

EPIGRAFE 4. COMUNICACIÓN PÚBLICA DE FONOGRAMAS EN LOS SERVICIOS DE AMBIENTACIÓN MUSICAL PERSONALIZADOS SIN DESCARGA (STREAMING).

1. A los efectos de estas tarifas se tendrán en cuenta la siguiente definición:

Empresa usuaria: se entenderá por empresa usuaria la persona natural o jurídica que explota y administra el servicio objeto de este epígrafe, de modo que es responsable de decidir la selección y retirada de los contenidos que se ofrecen.
2. Las tarifas incluidas en este epígrafe facultan a la empresa usuaria a realizar las siguientes operaciones con fonogramas en concepto de comunicación pública:

Transmisión de fonogramas mediante “*streaming*” (sin descarga de archivos), destinada exclusivamente al servicio de ambientación musical personalizado ofrecido por la empresa usuaria a sus clientes, realizada través de redes digitales, tipo Internet, y sin posibilidad de la realización de una reproducción de los fonogramas que pueda ser utilizada después de la cesación de la transmisión.
3. La empresa usuaria no estará facultada para realizar ninguna de las siguientes operaciones:
 - a) utilización publicitaria de los fonogramas, salvo aquellos respecto de los cuales haya sido autorizada expresamente tal utilización por sus titulares.
 - b) La puesta a disposición del público mediante streaming de fonogramas contenidos en la programación de la empresa usuaria, de forma que los usuarios del servicio puedan acceder en línea a los fonogramas o programas que deseen desde el lugar y en el momento que cada uno elija.
 - c) La descarga de fonogramas utilizados por la empresa usuaria en su programación, por parte de los usuarios del servicio.
 - d) La utilización en sus transmisiones de copias de fonogramas realizadas por un tercero que no se encuentre debidamente autorizado.
 - e) la comunicación pública de fonogramas en lugares tales como salas de fiesta, discotecas, tablaos flamencos, salas de variedades y establecimientos de análoga naturaleza, en los que la utilización de los fonogramas tenga carácter de principal para la explotación del negocio, así como a salones de bodas y cualquier otro tipo de establecimiento cuando la finalidad sea la celebración de bailes, excepto que el servicio de la empresa usuaria se utilice exclusivamente para ambientación en áreas tales como la entrada, el guardarropa, los servicios, etc., y no, por tanto, para la explotación principal del negocio.
4. Quedan excluidos de este epígrafe los actos de comunicación pública que realicen los clientes del servicio de la empresa usuaria, los cuales estarán sujetos a la tarifa establecida en su epígrafe correspondiente.

5. El importe de las tarifas correspondientes a este epígrafe¹, en concepto de derechos de comunicación pública, es el 14,79 por ciento (correspondiendo a AGEDI el 7,54 por ciento y a AIE el 7,25 por ciento) sobre el importe total de los ingresos brutos que obtenga mensualmente la empresa usuaria por el servicio prestado.

En el supuesto de que el servicio incluya el alquiler de un terminal propiedad de la empresa usuaria, ésta se podrá deducir los gastos de amortización, mantenimiento y conservación, según la valoración que se efectúe previa justificación por la empresa usuaria, con el límite de un 28% del total de los ingresos del servicio.

En el supuesto de que el terminal sea propiedad del cliente, la empresa usuaria podrá deducir los gastos de mantenimiento y conservación, si dichas actividades formasen parte del servicio que presta y según la valoración que se efectúe previa justificación por la empresa usuaria, con el límite de un 10% del total de los ingresos del servicio.

No obstante, dichas tarifas se implantarán gradualmente conforme al siguiente calendario:

<u>Derechos de Comunicación Pública</u>			
<u>AÑO</u>	<u>AGEDI</u>	<u>AIE</u>	<u>TOTAL</u>
2010	5,39%	5,18%	10,57%
2011	5,77%	5,54%	11,31%
2012	6,62%	6,36%	12,98%
2013	7,54%	7,25%	14,79%

6. Se entenderá por ingresos brutos, a efectos de aplicación de estas tarifas, la totalidad de los obtenidos por la empresa usuaria, sin deducción alguna, incluidos, a título de ejemplo, los procedentes de las cuotas de asociados o abonados, las subvenciones recibidas para el ejercicio de la actividad empresarial y los ingresos de publicidad (que incluirán todas sus formas, entre ellas publi-información, bartering, promoción, patrocinio y/o sponsorización de productos o servicios, banners, publicidad in stream, etc.). No tendrán la consideración de ingresos, a efectos de la aplicación de las correspondientes tarifas, los financieros ni los provenientes de la venta o cesión de programas.

