Sáinz, subrayando la importancia de cuidar el bienestar emocional para enfrentar los desafíos del éxito.

Nunca Jamás ha demostrado que el talento, la disciplina y el amor por la música son las claves para construir una carrera sólida e independiente, marcando un camino que inspira a nuevas generaciones de músicos a creer en sus proyectos y a priorizar su bienestar personal.



CONSEJOS:

1. Pierde el miedo.
2. Ten mucho compromiso con tu trabajo.
3. Las oportunidades se generan trabajando.
4. Cuida la salud mental.
5. Mantén siempre el amor por la música.

MAZATLÁN:

LA BANDA SINALOENSE, DE LAS PLAZAS A LOS ESCENARIOS MUNDIALES

Mazatlán, la segunda ciudad más importante de Sinaloa, cuenta con una población de 441 mil 975 habitantes según el Censo de Población y Vivienda de 2020. La ciudad ha sido cuna de talentos que han marcado generaciones, desde íconos como Pedro Infante, Lola Beltrán y José Ángel Espinosa “Ferrusquilla”, hasta los representantes modernos del género regional mexicano. En el centro de esta rica tradición se encuentra la banda sinaloense, un fenómeno cultural y musical que ha sabido adaptarse a las transformaciones de la industria.

La banda sinaloense no solo ha preservado sus raíces, sino que se ha convertido en un motor económico y cultural para Mazatlán y todo Sinaloa. Su capacidad de generar empleo va más allá de los músicos, abarcando compositores, arreglistas, promotores, productores, técnicos y otros profesionales de la industria musical. Este ecosistema, que combina tradición e innovación, ha permitido que Mazatlán se posicione como un referente internacional en la producción y exportación de música regional mexicana, consolidando un legado que trasciende generaciones.

El impacto cultural de la banda sinaloense es innegable. En un contexto global donde predominan los solistas, este género colectivo ha desafiado la norma, demostrando que la fuerza del conjunto puede competir y triunfar en los mercados internacionales. Agrupaciones como Banda MS y El Recodo no solo han llenado auditorios y estadios, sino que han llevado el nombre de Sinaloa a los premios Grammy y a festivales globales, reivindicando la música de raíz como una expresión artística universal.

El éxito de estas agrupaciones ha generado oportunidades laborales en la ciudad y sus alrededores, desde actuaciones en playas y restaurantes hasta giras internacionales. Sin embargo, la gentrificación y las regulaciones de ruido impuestas por nuevos residentes en Mazatlán amenazan con restringir la presencia de la música en espacios públicos, poniendo en riesgo una tradición que ha sido parte integral de la vida cotidiana de la ciudad.

El turismo musical es una oportunidad clave que Mazatlán puede aprovechar para promover y proteger la herencia de la banda sinaloense. La creación de rutas temáticas, festivales especializados y espacios dedicados al género no solo fortalecería su identidad cultural, sino que también diversificaría su oferta turística, atrayendo visitantes nacionales e internacionales interesados en experiencias auténticas.



Desafíos

- La gentrificación y las restricciones de ruido ponen en riesgo la música tradicional en espacios públicos.
- La violencia vinculada al narcotráfico limita la seguridad y libertad de los músicos.
- Mantener un equilibrio entre la tradición y la innovación es crucial para la evolución del género.
- La falta de infraestructura cultural limita el aprovechamiento del potencial turístico de la música.
- Es necesario posicionar a Mazatlán como un destino musical de relevancia internacional.

Oportunidades

- Crear festivales y eventos que celebren la banda sinaloense, atrayendo turismo musical.
- Desarrollar infraestructura de apoyo para músicos locales, como estudios de grabación y escuelas de música.
- Promover la música como un elemento de identidad comunitaria y unidad cultural.
- Establecer museos y rutas temáticas que preserven y celebren la historia musical de Mazatlán.
- Potenciar la marca cultural de la ciudad como capital internacional de la banda sinaloense.

BANDA MS:

UN SUEÑO QUE REBASÓ EXPECTATIVAS Y FRONTERAS

MAZATLÁN, SINALOA

En las playas de Mazatlán nació un sueño que transformaría la música regional mexicana. La Banda MS, fundada por Sergio Lizárraga, se ha convertido en un fenómeno cultural que, con más de dos décadas de trayectoria, ha traspasado fronteras y marcado un hito en la historia de la música. Su legado es una mezcla de perseverancia, disciplina y un profundo compromiso con su público y su tierra.

“Cuando nosotros empezamos, obviamente no sabíamos hasta dónde podría llegar esto, y me atrevo a decir que ni lo soñamos porque los sueños, —lo digo a título personal— no eran tan altos. Rebasó las expectativas”, reflexiona Sergio Lizárraga, CEO de Lizos Music y socio fundador de la Banda MS. Lo que comenzó como un proyecto modesto se convirtió en una de las agrupaciones más influyentes del género, llevando su música a escenarios tan emblemáticos como el Madison Square Garden de Nueva York, el Michelob Ultra Arena de Las Vegas y el Dodger Stadium de Los Ángeles.

El éxito de la Banda MS no solo se mide en premios como los Billboard Latin Music Awards o los Premios Lo Nuestro, sino en la conexión que han logrado con su audiencia. Para Oswaldo “Walo” Silvas, cantante y compositor fundador, el verdadero éxito radica en esa conexión. “El éxito es cuando logras conectar con la gente y, a través de generaciones, reconocen el trabajo que has hecho, mucho más allá de la fama y del dinero. Es el poder que tiene la música, conectar con las personas”, asegura.

Los inicios de la Banda MS fueron humildes. Sergio Lizárraga y su equipo soñaban con llevar su música a todos los rincones de México. Con esfuerzo y dedicación, lograron conquistar corazones con sus letras llenas de emoción y melodías pegajosas. “No nos puede ir peor de lo que estamos”, dijo Lizárraga hace 20 años al fundar la agrupación que ahora encabeza carteles internacionales, demostrando que los sueños, cuando se trabajan con pasión, no tienen límites.

En 2020, la colaboración con Snoop Dogg en *Qué maldición* marcó un antes y un después para la Banda MS. Para Sergio Lizárraga, esta experiencia fue un parteaguas que consolidó su presencia internacional. Aunque la presentación en vivo se retrasó por la pandemia, la canción ganó millones de reproducciones y abrió un nuevo capítulo en la trayectoria de la banda. “Así pasan

las cosas grandes, sin que las esperes, sin que las busques”, reflexiona Lizárraga.

La Banda MS es mucho más que una agrupación musical; es un ejemplo de cómo la autenticidad, la disciplina y el trabajo en equipo pueden trascender cualquier frontera. Su historia inspira a las nuevas generaciones a soñar en grande y trabajar por sus metas.



CONSEJOS:

1. Pierde el miedo.
2. Ten mucho compromiso con tu trabajo.
3. Las oportunidades se generan trabajando.
4. Cuida la salud mental.
5. Mantén siempre el amor por la música.

MONTERREY:

CORAZÓN MUSICAL DEL NORTE

Monterrey, una de las ciudades más dinámicas de México, es el centro económico más poderoso del norte del país y un referente clave en la industria musical. Con su infraestructura de primer nivel, ha logrado consolidarse como un destino obligado para giras de artistas nacionales e internacionales, ofreciendo eventos de calidad que atraen a audiencias diversas.

Históricamente, Monterrey ha sido un imán de talento para el norte de México, impulsando géneros como el regional mexicano, la cumbia y el rap, así como el desarrollo del rock y el pop. Desde leyendas como Ramón Ayala y Celso Piña, hasta figuras contemporáneas como Cártel de Santa, Plastilina Mosh, Sofía Reyes y The Warning, la ciudad ha sido un semillero de talentos que trascienden fronteras.

La cercanía con Estados Unidos ha sido un factor clave para el crecimiento de la industria local, permitiendo la expansión de mercados y colaboraciones internacionales. Empresas como Apodaca Group, Remex Music y La Tuna Group han sido pilares en el desarrollo del ecosistema musical, impulsando artistas y proyectos que destacan tanto a nivel nacional como global.

El impacto de festivales como Pal' Norte y Machaca ha sido crucial para el posicionamiento de Monterrey como una capital del entretenimiento en Latinoamérica. Estos eventos no solo reúnen a miles de asistentes, sino que también promueven la exposición de talento local junto a artistas internacionales, generando un ecosistema de innovación y oportunidades para la industria musical.

Monterrey se ha distinguido por su activa comunidad musical independiente, que ha construido una red de espacios colaborativos para el desarrollo de nuevos proyectos. Venues emblemáticos como el Foro Tims y el Café Iguana han sido punto de partida para propuestas emergentes que, con el tiempo, han encontrado eco en la escena nacional. Estos lugares, junto con la diversidad de géneros que convergen en la ciudad, han fomentado un entorno creativo donde la experimentación es una constante y las corrientes artísticas encuentran un espacio para florecer.

La ciudad también cuenta con una infraestructura robusta para eventos musicales de diversas escalas. Espacios icónicos como el Parque Fundidora, la Arena Monterrey y el Estadio BBVA han consolidado a Monterrey como un destino atractivo para giras de artistas nacionales e internacionales. Además, venues medianos como el Showcenter Complex y los más íntimos como el Café Iguana enriquecen la oferta cultural y permiten que artistas

emergentes y consagrados compartan un mismo escenario. Esta oferta se complementa con estudios de grabación de alta calidad como El Cielo Recording Studio y Victoria Records, que refuerzan el papel de Monterrey como un hub para la producción musical.

Sin embargo, esta fortaleza no está exenta de desafíos. La economía musical de Monterrey depende en gran medida de la organización de grandes conciertos y eventos, lo que la hace vulnerable a fluctuaciones en la demanda. Además, la competencia con otras ciudades como la CDMX y Guadalajara exige estrategias innovadoras para garantizar la relevancia de Monterrey en el panorama nacional e internacional. Estos retos plantean la necesidad de un enfoque más equilibrado que permita diversificar las oportunidades para artistas emergentes y mantener la ciudad como un referente cultural en México.



Desafíos

- Dependencia de grandes eventos que pueden verse afectados por fluctuaciones en la demanda.
- Competencia con otras ciudades por la atención de artistas y audiencias.
- Saturación de eventos que dificulta la visibilidad de nuevos talentos.
- Evolución constante de la industria musical, que requiere adaptaciones en modelos de negocio y tecnologías.

Oportunidades

- Infraestructura de primer nivel que posiciona a Monterrey como un destino atractivo para artistas y audiencias.
- Proximidad a Estados Unidos, facilitando colaboraciones internacionales y expansión de mercados.
- Capacidad para atraer turismo musical, generando ingresos y promoviendo la cultura local.
- Posicionamiento como centro de innovación en la industria musical, explorando nuevas tecnologías y modelos de negocio.
- Diversidad de géneros y audiencias, que fortalece su relevancia en el panorama nacional.

CHETES, JONAZ, GIL CEREZO Y TOY SELECTAH:

LA AVANZADA REGIA

MONTERREY, NUEVO LEÓN

“El ecosistema que había en la ciudad, la voluntad de la gente y el timing” son los tres factores que Toy Selectah, músico, productor y fundador de Control Machete, identifica como clave para que Monterrey, Nuevo León, se convirtiera en el epicentro de la escena musical de México a mediados de los años 90. En esa época nació la Avanzada Regia, un movimiento compuesto por bandas que, aunque diversas en estilo, compartían un espíritu experimental y rebelde que transformó el panorama musical del país.

