

AMPROFON[®]

REPRESENTANDO A LA MÚSICA EN MÉXICO

LIBRO BLANCO

DE LA MÚSICA GRABADA
EN MÉXICO 2018

DRAFT

DRAFT



AMPROFON

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

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

Contacto: comunicacion@amprofon.mx

www.amprofon.com.mx

AMPROFON[®]

REPRESENTANDO A LA MÚSICA EN MÉXICO

LIBRO BLANCO

DE LA MÚSICA GRABADA
EN MÉXICO 2018

ÍNDICE

Prólogo	07
Presentación	08
 AMPROFON	
Historia	10
Actividades	11
 Industria de la música	
Panorama internacional	17
Mercado de la música en México	19
 Economía de la industria de la música	
Cadena de valor	20
Unas ventas digitales insuficientes	21
Impacto en industria cultural	31
 APDIF	
Historia	37
Actividades Antipiratería	38
Marco jurídico	42



SOMEXFON



Conclusiones

Anexo
Tops México
Consejo

50
53
56

DRAFT

DRAFT

PRÓLOGO

A nombre de AMPROFON y cada uno de sus **23 miembros**, trabajando unidos como una asociación incluyente, abierta a todos y cada uno de los miembros de la industria de la música, te presentamos este **“Libro Blanco de la Industria de la Música Grabada en México”**.

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

Este 2018 estamos celebrando un importante aniversario. Un día 3 de abril de 1963, hace 55 años, se fundó AMPROFON con el objetivo de contribuir al constante desarrollo y crecimiento de la industria de la música, a través del impulso de iniciativas y mediante la defensa de los derechos de los productores musicales. Respetando en todo momento el derecho de los intérpretes, los autores, compositores y diversos actores de esta industria.

Definitivamente este es un momento muy importante y de constante evolución. La industria de la música grabada en México está creciendo de manera importante y hoy ocupamos el **lugar número 15 en el mundo**, de acuerdo al ranking mundial de IFPI. Pero cuando consideramos ciertos otros parámetros, como las métricas digitales, México tiene un lugar mucho más relevante que 15. Es, por ejemplo, **el cuarto país del mundo** para los suscriptores en Spotify y es **el segundo país del mundo en volumen de consumo de música en streaming para muchas plataformas de audio y video**.



AMPROFON





ACTIVIDADES

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

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

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

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

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

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

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

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

¿Para qué sirve el código internacional estandarizado de grabaciones?

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

Facilita el intercambio preciso de información sobre la titularidad, el uso de grabaciones y simplifica la gestión de derechos cuando las grabaciones se utilizan en diferentes formatos, canales de distribución o productos. Asimismo, el código ISRC constituye un punto de referencia fijo cuando la grabación se comercializa en diferentes servicios y países, o bien bajo diversos acuerdos de licencia. Es un método global que permite al productor fonográfico obtener la remuneración a que tiene derecho y a impedir el uso no autorizado de sus fonogramas o videogramas, especialmente en esta época en que la música se divulga en forma electrónica.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

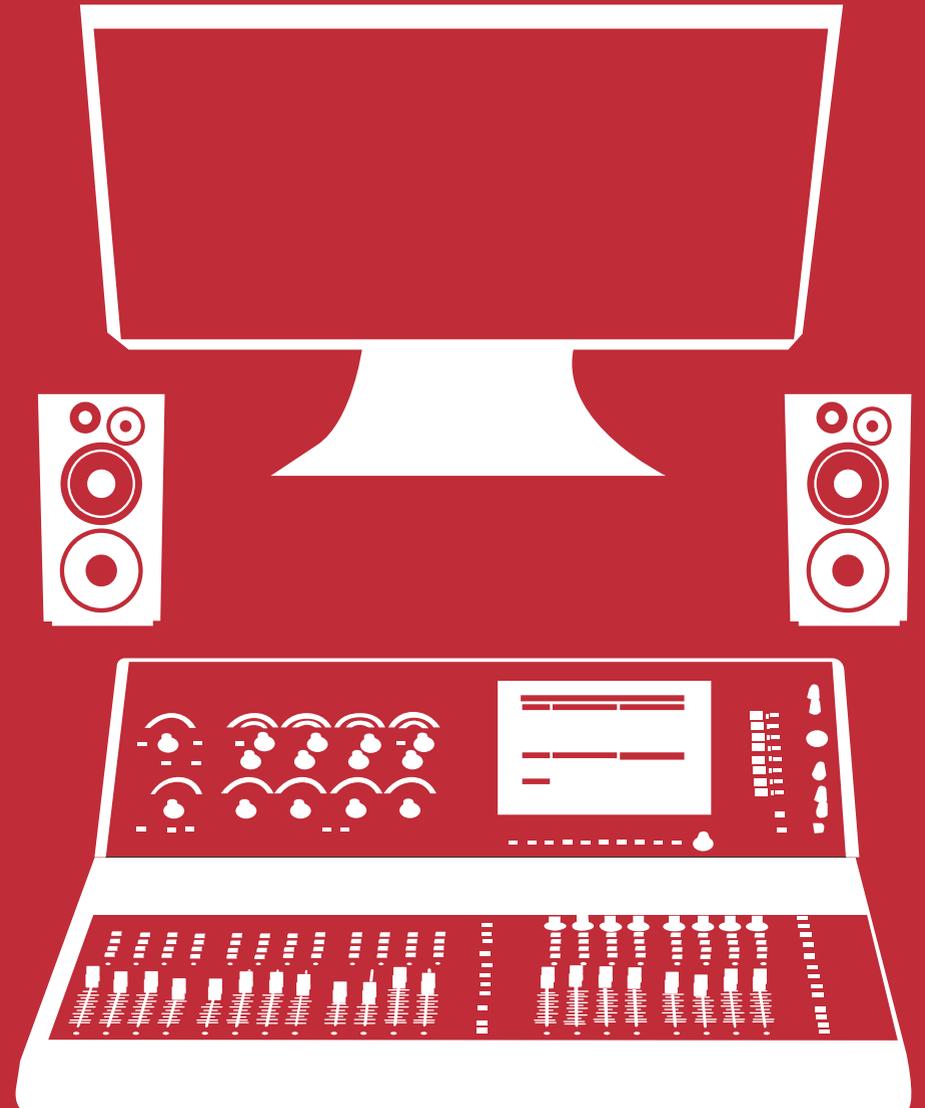
Cada grabación debe recibir su código propio y exclusivo. Si se modifica la tasa de transferencia de bits o el formato de una grabación, el código ISRC sigue siendo el mismo.

