

memoria anual 2020



zure denda lagunak • tu comercio amigo



Introducción / *Sarrera*

2020 fue un año difícil marcado por la crisis sanitaria del Covid-19.

A partir de marzo Gasteiz On suspendió todas las actividades planificadas, tanto las nuevas como las habituales. Buscó conocer la realidad de las empresas asociadas a través de la realización de numerosas encuestas, y se centró en el asesoramiento y el desarrollo de acciones atendiendo a las nuevas necesidades, tanto de los establecimientos como de los cambios de consumo que estaban produciéndose.

A partir de verano se buscó continuar desarrollando proyectos orientados a las nuevas exigencias del cliente, pero también se trató de mantener las actividades anuales adaptadas a la nueva situación. No obstante, aquellas que tenían como objetivo la atracción de personas a las calles comerciales, como la edición de Primavera-Verano de la Pasarela, Exponovias, Ardoaraba, Mercado de la Almendra y Noche de las Velas no se pudieron realizar.

Así en este 2020, tres ámbitos de trabajo se convirtieron en prioritarios:

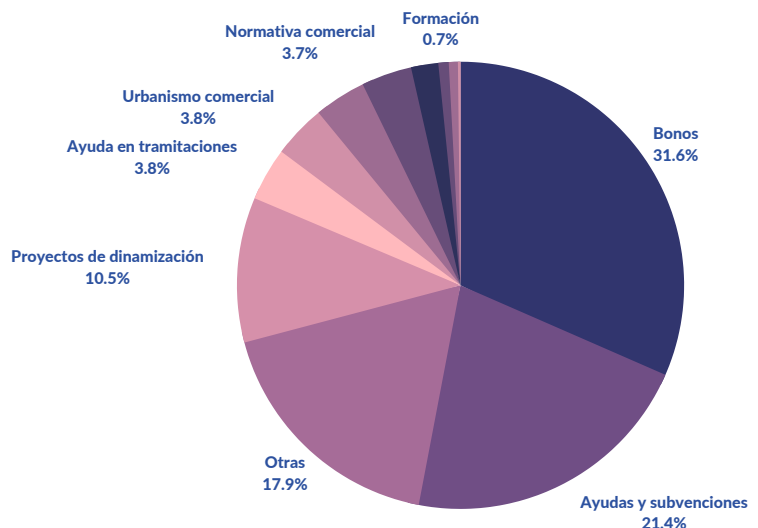
1 Información y Asesoramiento / *Informazioa eta aholkularitza*

Fue el ámbito al que más horas se le dedicaron a través de: **elaboración de resúmenes de normativas, sobre ayudas e información de interés** del BOE, BOPV y BOTHERA así como del Ayto., creación y actualización del apartado de la página web, tratamiento específico de los arrendamientos...

Como muestra de empatía se **suspendió la cuota de adhesión** de abril en general y de noviembre para la hostelería y **se atrasaron los pagos de las cuotas** durante el confinamiento.

Esta labor se reflejó en las consultas, donde se quintuplicó la asistencia que ofrecemos al sector con 1.068 peticiones atendidas:

Bonos: 337
 Ayudas y subvenciones: 229
 Otras: 191
 Proyectos de dinamización: 112
 Ayuda en tramitaciones: 41
 Urbanismo comercial: 41
 Normativa Covid-19: 40
 Normativa comercial: 39
 Normativa veladores: 21
 Formación: 8
 Tramitación Rebajas: 7
 Nuevo comercio: 2



2 Colaboración institucional y entre asociaciones / *Erakundeen eta elkarteen arteko lankidetz*

Durante todo el año se intensificó la comunicación y reuniones virtuales con las **diferentes instituciones** en las que se realizaron propuestas de medidas necesarias para ayudar al comercio y a la hostelería a resistir atendiendo a las necesidades y demandas del sector, recopilándose a través de encuestas y consultas individuales.

