
Casos

de Marketing Público y No Lucrativo

XV Congreso Internacional de Casos Docentes en Marketing Público
y No Lucrativo

Vol 11(1), pp: 11-21

ISSN: 2530-3422 casos-aimpn.org

de Marketing Público e Não Lucrativo

EL BONO CULTURAL JOVEN Y SU INFLUENCIA EN LA PARTICIPACIÓN CULTURAL EN ESPAÑA

José Luis Vázquez Burguete

jose-luis.vazquez@unileon.es

<https://orcid>

Universidad de León, España

Mario Fuertes Cabello

mfuerc01@estudiantes.unileon.es

Celia García Pérez

cgarcp15@estudiantes.unileon.es

Laura Ponte Díaz

lpontd00@estudiantes.unileon.es

Resumen:

El Bono Cultural Joven es una iniciativa del gobierno de España, específicamente del Ministerio de Cultura y Deporte, lanzada después de la pandemia para fomentar el consumo cultural entre los jóvenes. Ofrece una ayuda directa de 400€ a los jóvenes que cumplan la mayoría de edad para utilizar productos y servicios culturales en establecimientos de toda España. Las estrategias de marketing utilizadas para la promoción de este bono incluyen una campaña creativa respaldada por una inversión de 3,5 millones de euros, publicidad en diversos medios y colaboraciones con entidades culturales, instituciones educativas y empresas. En este caso docente se tratará de explicar los objetivos del Bono Cultural Joven, las estrategias de marketing implementadas y conocer la repercusión en el sector cultural del país.

Palabras clave: *Bono Cultural Joven; Ministerio de Cultura y Deporte; ayuda; jóvenes que alcanzan la mayoría de edad; cultura.*

THE YOUNG CULTURAL BONUS AND ITS INFLUENCE ON CULTURAL PARTICIPATION IN SPAIN

Abstract:

The Young Cultural Bonus is an initiative of the Spanish government, specifically the Ministry of Culture and Sports, launched after the pandemic to promote cultural consumption among young people. It offers a direct aid of €400 to young people who come of age to use on cultural products and services in establishments throughout Spain. The marketing strategies used to promote this bond include a creative campaign backed by an investment of 3.5 million euros, advertising in various media and collaborations with cultural entities, educational institutions and companies. In this teaching case, the aim will be to explain the objectives of the Youth Cultural Bonus, the marketing strategies implemented and understand the impact on the country's cultural sector.

Keywords: *Youth Cultural Bonus; Ministry of Culture and Sports; aid; young people coming of age; culture.*

1. Introducción

En este caso docente se presentará un análisis del Bono Cultural Joven exponiendo sus objetivos y los potenciales impactos en los beneficiarios. El Bono Cultural Joven fue promovido por el gobierno de España después de la pandemia del coronavirus para fomentar el consumo de productos culturales entre los jóvenes y también para ayudar al sector cultural, que estaba muy afectado. Los datos de uso del Bono Cultural Joven están siendo analizados para conocer los hábitos de consumo e intereses culturales de los jóvenes en España, de esta manera este caso no sólo busca comprender la estructura y los objetivos del programa sino también reflexionar sobre su relevancia en el fomento de la cultura entre los jóvenes y el impacto en el sector cultural del país.

En el año 2022 el gobierno de España, más en concreto el ministerio de Cultura y Deporte, pone en marcha el Bono Cultural Joven, con una ayuda de 400€ dirigida a los jóvenes que cumplen su mayoría de edad para que puedan acceder a productos y actividades culturales. El objetivo de este bono es ofrecer a quienes cumplen 18 un impulso económico para que descubran la cultura, generen hábitos de consumo en este sector y sirva como ayuda de impulso al sector cultural después de la caída que sufrió por la pandemia.