La Avanzada Regia fue una respuesta a la música comercial que dominaba las radios y encontró en MTV Latinoamérica su escaparate más poderoso. Sin redes sociales, pero con el alcance masivo del canal, bandas como Control Machete, Zurdok, Plastilina Mosh y Kinky se convirtieron en los emblemas de una generación que fusionaba rock, hip hop, electrónica y ritmos latinos para crear un sonido propio. Sin embargo, para muchos artistas de Monterrey como Jonaz, integrante de Plastilina Mosh, todo parecía lejano en comparación con el dinamismo que ya vivía la Ciudad de México, liderado por bandas como Caifanes, Café Tacvba y La Maldita Vecindad.

Con el tiempo, la llegada de internet y las plataformas de streaming revolucionaron la industria musical, democratizando la producción y distribución de canciones. Aunque estos cambios transformaron la manera en que se crea y consume música, el espíritu y la influencia de la Avanzada Regia permanecen vigentes. Este legado, que desafió las reglas establecidas, sigue resonando en las nuevas generaciones, inspirándolas a buscar formas innovadoras de hacer música. Gil Cerezo, vocalista de Kinky, reflexiona sobre este impacto: “Los jóvenes traen la transgresión, igual que nosotros buscábamos ideas y herramientas diferentes. Con el tiempo cambian las aspiraciones, pero el deseo de romper el molde siempre está ahí”.

Este espíritu de innovación no solo se refleja en la música de quienes formaron parte de la Avanzada Regia, sino también en cómo se relacionan con el ecosistema actual. Gil Cerezo ha adoptado una postura abierta hacia la colaboración con talentos emergentes, buscando aprender de ellos y compartir experiencias que redefinan su propuesta musical. “Ahora las herramientas

y colaboraciones se aprovechan y se hacen públicas. Algunas son estrategias comerciales, pero otras nacen de la comunidad, donde se forman tribus y nos apoyamos mutuamente”, señala.

Para Chetes, exintegrante de Zurdok, el momento actual de la música ofrece ventajas que eran inimaginables durante la década de los 90. “Son tiempos mucho mejores ahora para sacar música de manera inmediata en todo el mundo. La conexión con los fans es directa y ellos son los jueces, no los críticos. Es el mejor momento para crear. La tecnología está ahí, no hay nada que te detenga”, asegura. Esta perspectiva optimista subraya cómo el acceso a herramientas digitales ha democratizado el camino tanto para artistas consolidados como para emergentes.

La Avanzada Regia no solo marcó un capítulo crucial en la música mexicana, sino que dejó un legado de creatividad, colaboración y resiliencia. Hoy, ese legado sigue vivo, impulsando a artistas a explorar nuevos horizontes y a construir un panorama musical más diverso y dinámico.



CONSEJOS:

1. Sé honesto en tu trabajo.
2. Atrévete a ser audaz.
3. Disfruta lo que haces.
4. Fomenta una comunidad sólida.
5. Concéntrate en crear buenas canciones.

TIJUANA:

CRUCE DE SONIDOS Y CULTURAS

Tijuana, con cerca de un millón 900 mil habitantes y una población metropolitana que alcanza los dos millones 200 mil, es la ciudad fronteriza más grande de México. Su ubicación estratégica, como el punto fronterizo más transitado del mundo, y su intensa vecindad con California, han hecho de la ciudad un crisol de culturas y sonidos que influyen tanto en la música local como en la internacional.

Históricamente, Tijuana ha sido un punto de encuentro entre músicos estadounidenses y mexicanos, dando origen a una rica variedad de géneros. La ciudad es considerada la cuna del rock en México, con pioneros como Los Tijuana Five, Los Moonlight, Los Rockin' Devils y Javier Bátiz.

Este intercambio continuo también ha fortalecido géneros como la música regional mexicana, el pop y el hip hop, convirtiendo a Baja California en una región de talento original que ha cruzado fronteras. Artistas icónicos como Los Tucanes de Tijuana, Julieta Venegas y Nortec Collective han puesto a la ciudad en el mapa global, mientras que talentos emergentes como Bruses, Remik González y Ramona siguen ampliando el panorama musical de la región. Además, figuras como Carla Morrison, Óscar Maydon, Reik y Juan Cirerol han consolidado a Baja California como un semillero artístico.

Tijuana también ha destacado en la música académica, con la Orquesta de Baja California (OBC), una de las sinfónicas más prestigiosas del país. Este equilibrio entre lo popular y lo académico ha enriquecido su identidad musical, convirtiéndola en un referente único.

La infraestructura para eventos en vivo es igualmente notable, con recintos como la Plaza de Toros Monumental, con capacidad para 22 mil personas, y el Estadio Chevron, que alberga hasta 17 mil asistentes. Espacios medianos como el Foro Antiguo Palacio Jai Alai y el Black Box Tijuana, junto con festivales como Tecate Península y la Feria de Tijuana, consolidan a la ciudad como un destino clave para la música en el noroeste de México.

A pesar de los avances digitales, que han disminuido el aislamiento del resto del país, Tijuana aún enfrenta desafíos para integrarse completamente con otros centros de la industria musical como la CDMX, Monterrey y Guadalajara. Sin embargo, su posición estratégica en la frontera norte y su conexión directa con el mercado californiano la colocan como un puente cultural crucial entre México y Estados Unidos, con un enorme potencial para seguir desarrollando su industria musical.



Desafíos

- Persistente desconexión con otros centros musicales del país.
- Necesidad de fortalecer la industria local con sellos discográficos, estudios y agencias de booking.
- Gran competencia dentro de la escena local que dificulta la proyección de nuevos artistas.

Oportunidades

- Ubicación estratégica como puente cultural entre México y Estados Unidos.
- Potencial para atraer turismo musical a través de festivales y conciertos emblemáticos.
- Creciente población binacional que abre mercados internacionales para los artistas locales.
- Desarrollo de una industria musical sólida que fomente el crecimiento de la escena local.

LOS TUCANES DE TIJUANA:

HONESTIDAD Y AUTENTICIDAD, LA CLAVE DEL ÉXITO

TIJUANA, BAJA CALIFORNIA

Los Tucanes de Tijuana han dejado un legado imborrable en la música mexicana. Su capacidad para conectar con el público, su innovación musical y su compromiso con las raíces del género los han convertido en una de las bandas más representativas de su generación. Encabezados por Mario Quintero, vocalista y compositor principal, han construido una trayectoria basada en la autenticidad y una profunda conexión con su audiencia.

Quintero encuentra su inspiración en las historias cotidianas, las voces de las calles y las experiencias de sus seguidores. “El corrido es un espejo de la sociedad, y nosotros tratamos de reflejar lo que la gente vive”, explica. Esta cercanía con la realidad ha permitido a Los Tucanes evitar estereotipos y construir una propuesta genuina que resuena en los corazones de su público. “Cantamos sobre lo que vivimos, sobre lo que vemos a nuestro alrededor. Creo que la gente se identifica con eso”, añade, destacando la honestidad como pilar fundamental de su trabajo.

El éxito de Los Tucanes también se debe a su capacidad para innovar sin perder su esencia. Quintero enfatiza la importancia de encontrar una identidad propia: “Cuando encuentres tu esencia, aférrate a ella. Sé diferente a los demás. Al principio todos empezamos imitando a alguien, porque queremos ser como nuestros ídolos, pero tu ídolo seguirá siendo tu ídolo y tú serás la sombra de los demás”. Esta filosofía ha sido clave para que la banda trascienda fronteras y consolide su influencia en la música mexicana.

Uno de los momentos más icónicos en su carrera fue la creación de *La Chona*, una canción que ha alcanzado el estatus de fenómeno cultural desde su lanzamiento en 1995. La letra, inspirada en una historia personal, surgió espontáneamente y fue compuesta en solo cinco minutos. Según Quintero, *La Chona* es un recordatorio de que la inspiración debe fluir naturalmente y que, cuando las ideas no llegan, es mejor cambiar de enfoque. Esta canción no solo marcó un hito en su discografía, sino que también se convirtió en un emblema de alegría y energía que ha cruzado generaciones.

A lo largo de su trayectoria, Los Tucanes han demostrado que la autenticidad y la ética son elementos imprescindibles para construir una carrera sólida. Con disciplina, originalidad y un profundo respeto por su público, han dejado una huella imborrable en la música regional mexicana y más allá.



CONSEJOS:

1. Encuentra y mantén tu esencia.
2. Sé fiel a tu estilo.
3. Actúa siempre con ética.
4. Aprende a aceptar críticas constructivas.
5. Cultiva la disciplina como parte de tu proceso creativo.

XALAPA:

TRADICIÓN, IDENTIDAD Y CREACIÓN MUSICAL

Xalapa, conocida como la “Atenas Veracruzana”, combina su legado académico con una rica vida cultural. Con una población aproximada de 450 mil habitantes, que asciende a cerca de 800 mil en su zona metropolitana, esta capital veracruzana es un punto de encuentro para la música, la educación y las artes, consolidando su papel como un centro cultural clave en el sureste de México.

La economía de Xalapa se concentra en los sectores de comercio minorista, turismo, educación y salud, reflejando su estatus como capital. Sin embargo, su relevancia trasciende lo económico gracias a una escena musical diversa que mezcla las tradiciones veracruzanas con influencias contemporáneas. La riqueza musical del estado, una de las más variadas y desarrolladas de México, converge con géneros como la música clásica, el jazz y los ritmos afrocaribeños, enriqueciendo el panorama sonoro de la ciudad.

La Orquesta Sinfónica de Xalapa, una de las más prestigiosas del país, y las instituciones educativas como la Facultad de Música de la Universidad Veracruzana y el Instituto Superior de Música del Estado de Veracruz (ISMEV) son pilares fundamentales en la formación de nuevos talentos. Además, la audiencia joven y universitaria crea un ambiente receptivo que favorece la proliferación de espacios pequeños, ideales para el desarrollo de públicos comprometidos y para la experimentación artística.

En el ámbito de las músicas tradicionales, Xalapa destaca con eventos públicos como el Festival Internacional Alegría Folklórica, el Festival Folklórico Internacional de Veracruz InspirArte, el Festival Nacional Danzoneando en Xalapa y el Festival Internacional de Tunas Femeniles, los cuales celebran el patrimonio cultural del estado. Sin embargo, la falta de recintos adecuados para grandes conciertos y festivales limita la frecuencia y el alcance de estos eventos, y la ciudad enfrenta la competencia de plazas cercanas como Veracruz y Orizaba, que cuentan con infraestructura más desarrollada.

A pesar de estos desafíos, Xalapa tiene un enorme potencial para convertirse en un epicentro musical regional. Su identidad musical distintiva, el talento de sus artistas y su ubicación estratégica la posicionan como un espacio ideal para la creación, promoción y circulación de proyectos musicales, no solo a nivel local, sino también nacional e internacional.



Desafíos

- Poca infraestructura para la producción musical.
- Falta de profesionalización en roles de gestión y desarrollo de proyectos.
- Limitada circulación de proyectos musicales, derivada en parte de la falta de información y recursos.
- Concentración de recursos públicos en festivales tradicionales, con poco énfasis en nueva producción musical y profesionalización del sector.

Oportunidades

- Desarrollar estructuras eficaces de producción y promoción musical para aprovechar la identidad distintiva de la región.
- Estimular encuentros, residencias y festivales que conecten las escenas locales con otras regiones, fortaleciendo la articulación de la industria musical.
- Consolidar a Xalapa como un imán de talento y un epicentro creativo, mejorando su percepción nacional e internacional con estrategias culturales de alto impacto y costo eficiente.