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

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



INDUSTRIA DE LA MÚSICA





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

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

Panorama internacional

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

🎵 **En 2017 el crecimiento a nivel global fue de 8.1%**

🎵 **El formato digital representó el 54% de los ingresos totales**

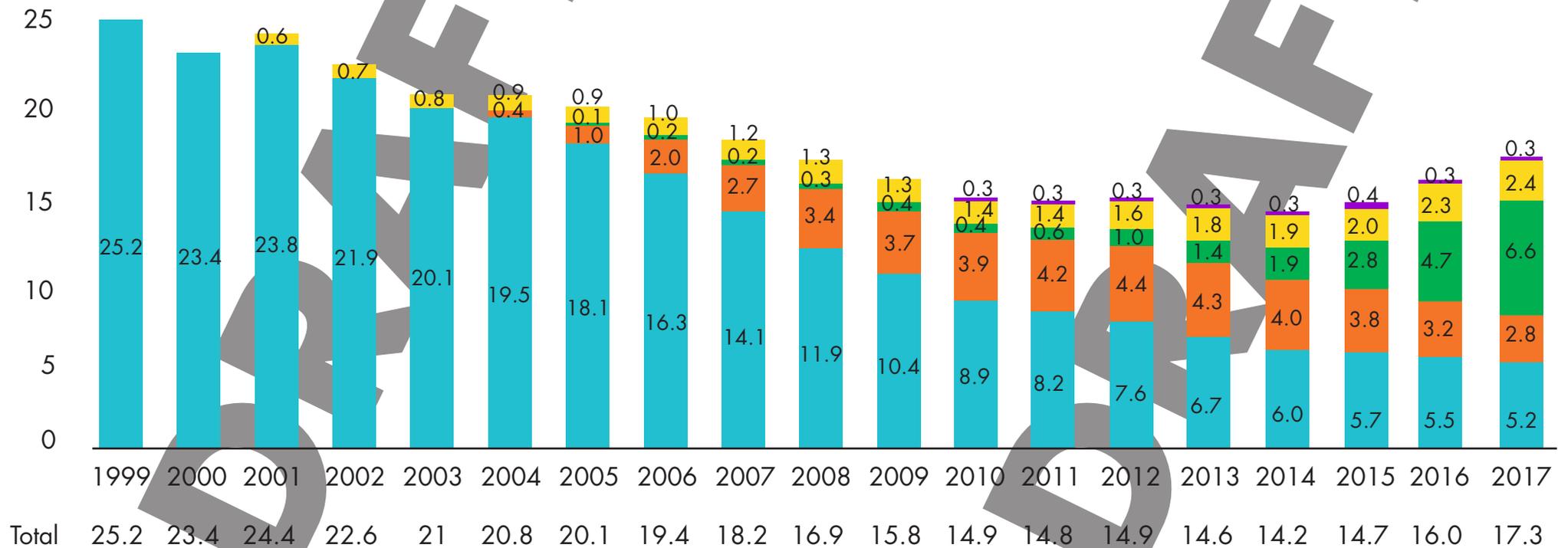
🎵 **Los ingresos por streaming incrementaron en 41.1%**