Este bono garantiza a los jóvenes un presupuesto de 400€ disponible durante un año para utilizar en productos o servicios culturales. El bono se divide en tres apartados para fomentar el acceso a diferentes opciones culturales:

- 200 euros son dirigidos para artes en vivo, patrimonio cultural y artes audiovisuales. Algunos ejemplos serían entradas y abonos para artes escénicas, música en directo, cine, museos, bibliotecas, exposiciones y festivales escénicos, literarios musicales o audiovisuales.
- 100 euros para productos culturales de soporte físico como libros, revistas, prensa, videojuegos, partituras, discos, CD, DVD o Blue Ray.
- 100 euros dirigidos a consumo digital o en línea como suscripciones a plataformas musicales, de lectura audiovisuales, compra de audiolibros o libros digitales, suscripciones y descargas de archivos multimedia o suscripciones a videojuegos...

Figura 1. Pantalla de inicio de la página web oficial del Bono Cultural Joven del Ministerio de Cultura y Deporte.

Fuente: [<https://bonoculturajoven.gob.es/>], a fecha 14/11/2023

La solicitud del Bono se realiza mediante la web del propio bono cultural identificándose la persona con Clave Pin o Certificado Digital. Una vez concedida la ayuda el importe total se abona en un único pago en una tarjeta virtual nominal que es personal e intransferible y está disponible en la aplicación web del bono cultural. También se podrá emitir una tarjeta física que funcionará como una tarjeta de débito, proporcionada por Correos con previa solicitud al establecimiento. El bono funciona en comercios, empresas y entidades adheridas, formando una red de un total de 3000 establecimientos repartidos por todo el territorio nacional, continuando el plazo de adhesión de establecimientos abiertos.

2. ESTRATEGIAS Y PRÁCTICAS DE MARKETING DEL BONO CULTURAL JOVEN

- Análisis de la demanda:

El análisis de la demanda del Bono Cultural Joven revela información crucial sobre la receptividad y el interés de los jóvenes en este programa cultural. Según datos del Ministerio de Cultura y Deporte, en la segunda edición del bono, se registraron un total de 326,579 solicitudes. Esto se trata de un 65,68% de los jóvenes que cumplen 18 años. Teniendo en cuenta los datos recogidos de la edición anterior, estamos presenciando un aumento en la participación de aproximadamente 50.000 nuevas solicitudes.

Este aumento en la demanda, a priori, parece obvio, ya que no deja de ser una cantidad jugosa de dinero para un recién mayor de edad. No obstante, este aumento también ha tenido que ver con las medidas tomadas por el gobierno en diferentes aspectos en comparación con el anterior año. Entre otras la amplitud del periodo de solicitud en un mes, ha facilitado y fomentado la participación. También cabe destacar la promoción continua que se le ha dado a este programa, ya sea por parte de las estrategias de marketing o por la polémica surgida, factores que han contribuido a el aumento de popularidad del programa.

-Estrategias de Publicidad y Promoción:

En este apartado, explicaremos en detalle las estrategias de marketing empleadas para la publicidad y promoción del Bono Cultural Joven. Estas estrategias son fundamentales para entender el aumento de la visibilidad del programa y fomentar la participación de los jóvenes beneficiarios.

Como resulta obvio, las campañas han sido realizadas enfocadas en el público objetivo de jóvenes de 18 años, siendo bastante acertado el gobierno en esta ocasión.

El Ministerio de Cultura y Deporte ha lanzado una campaña publicitaria para el Bono Cultural Joven, con el lema '400 euros dan para mucho'. Esta creativa iniciativa, respaldada por una inversión de 3,5 millones de euros, se centra en el pixel art, utilizando un tono desenfadado y directo que destaca por su paleta gráfica vibrante y colorida.

La campaña, disponible en castellano, catalán, gallego y valenciano, incluye versiones adaptadas con lenguaje de signos. Se despliega tanto en espacios digitales, especialmente en redes sociales seguidas por jóvenes, como en medios tradicionales como prensa, radio, televisión, salas de cine, marquesinas, autobuses y centros comerciales en toda España.

El tono desafiante de la campaña busca no solo dar a conocer el Bono Cultural Joven, sino también motivar su solicitud, informar sobre los plazos y acercar la cultura a la juventud.