En esta labor de hacer llegar sus intereses, se ha de destacar la importancia de la colaboración entre asociaciones: **de las tres capitales vascas y de COCAHI-Confederación de Cascos Históricos**. Se compartió numerosa información entre diferentes ciudades y Comunidades Autónomas, ayudando a ser más certeros en definir las necesidades y proponer ayudas y soluciones.

Para realizar esta mediación de la mejor manera posible, además de la Junta Directiva y las aportaciones individuales por vía telefónica y a través de encuestas, se constituyó un **GRUPO DE HOSTELERIA** para intercambiar pareceres y ayudar de la mejor manera posible a los negocios.

3 Ayuda en la reapertura y programa de establecimientos On Dendak / *Berriz irekitzeko laguntza eta On Dendak establezimenduen programa*

El momento del primer cierre resultó extraño, ya que **nunca se había vivido situación parecida alguna**, pero conforme se acercó el momento de la apertura, se notaron los nervios, dudas sobre cómo la ciudad acogería a los comerciantes y hosteleros, miedos a ser transmisores del virus...

Por ello se trabajó en varias campañas:

3.1 VIDEO "QUEREMOS VOLVER A VERTE" / "BERRIRO IKUSI NAHI ZAITUGU"

Durante las semanas de cierre, **se elaboró un video con un representante de cada sector**: comercio, hostelería y servicios, **para mostrar cómo vivía el confinamiento cada uno de los mismos**, qué hacían para mantener el contacto con sus clientes, cómo se preparaban para la reapertura, qué reflexiones habían realizado...

Los negocios estaban cerrados, pero volverían a abrir y se pedía su apoyo a la ciudadanía.

3.2 GANAS DE QUE VUELVAS / ITZULTZEKO IRRIKITAN

Todos nuestros asociados contaron con **un cartel de agradecimiento en su local en el momento de la reapertura**.

Fue parte de una campaña para hacer valer el comercio local y su responsabilidad social (incluido el sacrificio personal por el bien común) crear conciencia y llevar a la reflexión a la ciudadanía sobre la importancia y el valor de los negocios de nuestro entorno.

Se buscó hacer de la debilidad una oportunidad e intentar recuperar el posicionamiento de nuestro comercio y hostelería local en la sociedad. Sin él, como se pudo comprobar, las ciudades no tienen vida.



3.3 ESTABLECIMIENTOS ON DENDAK-WELCOME PACKS / ON DENDAK ESTABLEZIMENDUAK

Para facilitar la reapertura de los negocios con toda la seguridad requerida, se creó esta campaña en la que los negocios participantes firmaron un compromiso de adhesión al cumplimiento de las medidas de seguridad sanitaria establecidas por el Gobierno, así como para la oferta de servicios adicionales para facilitar la compra a los clientes y transmitirles confianza y tranquilidad en su compra

Los negocios comprometidos contaron con cartelería y señalética, acceso a productos de limpieza y EPIs a precio ventajoso gracias a compras conjuntas que organizamos, una formación específica para estar preparados para la reapertura y por último tuvieron kits de bienvenida segura con un gel de manos y vales descuento de regalo para los primeros clientes.



4 Dinamización y promoción comercial / Saltokiak dinamizatzea eta sustatzea

En este ámbito se buscó desarrollar proyectos que ayudaran a aumentar la presencia digital del comercio y la hostelería para incentivar las ventas y la relación con su clientela.

4.1 XXIII EDICIÓN DE LA FERIA REMATE FINAL DE REBAJAS / MERKEALDIEN AZOKA

Fue el único evento que se pudo desarrollar con normalidad, en **días previos al estallido de la emergencia sanitaria** por Covid-19. Tuvo lugar en el Palacio Europa con un diseño más callejero, eliminado parte de los paneles para dar mayor visibilidad y posibilitar el tránsito. En la promoción de la actividad se incidió en el margen de descuentos y las marcas que el público podía encontrar. Los negocios participantes concluyeron satisfechos al **mejorarse los datos** de la edición anterior.