NATALIA LAFOURCADE:

“LA MÚSICA ME HA HECHO MEJOR SER HUMANO”

XALAPA, VERACRUZ

“Con el tiempo me he dado cuenta que la música es mi señora jefa. Y me gusta pensar que, a través de los años, me he conectado con la música de otra forma”, reflexiona Natalia Lafourcade, cantautora, productora y una de las artistas más influyentes de la música latinoamericana contemporánea.

El viaje musical de Natalia Lafourcade, nacida en Ciudad de México en 1984 y profundamente vinculada con Veracruz, ha sido un proceso constante de exploración. Ha transitado por géneros diversos como el folk latinoamericano, el son jarocho, el jazz y el bossa nova, siempre fusionando lo tradicional con lo contemporáneo. Su inconfundible voz y sensibilidad artística han creado un sonido que resuena profundamente en quienes la escuchan.

Para Lafourcade, el proceso creativo no sigue una fórmula fija, sino que se alimenta de su conexión con el entorno, las emociones y las historias que la rodean. A veces, las melodías surgen de un rasgueo improvisado en la guitarra; otras, de reflexiones profundas o vivencias personales. Este enfoque diverso ha definido su estilo único y su capacidad de reinventarse continuamente. “El amor que siento por la música desde el principio sigue igual. Me entrego a ella incluso en tareas que no disfruto tanto. El trabajo duro es esencial, y ciertos sacrificios son inevitables para alcanzar lo que deseamos”, comparte la también arreglista y productora.

A lo largo de los años, la música ha sido para Natalia un espacio de aprendizaje y crecimiento personal. Entre las muchas enseñanzas que le ha dejado, destaca la humildad. “La música me ha hecho mejor ser humano, porque siempre me regresa a la silla de la humildad, al escalón número uno. Cuando termino un disco, la pregunta inevitable es: ‘¿Y ahora qué sigue?’”. Hay que volver a empezar”, dice con honestidad.

En su álbum *Un Canto Por México, Vol. 1*, Natalia rinde homenaje a esta relación íntima con la música. La canción *Mi religión*, una declaración de amor al arte que le ha dado tanto, es una pieza clave de este trabajo, que le valió tres Latin Grammys en 2020: Mejor Canción Alternativa por *En cantos*, Mejor Canción Regional Mexicana por *Mi religión* y Mejor Álbum del Año. Además, recibió

un Grammy al Mejor Álbum de Música Regional Mexicana, reafirmando su lugar como una de las voces más importantes de la música latina.

La música no solo le ha permitido conectar con el público, sino también compartir aprendizajes con colegas y generaciones más jóvenes. Natalia subraya la importancia de la autenticidad, la preparación y la construcción de comunidades sólidas en la industria musical. Para ella, el éxito no radica solo en los premios, sino en la capacidad de mantenerse fiel a uno mismo y al arte que se crea.



CONSEJOS:

1. Sé congruente con lo que dices y haces.
2. Construye equipos y fomenta la comunidad.
3. No compitas; sé auténtico.
4. Prepárate constantemente.
5. Confía en tu trabajo y en tu camino.

RADIOGRAFÍA DEL ARTISTA INDEPENDIENTE:

DATOS Y DESAFÍOS DEL SECTOR EN MÉXICO

El ecosistema de la música independiente en México está en constante evolución, impulsado por la digitalización y el acceso a herramientas que han democratizado la creación y distribución de música. Sin embargo, detrás de este crecimiento, persisten desafíos que impactan la sostenibilidad de los proyectos artísticos.

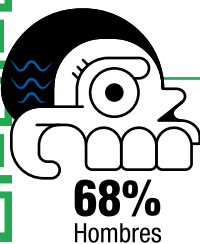
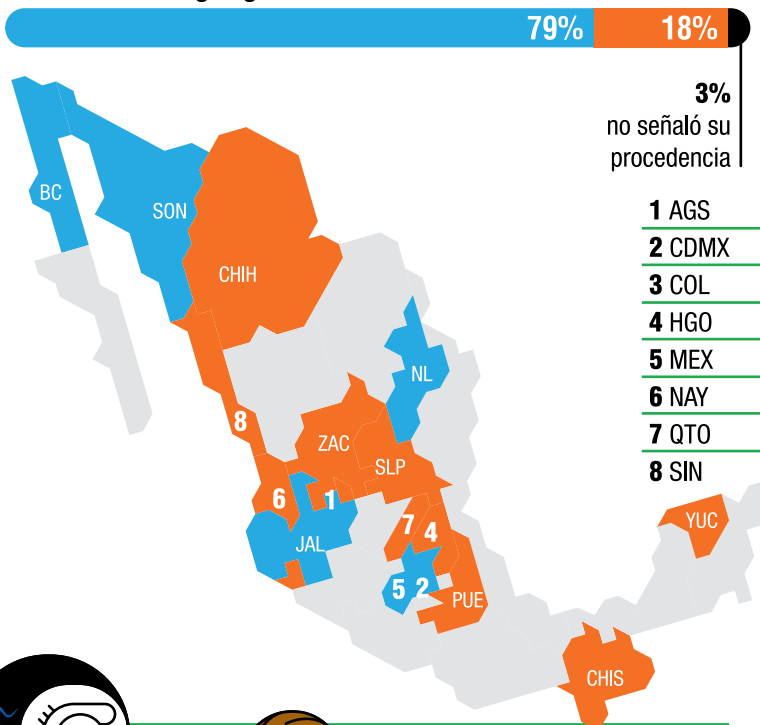
En el marco de FIM 2024, un estudio realizado por LAMARCALAB en colaboración con la Feria Internacional de la Música de Guadalajara reunió las perspectivas de 145 artistas independientes de todo el país para identificar los retos, oportunidades y dinámicas clave que definen su experiencia. Este primer ejercicio representa un paso importante hacia la comprensión del panorama actual, pero su mayor valor radica en su capacidad para repetirse de manera periódica y permitir comparativas que señalen la reducción de brechas, cambios de comportamiento y nuevas temáticas que surjan en este sector.

El crecimiento de los artistas independientes está estrechamente ligado a los entornos digitales que simplifican el acceso a la publicación de música y a la aspiración de formar parte de esta industria. Esta tendencia también se refleja en el auge de carreras universitarias enfocadas en producción musical, negocios de la música, gestión cultural y administración de empresas de entretenimiento, además de las ya existentes en formación musical académica y popular. Estos datos no solo arrojan luz sobre el presente de la industria, sino que también marcan una hoja de ruta para su desarrollo futuro.

A continuación, presentamos un análisis de los resultados más relevantes de este estudio, que permite visibilizar las preocupaciones, aspiraciones y dinámicas de los artistas independientes, quienes representan un pilar fundamental en la construcción de un ecosistema musical más inclusivo y sostenible.

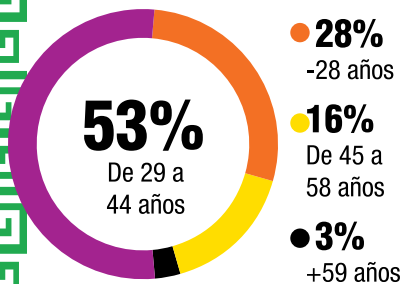
PERFIL DE LOS ARTISTAS ENCUESTADOS

Procedencia geográfica

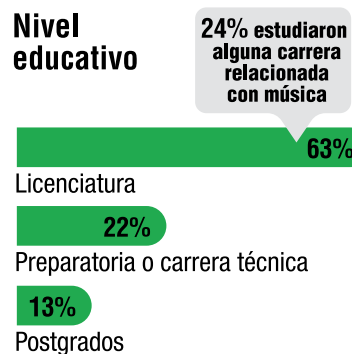


Identificación de género

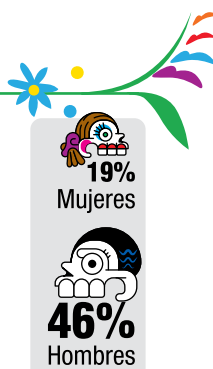
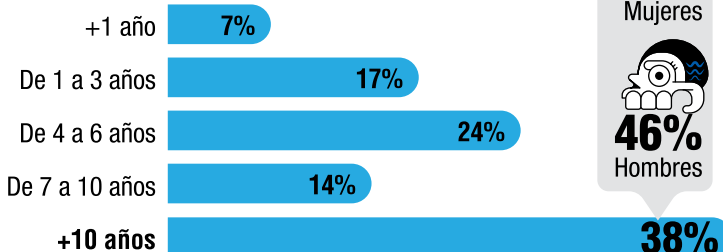
Distribución por edades



Nivel educativo



Años de experiencia en la industria musical



ROLES Y FUENTES DE INGRESOS

Actividad desempeñada dentro de la industria

Los artistas se reconocen en promedio con 2.7 roles.

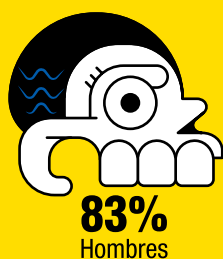


Cuenta con otras fuentes de ingreso además de la música

79%



21% Vive exclusivamente de la música

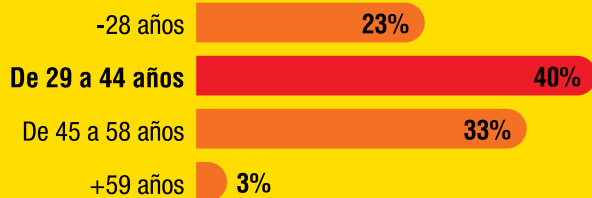


Los que viven exclusivamente de la música son:

Tiempo en la industria



Edad



Fuentes principales de ingresos



18%
venta de merchandising



15%
monetización en plataformas digitales

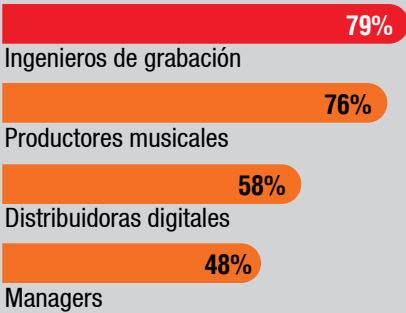


4%
sesión de derechos con sellos o sincronizaciones

RELACIONES EN LA INDUSTRIA

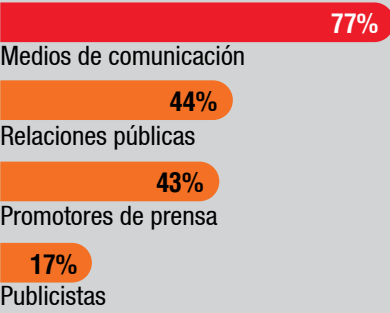
Relación con figuras clave de la industria ¿Con cuáles tienes relación?