🎵 **Los ingresos por descargas disminuyeron en -20.5%**

🎵 **Los ingresos por el formato físico cayeron -5.4%**

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

Fuente: Global Music Report 2018

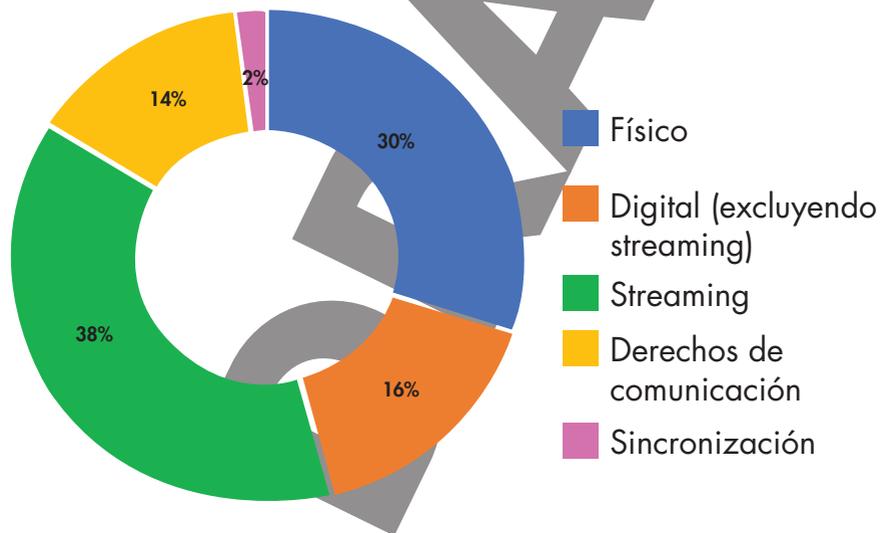


■ Físico
 ■ Digital (excluyendo streaming)
 ■ Streaming
 ■ Derechos de comunicación
 ■ Sincronización

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

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

Ingresos globales de la industria de la música grabada por segmento 2017
Fuente: GMR 2018