4.2 PASARELA y APERTURAS EN SEMANA SANTA / DENDEN IREKIERA ASTE SANTUAN

La Pasarela de Gasteiz On edición Primavera-Verano 2020 estaba prevista del 24 al 27 de marzo, pero el 10 de marzo con todo organizado, debido a la proliferación de brotes de Covid-19, se tomó la decisión de posponerla para finales de abril o mayo. La evolución de la propia pandemia con el confinamiento incluyó **conllevar a su suspensión** definitiva.

La habitual promoción de establecimientos abiertos en Semana Santa no se llevó a cabo por coincidir con el confinamiento.

4.3 MAPA DE ESTABLECIMIENTOS ACTIVOS / ESTABLEZIMENDU AKTIBOEN MAPA

La primera acción que se desarrolló durante el confinamiento fue la elaboración de un **listado de establecimientos** que, en la situación de Estado de Alarma, **permanecían abiertos y/o realizaban servicio a domicilio**. Con toda la información, se creó un **mapa online** segmentado por zonas y sectores. Así, se consiguió facilitar a los clientes la búsqueda de establecimientos que ofrecieran sus servicios en un momento de cierre casi total. Este mapa fue constantemente actualizado dada la situación cambiante a lo largo del periodo de confinamiento. Fue también promocionado en páginas web y redes sociales de distintas entidades e instituciones que ayudaron a dar visibilidad al proyecto.

4.4 CAMPAÑA DE CASEROS GENEROSOS - ETXEJABE ESKUZABALAK

La campaña quería ser una llamada de atención sobre el gasto que para los comerciantes supone el alquiler y las dificultades para hacer frente durante la fase de encierro.

A través de las redes sociales **se visibilizó la situación del sector y se apeló a la humanidad y empatía** de aquellas personas que disponían de un local comercial en situación de alquiler. Durante la campaña se puso en valor a aquellos propietarios que fueron generosos con el comercio, dándoles las gracias de forma pública en nuestras redes sociales bajo el lema **#CaserosGenerososVG**.

Paralelamente se consiguieron **otros efectos**: tener información sobre la situación de nuestros socios respecto del alquiler y poder compartir y asesorar a aquellos que tenían complicada una negociación.

Un 43% de los negocios consiguieron algún tipo de negociación exitosa en forma de suspensión, reducción o aplazamiento de la cuota durante el confinamiento.



4.5 ASISTENTE GASTEIZ ON / GASTEIZ ON LAGUNTZAILEA

También durante el confinamiento se activó un **número de Whatsapp** para recibir consultas de la ciudadanía sobre productos, servicios del comercio local con intención de derivar a los asociados consumos.



4.6 DÍA DE LA MADRE / AMAREN EGUNA

A petición de varios comercios, que pidieron ayuda en la promoción de sus ventas con motivo del día del madre a través de nuestras redes sociales, se creó esta campaña de **"Ideas para regalar en este día especial"** junto información de establecimientos y servicios, así como la posibilidad de realizar la venta online y servicio de transporte a domicilio para facilitar y promover las compras.



4.7 APERTURAS EN AGOSTO / DENDEN IREKIERA ABUZTUAN

Este mes de agosto se esperaba un turismo más local y, con el objetivo de informar tanto a locales como foráneos de los establecimientos abiertos en dicho mes, se realizó un **soporte online informativo para promocionar** la oferta comercial y hostelera abierta.

Aumentó el número de negocios abiertos debido a que se arrastraban los meses de cierre, y los empresarios buscaron luchar por recuperar el máximo posible de las pérdidas.



4.8 PASARELA OTOÑO - INVIERNO / UDAZKEN - NEGUKO PASARELA

Dada la situación sanitaria, y coincidiendo con el 200 aniversario del Parque de la Florida, se trasladaron los desfiles creando sinergias entre los comercios locales, el público y el propio **Parque de la Florida**, tan significativo y conocido por todos los vitorianos.