Promedio de figuras en la industria con las que tiene relación

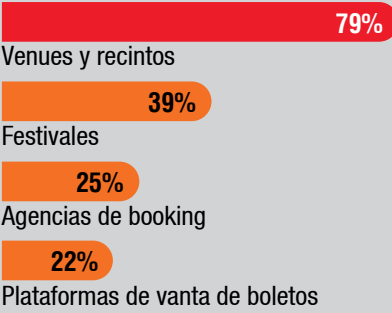


Productor ejecutivo: 12% Disqueras: 11%

Promedio de figuras de relaciones públicas con las que tiene relación

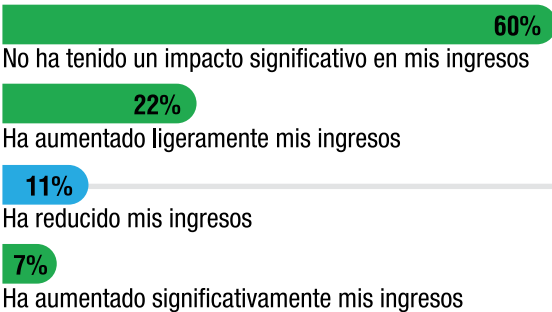


Promedio de entidades de presentaciones en vivo con las que tiene relación



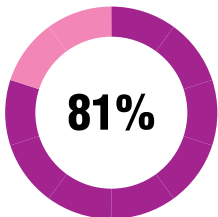
IMPACTO DE LA DIGITALIZACIÓN

Impacto en ingresos: de reducción a aumento significativo

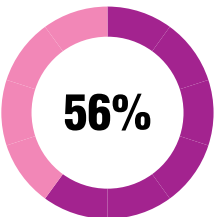


No percibo ganancias	20%
La venta de CDs era buen negocio	20%
El algoritmo quita la posibilidad de descubrir nuevos talentos	10%
Las plataformas no pagan lo suficiente	10%
Gasto más en publicidad, videos y distribución	10%
Economía	10%
Mucha inversión y pocas ganancias	10%

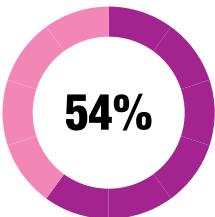
Impacto en el proceso creativo



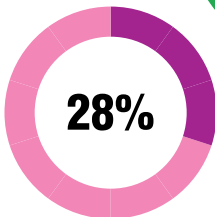
Ha facilitado el acceso a herramientas y recursos creativos



Ha reducido las barreras para experimentar con nuevos estilos

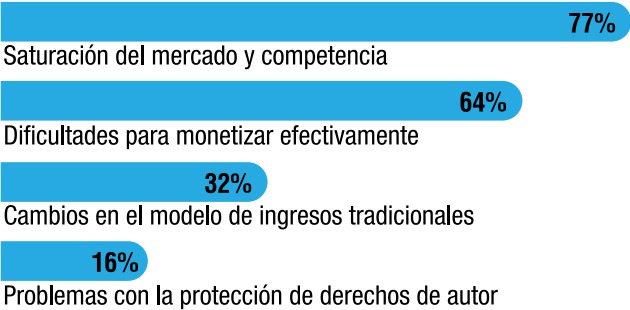


Ha permitido colaboraciones más fáciles y remotas

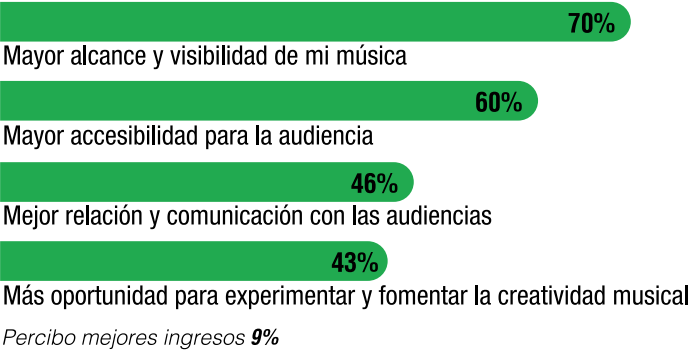


Ha generado distracciones o presiones que afectan la creatividad

Principales desafíos derivados de la digitalización

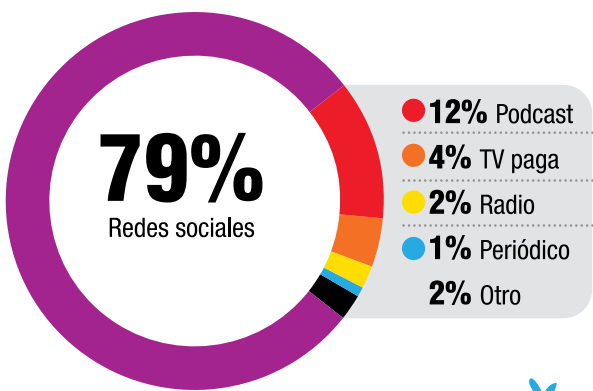


Impactado en el consumo musical en tu trabajo y carrera



REDES SOCIALES Y CONSUMO DE CONTENIDO

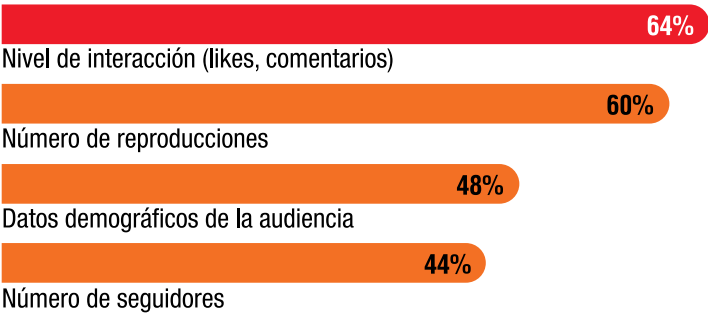
Formatos de contenido más consumidos por los artistas



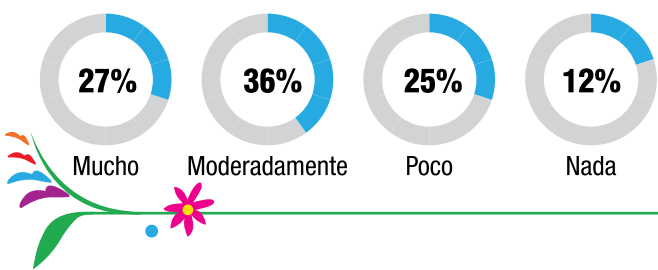
Redes sociales más utilizadas



¿Que tipo de métricas consideras más importantes para evaluar el éxito de tu música en plataformas digitales?

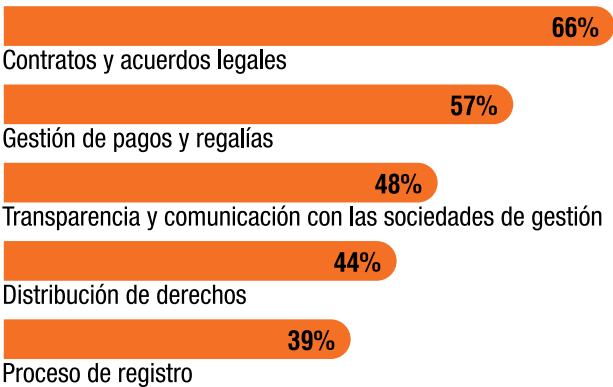


Importancia de las métricas en la toma de decisiones



PRINCIPALES DESAFÍOS EN LA CARRERA MUSICAL

Gestión de Derechos Musicales
Estos son los principales desafíos:



- 64% Falta de financiamiento o apoyo económico
- 54% Dificultades para promover y difundir mi música
- 53% Desafíos en mantener una presencia constante en redes
- 49% Falta de oportunidades para presentaciones en vivo
- 45% Desafíos en la gestión y administración de mi carrera
- 32% Competencia intensa en el mercado
- 29% Problemas con la distribución y monetización digital
- 28% Barreras para colaborar con otros artistas o productores



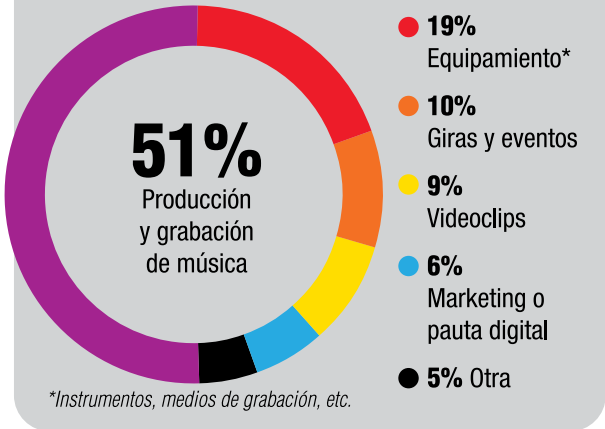
GESTIÓN DEL TIEMPO Y PRIORIDADES

Distribución del tiempo en un mes (160 hrs)

- Con ingresos complementarios
- Viven exclusivamente de la música



Inversión de recursos



*Instrumentos, medios de grabación, etc.

CONVERSACIONES NECESARIAS



PARA LA TRANSFORMACIÓN:

PENSAR EN EL FUTURO CONTINUO

La industria musical no es ajena a los grandes cambios que atraviesa la sociedad. Enfrenta retos urgentes que van desde la sostenibilidad hasta el impacto de la inteligencia artificial en la creatividad y los derechos de autor. En *Conversaciones Necesarias*, abordamos estos temas con una mirada crítica y constructiva, invitando a la reflexión y a la acción.

Hace una década, aún había quienes dudaban del cambio climático, ignorando la evidencia acumulada durante más de 50 años. Hoy, la crisis ambiental es innegable y la industria musical debe responder a sus efectos. El sector del en vivo ha comenzado a adoptar buenas prácticas para mitigar su impacto, pero aún queda mucho por hacer. Además, los eventos musicales enfrentarán cada vez más los riesgos derivados de condiciones climáticas extremas. Reflexionar y actuar en este sentido es clave para garantizar su sostenibilidad.

Así como la crisis climática exige nuevas prácticas en el sector musical, la salud mental se ha convertido en otro tema impostergable. En un mundo donde la exposición digital y la presión sobre los artistas se intensifican, es urgente generar estrategias para cuidar a quienes dan vida a la música. Factores como la pérdida de privacidad, la cultura de la cancelación, el desgaste de las giras y la velocidad de los ciclos de producción han generado un entorno desafiante para artistas y equipos de trabajo. La industria necesita herramientas y ajustes estructurales que permitan salvaguardar su estabilidad y bienestar.

En los últimos años, la voz de las mujeres ha tomado fuerza en todo el mundo, exponiendo un sistema inequitativo e insostenible. Este cambio ha transformado la percepción de generaciones mayores y ha fortalecido la claridad de las generaciones jóvenes sobre la importancia de la equidad. Sin embargo, en diversos países, estos avances están en riesgo. La última edición de los Grammy mostró una predominancia de mujeres en las categorías más importantes, y muchas de ellas aprovecharon su momento para hablar sobre la diversidad en una industria que aún enfrenta desigualdades. En México, cada vez más artistas, festivales y organizaciones están impulsando cambios, pero es fundamental seguir aprendiendo de otras experiencias internacionales para cerrar brechas y fortalecer nuestra escena.

Hace apenas cuatro años, la inteligencia artificial no figuraba en las conversaciones fuera del ámbito de las TIC. Hoy, transforma el mercado laboral, desafía los fundamentos de la propiedad intelectual, acelera procesos y, a la vez, plantea riesgos como la banalización del arte y la saturación del mercado.

Los cambios tecnológicos han redefinido la música a lo largo de la historia, muchas veces desplazando a músicos en favor de la reducción de costos. Pero la IA abre interrogantes sin precedentes: por un lado, la creación de herramientas que pueden potenciar la creatividad y la productividad; por otro, el desmoronamiento de cimientos legales y la posibilidad de que los ingresos de los artistas se vean pulverizados, afectando especialmente a quienes están en desarrollo.