Figura 2. Principal campaña publicitaria Bono Cultural



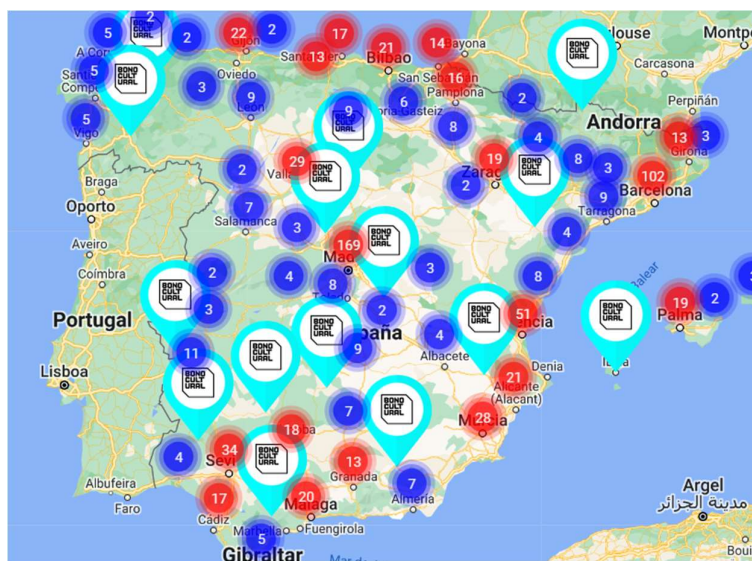
Fuente: [<https://www.culturaydeporte.gob.es/destacados/bono-cultural-joven.html>], a fecha 14/11/2023

-Colaboraciones y alianzas:

-Entidades Culturales:

El Bono Cultural Joven ha establecido alianzas con diversas entidades culturales, como teatros, museos y centros de arte. Estas asociaciones permiten a los beneficiarios acceder a una amplia gama de experiencias culturales, desde eventos en vivo hasta exhibiciones, enriqueciendo así la oferta del bono.

Figura 3. Mapa de entidades culturales que aceptan el Bono



Fuente: [<https://beneficiarios.bonoculturajoven.gob.es/entidades-adheridas>], a fecha 14/11/2023

-Instituciones educativas:

La colaboración con instituciones educativas es clave para llegar a los jóvenes. Establecer acuerdos con colegios y universidades facilita la difusión del Bono Cultural Joven entre el público objetivo, asegurando que los beneficiarios potenciales estén informados y participen en el programa.

-Empresas colaboradoras:

Uno de los objetivos planteados a la hora de la creación de este programa, también es la inyección de capital en las empresas privadas que ofrecen este tipo de servicios/productos.

Cualquier empresa puede solicitar adherirse al Bono Cultural de una manera rápida y completamente online, siempre y cuando su actividad cumpla los requisitos.

No obstante, las empresas que más éxito han tenido a la hora de recibir pagos han sido las dedicadas a la música. Y es que, la popularidad que tienen los festivales de música entre los jóvenes de este tramo de edad, han hecho que gran parte del dinero proporcionado haya sido destinado a estas actividades. Sin ir más lejos, los jóvenes vascos han invertido el 48,3% de este dinero en entradas para conciertos.

Otro tipo de empresas con mucho éxito, son las dedicadas tanto a libros, como a discos o videojuegos, llevando aproximadamente un 30% de la atención. Y en este ámbito, es imposible no destacar la colaboración activa entre el Ministerio y El Corte Inglés, con una campaña publicitaria simple pero llamativa.

Figura 4. Campaña publicitaria de la asociación con El Corte Inglés



Fuente: [<https://www.elcorteingles.es/bono-cultural-joven/>], a fecha 14/11/2023

- Experiencia del usuario:

La experiencia del usuario al utilizar el Bono Cultural Joven desempeña un papel crucial en el éxito del programa. Las estrategias de marketing se centran en mejorar esta experiencia, asegurando que los jóvenes beneficiarios encuentren valor y satisfacción en la adquisición y disfrute de productos y actividades culturales.

