La campaña viral del sector fresero contra el cáncer recauda más de 50.000 euros en 45 días

Noticias
#Interfresacontraelcáncer ha logrado en menos de dos meses un alcance de más de 150 millones de impactos potenciales entre España y otros países europeos y una recaudación de más de 50.000€ gracias a las fotos y videos recibidos de usuarios anónimos mordiendo una fresa.

La campaña viral que el sector fresero representado por Interfresa y la Asociación española contra el cáncer pusieron en marcha el pasado 16 de marzo ha recaudado ya más de 50.000 euros con más de 50.000 fotos y vídeos subidos a redes sociales y más de 150 millones de impactos potenciales.

El presidente de Interfresa, Alberto Garrocho, y el secretario de Interfresa y responsable de frutas y hortalizas de cooperativas agroalimentarias, Cristóbal Picón, han realizado hoy un balance de esta campaña, que tiene como objetivo recaudar fondos para financiar un proyecto de investigación en cáncer de hígado. Han destacado que ha día de hoy la campaña ha logrado un alcance de más de 150 millones de impactos potenciales en cinco países de Europa, utilizando únicamente como plataformas de difusión las redes sociales Facebook, Twitter e Instagram, y un tráfico de visitas a la web corporativa en varios idiomas de 27.949 personas.

La campaña consiste en subir al perfil de cualquiera de las redes sociales mencionadas una foto o un vídeo mordiendo una fresa y por cada imagen se destina un euro a la investigación. El proyecto está cifrado en 100.000 euros, por lo que hasta el momento el 50 % de la financiación está conseguida.

Entre los personajes conocidos que se han hecho una foto mordiendo la fresa y la han subido a sus perfiles están Risto Mejide, el presentador Jorge Javier Vázquez, la actriz Paula Echevarría, el cantante David Bustamante, el presentador Cristian Gálvez o de los diseñadores Victorio y Lucchino.

Redacción