La música, como reflejo del pensamiento y el ánimo de las sociedades, nos ayuda a entendernos y encontrarnos. Hay muchas realidades y visiones simultáneas, pero estos temas nos afectan a todas y todos por igual. Nos corresponde reflexionar y actuar conscientemente dentro del ecosistema musical en México para construir un espacio sostenible, seguro, diverso y sano.



MÚSICA E INTELIGENCIA ARTIFICIAL:

EL FUTURO ES AHORA

En 2023, las voces de Drake y The Weeknd fueron clonadas con inteligencia artificial. El resultado fue *Heart on My Sleeve*, una canción que, de acuerdo con Billboard, generó 600 mil reproducciones en Spotify y 275 mil vistas en YouTube antes de que Universal Music Group (UMG) la retirara de los servicios de streaming. Algo similar ya había pasado dos años antes, cuando aparecieron clips de audio que capturaban la inconfundible voz de Jay-Z rimando clásicos, como el soliloquio de *Hamlet To be or not to be*, de William Shakespeare. Roc Nation, la empresa de entretenimiento del rapero, presentó denuncias por derecho de autor contra las publicaciones. En primera instancia, fueron eliminadas de YouTube, pero luego la misma plataforma las restableció por la falta de claridad en las reclamaciones.

Los debates sobre la música y la inteligencia artificial ya se venían dando desde hace muchos años; sin embargo, casos como los mencionados, y probablemente por la relevancia de los implicados, se hicieron virales y acapararon los titulares de los principales medios alrededor del mundo, avivando la discusión y ejerciendo aún más presión sobre la necesidad de establecer regulaciones que protejan a los creadores y sus obras.

Los avances tecnológicos en este campo parecen haberle tomado ventaja a las legislaciones. No obstante, ante la urgencia de marcos legales que resguarden a los artistas y sus creaciones, el 2025 se perfila como un año clave para que los países adopten acciones definitivas, entendiendo que la IA ya forma parte del presente.

REGULACIÓN DE LA IA EN EL MUNDO

Hasta ahora son pocos los países que han logrado implementar legislaciones ante los avances de la Inteligencia Artificial. En lo que respecta a la industria musical, las siguientes son algunas de las que representan puntos de partida determinantes.

LA UNIÓN EUROPEA

La primera ley en el mundo que modera la producción, comercialización y uso de sistemas basados en inteligencia artificial entró en vigor en la Unión Europea en el segundo semestre de 2024. Este acontecimiento es, sin duda, una piedra angular en el futuro de las regulaciones a nivel global. La ley obligará a las empresas a ser más transparentes sobre cómo han entrenado sus modelos. La particularidad más notable de esta ley

es que se autorizará o prohibirá el uso y comercialización de los sistemas de inteligencia artificial de acuerdo al nivel de riesgo que presenten (riesgo alto, riesgo limitado, riesgo bajo). Por otro lado, establece que las empresas tecnológicas deben obtener permiso antes de utilizar música con derechos de autor para entrenar sus sistemas; además, aborda los riesgos relacionados con los deep fakes.

LAS MAJOR VS SUNO Y UDIO

En junio del año 2024, la RIAA (Recording Industry Association of America) demandó a Suno y Udio, dos empresas que generan música mediante inteligencia artificial, en nombre de Sony Music Entertainment, UMG Recordings de Universal Music Group y Warner Records Inc. La demanda es por violación de derechos de autor, alegando que están explotando obras grabadas por artistas. En agosto del mismo año, las empresas reconocieron haber entrenado sus sistemas con canciones de artistas cuya música está protegida por derechos de autor. Esta demanda es considerada una de las mayores acciones legales emprendidas contra la música generada por IA hasta la fecha y es un claro ejemplo del largo trecho de discusiones y vericuetos legales que se avecinan.

Las empresas han criticado enfáticamente a los sellos discográficos: “Las demandas son un intento de hacer un mal uso de los derechos de propiedad intelectual para proteger a los operadores tradicionales de la competencia y reducir el universo de personas que están capacitadas para crear nuevas expresiones”, argumentaron.

TENNESSEE Y EL DEEP FAKE

El año pasado, Bill Lee, gobernador de Tennessee, firmó la Ley ELVIS, que busca proteger a los músicos de la suplantación de identidad no autorizada mediante inteligencia artificial. La novedad de esta ley es que es la primera medida en Estados Unidos, destinada no a usos comerciales o promocionales, sino a proteger las voces y las imágenes de los artistas. Sin embargo, su firma también ha generado preguntas sobre las formas de imitación que históricamente han sido aceptadas, como las bandas de covers o incluso las películas biográficas.

PARLAMENTO BRITÁNICO

Los Beatles ganaron un Grammy a Mejor Interpretación de Rock por *Now and Then*, una canción en la que se utilizó la inteligencia artificial para restaurar una grabación inédita de John Lennon, Paul McCartney ha sido incisivo en alertar sobre los peligros del uso de IA si no se pone a los creadores en el centro de la discusión: “Nosotros somos el pueblo, ustedes son el gobierno. Se supone que deben protegernos. Ese es su trabajo”, dijo McCartney a la BBC. El gobierno del Reino Unido ha puesto en marcha un proceso de consulta sobre derechos de autor e inteligencia artificial que

busca introducir una excepción a la Ley de Derechos de Autor que cubra el entrenamiento de IA con fines comerciales. Ante las críticas de diferentes sectores de la industria musical, han declarado que aplicarán reglas de transparencia a las empresas de IA para que los titulares de derechos sepan qué obras están utilizando.

LAS DISPUTAS SIN FONDO

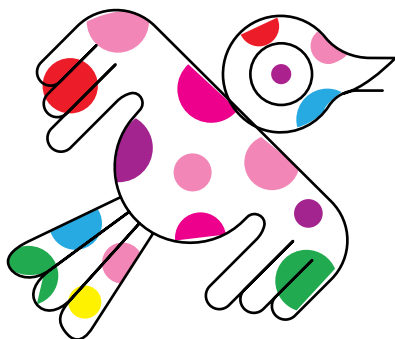
Por supuesto, están las dudas legales: ¿quién es el propietario de los derechos de una canción generada por la IA? ¿Es legal utilizar obras protegidas por derechos de autor para entrenar sistemas de IA? Y las cuestiones éticas: ¿Cómo compiten los artistas ante versiones de sí mismos creadas con la tecnología de deep fake? ¿Cómo se las puede arreglar un artista emergente para que sus canciones llamen la atención en plataformas frente a una avalancha de cientos de canciones hechas por la inteligencia artificial?

DERECHOS DE AUTOR

En diciembre del año pasado, la Confederación Internacional de Sociedades de Autores y Compositores (CISAC) publicó el estudio más relevante sobre IA y música, advirtiendo que, sin regulaciones claras, los creadores podrían perder hasta el 24% de sus ingresos para 2028. Además, la música generada por IA representaría el 20% de los ingresos de streaming y el 60% en bibliotecas musicales.

Ante este panorama, Björn Ulvaeus, presidente de CISAC, señala que las regulaciones deben garantizar “el derecho de los creadores a autorizar el uso de sus obras, una remuneración justa y obligaciones de transparencia para los operadores de IA”. Gadi Oron, director general de CISAC, enfatiza que “los proveedores de IA deben estar obligados a informar sobre el entrenamiento usando obras protegidas por derechos de autor”.

El debate no gira en torno a eliminar la IA, sino a su regulación justa y equilibrada. Varios artistas, productores y compositores buscan que estas herramientas potencien la creatividad humana sin convertirse en una amenaza para sus derechos. La clave está en normativas que protejan a los creadores, en lugar de priorizar el flujo de dinero hacia las grandes plataformas tecnológicas.

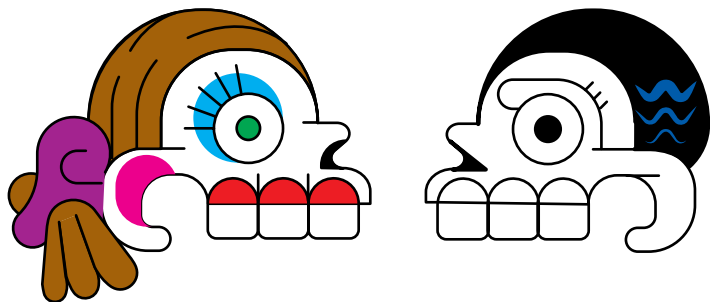


IGUALDAD DE GÉNERO EN LA INDUSTRIA MUSICAL MEXICANA

HACIA UN FUTURO MÁS JUSTO

El debate sobre la igualdad de género en la industria musical está lejos de concluir. A pesar de esfuerzos globales y locales, las brechas persisten, afectando a mujeres y disidencias en temas como reconocimiento, condiciones laborales y oportunidades de desarrollo. Los datos de estudios internacionales como *Be The Change*¹ (2023) y *Misogyny in Music*² (2024) destacan la magnitud del problema: desde desigualdades salariales hasta acoso y discriminación en el trabajo. Sin embargo, en México, el contexto exige un análisis propio que vincule la problemática con soluciones adaptadas a las realidades del país.

Un informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) reveló que las mujeres en México ganan en promedio 12.5% menos que sus colegas hombres en el mismo empleo. Esta disparidad se refleja en la industria musical, donde las artistas enfrentan no solo inequidad salarial, sino también limitaciones estructurales como la escasa representación en festivales y la ausencia de protocolos efectivos contra el acoso y la violencia.



¹ Be The Change, es un informe lanzado por Believe, TuneCore y Luminare, sobre la igualdad de género en la industria musical a partir de las respuestas de 1,650 personas encuestadas en 109 países.

² Misogyny in music, presentado por el Comité de Mujeres e Igualdad del Parlamento del Reino Unido como parte de una serie de estudios sobre las mujeres en el sector musical.

EXPERIENCIAS TRAS EL ACOSO O ABUSO SEXUAL

31%

de las víctimas de acoso o abuso sexual informaron que sus denuncias fueron ignoradas.

13%

de las personas afectadas pudieron o se sintieron cómodas para denunciar el acoso a una autoridad.

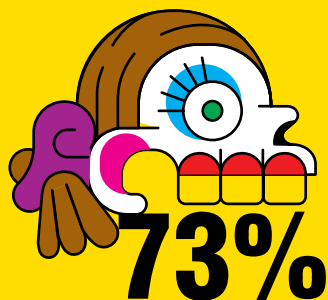
FUENTE: Be The Change 2023 por Luminare.

TRANSFORMAR DESDE LA RAÍZ

Diversas colectividades y agentes de cambio en México han emprendido iniciativas concretas para transformar las dinámicas de la industria musical. Karina Cabrera, comunicóloga, feminista y creadora de Sonoridad MX, sostiene que uno de los principales retos radica en la “brecha de percepción”. Mientras muchos hombres consideran que se han logrado avances significativos, mujeres y disidencias perciben que esos cambios son aún insuficientes.

PERCEPCIONES SOBRE DISCRIMINACIÓN DE GÉNERO Y BRECHAS SALARIALES

¿Considera que existe discriminación de género en la industria musical?



de las mujeres sí lo consideran.



39%

de los hombres así lo perciben.



de las mujeres y personas no binarias encuestadas perciben desigualdades salariales, al considerar que a los hombres cisgénero se les paga más.

FUENTE: Be The Change 2023 por Luminate.