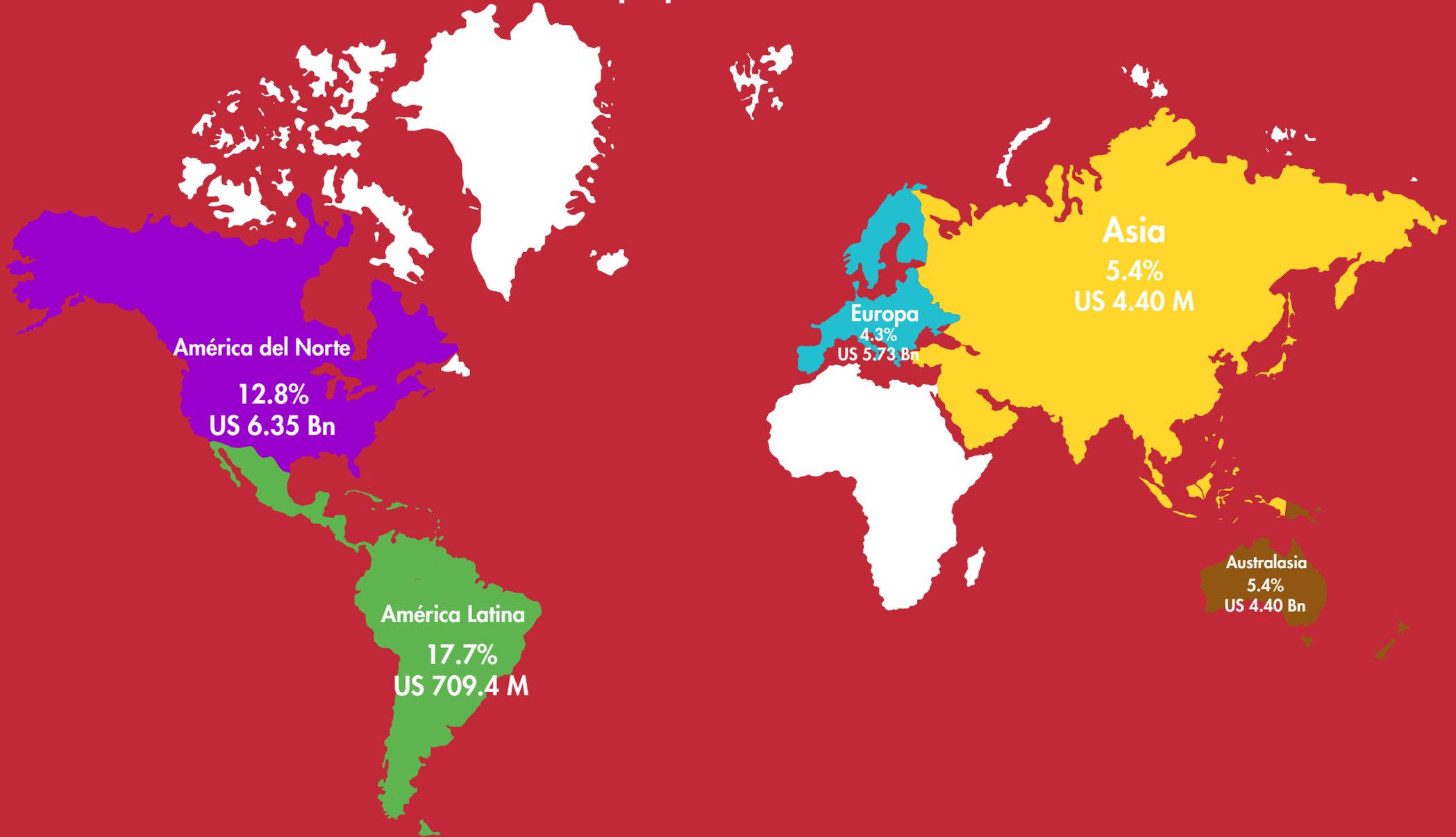


A nivel regional la industria de la música en América latina tuvo en 2017 un crecimiento del 17.7%, para situarse con un ingreso de 709.4 millones de dólares, lo que da muestra del potencial de crecimiento de esta región a nivel mundial. A Latinoamérica le sigue en crecimiento la región de América del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

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

Ingresos y crecimiento por región 2017

Fuente: Elaboración propia con datos del GMR 2018



Contribución por país a los ingresos totales en Latam 2017

Fuente: Elaboración propia con datos del GMR 2018



Dentro de los veinte principales mercados a nivel global en 2017, Estados Unidos se encuentra a la cabeza en todos los formatos a excepción del formato físico, donde el primer lugar lo ocupa Japón. Brasil se encuentra como el mercado número nueve a nivel global y el primer lugar en América Latina dominando en los sectores digital, streaming y derechos de comunicación pública; mientras que México es el lugar dieciocho mundial y segundo de América Latina, con una preponderancia en los sectores físico y de sincronización.