El Bono Cultural Joven se enfoca en ofrecer una experiencia personalizada. A través de campañas segmentadas y comunicaciones adaptadas, se busca comprender los gustos individuales de los usuarios para sugerir opciones culturales que se alineen con sus preferencias. La variedad de opciones, desde eventos en vivo hasta productos culturales, amplía el atractivo del bono para una audiencia diversa.

Otro punto esencial en la experiencia, es la accesibilidad. Es fundamental para garantizar una experiencia positiva. En las campañas de marketing se resalta la simplicidad del proceso de adquisición del bono y su uso posterior. Campañas informativas, tutoriales y materiales visuales facilitan la comprensión y aplicación, asegurando que los jóvenes puedan aprovecharlo sin complicaciones.

Cabe destacar el buen planteamiento logísticamente hablando, del formato del Bono. Este se entrega en una tarjeta física tramitada por Correos, la cual funciona como cualquier tarjeta de débito. A su vez, lo que han optado por hacer muchos jóvenes, es implementarla en el tarjetero virtual de sus dispositivos móviles.

Figura 5: Tarjeta emitida por Correos del Bono Cultural



Fuente: [<https://www.elperiodicodearagon.com/cultura/2023/08/05/jovenes-zaragoza-llo-solicitud-bono-cultural-90625234.html>], a fecha 14/11/2023

- Impacto socio-económico:

Durante los primeros cuatro meses de su implementación, el Bono Cultural Joven experimentó un notable éxito, superando las 541.489 compras realizadas en más de 3.000 establecimientos culturales en toda España. Este logro representa un total de 21.689.081 euros gastados.

Desde su lanzamiento, el Ministerio de Cultura y Deporte ha estado analizando activamente los datos de uso del Bono Cultural Joven para comprender los hábitos e intereses culturales de la juventud española. Como parte de este análisis, se ha introducido la distribución por sexo y tamaño de población. Según datos provisionales, las mujeres beneficiarias lideran con 281.215 operaciones, en comparación con las 252.862 realizadas por hombres. En términos de tamaño de población, las localidades con menos de 50.000 habitantes representan la mayoría de las operaciones, con un total de 218.911, seguidas de 124.910 en ciudades de más de 50.000 habitantes y 191.942 en capitales de provincia.

3. Preguntas/cuestiones para la discusión

Cuestión 1. ¿Qué objetivos se pretenden alcanzar con el Bono Cultural Joven 2023? ¿De qué manera se prevé que impacte en la participación cultural y en el acceso a la educación artística en los jóvenes?

Según indica el Ministerio de Cultura y Deporte, el Bono Cultural joven tiene un triple objetivo: *“ofrecer a quienes cumplen 18 años un impulso económico para descubrir y disfrutar de la cultura, en todas sus disciplinas; generar hábitos de consumo de productos culturales entre la juventud; y en tercer lugar, revitalizar y dinamizar el sector cultural en España, muy castigado durante la pandemia.”*

Además, el bono puede ofrecer incentivos para la participación en talleres, cursos y programas de formación en el ámbito cultural por lo que posteriormente la gente que haya acudido al evento podrá llegar a formar parte de una comunidad más grande en el futuro.

Por último, se espera que esta iniciativa contribuya a una sociedad más culta y participativa.

Cuestión 2. ¿Es realmente efectivo el Bono Cultural Joven 2023 para fomentar la cultura entre los jóvenes o existen otras estrategias más efectivas?

Realmente su efectividad depende de la implementación adecuada y la coordinación con otras estrategias culturales. Al ofrecer un beneficio real, sin coste, incentiva a los jóvenes a participar en eventos que sin esta oferta no se hubieran llevado a cabo.

Al igual, es importante reconocer que su éxito no se limita a su existencia, sino a su propia promoción; cómo se facilita el acceso a las ofertas culturales y cómo se adapta a las necesidades y preferencias de este

público. Sin embargo, en la primera edición de esta iniciativa hubo muchos contratiempos. Según indica Jose Durán Rodríguez, hubo un joven intentando acceder a diferentes comercios sin éxito, en cambio, cuando lo intentó en El Corte Inglés, sí que consiguió pagar con él, lo que denota que beneficia a las grandes corporaciones y no apoya el comercio local donde puede haber grandes campañas de cultura.

