

Manuela Laguna, directora de la Mejor Calzada, asegura que el certamen ha sido "todo un éxito"

25/10/2016



Marta Hazas durante su visita al Museo del Calzado | Jesús Cruces.

Tras las críticas vertidas ayer por el Partido Popular por "la [escasa repercusión nacional](#) que ha tenido este año la ceremonia de entrega de los premios a la Mejor Calzada de España 2015", la directora técnica del evento de la última edición del mismo, Manuela Laguna, ha querido salir al paso para lamentar "las desacertadas palabras" del portavoz popular Francisco Muñoz.

La directora de este certamen en la edición de 2015 y directora de la revista Dmoda, **Manuela Laguna, ha querido defenderse tanto personal como profesionalmente**, pues aunque asegura que "esta es una guerra política que me ha afectado directamente a

mí y a mi trabajo, pues me han contratado para promocionar e impulsar el acto".

Laguna ha resaltado que "este año se ha pretendido dar un **giro al Premio Mejor Calzada de España, ligarlo al sector de la moda, el estilo y la calidad**. La estrategia se ha centrado en en este sentido y ha sido un éxito, se ha publicado en medios como la revista *Woman*, las secciones de estilo de *El Mundo* y de *EFE*, asimismo ha salido en los blogs de moda más exitosos de España como el de Patricia Jorge, las redes sociales han ardido". Por tanto considera que "es mentira que no haya **tenido repercusión nacional**, es cierto que no ha salido

en programas de televisión pero ese no era nuestro objetivo, la difusión que pretendíamos se ha logrado. Es más, **no se conocía en medios especializados en moda y ahora sí, y nos van a seguir promocionando, esta campaña ha sido un éxito**", ha recalcado. La recién estrenada página web del certamen ha recibido 65.000 visitas en apenas seis meses, la mayoría se han realizado desde Madrid, esto para Laguna es otra prueba del éxito de la promoción.



Manuela Laguna, a la derecha, durante la rueda prensa | Jesús Cruces.

La directora del certamen ha admitido que "hemos tenido que empezar desde cero, con cada equipo de gobierno varía el certamen, por lo tanto **este es un nuevo enfoque que irá creciendo con el paso del tiempo**". Además han sido muchos **los empresarios que "han apoyado este giro**, el cambiar el perfil de la famosa que venía, y es que algunos se estaban planteando hasta retirarse, y con este cambio se han quedado y han llegado más empresarios".

Colección invierno-otoño

Debido a la complicada agenda de Marta Hazas, **este año no se hará un acto de entrega de la colección otoño-invierno en Madrid** con la actriz, sino que "para ahorrar dinero y tiempo, el Museo del Calzado le enviará a Hazas toda la colección para que la promociione a través de sus redes sociales y en actos para que pueda lucirlos cuanto antes. Esa es la mejor promoción, el ir a Madrid con todos los empresarios para hacerse la foto de entrega es una pérdida de dinero", ha afirmado la directora de la revista Dmoda.