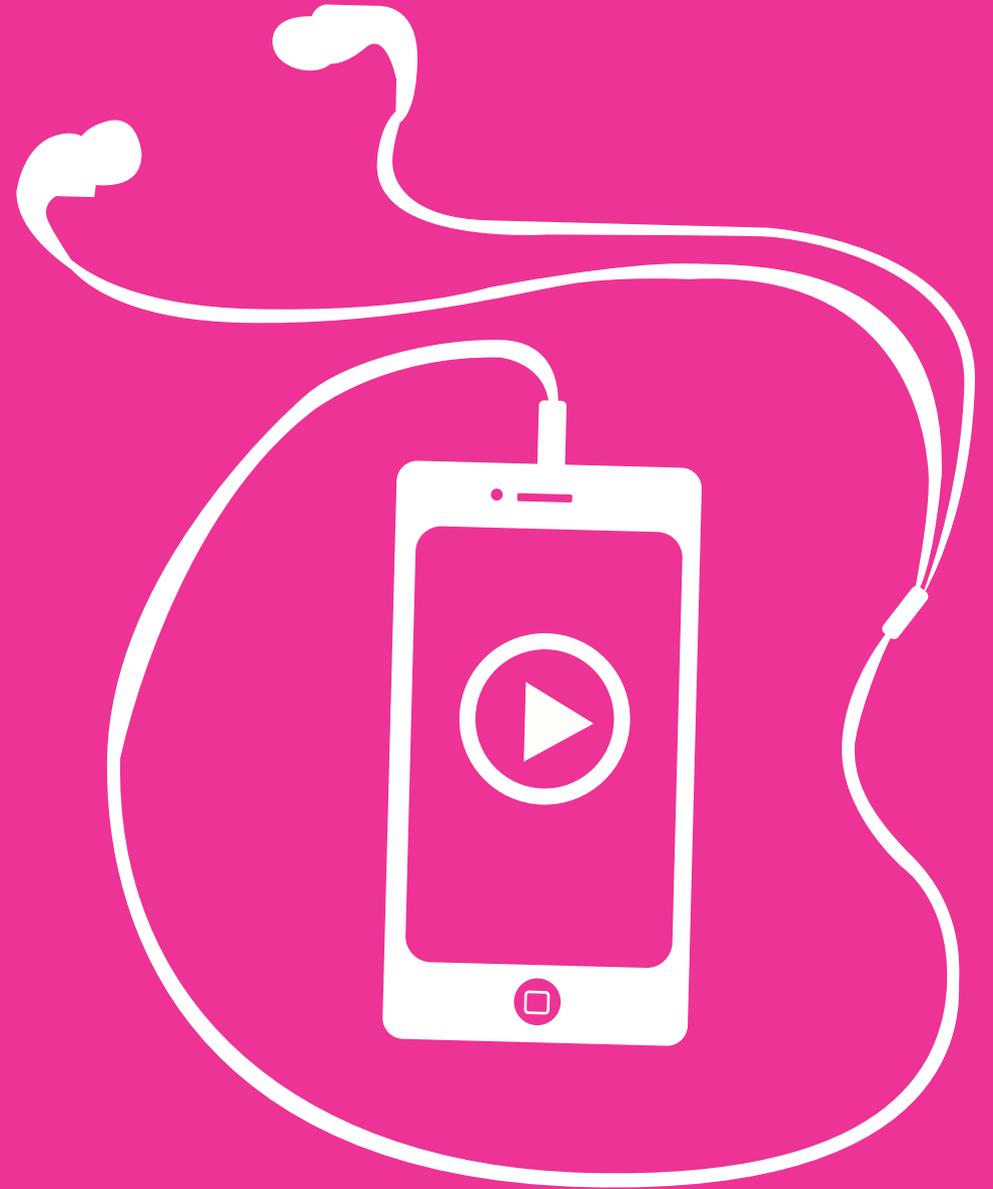
Top 20 Países 2017

Fuente: GMR 2018

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



ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA



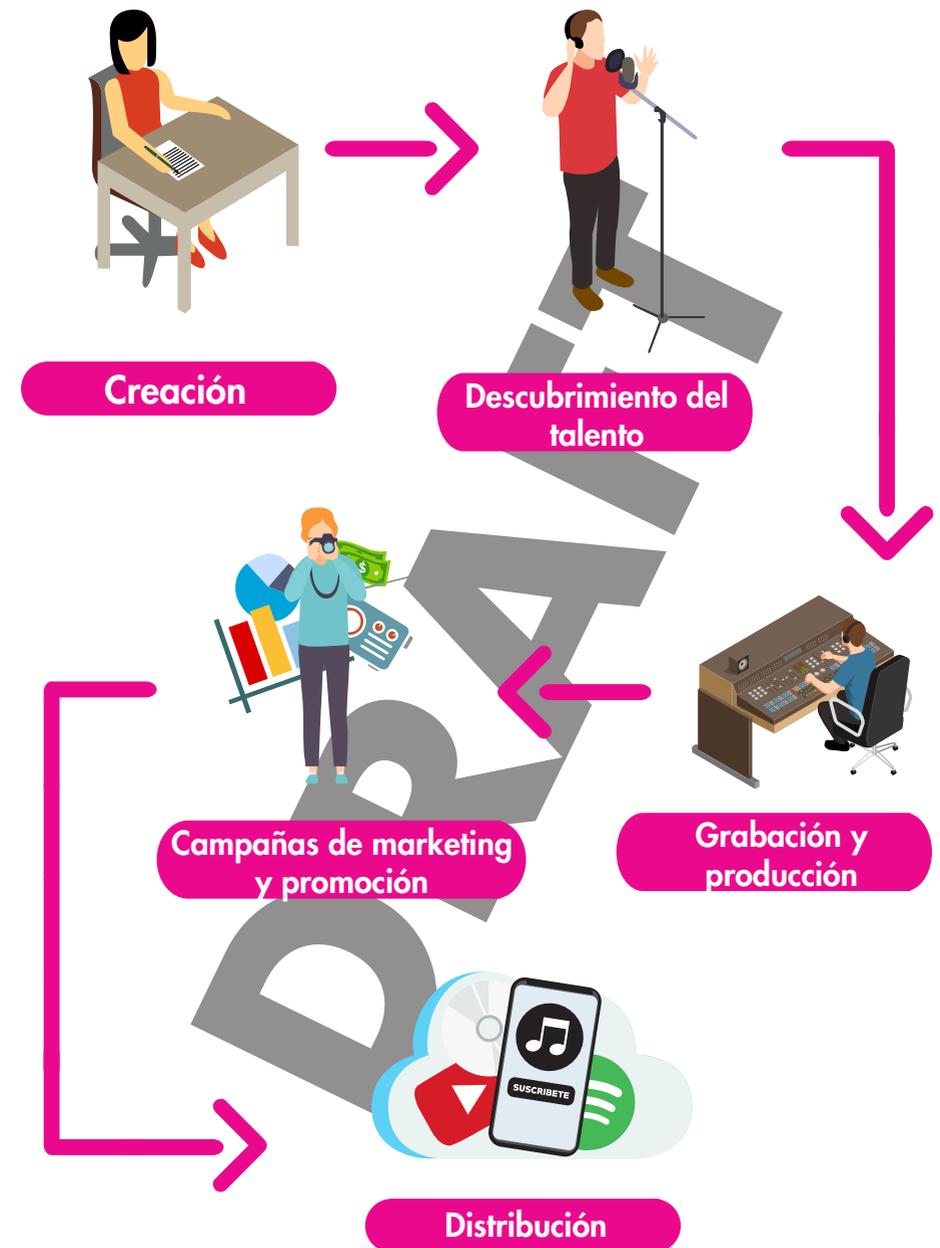


CADENA DE VALOR DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA

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

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

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



♪ Creación

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

Talentos involucrados: compositores, autores.

