

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGEN LA CONTRATACIÓN, MEDIANTE PROCEDIMIENTO ABIERTO ARMONIZADO, DEL SERVICIO DE ATENCIÓN A LOS USUARIOS, COMUNICACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS DEL PROGRAMA CULTURA JOVE, IMPULSADO POR EL DEPARTAMENTO DE CULTURA Y GESTIONADO POR EL INSTITUTO CATALÁN DE LAS EMPRESAS CULTURALES

Expediente núm.: ICEC-2026-614

ÍNDICE

1. Programa Cultura Jove.....	1
2. Funcionamiento de la plataforma	1
2.1. Usuarios jóvenes.....	1
2.2. Promotores culturales	1
3. Difusión del programa	2
3.1. Comunidad participativa	2
3.2. Canales y acciones de difusión actuales del programa	2
3.3. Canales de difusión:.....	2
3.4. Otras acciones:	3
4. Servicios que debe prestar la empresa adjudicataria:	3
4.1. Coordinación general del servicio.....	4
4.2. Servicios de atención a los usuarios:	4
4.3. Servicios de comunicación del programa:	5
4.4. Servicio de análisis de datos:	6
5. Medios humanos requeridos	6
5.1. Coordinación	7
5.2. Atención al cliente	7
5.3. Comunicación	8
5.4. Análisis de datos	8
ANEXO.....	9

1. Programa Cultura Jove

Cultura Jove es un programa impulsado por el Departamento de Cultura de la Generalitat y gestionado por el Instituto Catalán de las Empresas Culturales (en adelante, ICEC) para facilitar el acceso a la cultura a los jóvenes de 18 a 30 años mediante el ofrecimiento de entradas para eventos culturales celebrados en Cataluña a un precio reducido. Esta oferta se engloba dentro de una plataforma informativa y de compra de entradas que está abierta los 365 días del año. Además, dispone de una red colaborativa de comunicación y difusión con jóvenes prescriptores culturales.

Los eventos culturales actualmente ofrecidos a través del programa consisten en los espectáculos de artes escénicas (teatro, circo y danza), los festivales y ciclos de artes escénicas, y los conciertos, festivales y ciclos de música. El ICEC se reserva el derecho a ampliar la oferta a otros tipos de eventos culturales durante la vigencia del contrato objeto de licitación.

El enlace a la plataforma es el siguiente:

<https://www.culturajove.cat/>

La reducción del precio de las entradas se basa en un sistema de copago en el que los promotores reducen su precio, la Administración compensa a los promotores privados parte de la reducción y financia la programación de los promotores públicos, y los jóvenes adquieren las entradas al precio reducido.

La oferta escénica y musical profesional puede provenir de promotores privados o públicos que forman parte de Sistema Público de Equipamientos Escénicos y Musicales (SPEEM). La oferta es susceptible de ampliarse a otros sectores culturales.

Toda la oferta debe ser profesional y de pago.

2. Funcionamiento de la plataforma

2.1. Usuarios jóvenes

La plataforma web está abierta durante todo el año y los jóvenes de entre 18 y 30 años pueden registrarse con sus datos, consultar los espectáculos que se ofrecen en cualquier momento y adquirir una entrada (limitado a una entrada por evento). Actualmente cuenta con 86.600 jóvenes registrados.

El propio usuario gestiona su alta y la modificación de sus datos personales.

La baja del usuario se produce de forma automática al llegar a los 30 años de edad. La baja, a petición del usuario, antes de llegar a esa edad la gestiona el administrador de la plataforma.

2.2. Promotores culturales

La oferta cultural puede provenir de promotores privados o públicos que forman parte de Sistema Público de Equipamientos Escénicos y Musicales (SPEEM).

Los promotores privados pueden optar a una subvención que gestiona el ICEC para contribuir a la reducción del precio de entrada. Actualmente, dispone de 109 promotores y 169 equipamientos aproximadamente. Los promotores públicos y privados (teatros, salas, festivales, ciclos y agentes culturales, etc.) se pueden registrar en la plataforma mediante un formulario.

El órgano gestor del ICEC (Área de Públicos) aprueba cada registro y, una vez aprobado, el promotor puede publicar sus espectáculos en la plataforma.
El promotor gestiona la modificación de sus datos, si procede.

El promotor decide la continuidad de su adhesión a la plataforma cada temporada.

