

La industria de la música en México

A. CIFRAS CLAVE

La industria musical mexicana goza de buena salud, como bien reflejan algunos de los principales indicadores y su reciente evolución. Los ingresos de la música grabada se han duplicado en los últimos cinco años, gracias, en gran medida, al aumento de su consumo mediante plataformas de *streaming* como Spotify o YouTube Music. El consumo per cápita de música es bastante elevado en comparación con la media global y existen buenas oportunidades para artistas y empresas españolas.

Indicador	Valor
Población	130,1 millones habs. (2022) ¹
Edad mediana	29 años (2020) ¹
PIB per cápita	10.871 USD (2022) ¹
Proporción de consumo de música de origen español sobre música de habla hispana a nivel global	2 % ²
Ingresos música grabada	364,9 MUSD (2022) ³
Consumo medio de música	25,5 horas por semana (2022) ³
Suscripciones plataformas de <i>streaming</i>	46 % de los usuarios ³
Ventas sector musical per cápita	2,76 USD ³

¹ IMF y Banxico, 2023.

² Sony Music, 2023.

³ AMPROFON, 2023.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa del sector estudiado

La industria musical abarca un amplio espectro de actividades vinculadas con la música, que incluye la creación, grabación, producción, comercialización y promoción de esta. En ella se integra no sólo a los artistas, músicos y compositores, sino también a los especialistas que operan en las sombras, como productores, ingenieros de sonido y ejecutivos de la industria.

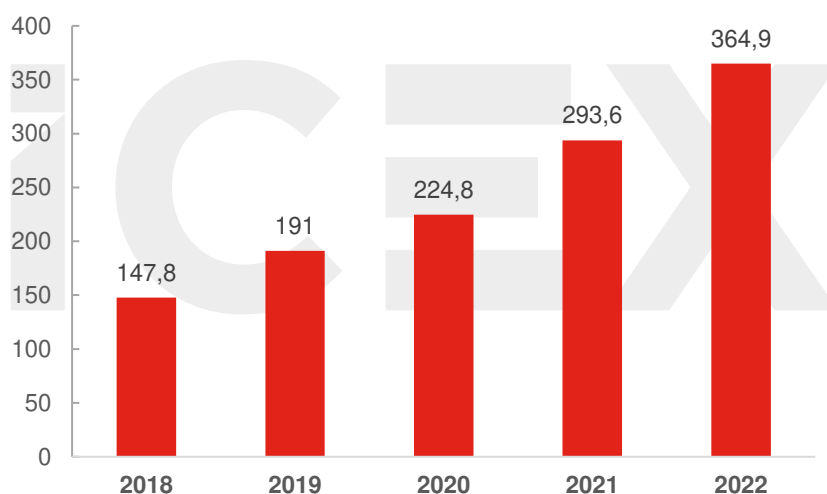
Este informe pretende dar una visión general de la industria musical en México en la actualidad. Se hará especial énfasis en el **estudio de la música grabada y la música en vivo**. La música grabada hace referencia a las grabaciones de sonido de obras musicales registradas y almacenadas en un medio físico o digital, como discos de vinilo, cintas magnéticas, CD, archivos de audio digitales, etc. Por su parte, la música en vivo representa las interpretaciones en directo de músicos, cantantes o bandas en un lugar físico ante un público.

B.2. Tamaño del mercado

El valor total del sector **de la música grabada en México** presenta una progresión muy positiva. Los últimos datos disponibles muestran que la industria **ingresó casi 365 MUSD** por este concepto, lo que implica un crecimiento del 147 % en 2018-2022; y las ventas per cápita se sitúan en 2,76 USD⁴. La música grabada engloba los segmentos de *streaming*, descargas, formato físico, derechos de comunicación y sincronización⁵. El grueso de los ingresos en México proviene del *streaming*.

El **streaming** ostenta de manera clara la **mayor participación en el mercado** de la industria musical en México, habiendo experimentado en los últimos 5 años un incremento de su cuota de mercado del 85 % al 95 %. En España, únicamente un 73 % procede de este segmento⁶. En el formato *streaming*, más de la mitad de los ingresos corresponden a las suscripciones *premium*, repartiéndose el resto entre el audio con publicidad y el video.

