

La actriz Clara Alvarado protagonista de la campaña AW23 de las zapaterías Catchalot

[Multimedia](#)

La actriz se une a la firma líder del sector del calzado para dar forma a la nueva colección de zapatos 2023/2024 que engloba las tendencias de este otoño-invierno y el estilo natural, juvenil y fresco de Clara Alvarado

La empresa andaluza lanza “We love winter. We love Catchalot”, una pieza audiovisual con la que pretende dar imagen al calzado que triunfa esta temporada y el disfrute del consumo inteligente. Una forma muy creativa de dar la bienvenida a las promociones más importantes y de mayores ventas a nivel mundial: el Black Friday y la Navidad, donde esperan facturar un 20% más que en años anteriores.

En esta ocasión, la [zapatería](#) ha contado con la polifacética Clara Alvarado como imagen, una encantadora cantante, enfermera y actriz española de cine, teatro y televisión conocida por trabajos en series como La casa de papel y Cristo y Rey.

De esta forma, Catchalot se inspira para su nuevo lanzamiento en mujeres y hombres todoterrenos que a veces necesitan cambiarse de zapatos varias veces en un día según la ocasión, ya sea para ir a la oficina, a un evento especial o una fiesta de noche.

En cuanto a tendencias, la campaña aún el calzado de marcas como Gioseppo, Panama Jack, Noa Harmon y Exé, que cuentan con líneas elegantes y actuales y un estilo clásico y atemporal para vestir siempre impecable en cualquier ocasión o momento.

No hay otoño sin botines de mujer. Por eso, incorporan rompedores botines con tacón de diseño, polivalentes botas cowboy y perfectas sneakers que acompañan tanto en invierno como de cara a la próxima primavera. De todos ellos, Clara ya tiene su favorito: los clásicos mocasines con eslabón que se han coronado como la tendencia más relevante de este año, tal y como explica la firma.

Superando los 35 años de experiencia en el sector y con más de 20 tiendas físicas repartidas por el territorio español, la empresa pretende seguir creciendo de manera exponencial y diferenciada dentro del mercado para llegar a un público más global.

Es por eso que “We love winter. We love Catchalot” está presente en los canales propios de la marca (web, redes sociales, pantallas de tiendas físicas, etc.) y en

canales de pago digitales como Youtube, prensa o acciones de publicidad programática.

La nueva colección ya está a la venta tanto en tiendas físicas como en la web de la propia marca y visto el éxito de las anteriores, no hay duda que se agotará pronto y que se verá sin cesar durante las próximas semanas.