El evento se realizó **al aire libre**, con las mayores **garantías de seguridad** posible, para lo que contamos además con un acuerdo con una empresa vitoriana para el reparto gratuito de mascarillas a los asistentes y con otra empresa especializada para un planchado **certificado antivirus e higienizante** de las prendas. Sólo pudieron desarrollarse los desfiles individuales.



4.9 LLEGAMOS DONDE ESTÉS / ZAUDEN LEKURA IRISTEN GARA

Esta iniciativa nació con el objetivo de englobar en un **único directorio digital** a todos los establecimientos que ofrecen el **servicio de transporte a domicilio** en la ciudad. Además, se aporta información sobre los canales alternativos de venta, redes sociales, servicio de recogida en el local... para que los negocios locales pudieran competir en el escenario adverso, dando facilidades y transmitiendo seguridad al cliente.



4.10 VIII QUINCENA DEL CAFÉ / KAFAAREN VIII. HAMABOSTALDIA

Organizada y presentada ante los medios, llegaron nuevas restricciones, incluido el cierre de la hostelería. Ante la imposibilidad de hacer la ruta física por los establecimientos hosteleros, se realizaron **micro videos promocionales** para mostrar las bondades cafeteras de los negocios locales. En esta edición, los colaboradores llevaron a cabo actividades online para adentrar al público en el mundo del café a través de las redes sociales, incluyendo videos y directos en Instagram.



4.11 ADELANTA TUS COMPRAS EN NAVIDAD / GABONETAKO EROSKETAK AURRERATU

Con la intención de evitar las aglomeraciones, se lanzó una campaña con ideas de regalo para el **Black Friday** invitando a adelantar las compras de navidad.

4.12 ARDOARABA: SHOP & WINE

No se pudo celebrar esta feria enogastronómica, pero si que se quiso colaborar en la **promoción y presencia de productores** en la capital a través de la adaptación de la actividad Shop & Wine. Comerciantes de diferentes barrios y sectores instalaron un corner de productos locales en su tienda durante el periodo navideño y ofrecieron a sus clientes la posibilidad de conocer su oferta tomando una copa de vino en citas individualizadas.



4.13 CAMPAÑA DE NAVIDAD "SU ILUSIÓN NOS MUEVE" / "HAIEN ILUSIOAK MUGIARAZTEN GAITU"

Llegó el periodo más importante de ventas, con parte de los negocios cerrados, otros con restricciones y muchas tensiones. El desarrollo de actividades en la calle quedaron suspendidas a la mínima expresión. Desde Gasteiz On junto a las instituciones se organizó una importante Campaña de Navidad **evitando contactos** y poniendo el **foco en la ilusión de los más pequeños**.



- Se instaló una gran **bola luminosa en la Plaza de la Virgen Blanca** y un **pino gigante en Arca**.
- Se creó un **Catálogo Digital** con más de **200 Ideas de Regalo del comercio local** que se difundió en redes sociales, webs, medios escritos, pantallas en la calle, etc.
- Se instalaron dos **puntos de información** para los clientes donde recibían regalos de cortesía a cambio de la presentación de tickets de compra. Además se ofreció el servicio de consigna y de envoltorio sostenible de regalos.
- Se produjeron y repartieron **bolsas de papel de la campaña** para su uso durante el periodo navideño. Uno de los modelos tenía una cara en blanco para que los más pequeños pudieran dibujar lo que más les gusta de la Navidad. Con estos dibujos tuvieron la opción de participar en el sorteo de vales de compra en el comercio local.
- **90 escaparates** acogieron los **belenes** de la Iglesia de El Carmen.
- En los barrios de Zabalgana, Salburua, San Martín, Lakua y Zaramaga, los establecimientos pusieron a disposición de los más pequeños, **cartas para Olentzero, Mari Domingi y los Reyes Magos**. Quienes las entregaron, pudieron recibir videollamadas de los protagonistas navideños.
- Los cuentos fueron el eje central del **Casco Medieval** donde los comercios recrearon diferentes **cuentos de navidad y actuaciones infantiles**.
- Se colaboró en la **revista navideña** del barrio de **Zabalgana**, incluyendo un directorio de los negocios del barrio.