En todo caso, se considerarán ingresos:

- Los que, correspondiendo a gestión de la emisora, figuren o sean compensados en las cuentas de otras entidades.
- En relación con las subvenciones, toda forma de financiación -cualquiera que sea su origen, naturaleza o denominación-, incluidas las aportaciones de capital, distinta de los ingresos publicitarios y cuotas de asociados o abonados, que esté

1. Sin perjuicio de la tarifa de AGEDI para la reproducción instrumental de Fonogramas, que en este supuesto de uso se debe considerar inseparable, y que asciende al 2,20%.

destinada a, o tenga el efecto de, asegurar una rentabilidad mínima o bien compensar o paliar el déficit de explotación de la empresa usuaria. Si dichas cantidades cubrieran déficits de ejercicios anteriores, se incluirán en su totalidad en la anualidad en que se produzca el ingreso; en el caso de que la cobertura se difiera a ejercicios posteriores, se computará como ingreso del ejercicio la parte de déficit que corresponda a dicho periodo.

- c) Los gastos que, correspondiendo a la empresa usuaria de conformidad con los principios y normas contables generalmente aceptados, sean asumidos por otras entidades.

Respecto a los ingresos publicitarios, se entenderá por tales el importe total de las cantidades que abonen o se obliguen a pagar los anunciantes, con o sin interposición de agencias. En el caso de publicidad que no se satisfaga mediante contraprestación dineraria, los ingresos correspondientes a estos espacios se calcularán aplicando a los mismos la tarifa más generalmente practicada por la empresa usuaria a los anunciantes o agencias por la emisión de espacios de características análogas.

7. Las anteriores tarifas son de aplicación respecto de los oyentes situados en el territorio español.
8. Las tarifas de tanto alzado previstas en el número 8 que antecede se revisarán anualmente conforme al IPC general nacional, de acuerdo con lo previsto en el Preámbulo de estas Tarifas Generales.

EPIGRAFE 5. COMUNICACIÓN PÚBLICA DE FONOGRAMAS EN LOS SERVICIOS DE AMBIENTACIÓN MUSICAL PERSONALIZADOS CON DESCARGA.

1. A los efectos de estas tarifas se tendrán en cuenta la siguiente definición:

Empresa usuaria: se entenderá por empresa usuaria la persona natural o jurídica que explota y administra el servicio objeto de este epígrafe, de modo que es responsable de decidir la selección y retirada de los contenidos que se ofrecen.
2. Las tarifas incluidas en este epígrafe facultan a la empresa usuaria a realizar las siguientes operaciones con fonogramas en concepto de comunicación pública:

Transmisión de fonogramas mediante envío o descarga de archivos, destinada exclusivamente al servicio de ambientación musical personalizado ofrecido por la empresa usuaria a sus clientes, realizada través de redes digitales, tipo Internet, y sin posibilidad de la realización de una reproducción de los fonogramas que pueda ser utilizada después de la cesación de la transmisión.
3. La empresa usuaria no estará facultada para realizar ninguna de las siguientes operaciones:
 - a) utilización publicitaria de los fonogramas, salvo aquellos respecto de los cuales haya sido autorizada expresamente tal utilización por sus titulares.
 - b) La puesta a disposición del público mediante streaming de fonogramas contenidos en la programación de la empresa usuaria, de forma que los usuarios del servicio puedan acceder en línea a los fonogramas o programas que deseen desde el lugar y en el momento que cada uno elija.
 - c) La descarga de fonogramas utilizados por la empresa usuaria en su programación, por parte de los usuarios del servicio.
 - d) La utilización en sus transmisiones de copias de fonogramas realizadas por un tercero que no se encuentre debidamente autorizado.
 - e) La comunicación pública de fonogramas en lugares tales como salas de fiesta, discotecas, tablaos flamencos, salas de variedades y establecimientos de análoga naturaleza, en los que la utilización de los fonogramas tenga carácter de principal para la explotación del negocio, así como a salones de bodas y cualquier otro tipo de establecimiento cuando la finalidad sea la celebración de bailes, excepto que el servicio de la empresa usuaria se utilice exclusivamente para ambientación en áreas tales como la entrada, el guardarropa, los servicios, etc., y no, por tanto, para la explotación principal del negocio.
4. Quedan excluidos de este epígrafe los actos de comunicación pública que realicen los clientes del servicio de la empresa usuaria, los cuales estarán sujetos a la tarifa establecida en su epígrafe correspondiente.