Uno de los proyectos liderados por Cabrera es el Mapa de músicas mexicanas, que evidencia la participación femenina en la música nacional, destacando tanto logros como áreas de oportunidad. Cabrera también subraya la necesidad de protocolos que garanticen espacios adecuados y seguros para todas las mujeres, incluyendo aquellas en etapas de maternidad.

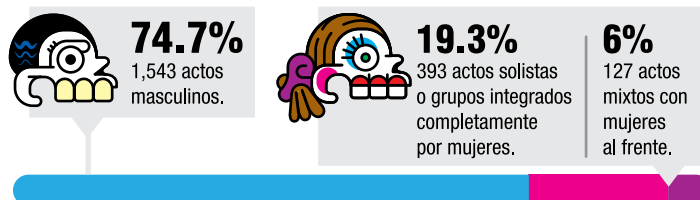
HACIA UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO INTEGRAL

Merarit Viera Alcázar, doctora en Ciencias Sociales y coordinadora de la Maestría en Estudios de la Mujer de la UAM-X, es feminista, música y enfatiza que no basta con celebrar logros aislados como festivales encabezados por mujeres o campañas temporales: “El patriarcado y el capitalismo son elásticos. Si bien celebramos que iniciativas como el Festival Hera den visibilidad, debemos mantener una mirada crítica para que esto no sea un espejismo de que todo está bien y ya no hay nada que exigir, organizar o por lo que luchar”. Merarit también alerta sobre el riesgo del “feminismo pop”, que, aunque positivo en ciertos aspectos porque desnormaliza ciertas cosas, puede llevar a una falsa sensación de progreso.

La Colectiva Fortísimas, integrada por Karina Cabrera y Merarit Viera Alcázar, publicó el *Estudio de Brecha de Género en Festivales Mexicanos 2023* y presentó la Ley Amparo Ochoa, una propuesta ciudadana que busca garantizar derechos culturales y laborales específicos para mujeres en la música, abordar temas de cuidados, maternidades y establecer protocolos de prevención de violencia. Esta iniciativa busca no solo aumentar el número de mujeres en escenarios, sino transformar las condiciones estructurales de la industria.

PARTICIPACIÓN DE MUJERES EN FESTIVALES DE MÚSICA EN MÉXICO

67 Festivales analizados en el 2023.



FUENTE: ¿Y dónde están las músicas? Estudio de Brecha de Género en Festivales Mexicanos por SonoridadMx.

ACCIONES GLOBALES CON IMPACTO LOCAL

Programas como EQUAL de Spotify, que ha visibilizado a más de mil mujeres creadoras en todo el mundo, destacan el potencial de las plataformas digitales para reducir brechas. Este programa generó 1.3 mil millones de streams en el primer mes de participación de las artistas y 14.8 millones de descubrimientos en 2023. Sin embargo, Merarit Viera enfatiza que la verdadera transformación requiere que estas iniciativas trasciendan la visibilidad temporal para convertirse en herramientas de cambio estructural.

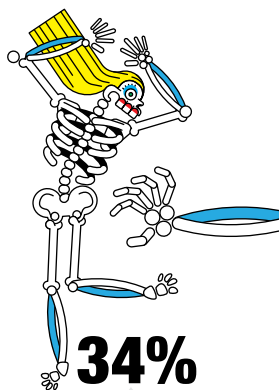
En México, el desafío está en superar la representación simbólica y abordar las desigualdades de raíz. Viera resalta que el trabajo colectivo y la autogestión son fundamentales: “Debemos pasar de la sororidad a la amistad política, construyendo objetivos claros basados en nuestras diferencias. Esto implica enfrentar la brecha salarial, establecer protocolos efectivos contra las violencias y fortalecer la autogestión como herramienta clave para la transformación”.

DESAFÍOS DE GÉNERO EN LA INDUSTRIA

MUSICAL
Tasas alarmantes de acoso y abuso sexual afectan especialmente a mujeres, personas trans y no binarias



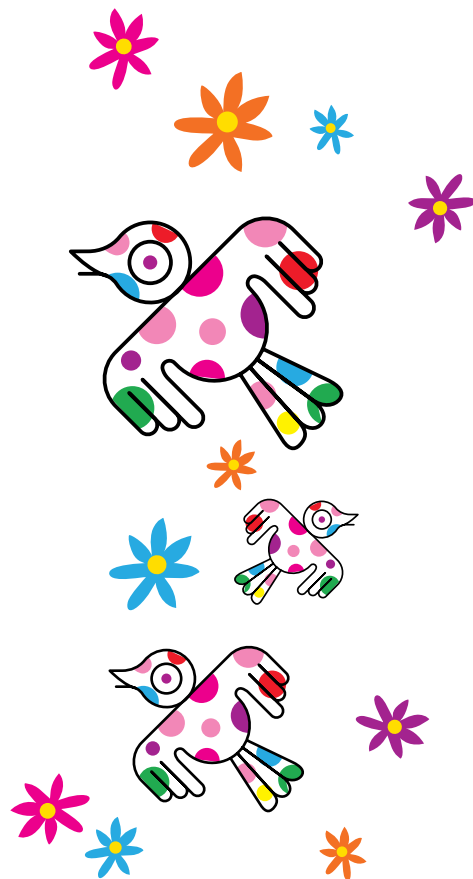
de los artistas y profesionales de la industria, percibe la discriminación de género como un problema significativo.



de las mujeres reportaron haber sido acosadas en el trabajo.

SALUD MENTAL

Tanto mujeres como personas no binarias han informado sufrir de problemas de salud mental desde que se unieron a la industria.



HACIA UN FUTURO EQUITATIVO

La colectividad ha sido crucial para confrontar desigualdades en la industria musical. Proyectos como la creación de sellos independientes enfocados en mujeres y disidencias, capacitaciones y espacios académicos han promovido una reflexión colectiva que fortalece el ecosistema musical desde la base. Estas acciones son indispensables para transformar la industria desde sus cimientos.

Aunque iniciativas como Misogyny in Music ofrecen modelos replicables, las soluciones para México deben considerar las especificidades locales. Acciones como el movimiento Me Too y los scratches han demostrado el poder de la colectividad femenina para visibilizar violencias normalizadas, abriendo nuevos espacios y fomentando una conciencia de género en la escena musical.

Construir un futuro equitativo requiere un compromiso de todos los agentes de la industria musical: artistas, plataformas, empresas y audiencias. En palabras de Merarit Viera, “hay que generar procesos que transformen desde la autogestión hasta la creación de objetivos políticos claros. Solo así lograremos un cambio real y duradero en la industria musical”.

FUENTE: Be The Change 2023 por Luminare.

SALUD MENTAL EN LA INDUSTRIA MUSICAL

UN COSTO INVISIBLE

La industria musical global factura miles de millones de dólares cada año, pero detrás de las luces y los aplausos hay un costo que pocas veces se menciona: la salud mental de quienes sostienen este ecosistema. Artistas, productores, managers y técnicos trabajan bajo presión constante, enfrentando horarios extenuantes, inestabilidad laboral y un escrutinio público que los deja vulnerables a trastornos como ansiedad, depresión y agotamiento.

Figuras globales como Demi Lovato y Billie Eilish han compartido abiertamente sus luchas con la salud mental, una crisis que no es aislada: los músicos tienen cuatro veces más probabilidades de padecer ansiedad, y casi el 40% ha enfrentado ideación suicida. Pero los problemas no terminan ahí: managers, técnicos y promotores también enfrentan jornadas interminables y presión constante, generando un entorno laboral que compromete tanto el bienestar individual como la sostenibilidad de la industria.

LO QUE NO SE ATIENDE, SE MULTIPLICA

En la FIM 2024, Jodie Milstein, psicoterapeuta y fundadora de RockStarTherapy, presentó *Touring and Mental Health: The*

Music Industry Manual, subrayando que la salud mental impacta la productividad y el futuro de la música. Ana Rodríguez, moderadora y manager con más de 20 años de experiencia, nos recordó que: “Esta es una industria creada por personas, y son ellas quienes deberían ser la prioridad. Sin ellas, no hay música”.

EL SUFRIMIENTO Y LA MULTIFUNCIONALIDAD

Un mito profundamente arraigado en la música es la idea de que el sufrimiento emocional impulsa la creatividad. Christian Alanís Contreras, psicóloga clínica y fundadora de múPSIca, desmiente esta noción: “Romantizar la enfermedad mental como fuente creativa es peligroso y erróneo. La creatividad florece en un ambiente de equilibrio, no en uno de caos”. Aunque las emociones intensas pueden inspirar grandes obras, perpetuar esta narrativa tiene un costo insostenible para los artistas y quienes los rodean.

Y no es todo: hoy, la carga de trabajo y las expectativas inalcanzables de que los músicos sean además creadores de contenido, estrategias y marcas personales están desconectándolos de su propósito artístico. “Muchos sienten que han perdido la conexión con el arte porque deben priorizar la comercialización sobre la autenticidad”, comentó Alanís.

La desconexión emocional, unida a los problemas de salud mental, trasciende lo personal y afecta directamente a la industria. Las cancelaciones de giras y conciertos debido a estos problemas generan pérdidas millonarias, impactando a todo el ecosistema, desde técnicos hasta promotores. El precio de ignorar la salud mental es mucho más alto de lo que la industria está preparada para asumir.

LOS PILARES DEL PROBLEMA

El estado de la salud mental en nuestra industria es el resultado de factores estructurales que perpetúan un entorno laboral insostenible y poco seguro. Identificar y comprender estos pilares es fundamental para abordar el problema desde su raíz y diseñar soluciones capaces de generar cambios significativos y profundos en el ecosistema musical.

1. Sacrificios invisibles de la vida en gira

Las giras son una de las actividades más desafiantes para los músicos. Horarios irregulares, largos periodos lejos de casa y falta de descanso afectan profundamente el bienestar físico y emocional.

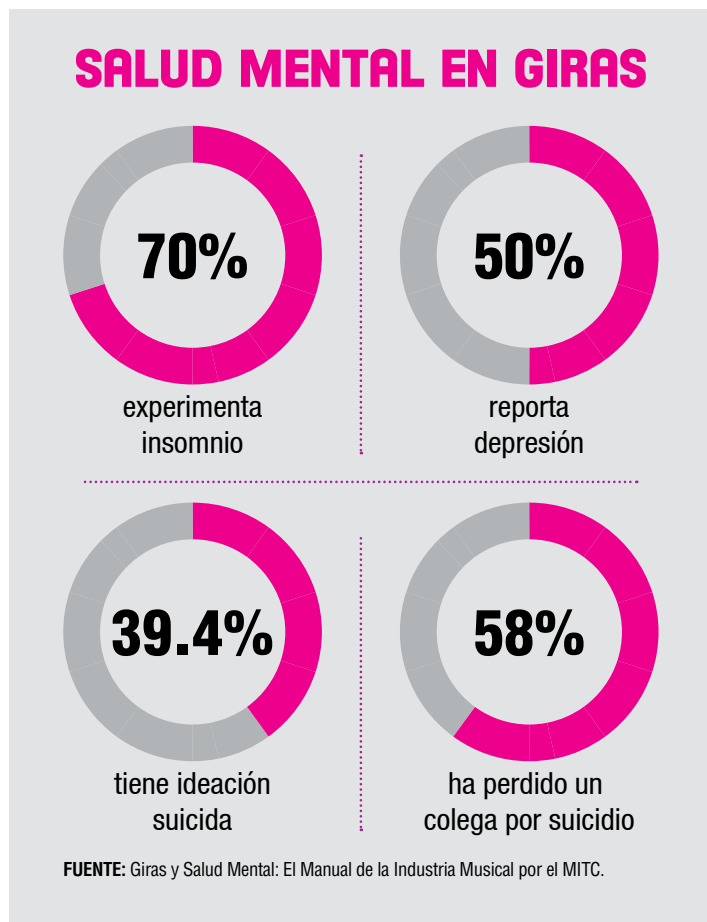
Estos datos no solo ilustran la magnitud del problema, sino también la urgencia de establecer prácticas laborales más humanas. Como señaló Jodie Milstein en su presentación del manual *Touring and Mental Health*: “El tiempo libre no es un



lujo, es una necesidad para evitar lesiones físicas y el desgaste emocional”.