4.14 EL JUEGO DE VITORIA - GASTEIZKO JOKOA

Se impulsó y coordinó la creación del Juego de Vitoria. Un juego de mesa mezcla de los juegos de La Oca y Monopoly con comercios y otros negocios de la ciudad.

Las empresas participantes valoraron esta acción publicitaria y se encargaron además de su distribución junto a librerías y otros negocios convirtiéndose en un buen regalo de Navidad.

4.15 BARRIOS

2020 fue un año de potenciación actividades, sin ubicación, relacionadas con la imagen, comunicación y digitalización.

Las propuestas de Dinamización en los Barrios quedaron suspendidas, no obstante, a finales de año se intentaron retomar algunas de las acciones, en algunos casos fue posible, en otros no:

- **Halloween en Zabalgana** : En noviembre se colaboró con los vecinos de Zabalgana en la creación de un recorrido de escaparates pintados como una forma de visibilizar a los establecimientos, impulsar el consumo en el barrio y generar flujos.
- **Mercado de la Almendra** : Se trató de recuperar en noviembre pero el día anterior a la fecha fijada, se anunció el cierre de la hostería y por empatía, FEDASOC acordó su suspensión.
- **Navidades** : Durante las Navidades se trataron de potenciar los barrios a través de dos acciones principales: La Ruta de Belenes y las Llamadas de Olentzero, Mari Domingi y los Reyes Magos.



5 HemenGO Shopping

En 2020, se incluyeron 10 comercios nuevos al proyecto HemenGO Shopping, que identifica a los comercios más diferenciadores de nuestra ciudad y con todos ellos se reeditó el mapa anual para el año siguiente.

Con todos los establecimientos que forman parte de este grupo se continuó trabajando desde lo digital a través de:

- **Rutas Comerciales Online** : En estas rutas que se difundieron por redes sociales, el guía dirige al usuario por los lugares más emblemáticos de la ciudad y el interior de diferentes comercios (3 en cada ruta).
- **Tours Virtuales Individualizados "HemenGO Shopping Selección"** : Se emitieron vía Instagram TV y en el resto de redes sociales de Gasteiz On



6 Guía Estrella / Izarren Gida

Se aprovechó para **actualizar este portal web** sumando otros contenidos de la oferta de la hostelería participante que habían cobrado importancia en últimos años. Pudiendo así, cada establecimiento, junto a sus datos y propuestas, ofrecer **información sobre prestación de servicios** como el transporte a domicilio, ofertas especiales para personas celiacas y vegetarianas, disponibilidad de terraza, datos de contacto para reservas, venta online, redes sociales, etc. y además se incluyó un buscador para que la clientela pueda elegir por estos conceptos. Para complementar la oferta gastronómica, se incluyó una pestaña de **“Planes para disfrutar de Álava y Vitoria-Gasteiz”**.

También se realizaron **micro videos** que se difundieron y publicitaron en nuestras redes sociales y que completan la ficha web de cada establecimiento.

Los establecimientos de Guía Estrella disponen además de elementos físicos: un vinilo identificativo y carteles con la propuesta gastronómica (que incluyen un código QR que redirige a su ubicación en la web), presencia en mapas que se distribuyen en la **Oficina de Turismo** y en las principales actividades.



7 Urbanismo y espacio público / Hirigintza eta espazio publikoa

- A nivel de urbanismo se produce la inauguración de las obras de **fase 1 del entorno del Memorial**. Con la reapertura de este espacio se trabaja con el Ayuntamiento en la **instalación de aparcamientos express** para facilitar la llegada y recogida de compras así como otros detalles que afectan a los negocios.
- Se firma un acuerdo para flexibilizar la **Ordenanza de Terrazas y Veladores** de cara al invierno de la ciudad para permitir más espacios para terrazas y que se puedan cubrir.
- Participación en el nuevo estudio del **Plan de Rehabilitación del Casco Medieval**.
- Reuniones para dispositivos especiales para las **Fiestas de Vitoria** y **protocolos de casos de Covid** en negocios para verano.