♪ Descubrimiento del talento

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

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

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

♪ Grabación y producción

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

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

♪ Campañas de marketing y promoción

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

Talentos involucrados: intérpretes, mercadólogos, financieros, comunicadores.

♪ Distribución

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

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

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

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

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

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



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

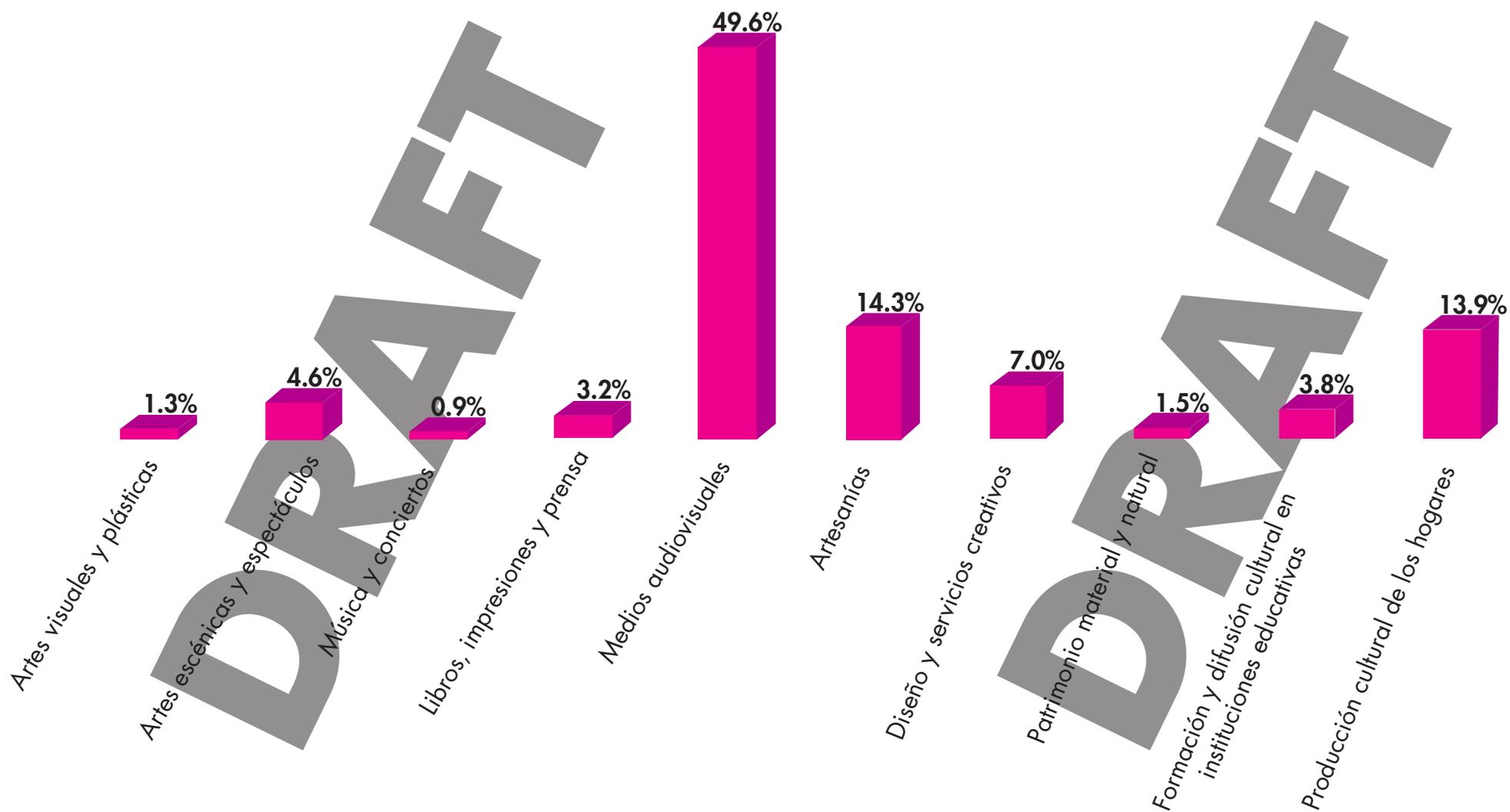
Una vez descubierto el talento, el artista tiene una fuente de ingreso que le permite dedicarse totalmente a crear; mientras que, del otro lado, se encuentra todo un soporte con los mejores profesionales de la industria (ingenieros, diseñadores, productores, músicos, etc.) por parte de las compañías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