La plataforma se compone de:

1. **Entorno público para usuarios jóvenes** www.culturajove.cat, a través del cual los jóvenes se dan de alta en el programa.
2. **Entorno privado para promotores y administradores** www.promotors.culturajove.cat a través del cual los promotores se dan de alta en el programa y el administrador de la plataforma la gestiona.

3. Difusión del programa

3.1. Comunidad participativa

Cultura Jove dispone de una comunidad participativa de difusión y prescripción formada por los jóvenes y promotores registrados, los prescriptores culturales y las diferentes entidades y departamentos de la Generalitat de Catalunya relacionados con el programa.

3.2. Canales y acciones de difusión actuales del programa

- Web oficial, *newsletter*, WhatsApp y redes sociales
- Prescriptores culturales
 - Se trata de jóvenes de 18 a 30 años registrados en el programa y seleccionados por el ICEC y la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) a través de concursos abiertos a los jóvenes inscritos en la plataforma Cultura Jove, que presentan propuestas creativas que conecten con el público joven y actúan como prescriptores culturales, estableciendo enlaces con los diferentes promotores y medios de comunicación.
 - Comunican, difunden y prescriben, a través de medios de radiodifusión y redes sociales vinculadas al programa, contenidos en formato de videopódcast, *reel*, etc. Establecen vínculos entre la comunidad joven y la oferta cultural fomentando la participación, la creación de comunidad participativa y el interés por los eventos disponibles en Cultura Jove.

3.3. Canales de difusión:

- Videopódcast semanal ***El Camerino de Cultura Jove*** con dos presentadores que también hacen prescripción en Instagram y una colaboración quincenal en el Programa ***Loft*** de iCat.
<https://www.youtube.com/@culturajove> y canal 3Cat

- Colaboración semanal de una prescriptora en una sección de Cultura Jove dentro del programa **Els Experts** de iCat.
<https://www.3cat.cat/3cat/els-experts/> con prescripción en Instagram.
- Prescriptora de TikTok de @gencat
<https://www.tiktok.com/@gencat> y también en Instagram.
- X: Cultura Jove (@CulturaJove_cat) / Instagram
https://www.instagram.com/culturajove_cat/

3.4. Otras acciones:

- Campañas publicitarias y de influenciadores.

Cifras relacionadas con las acciones de prescripción llevadas a cabo durante el año 2025:

Web	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Número de <i>posts</i> publicados en el apartado de noticias: 100 aprox. ▪ Páginas visualizadas: 1.700.000 ▪ Tiempo medio de estancia en la página: 2 minutos
Newsletters	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 200 aprox. segmentadas
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguidores: más de 15.000. ▪ Número de <i>posts</i> y <i>reels</i> publicados: 500 aprox. ▪ Número de <i>stories</i>: 1.000 aprox.
X	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seguidores: 2.200 aprox. ▪ Número de tuits publicados: 100 aprox.
YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suscripciones: 1.200 aprox. ▪ Vídeos publicados (<i>El Camerino de Cultura Jove</i>): 40 capítulos + 100 <i>shorts</i> aprox.

4. Servicios que debe prestar la empresa adjudicataria:

No se especifica el número de personas que adscribir a este contrato ni el tiempo de dedicación, puesto que es responsabilidad de la empresa adjudicataria organizar el servicio de forma que se cumplan los objetivos establecidos en el pliego, de acuerdo con el contenido, las condiciones y el calendario previsto.

La empresa adjudicataria es responsable de proveer al personal adscrito a la prestación de los servicios los equipos técnicos necesarios para la prestación del servicio (móviles y ordenadores), y proveer a los prescriptores (hasta un máximo de 7) de móviles para grabar —sin tarjeta— dotados de los softwares necesarios para la prestación del servicio prevista en este pliego. La empresa adjudicataria es responsable de ejecutar las tareas descritas en el pliego de acuerdo con unos estándares de calidad lingüística equivalente, al menos, a un nivel C1 de catalán.

La empresa adjudicataria debe prestar los siguientes servicios, los 365 días del año (vacaciones y festivos incluidos).