2. Redes sociales: una espada de doble filo

En el mundo actual, las redes sociales son esenciales para conectar con los fans, pero también se han convertido en una fuente constante de presión. Los músicos enfrentan el escrutinio



del público y la ansiedad de no alcanzar métricas esperadas, como likes o reproducciones.

Christian Alanís advierte que esta dinámica puede generar un círculo vicioso: “La comparación constante afecta la autopercepción de los artistas y los desconecta de su autenticidad”. La clave está en fomentar un uso más consciente de estas plataformas, priorizando la calidad sobre la cantidad.

3. El consumo de sustancias: una respuesta peligrosa

El estrés constante en la industria lleva a muchos músicos a recurrir al consumo de sustancias como forma de autogestión emocional. Según múPSica, el alcohol es la sustancia más común, utilizada para lidiar con ansiedad y presión, pero con consecuencias devastadoras. “Lo que inicia como una vía de escape termina agravando los problemas psicológicos subyacentes”, explica Alanís.

La solución no está en la prohibición, sino en comprender las

REDES SOCIALES Y PRESIÓN EMOCIONAL



FUENTE: Digital Burnout Report 2022 por Music Managers Forum y la Universidad de las Artes de Londres.

causas detrás de este consumo y ofrecer alternativas saludables, como el manejo emocional y la psicoeducación.

HACIA UN CAMINO MÁS HUMANO Y SOSTENIBLE

Para enfrentar los desafíos de salud mental en la industria musical, es imprescindible pasar de la conversación a la acción. Las soluciones requieren esfuerzos colectivos, educación y regulaciones que prioricen el bienestar de las personas en cada nivel de esta industria.

1. Educación para el cambio

Christian Alanís de múPSica, subraya la necesidad de profesionalizar el entendimiento de la salud mental en el ámbito musical: “Es crucial que las instituciones educativas incluyan psicología aplicada al entretenimiento en sus currículos. Formar especialistas que comprendan las dinámicas únicas de esta industria permitirá diseñar intervenciones más efectivas”.

Esta formación no solo beneficiaría a los artistas, sino también a

managers, técnicos y otros profesionales, promoviendo un enfoque integral que fortalezca la resiliencia de todo el ecosistema.

2. Implementación de la NOM-035

La Norma Oficial Mexicana NOM-035, diseñada para identificar y prevenir riesgos psicosociales en los entornos laborales, ofrece un marco ideal para abordar la salud mental en la industria musical. Sin embargo, aún está lejos de ser implementada ampliamente en este sector.

3. Apoyo desde las plataformas digitales y asociaciones

Iniciativas como múPSIca y el Music Industry Therapist Collective demuestran que la colaboración entre asociaciones y plataformas puede generar un impacto significativo. Estos proyectos ofrecen acceso a terapeutas especializados y recursos educativos que ayudan a normalizar el diálogo sobre salud mental en la música.

Alanís propone que empresas de entretenimiento y producción adapten esta norma a las necesidades específicas de la música, estableciendo límites claros en horarios de trabajo, ofreciendo acceso a recursos de apoyo emocional y promoviendo prácticas laborales sostenibles.

Esto incluye:

- Horarios realistas en giras, grabaciones y promociones.
- Programas de descanso y recuperación para artistas y equipos técnicos.
- Capacitación en manejo del estrés y resolución de conflictos.

Jodie Milstein, fundadora de RockStarTherapy, enfatiza que la prevención debe ser una prioridad: “Necesitamos entornos laborales que consideren la salud mental no como un lujo, sino como una base para el éxito sostenible”.

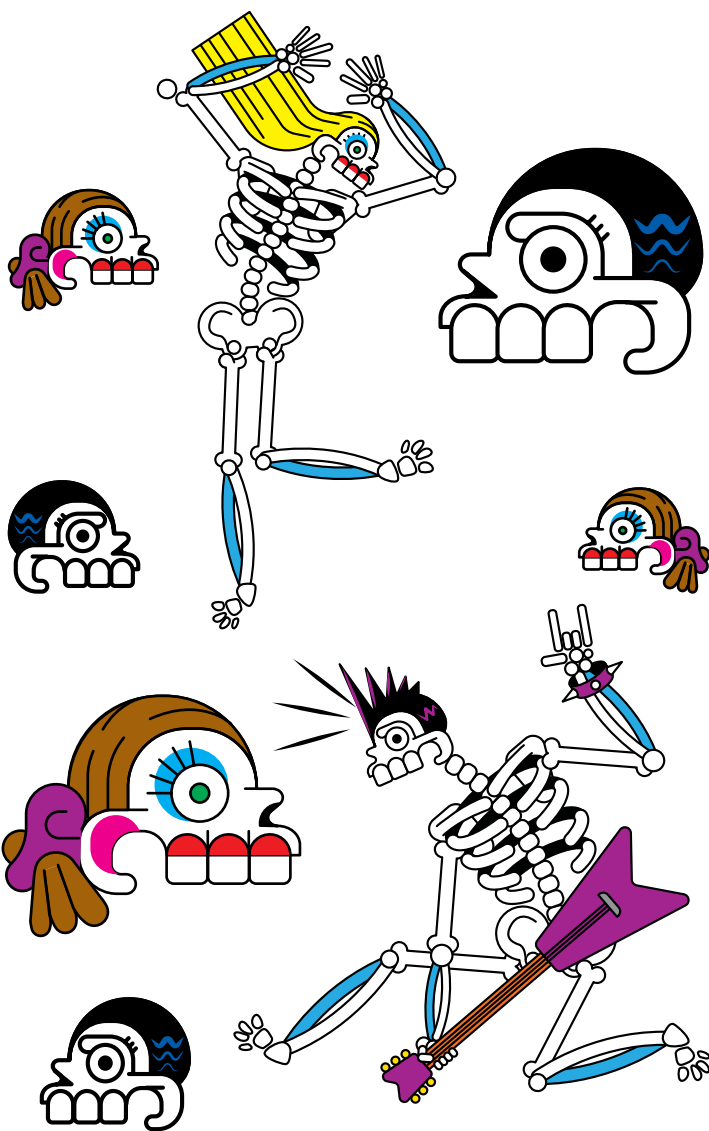
4. Promoción del autocuidado y el trabajo en comunidad

El cambio también debe venir desde dentro. Los artistas, managers y equipos pueden fomentar una cultura de autocuidado, construyendo redes de apoyo y priorizando el bienestar emocional sobre las exigencias externas. La colaboración y la comunicación abierta son esenciales para enfrentar juntos los retos de esta industria.

El cambio inicia en nuestras oficinas. Establecer horarios

equilibrados, fomentar descansos y abrir diálogos sobre salud mental son pasos inmediatos hacia una industria más sostenible. Proponer estas acciones en las empresas donde colaboramos y abogar por su integración en políticas laborales puede marcar una diferencia real.

Cada acción, por pequeña que parezca, contribuye a fortalecer un entorno más saludable y sostenible para todos los actores de la industria. Priorizar el bienestar no solo beneficia a las personas, sino que asegura el futuro de una industria resiliente y preparada para enfrentar sus desafíos.



SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA MUSICAL

La industria musical está en un punto de inflexión donde la sostenibilidad no es una opción, sino una responsabilidad ineludible. Con más de 670 mil toneladas de dióxido de carbono generadas anualmente por la música en vivo, la urgencia de transformar los modelos de producción es evidente. Desde la logística de las giras hasta la gestión de residuos en festivales, cada eslabón de la cadena de valor musical enfrenta retos significativos para adaptarse a las demandas ambientales y sociales del presente.

En este contexto, surgen preguntas fundamentales: ¿Cómo puede la industria reducir su impacto ambiental sin sacrificar la calidad de las experiencias artísticas? ¿Qué papel juegan los artistas, los festivales y las políticas públicas en esta transición? Analizamos los desafíos y destacamos iniciativas que ya están marcando la diferencia, como la implementación de energías renovables en eventos masivos y la colaboración entre agentes clave para establecer estándares sostenibles. A través de datos y perspectivas expertas, exploramos cómo la música puede liderar el cambio hacia un futuro más equilibrado.

HUELLA DE CARBONO Y RESIDUOS

Según la Green Touring Network, la música en vivo genera aproximadamente 670,000 toneladas de dióxido de carbono al año. Esto equivale a la contaminación generada en un año por más de 650 mil hogares.

Estimación de CO2 por persona:

5 kg
Eventos pequeños

18 kg
Conciertos en arenas

25 kg
Festivales grandes



FUENTES: Carbon soundings: greenhouse gas emissions of the UK music industry y Green Touring Guide por Green Touring Network.

RETOS Y TRANSFORMACIÓN

La transición hacia modelos más sostenibles en la industria musical enfrenta retos significativos que van desde la inercia de los sistemas tradicionales de producción hasta la percepción de que la sostenibilidad incrementa los costos. Como señala Lucía Araiza, directora de Vuelco, “romper con los moldes arraigados implica replantear nuestras prácticas y construir soluciones colectivas”. Estos cambios requieren no solo voluntad, sino también coordinación entre los diversos actores de la industria.

Entre los retos clave está la gestión de residuos en festivales y la logística de giras internacionales, que representan una parte importante de la huella ambiental del sector. Además, la diversidad de actores, desde artistas y productores hasta empresas de logística y proveedores, complica la implementación de estrategias unificadas. “Cada evento es único y requiere soluciones a la medida”, explica Araiza, subrayando la necesidad de colaboración en cada etapa de la cadena de valor.

Los festivales son un ejemplo claro de los retos y las oportunidades en la sostenibilidad musical. Estas plataformas permiten implementar prácticas como la gestión de residuos, el uso de proveedores locales y la promoción del transporte público. Además de minimizar el impacto ambiental, estos eventos pueden inspirar a otras industrias al mostrar cómo se puede combinar creatividad y sostenibilidad en producciones de gran escala. “La creatividad y la sostenibilidad no son excluyentes”, afirma Araiza. “Al contrario, pueden complementarse y enriquecerse mutuamente”.

Otro desafío crítico es la falta de información y concientización sobre prácticas sostenibles. Muchos actores desconocen las herramientas disponibles para reducir su impacto ambiental, lo que limita el alcance de las iniciativas actuales. Araiza enfatiza: “Es esencial educar y sensibilizar a todos los involucrados, no solo sobre los beneficios ambientales, sino también sobre cómo estas prácticas pueden integrarse sin comprometer la experiencia del público”.

Con ejemplos como el trabajo de Vuelco con artistas como Caloncho y Café Tacvba, así como con festivales como Akamba, queda claro que adoptar medidas sostenibles no es un obstáculo insalvable, sino una oportunidad para redefinir la industria musical. “Existen soluciones accesibles y efectivas que pueden adaptarse a la realidad de cada proyecto, siempre que exista disposición para implementarlas”, concluye Araiza.