INGRESOS DE LA MÚSICA GRABADA EN MÉXICO (2018-2022)
Valores en millones de USD



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de AMPROFON, 2023.

México es líder mundial en porcentaje de consumo de música en video de formato corto y el segundo país con mayor proporción de oyentes de música en línea. Además, se sitúa entre los cinco países con mayor porcentaje de usuarios con suscripción de pago a plataformas de música en *streaming*⁷, junto con Suecia, Reino Unido, Estados Unidos y Alemania.

El **mercado de la música digital en México** se posiciona como el segundo más importante de la región, sólo por detrás del de Brasil. Por su parte, el mercado español es ligeramente más grande que el mexicano. Con respecto al ingreso medio por usuario en este segmento, se sitúa en 13,7 €, dato sensiblemente superior al promedio de los

⁵ Consiste en emplear una obra musical sin realizar modificaciones con el propósito de incorporarla a otras creaciones como producciones audiovisuales.

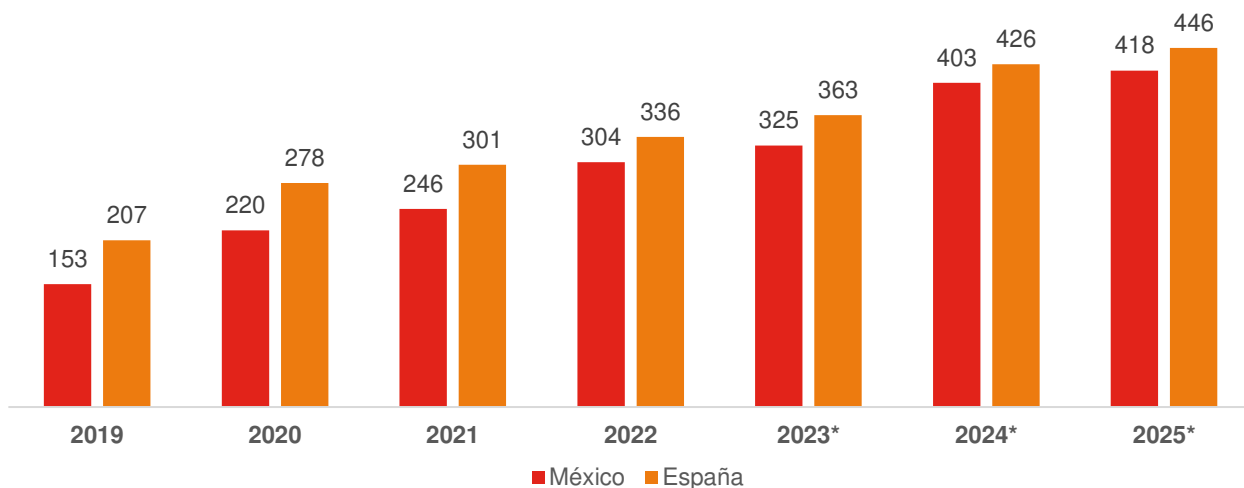
⁶ Promusicae, 2023.

⁷ IFPI, 2022. "Engaging with Music". Recuperado de: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/11/Engaging-with-Music-2022_full-report-1.pdf

países sudamericanos (11,5 €) y centroamericanos (9,9 €). Sin embargo, esta cifra se ve claramente superada por las de países como España (42,6 €) y Estados Unidos (75,5 €)⁸.

