[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)Publicado en Málaga el 17/06/2016

# [El Cuartel, con Mayoral, se alza con el premio Publifestival a la mejor campaña Branded Content social](http://www.notasdeprensa.es)

## La Agencia creativa El Cuartel, en su campaña para Mayoral, planteó un experimento social que demostraba que cuando nos hacemos mayores, perdemos la capacidad para hacer amigos y lo grabó

El Festival Internacional de la Publicidad Social, Publifestival, en su décima edición, le ha otorgado el Premio a la Mejor Campaña Branded Content Social a El Cuartel, por la maniobra creativa and #39;Aprendamos de los niños and #39; para la marca de moda infantil Mayoral. La campaña fue todo un éxito de participación de público y ventas. En medios digitales obtuvo dos millones de visualizaciones, y en TV se rozaron los cinco millones de impactos (4.992.120). Las ventas de Mayoral aumentaron un 20% respecto al mismo periodo del año anterior y la marca se posicionó de las primeras entre sus competidores en recuerdo espontáneo (48,6% según Clover Market Research). La directora y fundadora de la agencia creativa independiente, Pilar Ruiz-Rosas, ha manifestado que “con esta acción de Mayoral pretendíamos seguir emocionando porque creemos en las campañas que cuentan historias, que son eficaces y que no solo se recuerdan por conseguir los objetivos de venta, sino también porque tienen un mensaje”. ¿En qué consistía exactamente el experimento Mayoral?Se reunió en una sala a un grupo de padres desconocidos y en otra sala, a sus hijos. Después de hacerles esperar, sin darles explicaciones, se pueden apreciar dos reacciones bien diferentes entre unos y otros. Los niños comienzan a jugar e interactuar con sus nuevos amigos. Mientras, los adultos, aislados en sus móviles y sus pensamientos, no ven más opción posible en esa espera que la del tiempo perdido. and #39;Aprendamos de los niños and #39; es el claim que cierra este vídeo y que se convierte en una continuación del histórico eslogan “Mayoral hace amigos” con el que los adultos ahí reflejados han crecido. Porque era a ellos a quien iba dirigido: a padres y madres de entre 30 y 45 años, y por extensión a tíos y abuelos y un público adulto en general, que han vivido con esta marca que se fundó en 1941 y es hoy referente de la moda española en todo el mundo. Su contenido, muy emocional, hizo reflexionar a través de televisión y medios digitales a cientos de miles de personas de Portugal, Italia, Grecia y España. La campaña estaba integrada por un spot para TV de 30 segundos y una versión extensa de 2 minutos para medios digitales, así como un concurso en redes sociales donde el concepto se trasladaba a la interacción con el propio usuario, invitándole a rescatar las fotos con sus amigos de la infancia y recordar aquellos momentos cuando era más fácil hacer amigos.

**Datos de contacto:**

Ángela Morón y Cristina Salinas. Comunicación Agencia El Cuartel

952121710

Nota de prensa publicada en: [https://www.notasdeprensa.es/el-cuartel-con-mayoral-se-alza-con-el-premio](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorias: Nacional Moda Comunicación Marketing E-Commerce Ocio para niños Premios

[notasdeprensa.jpg](http://www.notasdeprensa.es)

[**http://www.notasdeprensa.es**](http://www.notasdeprensa.es)