4.1. Coordinación general del servicio

La empresa adjudicataria será responsable de planificar el tiempo y los recursos necesarios para la correcta ejecución de este contrato, incluyendo la coordinación de los servicios descritos en este pliego: la atención a los usuarios (público joven y promotores) y la gestión que corresponda; apoyo en la captación y el mantenimiento de la oferta; el servicio de comunicación (incluyendo la definición de la estrategia global, la planificación y la calendarización de las actuaciones de comunicación) y el servicio de análisis de datos; la gestión del equipo de trabajo (tanto interno como externo —empresas subcontratadas, si las hubiera—); el establecimiento de objetivos anuales y la rendición de cuentas correspondiente, y la elaboración de propuestas de mejora del programa.

Se requiere una figura de coordinación, que será la responsable de las funciones y tareas anteriormente mencionadas, y también será la persona de enlace y con quien se reunirá semanalmente la persona titular de la dirección del Área de Públicos. Esta figura elaborará un informe mensual del cumplimiento del programa, de acuerdo con la planificación fijada.

4.2. Servicios de atención a los usuarios:

a) Gestión de usuarios jóvenes

- Alta manual de usuarios que no puedan registrarse personalmente en la plataforma (actualmente, los que no disponen de NIF).
- Baja manual de usuarios que lo soliciten expresamente antes de cumplir los 30 años.
- Bloqueo de cuentas por mala conducta del usuario; por indicación del Área de Públicos.
- Atender las peticiones y quejas recibidas a través de cualquier canal (actualmente, correo electrónico, WhatsApp y redes sociales asociadas al programa), los 365 días al año (como dudas de funcionamiento de la plataforma, problemas de acceso, registro o modificación de datos, problemas de compra, validación, devolución o cancelación de entradas, consultas sobre la normativa del programa, etc.).
- Crear y gestionar un registro de incidencias que incluya número de incidencia, fecha y hora de entrada, contacto de la persona que reporta la incidencia, tipo, tiempo de respuesta y tiempo de resolución. En caso de que la incidencia no se pueda resolver en un plazo máximo de 24 horas o que su resolución exceda las competencias asignadas a la empresa adjudicataria (como incidencias tecnológicas de la plataforma, etc.), debe trasladarse de manera inmediata al Área de Públicos. El Área de Públicos debe tener acceso libre en tiempo real al registro.
- Tareas análogas.

b) Gestión del entorno privado para promotores de la plataforma

- Validar que la oferta se ajusta a las condiciones del programa vigentes en cada momento (actualmente son las que constan en el anexo 1 de este pliego. En caso de modificación, el responsable del contrato lo comunicará a la empresa adjudicataria).
- Dar de alta los equipamientos o espacios de los promotores registrados (donde se celebran los eventos que ofrecen a través del programa) y vincularlos al promotor que los gestiona.
- Asistencia en la resolución de incidencias relacionadas con el espacio de promotores.
- Mapear la oferta cultural escénica y musical del territorio de Cataluña, con indicación de cuál está incluida en el programa y cuál no, y mantenerla actualizada (novedades y eventos que no se reeditan). Hacer prospección de posibles promotores, espacios y equipamientos culturales, públicos y privados, del territorio de Cataluña, que se dediquen a los ámbitos culturales incluidos en el programa y que todavía no se hayan adherido a él. Detectar los equipamientos y elaborar una ficha con indicación del tipo de actividad que desempeñan y los datos de contacto, y facilitarla al Área de Públicos. No incluye establecer contacto con los equipamientos, una tarea reservada al Área de Públicos.

4.3. Servicios de comunicación del programa:

a) Diseño de la estrategia global de comunicación del programa:

- Elaboración de un plan de comunicación que incluya el tipo de acciones y contenidos especialmente dirigidos a cada tipo de destinatario: jóvenes, promotores, medios de comunicación e instituciones colaboradoras, con el objetivo de incrementar el número de jóvenes y promotores inscritos, fidelizar la permanencia de los ya existentes e incrementar el volumen de venta y oferta de entradas a través del programa.