INGRESOS DEL MERCADO DIGITAL DE MÚSICA EN MÉXICO Y ESPAÑA (2019 – 2025)

Cifras en millones de euros

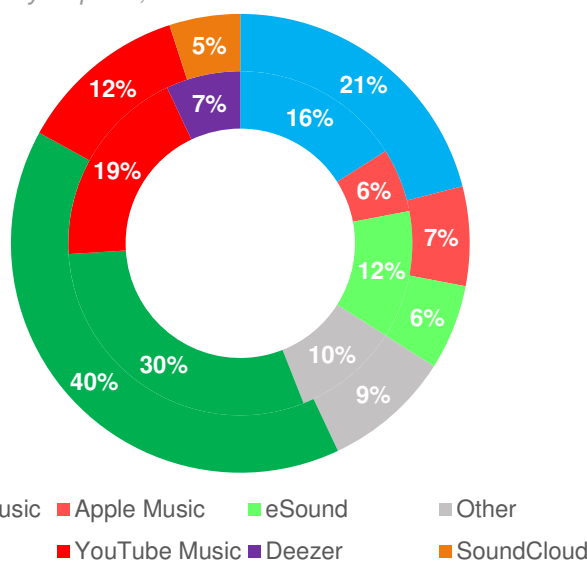


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Statista, 2023.

La mayor fuente de ingresos de la música grabada, tanto en España como en México, es el mercado del *streaming*. Se puede observar que las preferencias por estas plataformas, que ofrecen música por suscripción, es similar en ambos países, que tienen como líder destacado a **Spotify**. Es cierto, no obstante, que un mayor porcentaje de usuarios se decanta por Spotify en España, mientras que en México es más popular YouTube Music. Por su parte, Soundcloud apenas tiene presencia en México.

CUOTAS DE MERCADO POR PLATAFORMA DE STREAMING EN MÉXICO Y ESPAÑA 2022

México, círculo interior y España, círculo exterior



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Statista, 2023.

⁸ Statista, 2023. <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/>

La industria de la **música en vivo** se vio fuertemente afectada en los años más críticos de la pandemia de COVID-19. No obstante, en 2022 se produjo una recuperación global y la venta de entradas se estimó en 20.500 MUSD, cifras cercanas a las de 2019, y se prevé que 2023 cierre con cifras récord, llegando hasta los 33.800 MUSD⁹. En México no se cuenta con números aproximados en cuanto a venta de entrada e ingresos generados por este concepto, pero se puede asegurar que la tendencia es similar a la global. En 2021 se contabilizaron 135 eventos musicales en el país, siendo los principales promotores **Representaciones Apodaca, Zignia y Ocesa**¹⁰.

A raíz de la gran expectación generada por el retorno de la música en vivo, se ha producido un aumento del precio medio de las entradas para conciertos y festivales. México no es ajeno a esta tendencia y ha visto duplicar, e incluso triplicar, los precios de esta clase de eventos¹¹.

B.3. Principales actores

En México, la iniciativa privada tiene mayor influencia que los organismos públicos en el sector musical. A continuación, se detalla información sobre los principales organismos públicos, organismos privados y agentes de la industria musical en el país:

- **Organismos públicos:**

- **Secretaría de Cultura:** organismo oficial que se ocupa de realizar los planes, programas y proyectos vinculados a la divulgación, expresión y apreciación de las bellas artes, la cultura y artes populares.
- **Escuela Superior de Música:** es una institución de prestigio perteneciente al Instituto Nacional de Bellas Artes, encargada de formar músicos profesionales de alto nivel.
- **Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA):** organismo que forma parte de Secretaría de Cultura y que proporciona becas y apoyo a artistas, músicos y compositores, lo que ayuda a impulsar el desarrollo de la música en México.
- **Universidad de Guadalajara:** esta institución es muy activa en el ámbito cultural y cuenta con una Coordinación General de Extensión y Difusión Cultural que realiza tareas de promoción musical en el país.

- **Organismo público español:**

- **Centro Cultural de España en México:** espacio cultural ubicado en el corazón del centro histórico de la Ciudad de México que forma parte de la Red de Centros Culturales de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Cuenta con una amplia oferta de actividades musicales que acercan la música española al público mexicano.

- **Organismos privados:**

- **Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON):** es una organización que representa a la industria de la música en México. Su objetivo principal es defender los intereses de las compañías discográficas y productoras de música en México.
- **Sociedad de Autores y Compositores de México (SACM):** es una sociedad de gestión colectiva sin ánimo de lucro que representa a compositores, letristas y editores de música en México. Su labor principal es la gestión de los derechos de autor en el ámbito de la música.
- **Música México:** es una iniciativa de trabajo colectivo e independiente de varias empresas, instituciones y personalidades cuyo motor e inspiración es la música. Su misión es fortalecer la industria musical en México.
- **FIMpro:** son los promotores de la Feria Internacional de la Música de Guadalajara (FIM GDL). También, actúan como ecosistema para el encuentro de agentes relevantes de la industria musical de Latinoamérica.