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

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

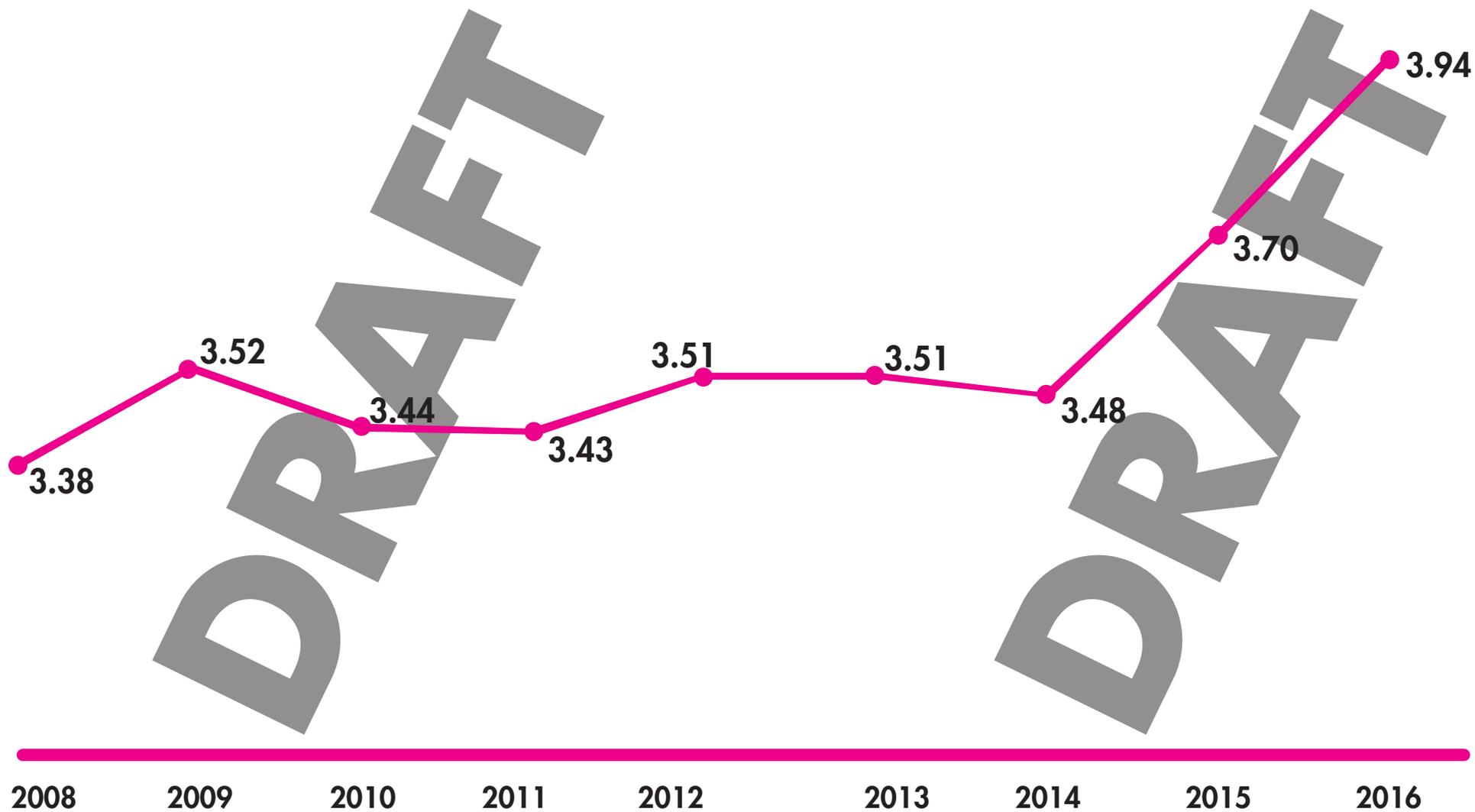
Distribución porcentual del PIB del sector cultural por áreas generales 2016

fuelle: INEGI



Participación económica del sector cultural en el PIB nacional

fuelle: INEGI





Historia

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

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

Actividades Antipiratería

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

I). ENTORNO DIGITAL.

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

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

ANTI-PIRATERÍA

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



412.1 K
Enlaces eliminados

972
Sitios monitoreados



3,323
Robots activados

Lanzamientos



171.5 K
Enlaces eliminados

Redes Sociales



1,803 tweets removidos
96 cuentas eliminadas

3,985 publicaciones removidos
125 cuentas eliminadas



3,682 videos eliminados
23 canales bloqueados



Delisting

96.25 Millones
de enlaces fueron retirados de buscadores:



96 M
de enlaces fueron retirados de Google

253 K
de enlaces fueron retirados de Bing



Catálogo general

240.7 K
Enlaces eliminados de internet

Impacto en la campaña



444 Sitios
Eliminados por medio de N&TD

23 Sitios
Eliminados mediante notificaciones en Google



61 Sitios
Cambiaron como resultado de las acciones en Google

II). ENTORNO FÍSICO.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



SOMEXFON





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

"La música es un arte presente en la sociedad"

"La música es generadora de grandes emociones"

Estudios confiables revelan que:

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

"La música trabaja para el beneficio de los negocios"

¿QUÉ ES SOMEXFON?

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

¿A QUIENES REPRESENTAMOS?