El plan de comunicación debe ser aprobado por la persona responsable del contrato.

b) Planificación y ejecución de las acciones de comunicación

- La empresa adjudicataria debe proponer un calendario editorial de las acciones de comunicación y difusión, así como de los contenidos y materiales comunicativos necesarios para llevar a cabo el objetivo de este contrato, tanto en lo que se refiere a la web propia del programa como a plataformas de terceros (redes sociales, colaboradores, etc.). Tanto el calendario como los contenidos y materiales deben ser aprobados por el Área de Públicos.
- La empresa adjudicataria debe proponer al Área de Públicos los contenidos concretos que debe elaborar (*newsletters*, piezas audiovisuales, videopódcasts, elementos gráficos como folletos, tarjetones, pósteres, opis, materiales publicitarios, carteles, vinilos, dossieres de presentación, recursos digitales para

redes, acciones participativas como sorteos, *meet and greet*, postfunciones, etc.). Corresponde al Área de Públicos aprobar los contenidos y diseños correspondientes y llevar a cabo la coordinación y realización de las acciones participativas.

Todos los contenidos deben ajustarse a la imagen corporativa del programa.

- La empresa también debe crear y publicar los contenidos de comunicación de acuerdo con la planificación establecida, incluyendo todas las tareas necesarias para hacerlo (diseño, *copys*, corrección, etc.). La empresa adjudicataria también debe coordinar la edición audiovisual de los contenidos del programa semanal *El Camerino de Cultura Jove* con la empresa contratada por el ICEC y debe editar las piezas cortas para redes de los prescriptores culturales contratados por el ICEC y publicar dichas piezas por el canal o medio previsto de acuerdo con el calendario aprobado.
- Además, la empresa se encargará de la gestión íntegra y de la dinamización de los canales digitales asociados a Cultura Jove, incluyendo la monitorización del comportamiento de los usuarios, la dinamización de la comunidad (jóvenes y promotores), el seguimiento de tendencias, lenguajes y formatos alineados con los hábitos de consumo del público joven y la propuesta de acciones, como el análisis del funcionamiento, para aportar mejoras.
- Gestión de entradas o acceso de los jóvenes prescriptores culturales contratados por el ICEC a los eventos y espacios, necesario para el desarrollo de las acciones de prescripción previstas (asistencia al evento, entrevistas, etc.). Tareas de enlace entre los promotores/equipamientos donde se llevan a cabo los eventos y los prescriptores, para facilitarles el acceso y la ejecución de las acciones previstas, con la supervisión de la persona responsable del contrato.
- En relación con las campañas de difusión o marketing de alcance nacional, la empresa adjudicataria se hará cargo de la conceptualización y coordinación, de la planificación estratégica de medios, del seguimiento de campaña y de la evaluación de resultados. No se ocupará de la ejecución.

4.4. Servicio de análisis de datos:

- Extraer y gestionar datos que permitan evaluar el funcionamiento del programa, incluyendo el rendimiento de las acciones comunicativas.
- Elaborar un informe global por temporada y un informe mensual consensuado con el Área de Públicos con datos relevantes de rendimiento del programa (usuarios y comportamiento, oferta, etc.).
- Hacer propuestas de mejora del programa y/o de las acciones de comunicación y de gestión de usuarios.

5. Medios humanos requeridos

A fin de llevar a cabo este servicio, se estima que la empresa adjudicataria debe adscribir al contrato, como mínimo, estos perfiles, sin perjuicio de cualquier otro perfil que la empresa

adjudicataria considere conveniente. El contenido de este apartado es orientativo, no obligatorio.

5.1. Coordinación

Para el servicio de coordinación general.

Tareas que desempeñar:

- Planificar y supervisar los recursos para la correcta ejecución del contrato.
- Coordinación de las tareas necesarias para prestar el servicio descrito.
- Gestión del equipo de trabajo.
- Establecimiento de los objetivos y rendición de cuentas (elaboración de informes sobre la planificación del trabajo y los resultados/tiempo dedicado, asistencia a reuniones, seguimiento de los indicadores clave del proyecto, etc.).
- Elaboración de propuestas de mejora.

Perfil:

- Titulación universitaria en Comunicación, Marketing, ADE o similares.
- Experiencia mínima de 5 años en la gestión de proyectos culturales.
- Nivel C1 de catalán.

5.2. Atención al cliente

Para el servicio de atención a los usuarios

Tareas que desempeñar:

- Gestión técnica de altas, bajas e incidencias de los usuarios jóvenes en la plataforma.
- Atención integral a usuarios jóvenes: gestión de consultas y facilitación de información, atención personalizada a reclamaciones, sugerencias y cambios.
- Creación y gestión de un registro de incidencias.
- Asistencia en el mantenimiento de la oferta de acuerdo con las condiciones de adhesión al programa.
- Asistencia en la resolución de incidencias de los agentes promotores.
- Velar por el cumplimiento por parte de los promotores de las condiciones establecidas en el programa.
- Mapear la oferta escénico-musical del territorio de Cataluña y hacer prospección de posibles promotores, espacios y equipamientos culturales con vistas a que se adhieran al programa.