5. El importe de las tarifas correspondientes a este epígrafe², en concepto de derechos de comunicación pública, es el 1,99 por ciento (correspondiendo a AGEDI el 1,01 por ciento y a AIE el 0,98 por ciento) sobre el importe total de los ingresos brutos que obtenga mensualmente la empresa usuaria por el servicio prestado.

En el supuesto de que el servicio incluya el alquiler de un terminal propiedad de la empresa usuaria, ésta se podrá deducir los gastos de amortización, mantenimiento y conservación, según la valoración que se efectúe previa justificación por la empresa usuaria, con el límite de un 28% del total de los ingresos del servicio.

En el supuesto de que el terminal sea propiedad del cliente, la empresa usuaria podrá deducir los gastos de mantenimiento y conservación, si dichas actividades formasen parte del servicio que presta y según la valoración que se efectúe previa justificación por la empresa usuaria, con el límite de un 10% del total de los ingresos del servicio.

No obstante, dichas tarifas se implantarán gradualmente conforme al siguiente calendario:

Derechos de Comunicación Pública

<u>AÑO</u>	<u>AGEDI</u>	<u>AIE</u>	<u>TOTAL</u>
2010	0,73%	0,70%	1,42%
2011	0,78%	0,75%	1,52%
2012	0,89%	0,86%	1,75%
2013	1,01%	0,98%	1,99%

6. Se entenderá por ingresos brutos, a efectos de aplicación de estas tarifas, la totalidad de los obtenidos por la empresa usuaria, sin deducción alguna, incluidos, a título de ejemplo, los procedentes de las cuotas de asociados o abonados, las subvenciones recibidas para el ejercicio de la actividad empresarial y los ingresos de publicidad (que incluirán todas sus formas, entre ellas publi-información, bartering, promoción, patrocinio y/o sponsorización de productos o servicios, banners, publicidad in stream, etc.). No tendrán la consideración de ingresos, a efectos de la aplicación de las correspondientes tarifas, los financieros ni los provenientes de la venta o cesión de programas.

En todo caso, se considerarán ingresos:

- a) Los que, correspondiendo a gestión de la emisora, figuren o sean compensados en las cuentas de otras entidades.
- b) En relación con las subvenciones, toda forma de financiación -cualquiera que sea su origen, naturaleza o denominación-, incluidas las aportaciones de capital, distinta de los ingresos publicitarios y cuotas de asociados o abonados, que esté

². Sin perjuicio de la tarifa de AGEDI para la reproducción instrumental de Fonogramas, que en este supuesto de uso se debe considerar inseparable, y que asciende al 15%.

destinada a, o tenga el efecto de, asegurar una rentabilidad mínima o bien compensar o paliar el déficit de explotación de la empresa usuaria. Si dichas cantidades cubrieran déficits de ejercicios anteriores, se incluirán en su totalidad en la anualidad en que se produzca el ingreso; en el caso de que la cobertura se difiera a ejercicios posteriores, se computará como ingreso del ejercicio la parte de déficit que corresponda a dicho periodo.

- c) Los gastos que, correspondiendo a la empresa usuaria de conformidad con los principios y normas contables generalmente aceptados, sean asumidos por otras entidades.

Respecto a los ingresos publicitarios, se entenderá por tales el importe total de las cantidades que abonen o se obliguen a pagar los anunciantes, con o sin interposición de agencias. En el caso de publicidad que no se satisfaga mediante contraprestación dineraria, los ingresos correspondientes a estos espacios se calcularán aplicando a los mismos la tarifa más generalmente practicada por la empresa usuaria a los anunciantes o agencias por la emisión de espacios de características análogas.

7. Las anteriores tarifas son de aplicación respecto de los oyentes situados en el territorio español.
8. Las tarifas de tanto alzado previstas en el número 8 que antecede se revisarán anualmente conforme al IPC general nacional, de acuerdo con lo previsto en el Preámbulo de estas Tarifas Generales.