8 Formación / Formakuntza

En 2020 se organizaron 4 jornadas, la mayoría online:

- Escaparatismo y tendencias de moda.
- Escaparatismo relacionado con la acogida de un belén en el escaparate.
- Taller avanzado en redes sociales.
- La reapertura tras el confinamiento.



9 Colaboraciones con otras entidades / *Beste erakunde batzuekiko lankidetzak*

En nuestra línea de sumar con otras entidades de la ciudad, este año se ha colaborado:

- Con **Cáritas** en la recogida de perchas y productos excedentes de la Feria de Rebajas.
- Con **Euskadi Makers** en el reparto de pantallas protectoras.
- Con el **Gobierno Vasco** en la elaboración mapa de negocios abiertos en Euskadi.
- Con la **Diputación Foral de Álava** en la difusión de teléfonos de ayuda contra la violencia machistas en el confinamiento.
- Con la **Cruz Roja** para la inserción de personas jóvenes o en riesgo de exclusión social mediante la realización de prácticas en hostelería.
- Con **Euskaraldia Gasteiz** para el fomento del euskera.
- Con **Eroski** en la difusión de una campaña de verano con descuentos en sus negocios canjeables en el comercio y la hostelería local.
- Con el **Dpto. de Juventud del Ayuntamiento Vitoria-Gasteiz Gazte OK** con vales para gastar en el comercio, servicios y la hostelería local.
- Con **El Correo** en la difusión y colaboración en sus campañas **“Yo comercio local - Nik tokiko merkataritza”** en apoyo al comercio local, contra violencia machista en verano y Friday Beltzak.
- Difusión e información a socios de las campañas de **Bonos Descuento**:
 1. **Bono Bizi Dendak** de Fundación Vital
 2. **Euskadi Bono Denda** del Gobierno Vasco
 3. **Euskadi Turismo Bono** del Gobierno Vasco
 4. **Bono Cultura** de Diputación Foral de Álava
- Con las empresas alavesas **Bsafe** para el reparto de un kit de mascarillas fabricadas en Vitoria-Gasteiz a los asistentes en la Pasarela y con **DI4** para la desinfección de prendas que desfilaron en la Pasarela.
- Con **Álava Emprende** patrocinando el premio de **“Tu idea cuenta”** en la categoría de comercio y turismo.
- Con la **Cámara de Comercio de Álava** potenciando los **Visual Sariak** entre comercios de la Ruta de los Belenes de con mención especial a los “Belenes de escaparates”.
- Con **Ecoembes** para promocionar el reciclaje de plásticos y campañas específicas.
- Con **Zabalgana Batuz** en la revista navideña.



10 Servicios / Zerbitzuak

- Decuentos en parkings: Iradier arena, Artium, América, Sta. Barbara, Catedral y Juan de Ayala.
- Servicio de inauguraciones y presentaciones.
- Acuerdo con Dato Económico.
- Servicio de paraguas de cortesía.
- Pala quitanieves.
- Puntos de información comercial.
- Guía y mapas de Guía Estrella.
- Guía y mapas de comercios HemenGo Shopping.
- Callejero y calendarios del Casco Medieval.

Se ofertan nuevos servicios relacionados con la presencia online y la dotación de **medidas de seguridad frente al covid-19**:

- Participar en la compra conjunta de **geles, EPIs...**
- **Digitalización** del negocio: presencia en redes sociales, grabación de videos...
- **Publicidad - cartelería** en los puntos de información de Navidad en las plazas de la Virgen Blanca y del Arca.