Sin embargo, es esencial destacar que para lograr un impacto duradero en la promoción de la cultura y el arte, es necesario que se acompañe de estrategias complementarias, como pueden ser programas educativos, talleres creativos y apoyo a artistas emergentes.

Cuestión 3. ¿Cómo se distribuye el presupuesto destinado al Bono Cultural Joven y qué consideraciones se están tomando en cuenta para garantizar que los recursos se utilicen de una manera eficiente y equitativa en beneficio de la población joven y la promoción cultural?

El presupuesto aprobado por el Consejo de Ministros hace alrededor de tres meses es de 210 millones y no discrimina por nivel de renta. Según indica el Ministerio de Cultura y Deporte, las operaciones registradas hasta el 31 de marzo de 2023 se distribuyen entre artes en vivo (58% del gasto), bienes culturales en soporte físico (31,3%) y productos en soporte digital (10,7%).

En primer lugar se ha llevado a cabo una asignación cuidadosa de los fondos para poder asegurar que haya suficiente presupuesto disponible para poder atender a la demanda de los jóvenes. Esto implica una evaluación de las necesidades y expectativas de la población objetivo.

Por ello, el gasto de este bono se divide en: 200€ para artes en vivo, patrimonio cultural y artes audiovisuales, 100€ para productos culturales en soporte físico y 100€ para consumo digital o en línea.

Un contratiempo que se ha visto a lo largo del tiempo es la reventa de artículos adquiridos con el mismo. Actualmente se están estableciendo mecanismos de control y supervisión para evitar el uso indebido de los recursos y su posterior reventa. La transparencia del programa es fundamental por lo que se implementarán medidas para rastrear el uso de los bonos y prevenir abusos.

Cuestión 4. ¿Qué papel desempeñan las instituciones culturales y educativas en la implementación y promoción del mismo?

Tanto actores, como músicos e incluso museos y teatros patrocinan a través de sus redes sociales el Bono Cultural por lo que son los grandes promotores de este programa. Colaboran estrechamente con el mismo para proporcionar a los jóvenes oportunidades de acceso a eventos culturales y actividades formativas. Entre ellas se incluyen: ofrecer descuentos especiales para museos, galerías de arte, teatros, etc; ofrecer programas educativos y talleres culturales específicos para los jóvenes que se han podido beneficiar del mismo. Es decir, las instituciones tanto culturales como educativas desempeñan un papel fundamental ya que enriquecen la oferta cultural disponible para los jóvenes, fomentan su participación en distintas actividades y contribuyen al éxito general del programa.

Cuestión 5. ¿Se están evaluando los resultados y el impacto del programa? ¿Cuáles son los indicadores utilizados para medir su éxito?

La evaluación de los resultados es fundamental para garantizar su eficacia. Algunos de los indicadores que hemos podido identificar han sido:

- Participación activa de la juventud: se mide la cantidad de personas que utilizan dicho bono y participan en los distintos eventos culturales.
- Diversidad y accesibilidad de ofertas culturales: incluye la diversidad de las ofertas culturales disponibles y su accesibilidad geográfica.
- Impacto en la industria cultural: se mide la asistencia a eventos culturales, así como las ventas de productos culturales y el respaldo financiero a artistas y creadores emergentes. Así comprobaremos el apoyo económico de la industria cultural.
- Satisfacción del usuario y retroalimentación: se evalúa la experiencia en el programa a través de la retroalimentación de los beneficiarios. Esto será crucial para aplicar mejoras en futuras ediciones.
- Impacto a largo plazo: se valora la sostenibilidad de la influencia del Bono Cultural Joven en la cultura y el compromiso a lo largo del tiempo.

4. Conclusiones

El Bono Cultural Joven 2023, una iniciativa gubernamental destinada a fomentar la participación de la juventud en actividades culturales, ha generado un amplio debate en torno a su implementación y efectividad. Aún que la intención detrás del programa es buena, es importante abordar ciertos aspectos.