A los productores de fonogramas. Básicamente a las compañías discográficas (productores de fonogramas). A su nombre, SOMEXFON representa los derechos exclusivos de millones de grabaciones musicales, mismas que aumentan constantemente por los lanzamientos de nuevos títulos y con la incorporación de nuevos representados.

¿CUÁNDO SE NECESITA LA AUTORIZACIÓN DE SOMEXFON?

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

¿QUIÉNES HACEN USO DE LA MÚSICA GRABADA?

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

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

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

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

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

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

¿CUÁL ES EL PRECIO QUE DEBE PAGARSE?

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

¿TODOS LOS USUARIOS PAGAN LO MISMO?

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

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

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

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

¿PORQUÉ MUCHOS CREEN QUE PUEDEN USAR LA MÚSICA GRATUITAMENTE?

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

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

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

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

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

MARCO JURÍDICO

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

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

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

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

www.somexfon.com



CONCLUSIONES

TOPS MÉXICO

#TopStreaming
2017

Las 20 canciones más escuchadas en 2017



Actual	Semanas en el Top	Título	Artista	Mejor Posición
1	49	Despacito	Luis Fonsi ft Daddy Yankee	1
2	35	Felices los 4	Maluma	1
3	50	Shape of You	Ed Sheeran	2
4	39	Escápate conmigo	Wisin	3
5	32	Una Lady como Tu	Manuel Turizo	1
6	28	Me Rehúso	Danny Ocean	2
7	48	El Amante	Nicky Jam	3
8	39	Ahora Dice	Crhis Jeday, J Balvin Ozuna, Arcángel	4
9	30	Bonita	Jowel & Randy, J Balvin	1

10	26	Mi Gente	J Balvin ft Willy William	1
11	60	Chantaje	Shakira	1
12	66	Reggaetón Lento (Bailemos)	CNCO	1
13	47	La Rompe Corazones	Daddy Yankee ft Ozuna	10
14	54	Me Llamas-Remix	Piso 21 ft Maluma	8
15	44	Sigo Extrañandote	J Balvin	6
16	37	Hey DJ	CNCO ft Yandel	6
17	65	Vente Pa'ca	Ricky Martin	1
18	49	Adios Amor	Christian Nodal	8
19	72	El Amante	I Am Chino ft Pitbull, Yandel, Chacal	6
20	72	Ahora Dice	Crhis Jeday, J Balvin Ozuna, Arcángel	5

#TopStreaming
2017

Las 8 canciones con más semanas en 2017



Actual	Semanas en el Top	Artista	Título	Mejor Posición
64	200	León Laguerri	Brillas	38
59	197	Mon Laferte	Tu falta de Querer	50
104	167	Hasta La Raíz	Natalia Lafoucarde	26
93	164	Banda Sinaloense MS d Sergio Lizárraga	Tengo que Colgar	93
103	157	Ed Sheeran	Thinking Out Loud	3
145	146	Ed Sheeran	The Scientist	74
113	145	Ed Sheeran	Photograph	17
77	106	León Laguerri	Locos	14

#TopStreaming
2017

Las 14 canciones #1 en el #Top Streaming 2017



Actual	Semanas en el Top Streaming	Artista	Título	Mejor Posición
45	73	The Chainsmokers	Closer	1
106	69	DJ Snake	Middle	1
12	66	CNCO	Reggaetón lento (Bailemos)	1
18	65	Ricky Martin	Vente Pa'Ca	1
11	60	Shakira	Chantaje	1
1	49	Luis Fonsi, ft Daddy Yankee	Despacito	1
2	35	Maluma	Felices los 4	1
5	32	Manuel Turizo	Una Lady Como Tu	1
9	30	Jowell & Randy, J Balvin	Bonita	1
10	26	J Balvin, Willy William	Mi Gente	1

14	20	Danny Ocean	Me Rehúso	1
31	20	Ozuna	Se Preparó	1
40	18	Natti Natasha ft Ozuna	Criminal	1
125	8	Maluma	Corazón	1

DRAFT

TOP ALBUM



5 ep - cd9



90 Poptour



Carlos Rivera- Yo creo



De plaza en Plaza Sinfónico



Divide - Ed sheeran



HardwiredTo Self Destruct - Metallica



Harrystyles - Harrystyle



Juntos - Timbiriche



Juntos por La Sonora - La sonora



La Trenza - Mo-lanferte



México por Siempre - Luis Miguel



Musas - Natali-alafourcade

13 

Napoleón - Vive

14 

Primera fila -
Bronco

15 

Primera fila - Yuri

16 

Rompiendo fron-
teras - Alejandro
Fernandez

17 

Sinfónico desde
Bellas Artes -
Mijares

18 

Sobre el amor
y sus efectos
secundarios -
Morat

19 

Tributo a los
babys - Varios

20 

Versus - Trevi
Guzman



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

Lafontaine 42, Polanco Chapultepec, 11560, CDMX, Delg. Miguel Hidalgo
México, comunicacion@amprofon.mx, (+52 55) 5281-6035 - 37