Perfil:

- Ciclo formativo de grado superior en áreas administrativas, comunicativas o similares
- Experiencia mínima de 2 años en atención a usuarios/clientes, gestión de incidencias y/o asistencia técnica, o en prestación de servicios similares.
- Nivel C1 de catalán.

5.3. Comunicació

Para el servicio de comunicación

Tareas que desempeñar:

- Diseño de la estrategia global de comunicación del programa.
- Planificación y ejecución de las acciones de comunicación.
- Creación de contenidos (diseño gráfico, textos, corrección, edición audiovisual, etc.) para la difusión en línea y fuera de línea del programa.
- Gestión integral y dinamización de los canales de comunicación del programa.
- Gestión de la comunidad en línea del programa.
- Analítica de redes sociales y web.
- Planificación de campañas de marketing en línea y fuera de línea, coordinación de campañas y evaluación de resultados.
- Tareas de enlace entre prescriptores del programa y equipamientos adheridos.

Perfil:

- Grado en Comunicación y/o Marketing o similares.
- Experiencia mínima de 3 años como gestor de comunidades.
- Nivel C2 de catalán.
- Conocimiento de plataformas y herramientas de gestión de redes sociales.
- Conocimiento de programas de diseño gráfico y de edición de contenidos.

5.4. Análisis de datos

Servicio de análisis de datos

Tareas que desempeñar:

- Implementación y evaluación de indicadores y métricas de seguimiento del programa.
- Analítica de los resultados de las acciones de comunicación.
- Extracción de datos y elaboración de informes mensuales y anuales / cuadros de mando para los responsables del programa orientados a la toma de decisiones estratégicas sobre el programa.
- Elaboración de propuestas de mejora del programa en función del análisis de los datos disponibles.

Perfil:

- Grado en Matemáticas, Estadística, ADE o similares.
- Experiencia mínima de 5 años en analítica de datos.
- Conocimiento de herramientas de analítica web, de redes sociales y de marketing en línea.
- Nivel C1 de catalán.

ANEXO

TIPO DE EVENTOS CULTURALES INCLUIDOS EN EL PROGRAMA CULTURA JOVE

Las siguientes condiciones son las vigentes en el momento de la presente licitación. El ICEC se reserva el derecho a modificarlas en cualquier momento durante la vigencia del contrato y se obliga a comunicar a la empresa adjudicataria, de manera inmediata a su entrada en vigor, los cambios que puedan afectar a la prestación de los servicios objeto de contratación.

Forman parte de la oferta accesible a través del programa Cultura Jove los espectáculos de artes escénicas (teatro, circo y danza), los festivales o ciclos de artes escénicas y los conciertos, festivales o ciclos de música. El ICEC se reserva el derecho a ampliar la oferta a otros tipos de eventos culturales durante la vigencia del contrato objeto de licitación.

A efectos de estos pliegos, se entiende por *festival* o *ciclo de música* el evento musical que reúne bajo un cartel unificado común diversos conciertos de diversos artistas, programados bajo una misma dirección artística y con una línea programática definida, concentrados en un periodo de tiempo determinado y organizados por una misma entidad promotora. El ciclo suele desarrollarse a lo largo de un periodo más prolongado que el festival.

No se consideran festivales ni ciclos de música los conciertos puntuales o aislados, aunque formen parte de una temporada estable.

Quedan excluidos del programa Cultura Jove los siguientes eventos culturales:

- Los que formen parte del programa de la fiesta mayor de los municipios o núcleos de población.
- Los concebidos o destinados al baile del público (orquestas de baile y bailes de sardanas, entre otros).
- Los que no sean de carácter profesional.
- Los conciertos en los que exclusiva o mayoritariamente se interpreten versiones (*cover bands*) y los conciertos exclusiva o mayoritariamente de tributo. Se entienden por conciertos tributo los que hacen las formaciones musicales en vivo y que interpretan las obras de otros grupos con gran proyección o penetración en los medios de comunicación y difusión. En cuanto al sonido y a la imagen, se caracterizan por disponer de una ficha artística y una puesta en escena que recuerdan con la máxima fidelidad al grupo al que hacen homenaje.
- Los que se lleven a cabo en el marco de cursos o concursos y los de alumnado y profesorado.
- Las sesiones de *disc-jockeys* que actúen con anterioridad o posterioridad a los conciertos, las sesiones habituales de discoteca en la sala y las sesiones de *disc-jockeys* en las que no interpreten obras propias en directo durante la sesión.
- Los conciertos destinados a la participación del público en el escenario, como el karaoke.
- Las sesiones que tengan establecido un precio de entrada que incluya consumición/es.

MODALIDADES DE ADHESIÓN DE LOS PROMOTORES A LA PLATAFORMA

(estas modalidades y los precios de las entradas son susceptibles de ser modificados por el ICEC)

Los promotores pueden darse de alta en la plataforma www.promotors.culturajove.cat

bajo las siguientes modalidades:

Modalidad 1 - toda la programación: cuando el promotor ofrece a través de la plataforma Cultura Jove toda su programación, a los precios establecidos por el ICEC.

Modalidad 2 - parte de la programación: cuando el promotor ofrece a través de la plataforma Cultura Jove parte de su programación, a los precios establecidos por el ICEC.

Precio de venta de las entradas:

- Espectáculos de artes escénicas / festivales o ciclos de artes escénicas /conciertos: entre 10 y 45 €.
- Festivales o ciclos de música: entre 10 y 90 €.

Los promotores deben escoger una de las dos modalidades mediante el formulario de adhesión al programa Cultura Jove y no pueden modificarla durante el periodo que indica la plataforma.

Los promotores deben ofrecer, mediante la plataforma Cultura Jove, el siguiente número de entradas, según la modalidad escogida.

- Para la modalidad 1 (toda la programación): el promotor ofrecerá un número de entradas de precio entre 10 y 45 € que represente, al menos, el 2% del aforo para cada sesión, de toda la programación correspondiente al periodo que indique la convocatoria, con un mínimo de 2 entradas por sesión cuando el aforo sea inferior a 100 personas.
- Para la modalidad 2 (parte de la programación): el promotor ofrecerá el número de entradas de precio entre 10 y 45 € que considere conveniente con relación con los eventos de la programación que elija.

En las dos modalidades anteriores, el promotor podrá optar por ofrecer, además, entradas con precios superiores a 45 € de los eventos culturales que elija, en el número mínimo que se indica a continuación, conforme al aforo:

Espectáculos de artes escénicas (teatro, circo y danza):

Aforo de hasta 500 personas: 20 entradas por sesión.
Aforo de 501 a 1.000 personas: 50 entradas por sesión.
Aforo superior a 1.000 personas: 80 entradas por sesión.

Conciertos:

Aforo de hasta 500 personas: 20 entradas por concierto.
Aforo de 501 a 1.000 personas: 50 entradas por concierto.
Aforo de 1.001 a 3.000 personas: 120 entradas por concierto.
Aforo superior a 3.000 personas: 200 entradas por concierto.

Festivales y ciclos (de música y artes escénicas):

Aforo de hasta 500 personas: 20 entradas de un día.
Aforo de 501 a 1.000 personas: 50 entradas de un día.
Aforo de 1.001 a 3.000 personas: 120 entradas de un día.

Aforo superior a 3.000 personas: 200 entradas de un día.
Abono para más de un día del festival o ciclo (de música y artes escénicas):
Aforo de hasta 2.000 personas: 50 abonos.
Aforo de 2.001 a 5.000 personas: 75 abonos.
Aforo superior a 5.000 personas: 150 abonos.

A efectos de estas bases, se entiende por *precio* el de venta al público, con el IVA incluido.

El compromiso de oferta que corresponde a la modalidad elegida debe mantenerse durante todo el periodo al que hace referencia la convocatoria, aunque a la persona beneficiaria le haya sido otorgado el tope máximo de cuantía subvencionable por convocatoria antes de la finalización del mencionado periodo.

Las entradas cuyo sistema de venta no esté integrado en la plataforma Cultura Jove, si no se han vendido antes de las 48 horas previas al inicio del evento, quedarán liberadas del compromiso de este apartado y podrán ser vendidas por el promotor al margen de la plataforma.