Los resultados de este caso docente han demostrado que el Bono Cultural Joven requiere de una reevaluación y reestructuración para lograr alcanzar sus objetivos. Se puede comprobar que, aunque la medida es beneficiosa para promover el consumo cultural entre los jóvenes, no ha logrado generar un impacto significativo ni a nivel económico ni social.

Por un lado, se observa una falta de claridad en los objetivos de la medida, es decir, no se cuenta con una estructura de evaluación de resultados ni objetivos cuantificables para determinar el impacto de la ayuda. Si bien se han establecido indicadores, la falta de datos concretos sobre el cambio en los hábitos culturales (debido a lo reciente que es), la participación continua y el fortalecimiento de la identidad cultural plantean dudas sobre la efectividad real del programa. Una evaluación más rigurosa y transparente es esencial para comprender a fondo el alcance y la influencia del Bono Cultural Joven. Por otro lado, la falta de apoyo estructural por parte del Ministerio de Cultura con esta medida resulta en una desconexión social que conduce a una falta de implicación e involucramiento, lo cual no contribuye a la generación de hábitos de consumo y participación cultural de los jóvenes.

Además, se han identificado problemas significativos en la gestión administrativa y logística de la ayuda. La ejecución del programa ha experimentado obstáculos, evidenciados por las incidencias y errores en el proceso de solicitud. Es esencial abordar estas deficiencias para garantizar un acceso sencillo y eficiente a los beneficios culturales ofrecidos.

Los principales puntos de mejora que esta investigación presenta son la inclusión de la posibilidad de adquisición de productos o formaciones artísticas, la integración de la medida en el sistema educativo, el desarrollo de una estrategia comunicativa y logística más sólida y acorde con las tendencias de las nuevas generaciones y una mayor atención a los colectivos que enfrentan dificultades para disfrutar de la medida, ya que no hay una distribución equitativa de los beneficios del bono. Se observa una concentración de ofertas culturales en ciertas áreas urbanas, dejando a jóvenes de comunidades más remotas con acceso limitado. Esto plantea debate en cuanto a la equidad en el acceso a la cultura y resalta la necesidad de estrategias más inclusivas que abarquen diversas regiones geográficas. Además, podemos resaltar la dificultad que tienen ciertos comercios locales para poder formar parte del bono cultural, ya que se podrían implementar ciertas facilidades para poder acceder a este de una forma más sencilla.

Por otro lado, se sabe que el mayor gasto de los jóvenes beneficiarios de la ayuda es en representaciones o actos en vivo, seguido por los productos digitales como CDs o videojuegos. Estos productos digitales suelen ser adquiridos en grandes establecimientos como El Corte Inglés o simplemente de manera online, lo cual está beneficiando a marcas y objetos culturales de otros países en vez de beneficiar la cultura de España. El pequeño comercio se queja de la poca facilidad que tienen para adherirse al bono joven, y que este fuese implementado en estos pequeños comercios proporcionaría mayor riqueza tanto económica como cultural para el país.

La conexión entre el bono y la preservación del patrimonio artístico también merece una reflexión. ¿En qué medida las actividades respaldadas por el bono contribuyen a la apreciación y conservación de nuestra riqueza cultural? ¿Se están promoviendo expresiones artísticas tradicionales o se favorece principalmente la cultura contemporánea? Estas preguntas son fundamentales para garantizar que el programa aborde de

manera integral la diversidad del patrimonio cultural de nuestro país. Hasta ahora, todas las evidencias indican que el énfasis está inclinado hacia la cultura contemporánea. La mayoría de ofertas culturales abordadas en el Bono Cultural Joven se centran en la cultura contemporánea por lo que se duda si realmente se está distribuyendo adecuadamente la riqueza y diversidad del patrimonio cultural.