⁹ Statista, 2023. Recuperado de: <https://es.statista.com/grafico/30292/valor-bruto-de-la-mercancia-de-la-venta-online-mundial-de-entradas-para-eventos-musicales/>

¹⁰ Música México, 2022.

¹¹ N+ México, 2023. Recuperado de: <https://www.nmas.com.mx/entretenimiento/boletos-de-conciertos-aumentan-precio-en-todo-el-mundo-fans-asisten/>



- **MMF México:** el Foro de *Managers* Musicales de México es miembro del IMMF¹² y se encarga de generar reflexión estratégica, compartir buenas prácticas y llevar a cabo mejores negociaciones para el sector, en especial para los artistas.
- **Agentes privados:**
 - **Discográficas:** desempeñan un papel fundamental en la carrera de un artista al proporcionar varios de los siguientes servicios y funciones clave: desarrollo de carrera, promoción y *marketing*, producción y grabación, distribución o manejo de derechos.
 - **Agregadoras:** una distribuidora digital o plataforma que ayuda a los artistas a poner su música en servicios de *streaming* y tiendas en línea. Estas agregadoras actúan como intermediarios entre los artistas independientes y las plataformas de distribución de música.
 - **Managers:** son profesionales encargados de gestionar y coordinar diversos aspectos de la carrera de un artista. Algunas de las responsabilidades del *manager* pueden ser: la gestión de contratos, el desarrollo de carrera, la planificación de giras, las relaciones institucionales y públicas, la presencia en redes sociales y prensa y el manejo de presupuestos.
 - **Promotoras de música en directo:** son compañías especializadas en organizar y promover actuaciones musicales en vivo. Algunas de las principales funciones de estas empresas son: la contratación de artistas y grupos, la reserva de locales y espacios, la planificación logística, el *marketing* y promoción del evento, la venta de entradas, la negociación de patrocinios y la atención al cliente.
 - **Editoriales:** se ocupan de la administración de los derechos de autor de las composiciones musicales. A diferencia de las discográficas, que se centran en la grabación y producción de la música, las editoriales se dedican a la protección y explotación de los derechos de autor asociados con las composiciones musicales.
 - **Do it yourself:** no se trata de un agente como tal, sino que hace referencia a la filosofía y práctica de realizar actividades de manera independiente, sin depender de la participación de terceros como sellos discográficos, agentes u otras instituciones tradicionales de la industria musical.

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La existencia de una amplia oferta española en el sector musical en México es el resultado del intercambio cultural entre ambos países y contribuye a la diversidad y riqueza de la escena musical en México. Los artistas españoles continúan siendo populares y respetados en México, lo que crea oportunidades para la colaboración y el enriquecimiento mutuo en el ámbito musical.

El mercado mexicano fue en 2022 el segundo destino más importante de las exportaciones de música grabada española (18,7 %), tan sólo por detrás de Estados Unidos¹³. No obstante, cabe señalar que la música producida por artistas españoles únicamente representa alrededor del 2 % del total de música en español escuchada en el mundo¹⁴.

En la actualidad, algunos artistas españoles se sitúan entre los más destacados en México según varias de las plataformas de música en *streaming*, como por ejemplo Rosalía, Quevedo, Rels B y C. Tangana. No obstante, la música española de los años 70, 80 y 90 tuvo una fuerte influencia en el ecosistema musical mexicano. Es por ello por lo que son muy populares en el país azteca artistas y grupos españoles como Joaquín Sabina, Julio Iglesias, Miguel Bosé, Rocío Dúrcal, Raphael, Hombres G, Mecano o Alejandro Sanz.

D. TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES

Desde hace más de una década el tipo de música con mayor penetración en México, independientemente de los subgéneros regionales mexicanos, es el reggaetón. Sin embargo, el éxito de este género musical ha tenido como epicentro países como Puerto Rico o Colombia. Hoy en día, el trap argentino y el corrido mexicano son las mayores nuevas tendencias de música en español a escala mundial.

¹² International Music Managers Forum.

¹³ Promusicae, 2023.

¹⁴ Sony Music, 2023.

En cuanto a las oportunidades que presenta el mercado mexicano, las colaboraciones son una forma interesante para ganar relevancia entre el público mexicano. Además, existen muchos y diversos festivales de música en el país de gran alcance como el [Vive Latino](#) o los Festivales Tecate. No obstante, cabe señalar la dificultad del mercado mexicano, el cual cuenta con una amplia variedad de artistas nacionales que acaparan gran parte de la audiencia.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. *Journey* del artista español

En este subapartado se explica cuál es el llamado *journey* más habitual del artista español para triunfar en México. No obstante, la industria musical es un sector muy complejo, por lo que cada artista suele trazar su propio camino según sus características.

En primer lugar, lo más usual es que el músico español tenga **éxito en España** antes de plantearse emprender su carrera musical en México. La notoriedad en su país de origen suele tener, en mayor o menor medida, cierta repercusión en los países de América Latina. En este aspecto, es relevante tener en cuenta las **métricas** más relevantes del artista en **cada uno de los países de la región** y tratar cada uno **de forma individual** mediante una estrategia adaptada a ese país.

En muchas ocasiones, México es visto como un buen país para iniciar la andadura en América debido al tamaño de su mercado, pero no siempre es el mejor primer paso debido a su complejidad y la madurez de su sector musical nacional. Por ello, las estadísticas de redes sociales y plataformas de *streaming* pueden ser un buen indicativo para valorar qué país latinoamericano es más interesante para un artista u otro.

Una vez seleccionada la estrategia de entrada en la región, se debería empezar por crear una comunidad de *fans* en el país. Las **redes sociales** son un eje fundamental a la hora de establecer una comunidad en México, donde Instagram y TikTok son las principales plataformas utilizadas para conectar con la audiencia. De forma complementaria, los artistas suelen tener presencia en el mercado mediante la **asistencia a eventos** relevantes en la sociedad mexicana. Las **colaboraciones con artistas locales** suelen ser otra manera de uso frecuente para llegar al público mexicano. Algunos ejemplos de esta práctica son las colaboraciones de C. Tangana y Leiva con varios artistas mexicanos y mexicanas.

Ambas estrategias deben de utilizarse adaptándose a las características de cada artista, sin desvirtuarse su forma de ser. Además, se recomienda **ser constante** en este tipo de actividades, ya que acciones puntuales y muy espaciadas en el tiempo pueden no ser suficientes en un mercado tan competitivo como el mexicano.

Cabe destacar asimismo la existencia del Centro Cultural de España en México. Se trata de un espacio cultural ubicado en el corazón del centro histórico de la Ciudad de México, que forma parte de la Red de Centros Culturales de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. El Centro cuenta con una amplia oferta de actividades musicales que realizan durante todo el año y que da a conocer a la sociedad mexicana a artistas musicales españoles

E.2. Legislación aplicable y otros requisitos

El mercado mexicano de la música está bien protegido por la legislación implementada en las últimas dos décadas, por lo que se puede considerar como un mercado robusto.

E.2.1. Derechos de autor

La [Ley Federal del Derecho de Autor \(LFDA\)](#) es la ley principal que regula los derechos de autor en México. En este aspecto, cabe señalar que la Dirección de Licencias y Recaudación implementa en México un riguroso sistema para los pagos por derechos de autor que se basa en la prestación de servicios profesionales. Los [representantes de la SACM](#) (Sociedad de Autores y Compositores de México) son quienes, con el poder notarial válido, pueden intervenir



en asuntos legales y cobros. Antes de iniciar cualquier negociación de contratación, será solicitada la documentación correspondiente para su verificación. Esta estructura funciona tanto a nivel regional como nacional.