LA TECNOLOGÍA COMO ALIADA

La tecnología ha transformado radicalmente la industria musical, ofreciendo un potencial inmenso para impulsar la sostenibilidad. Como señala Araiza, “la tecnología puede ser una herramienta poderosa para reducir nuestro impacto ambiental”. Sin embargo, su efectividad depende de un cambio integral que abarque no solo su adopción, sino también una transformación en los hábitos, comportamientos y modelos de consumo. Desde energías renovables hasta plataformas digitales que optimizan recursos, la tecnología debe alinearse con una visión holística que equilibre los aspectos sociales, económicos y ambientales de la sostenibilidad.

Los artistas tienen el poder de convertir estas herramientas en acciones tangibles que no solo reducen su impacto ambiental, sino que también inspiran a otros en la industria a seguir su ejemplo. Algunos músicos ya están liderando el camino con iniciativas innovadoras.



ACCIONES DE ARTISTAS INTERNACIONALES



Coldplay

Uso de energía renovable, escenarios reciclables, y promoción de transporte público.



Billie Elish

Eventos libres de plástico, ropa ecológica para el merchandising.



Radiohead

Cálculo y compensación de emisiones, energías renovables y reciclaje.



Massive Attack

Colaboración con científicos climáticos, autobuses eléctricos y baños ecológicos.

Estos ejemplos no solo muestran cómo la tecnología puede integrarse a la sostenibilidad, sino también cómo la música puede ser una fuerza transformadora a nivel global. Como concluye Araiza, “la tecnología es un aliado valioso, pero debe ser parte de un cambio estructural más amplio que transforme cómo producimos y consumimos música”.

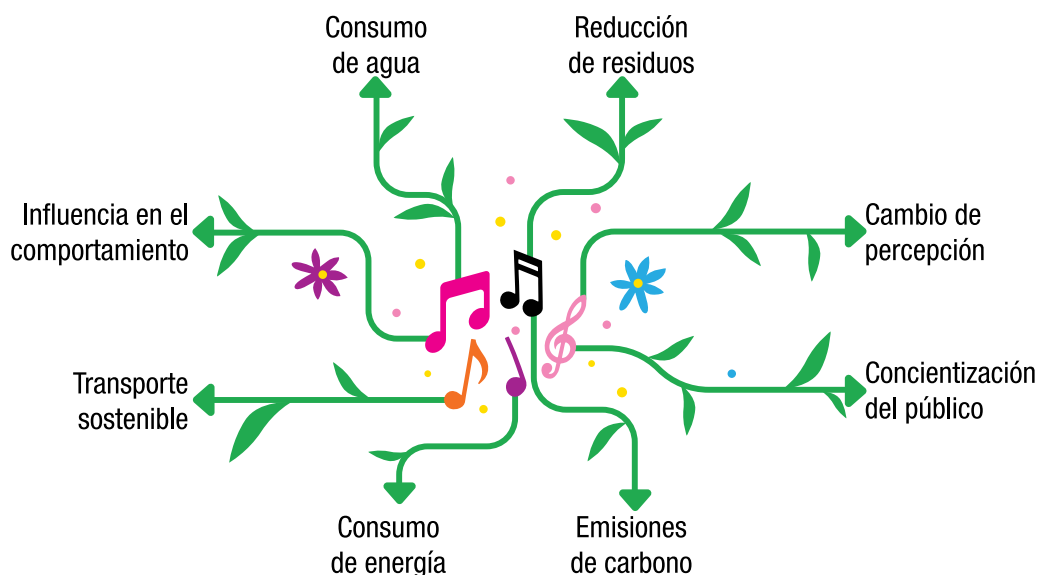
EL PAPEL CRUCIAL DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Las políticas públicas desempeñan un papel esencial para impulsar la sostenibilidad en la música. Marcos regulatorios claros pueden incentivar prácticas ecológicas, fomentar la innovación tecnológica y garantizar que todos los actores de la

industria compitan en condiciones equitativas. “Necesitamos estándares mínimos que impulsen la adopción de tecnologías limpias y prácticas responsables”, afirma Araiza. Estas políticas son clave para transformar la industria y construir un futuro más sostenible para todo.

INDICADORES CLAVE PARA LA SOSTENIBILIDAD MUSICAL

Evaluar el éxito de las iniciativas sostenibles es esencial para identificar áreas de mejora y maximizar el impacto positivo.



FUENTE: Agencia Vuelco

La sostenibilidad en la industria musical ya no es una opción, es una responsabilidad urgente. No se trata solo de reducir el impacto ambiental; es una oportunidad para redefinir cómo la música conecta con el mundo. Con iniciativas lideradas por visionarios como Lucía Araiza, esta transformación ya está en marcha, demostrando que es posible organizar eventos de gran escala con un impacto ambiental mínimo y un efecto positivo en las comunidades.

“La sostenibilidad no es una moda pasajera, es un compromiso con las futuras generaciones”, afirma Lucía. Más allá de las cifras y métricas, está el potencial de la música para ser un motor de cambio cultural. Al apoyar a artistas locales, fomentar

la diversidad y la inclusión, y transformar cada evento en una experiencia significativa, la industria puede liderar un cambio profundo, no solo para sí misma, sino también para el planeta.

El verdadero poder de la sostenibilidad en la música radica en su capacidad para inspirar acción y cambio. Cada paso hacia prácticas responsables resuena más allá del escenario, transformando no solo la industria, sino también las comunidades que la rodean. Como dice Lucía, “la música tiene el poder de unir a las personas e inspirar el cambio”. Si hacemos de la sostenibilidad una prioridad, estaremos construyendo un legado que equilibre las necesidades de nuestro tiempo con las aspiraciones de un futuro más justo.

ASOCIATIVIDAD

EL CAMINO DEL CRECIMIENTO SOSTENIBLE

En la última década, el entorno digital ha transformado la música en un flujo constante de contenido a través de gigantes globales que dominan la monetización y los contratos multiterritoriales. La adquisición de empresas locales por transnacionales y la creciente necesidad de representatividad ante gobiernos para adaptar políticas a una industria cambiante hacen evidente que la asociatividad no es solo una opción, sino una necesidad estratégica para generar acuerdos y condiciones sostenibles.

En el último año, México ha visto la formación de dos nuevas organizaciones: la Asociación de Discográficas Mexicanas Independientes (ADMI), cofundada por Robbie Lear, y la Asociación de Supervisores Musicales de Habla Hispana (ASM), impulsada por Patricia Carrera. Ambos comparten sus perspectivas sobre el impacto y el propósito de estos actores colectivos en la industria musical.

OBJETIVOS COMUNES

“El mundo de la supervisión nació en Estados Unidos como respuesta a las grandes producciones que necesitaban resolver aspectos creativos y legales relacionados con la música”, explica Patricia Carrera. “Hoy, con el crecimiento exponencial de las producciones de habla hispana y el interés internacional por la música iberoamericana, formar una asociación como la ASM

busca profesionalizar este rol, establecer mejores prácticas y fomentar una colaboración eficiente entre la industria musical y el mundo audiovisual”.

Por su parte, Robbie Lear enfatiza el papel de la cooperación en el ámbito de las discográficas independientes. “Entender que contribuir a la industria independiente en general termina beneficiando a la empresa individual es clave”, afirma. A través de la ADMI, Lear y sus colegas buscan fomentar la comunicación entre sellos para garantizar el desarrollo colectivo del sector, ofreciendo además acceso a capacitación, tecnología y redes globales que permitan elevar el estándar de trabajo en México. Otro objetivo central es el cabildeo, uniéndose como industria para dialogar con el gobierno e instituciones sobre temas clave que afectan al sector.

Ambos destacan la importancia de construir puentes sólidos entre actores de diferentes esferas de la industria, priorizando la formación, la colaboración y la capacidad de generar un impacto más organizado y estructurado. La educación, los protocolos, el cabildeo y la cohesión son el eje de estas asociaciones, alineados en el propósito común de fortalecer sus respectivos campos desde la raíz.

EL RETO DE ORGANIZARSE

Crear una asociación desde cero significa enfrentarse a desafíos inevitables, tanto personales como colectivos. Robbie Lear lo resume en una cuestión de equilibrio: “Lograr manejar los tiempos entre atender las necesidades de nuestras empresas



propias y enfocarnos en la constitución de la asociación”. A esto se suma el reto de navegar el complejo entramado legal y organizativo, procurando simplificar procesos y destacar lo esencial para facilitar la participación: “Resolver lo que implica cubrir los aspectos legales y organizativos, alineados con las normas actualizadas, y al mismo tiempo simplificar los procesos lo más posible para hacerlos digeribles”.

Patricia Carrera coincide en que el esfuerzo de alinear agendas y estructurar objetivos compartidos puede ser una labor abrumadora. Sin embargo, destaca la fortaleza del compromiso de los 47 firmantes que hoy integran la Asociación de Supervisores Musicales en esta primera etapa. “El gran compromiso de los miembros ha sido clave para agilizar el proceso. A inicios de 2024 nos reunimos en FIM GDL para definir los fundamentos y lineamientos, y ya tenemos planes para realizar nuestro primer congreso en 2025, habiendo participado en BIME Bilbao para presentar los logros iniciales y proyecciones de nuestra labor”.

Detrás de estos esfuerzos se esconde un desafío que ambos reconocen: organizarse no solo es trabajo, es también un acto de confianza mutua, donde los intereses individuales deben alinearse con una visión colectiva más grande.

LA CULTURA DE LA ASOCIATIVIDAD EN MÉXICO

En México, el rezago en prácticas asociativas ha limitado la capacidad de diálogo con otros territorios y sectores de la industria

musical. Patricia Carrera señala que la ASM, aunque fundada en México, ha trascendido fronteras y hoy integra supervisores de nueve países de habla hispana. “Esperamos que este ejemplo motive a otros subsectores a agremiarse, permitiendo un diálogo más sólido y representativo. Así, podremos generar visiones conjuntas que impulsen el desarrollo de una industria más eficiente y adaptable”, afirma.

Por su parte, Robbie Lear reconoce el desafío, pero también destaca el potencial: “México es muy rico en talento musical y ejecutivo, y es un mercado noble y generoso. Aunque existe un rezago en asociaciones gremiales, la música independiente en el país ha demostrado ser corpulenta y exitosa. Al unirnos y organizarnos, las discográficas podrán crecer y adaptarse de manera más efectiva, maximizando su impacto y alcance”.

En un mercado globalizado donde México juega un rol clave por su influencia cultural, demografía y un vibrante circuito de presentaciones en vivo, la asociatividad ya no es solo una opción, sino una necesidad estratégica. El futuro exige dejar atrás fragmentaciones y desconfianzas para participar activamente en las discusiones globales y locales que definirán la sostenibilidad de la industria. Como recuerda el proverbio africano: “Si quieres ir rápido, camina solo; si quieres ir lejos, ve acompañado”.

Unirse, más que una estrategia, es el camino hacia un crecimiento colectivo que potencie la música mexicana en el escenario global.





CON EL APOYO DE:

AC/E
ACCIÓN CULTURAL
ESPAÑOLA

**CASA
PORTAMÉRICA**
MÉXICO



e **esmerarte**
INDUSTRIAS CREATIVAS

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

RELATABLE
Estrategías y estudios musicales

SFTL®

Spotify®

Xacobeo