Otro aspecto crucial es el papel de las instituciones culturales y educativas en la implementación del bono. ¿Están estas instituciones verdaderamente comprometidas en ofrecer experiencias culturales enriquecedoras, o simplemente están adaptándose al programa por motivos financieros? En muchos casos, las instituciones culturales y educativas han mostrado un interés económico evidente al adaptarse al programa. Se observa una tendencia en la que estas entidades participan en el Bono Cultural Joven principalmente por motivos financieros, aprovechando la oportunidad para aumentar la asistencia a sus eventos o vender productos culturales. Este enfoque podría comprometer la calidad de las experiencias culturales, ya que las instituciones pueden estar más centradas en el volumen de participantes que en ofrecer propuestas culturalmente enriquecedoras.

Concluyendo, el Bono Cultural Joven 2023 representa un avance positivo hacia el consumo de productos culturales por parte de la población joven. La equidad en la distribución, la mejora de la plataforma de solicitud, una evaluación más completa de los resultados y una mayor transparencia en la conexión con la preservación cultural son aspectos críticos que demandan más atención en cuanto al uso del bono. En general el bono no ha tenido el impacto esperado ya que el ministerio de cultura y deporte ha proporcionado datos que descubren que el 42,4% de los potenciales beneficiarios no han adquirido el bono y parte del presupuesto se ha quedado sin repartir. Por otro lado han sido muchos los jóvenes que han hecho reventa en plataformas como Wallapop de los productos culturales adquiridos. Esto son ejemplos de que la implementación del Bono Cultural Joven por el Ministerio de Cultura y Deporte no ha creado la suficiente conciencia de consumo cultural entre la población joven. Únicamente mejorando todos los aspectos mencionados anteriormente se puede asegurar que el programa logre su objetivo de enriquecer a la población joven mediante distintas experiencias culturales.

Bibliografía

1. Gobierno de España. (2023, 1 de febrero). El Bono Cultural Joven se puede solicitar a partir de hoy. La Moncloa.
<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/cultura/Paginas/2023/010223-solicitar-bono-cultural>
2. El Salto Diario. (s.f.). Bono Cultural Joven: incidencias y errores en el proceso de solicitud.
<https://www.elsaltodiario.com/culturas/bono-cultural-joven-incidencias-errores>
3. Newtral. (2022, 15 de noviembre). Wallapop: así funciona el mercado del Bono Cultural Joven.
<https://www.newtral.es/bono-cultural-wallapop/20221115/>
4. Ministerio de Cultura y Deporte. (s.f.). Bono Cultural Joven.
<https://www.culturaydeporte.gob.es/destacados/bono-cultural-joven.html>
5. Ministerio de Cultura y Deporte. (2023, 23 de marzo). Balance de febrero del Bono Cultural Joven.
<https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2023/03/230322-balance-febrero-bono-cultural.html>
6. NewNo Marketing. (s.f.). Notoriedad: el objetivo de la campaña para el Bono Cultural Joven.
<https://newno.marketing/proyectos/notoriedad-el-objetivo-de-la-campana-para-el-bono-cultural-joven/>

7. Sympathy for the Lawyer. (s.f.). Guía del Bono Cultural Joven 2023.
<https://sympathyforthelawyer.com/blog/guia-del-bono-cultural-joven-2023/>
8. Ministerio de Cultura y Deporte. (2023, 2 de noviembre). Más de 600.000 solicitudes para el Bono Cultural Joven.
<https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2023/11/231102-solicitudes-bono-cultural-joven.html>
9. Ministerio de Cultura y Deporte. (2022, 27 de septiembre). La campaña de publicidad institucional del Bono Cultural Joven.
<https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2023/11/231102-solicitudes-bono-cultural-joven.html>
10. El Corte Inglés. (s.f.). Bono Cultural Joven.
<https://www.elcorteingles.es/bono-cultural-joven/#>
11. Beneficiarios del Bono Cultural Joven. (s.f.). Entidades adheridas.
<https://beneficiarios.bonoculturajoven.gob.es/entidades-adheridas>
12. Crónica Vasca. (2023, 19 de septiembre). Las entradas con el Bono Cultural Joven a conciertos encabezan las incidencias.
https://cronicavasca.elespanol.com/sociedad/20230919/las-los-bono-cultural-joven-conciertos-encabezan/795670581_0.html