En México, los artistas son el cuarto sector que en mayor medida sufre la piratería (15 %) y dos tercios de la población desconoce el significado del término propiedad intelectual¹⁵.

E.2.2. Radiodifusión y difusión cultural

Ambos elementos se encuentran regulados mediante la **Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en México (LFTR)** que se encarga de promover la competencia en la industria y garantizar un acceso equitativo a las telecomunicaciones y los servicios de radiodifusión. Esta Ley supuso la creación del **Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)** como el órgano regulador del sector en aspectos como la neutralidad de la red, el acceso universal o la defensa de la competencia.

F. FERIAS Y EVENTOS DEL SECTOR

México destaca por la intensa actividad cultural que presenta y muchos actos se desarrollan en forma de festivales. Un 20 % de estos festivales corresponden al ámbito musical y las regiones con mayor actividad son Ciudad de México, Jalisco y Michoacán.

Entre los festivales y eventos más destacados en México, encontramos:

- [Festival Internacional Cervantino](#) (Guanajuato): evento cultural de renombre que se celebra anualmente en la ciudad de Guanajuato. Durante las semanas que dura el festival, Guanajuato se convierte en un escenario para artistas y grupos de todo el mundo, ofreciendo presentaciones en teatros, plazas públicas y otros lugares emblemáticos de la ciudad. El FIC ha crecido a lo largo de los años y se ha convertido en uno de los festivales culturales más importantes de América Latina.
- [Festival Vive Latino](#) (Ciudad de México): es uno de los festivales de música más grandes y reconocidos de América Latina, y ha ganado renombre por presentar una amplia variedad de géneros musicales, con un enfoque particular en la música en español. El evento proporciona una plataforma para artistas emergentes, así como para músicos consolidados y reconocidos en la escena latinoamericana e internacional.
- [Festival Internacional de Música Cancún](#): este festival con 10 años de trayectoria se centra en el segmento de música más clásica con orquestas, bandas sinfónicas y música acústica.
- [Feria de San Marcos](#) (Aguascalientes): es una de las ferias más antiguas y grandes de México, con una rica tradición que se remonta al siglo XIX, combinando elementos religiosos, culturales, y de entretenimiento. En esta feria se realizan presentaciones artísticas, conciertos, teatro y eventos culturales diversos.
- [FIM Guadalajara](#): se trata de un lugar de encuentro y reflexión dedicado a la industria musical en México, donde artistas, promotores, *managers*, productores, estudiantes y expertos de diversas áreas se congregan para compartir conocimientos y experiencias. Este evento no sólo fomenta el intercambio de ideas, sino que también propicia la creación de vínculos profesionales y el descubrimiento de estrategias que faciliten el fortalecimiento de las carreras artísticas.
- **Festivales Tecate**: se trata de un conjunto de festivales promovidos por la compañía cervecera Tecate. Se celebran por todo el país: Puebla, Guadalajara, Monterrey o Ciudad Juárez, entre otros lugares.
- [Sounds From Spain](#): plataforma de apoyo a la internacionalización de la Industria Musical Española que organiza de forma habitual eventos de promoción y apoyo en México como jornadas técnicas y *showcases*.

G. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Música México – [Reporte Música México Industria 2022](#)
- IFPI – [Global Music Report 2023](#)
- PROMUSICAE - [Web](#)

¹⁵ BGC, 2020. "Estudio Nacional sobre Hábitos de Consumo de Piratería". Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/823728/Encuesta_Habitos_consumo_de_pirateria_a_2022.pdf

H. CONTACTO

La **Oficina Económica y Comercial de España en Ciudad de México** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **México**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de México, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

Av. Presidente Masaryk 473
Polanco
Ciudad de México 11530 – México
Teléfono: +52 55 9138 6040
Email: mexico@comercio.mineco.es
<http://mexico.oficinascomerciales.es>

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR

Javier Samper Hernández

Oficina Económica y Comercial
de España en Ciudad de México
Buzón oficial de la Oficina: mexico@comercio.mineco.es
Fecha: 17/11/2023

NIPO: 114-23-013-7

www.icex.es



FICHAS SECTOR MÉXICO



ICEX España
Exportación
e Inversiones