|  |  |
| --- | --- |
| **Entidad** | **Persona de contacto:** Cristina Asorey García |
| **Nombre de la entidad:** Esclerosis Múltiple España | **Cargo:** Comunicación y Voluntariado |
| **Presidente/a:** Ana Torredemer | **Teléfono:** 91 441 01 59 |
| **Dirección:** c/ Ríos Rosas 28, 1C | **E-mail:** cristina@esclerosismultiple.com |
| **CP:** 28003 |  |
| **Ciudad:** Madrid |  |
| **Provincia:** Madrid |  |

**Categoría:**

Pacientes. Campaña en redes sociales.

**Actividad presentada:**

Campaña “**No podemos hacer magia**”.

Esta campaña se desarrolló en **Facebook, Twitter, Google + y Youtube y la página de EME** durante el mes de diciembre de 2014 y concluyó el 7 de enero de 2015. Durante estos días, se recurrió al **humor** para reflejar la necesidad de que las personas participen activamente en la financiación de proyectos de investigación sobre Esclerosis Múltiple a través del [**Proyecto M1**](http://www.eme1.es)\*.

Para ello, se realizaron dos **gráficas**. La primera mostraba a un grupo de investigadores disfrazados de Reyes Magos, y la segunda un Papá Noel que traía un su regalo mágico en un matraz. Estas imágenes se acompañaban del texto: “**No podemos hacer magia. Necesitamos tu ayuda para seguir investigando en 2015**”. Con esto se pretendía llegar a través del humor a las personas con EM y al público general, y concienciarles de que su apoyo es indispensable para poder seguir avanzando en la búsqueda de nuevas respuestas y soluciones para la Esclerosis Múltiple, ya que no van a aparecer “por arte de magia”.

Estas gráficas se difundieron en **Facebook, Twitter y Google +**. Además, se realizó una inversión mínima en **publicidad de pago** en Facebook y una **campaña de Mensajes Directos** (DM) en Twitter para dar a conocer esta iniciativa e incrementar su alcance. También se solicitó a **organizaciones y personas influyentes** en Twitter que contribuyeran a darle visibilidad compartiendo en sus redes la gráfica e información sobre la campaña.

A lo largo de esta campaña se realizaron dos acciones. La primera se centró en un “**Kit Solidario**” compuesto por una corona recortable y un cartel con el botón de la página web del Proyecto M1, descargable a través de la web. A través de las redes y de las Asociaciones, se solicitó a **todas las personas que quisieran** a que, haciendo uso del “kit”, grabasen sus [mensajes de apoyo](https://www.youtube.com/playlist?list=PLPh5thCN6wJPsh7UahgXrb2AvbLlAAtD8) a la campaña hablando de la importancia de contribuir con la investigación de la enfermedad. La idea era convertir esta acción en viral en redes, y que muchas personas se animasen a mandar su mensaje para conseguir una mayor repercusión de la campaña. Para reforzar esta acción, se solicitó la colaboración de las **organizaciones de personas con Esclerosis Múltiple miembros de EME**, y muchas de ellas respondieron con mensajes navideños que animaban a las personas a contribuir con la causa. Además, algunos personajes conocidos también se animaron a contribuir mandando sus mensajes de apoyo en Twitter, e incluso **David De María** envió un [vídeo de apoyo](https://www.youtube.com/watch?v=hcHxEDBtR6w&index=7&list=PLPh5thCN6wJPsh7UahgXrb2AvbLlAAtD8) a la investigación.

A principios del mes de enero se desarrolló la segunda acción. Conectando con la temática de esta campaña, se pidió a las personas con Esclerosis Múltiple a través de Facebook y Twitter que contasen qué cosas le pedirían a los Reyes Magos para 2015. Con todos los mensajes recibidos, se compuso una [**Carta a los Reyes Magos**](http://www.eme1.es/noticias/queridos-reyes-magos.html) muy especial, y también muy centrada en la investigación como pieza fundamental para lograr mejorar la calidad de vida de las personas con EM.

\*El **Proyecto M1** ([www.eme1.es](http://www.eme1.es)) es una iniciativa de recaudación de fondos para la investigación de la enfermedad desarrollada por Esclerosis Múltiple España, y que lleva en marcha desde 2013.

**Objetivos:**

Concienciar a las personas con EM y sociedad general acerca de la necesidad de **apoyar la investigación** para poder seguir avanzando en la búsqueda de nuevos tratamientos eficaces para combatir la enfermedad; y que esta concienciación se traduzca en un apoyo efectivo.

**Aumentar la visibilidad y la sensibilidad social** acerca de la Esclerosis Múltiple, y la situación de las personas que conviven con ella.

**Medios/ Recursos:**

Redes sociales (Twitter, Facebook, Google +) y Youtube. Herramientas de gestión de redes: Hootsuite, Socialbro. Calendario editorial en Google Drive. Herramientas de mailing: Mailchimp. Apoyo externo de la agencia de comunicación Komunikatik.

**Resultados:**

* Incremento de un **30% de la recaudación** del Proyecto M1 para el periodo 2014-2015, logrando obtener en el mes de duración de la campaña el equivalente a lo recaudado durante los 7 meses anteriores
* Incremento de **248** seguidores en Twitter y **289** en Facebook
* Alcance medio semanal en Twitter de **376.766** usuarios, y en Facebook alcance medio diario de **72.866** usuarios
* **1.405** clics a través de la campaña de DM en Twitter
* **5.869** clics y alcance de **91.720** personas a través de la publicidad de pago en Facebook