11 Datos de participación / Parte-hartze datuak

- **XXIII Feria de Rebajas:** 22 comercios en 28 stands y 1 stand para café, otro para pastelería, y un punto de información. 8.268 personas.
- **Mapa de Establecimientos Abiertos:** 120 negocios con 155 locales abiertos o dando servicio de transporte a domicilio.
- **Día de la Madre:** 67 establecimientos de hostelería, comercio y servicios.
- **Establecimientos On Dendak**
 1. Campaña "On Dendak": 196 negocios.
 2. Mapa interactivo: 196 negocios.
 3. Charla de concienciación online: 82 participantes.
 4. Kit Fidelización de clientes 5.900 detalles.
 5. Compra conjunta de material: 129 establecimientos.
- **Llegamos donde estés:** 110 negocios (79 comercios y 31 hostelería).
- **Aperturas en Agosto:** 274 con 291 negocios.
- **Pasarela:** 9 comercios individuales y 12 colaboradores.
- **Semana del Café:** 73 establecimientos participantes (57 hosteleros y 16 comercios y servicios) y 15 videos.
- **Halloween Zabalzana:** 20 establecimientos.
- **Adelanta tus compras en Navidad:** 53 comercios.
- **Shop & Wine:** 18 establecimientos, 13 comercios y 5 empresas de servicios y 18 bodegas.
- **Catálogo de Navidad:** 158 comercios.
- **Cartas y llamadas de Olentzero, Mari Domingi y los Reyes Magos:** 58 comercios.
- **Ruta de Belenes:** 85 comercios.
- **Rutas de Cuento en el Casco Medieval:** 32 negocios.
- **Guía Estrella:** 79 establecimientos, de los cuales 67 son bares y 12 son comercios con 97 ofertas gastronómicas y 16 videos.
- **HemenGO Shopping:** 114 establecimientos con 148 puntos de venta. 22 videos y 4 rutas guiadas.
- **Juego de Vitoria:** 59 participantes.

12 Uso de los servicios / Zerbitzuen erab

- **Parkings bonificados:** 3.172 tickets.
- **Servicio de inauguraciones y marketing:** 2 servicios.
- **Inserciones en Espacios Publicitarios - Ideas de Regalo:** 158 negocios.
- **Servicio de paraguas de cortesía:** 125 unidades.
- **Servicio de pala quitanieves:** 15 palas.
- **Servicio de ceniceros:** 9 unidades.
- **Promoción de negocios en la Revista Dato Económico:** 28 negocios.

13 Gasteiz On 3.0

12.1 REDES SOCIALES DE GASTEIZ ON

Se continúa con la presencia en redes sociales. A nivel de crecimiento, es Instagram la red que más aumenta en seguidores. No obstante, la prioridad de 2020 ha estado en idear campañas que sirvieran de excusa para publicitar a los comercios que participan y así darles parte de nuestra visibilidad.

- **Facebook:** 9.751 seguidores.
- **Twitter:** 8.719 seguidores.
- **Instagram:** 5.697 seguidores.

Las cuentas de **REDES SOCIALES ESPECÍFICAS** mantienen números de fans:

- **Pasarela:** 1.583 fans en Facebook y 846 en Twitter.
- **Ardoaraba:** 2.476 fans en Facebook y 1.152 en Twitter.
- **Exponovias Araba:** 265 seguidores en Facebook.

12.2 PÁGINAS WEB DE GASTEIZ ON

- En **www.gasteizon.eus** se crea un espacio especial de Coronavirus que se actualiza constantemente con noticias y normativa de interés.
- **www.guiaestrellavitoria.com** se actualiza con campos que contienen nueva información.
- **www.hemengoshopping.com** ofrece información actualizada sobre los comercios más diferenciadores de la ciudad.
- **www.ardoaraba.com**, al haber sido pospuesto el evento, se mantiene con información de ediciones anteriores y eventos relacionados.
- **www.pasarelagasteizon.es** sobre moda y tendencias.

12.3 EMAILING Y COMUNICACIÓN VÍA WHATSAPP

Se mejora la información vía mail que enviamos: con 268 comunicaciones (+25% respecto al 2019) y se consolida el WhatsApp como canal de comunicación interno (688 613 489) y se mantiene el numero para consumidores (683 683 934).

