

ATLANTA--([BUSINESS WIRE](#))--El domingo, los equipos de Seattle y Denver no serán los únicos que tratarán de llegar hasta el final. El día del partido, Coca-Cola contará la historia de un pequeño pero decidido jugador de fútbol de escuela secundaria, que se gana la confianza de su equipo cuando aprovecha la oportunidad de su vida durante un juego.

Uno de los dos comerciales de 60 segundos de Coca-Cola del Gran Juego, "[Llegar hasta el final](#)

" es una historia típicamente estadounidense que trata del triunfo sobre la adversidad. El personaje principal, Adrian, lucha por encajar en el equipo y hacer su marca hasta que el equipo contrario pierde control de la pelota y la pelota cae en sus brazos. Ese es el momento de brillar para Adrian. Con el apoyo de su equipo y la gente en las gradas, y gracias a sus agallas y determinación, se abre paso, persevera y alcanza la grandeza que parecía imposible.

“Llegar hasta el final” se filmó en Ashwaubenon, un vecindario de Green Bay, Wisconsin, y sus momentos finales se filmaron en el histórico campo Lambeau Field. La mayor parte del [reparto de papeles](#) de la publicidad estuvo compuesta por residentes del área de Green Bay, y el jardinero actual de 17 años del estadio tiene un papel destacado en el anuncio publicitario.

El comercial, musical que usa el tema de House Of Pain, “Jump Around” (Salta), traza el improbable camino de Adrian desde ser un eterno suplente hasta ser la estrella del partido. Después de anotar un touchdown, y luego correr por las calles de Ashwaubenon, sus sueños se hacen realidad cuando corre a lo largo de Lambeau Field, hace un baile de touchdown e intenta su propio salto Lambeau frente a un estadio casi vacío. Celebra un momento de felicidad y logro cuando un jardinero le entrega una Coca-Cola bien helada.

"Llegar hasta el final" es una historia que celebra los sueños cumplidos de un joven. Es también una celebración de la unión de la increíble ciudad de Ashwaubenon, Wisconsin, y de nuestra maravillosa asociación con la ciudad de Green Bay", afirma Katie Bayne, Presidente de North America Brands de Coca-Cola North America. "Aunque Coca-Cola es una marca mundial, este anuncio publicitario ilustra las profundas raíces que tiene en todas las comunidades en donde opera. Estamos en todas las ciudades y en todos los pueblos del país, listos para brindar los momentos iguales de optimismo,

refrescantes y elevados, del que Adrian disfruta después de su trayecto al Lambeau Field."

“Llegar hasta el final” saldrá al aire durante la segunda mitad del Gran Juego. Otro comercial de 60 segundos de Coca-Cola también se dará a conocer durante la segunda mitad.

Este es el octavo año consecutivo en que aparecerán comerciales de Coca-Cola durante la transmisión del Gran Juego. Coca-Cola trabajó con Wieden+Kennedy en Portland, Oregón, para crear la publicidad “Llegar hasta el final”. El anuncio publicitario fue dirigido por Jake Scott y producido por RSA.

El apoyo a los Boys & Girls Clubs of America

Durante 127 años, Coca-Cola ha estado uniendo a la gente para apoyar a las comunidades y organizaciones como Boys & Girls Clubs of America (BGCA). Hoy en día, más de 4,000 clubes brindan servicios a unos cuatro millones de jóvenes anualmente, a través de la afiliación a clubes y su extensión a las actividades comunitarias. Para celebrar el lanzamiento de "Llegar hasta el final", Coca-Cola donará \$50,000 al programa Triple Play de BCGA una vez que se comparta el anuncio publicitario 10,000 veces en la red.

BGCA permite a los jóvenes alcanzar un gran futuro y les brinda relaciones de apoyo, programas de enriquecimiento y un ambiente seguro y positivo para hacer nuevos amigos.

The Coca-Cola Company es un patrocinador fundador del programa Triple Play de BGCA, que alienta a los jóvenes a llevar una dieta equilibrada, hacer más actividad física y aumentar su capacidad de participar en relaciones saludables.

Sobre The Coca-Cola Company

The Coca-Cola Company (NYSE: KO) es la compañía de bebidas más grande del mundo, y refresca a los consumidores con más de 500 marcas de productos carbonatados y no carbonatados. Liderada por Coca-Cola, reconocida como la marca más valiosa del mundo, la cartera de la Compañía incluye 16 marcas valuadas en más de mil millones de dólares incluyendo Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply, Georgia y del Valle. Mundialmente, somos el proveedor número uno de refrescos, jugos, bebidas a base de jugo y cafés listos para beber. A través del sistema de distribución de bebidas más grande del mundo, los consumidores en más de 200 países disfrutan de los productos de Coca-Cola a un ritmo que supera 1,900 millones consumiciones diariamente. Con el compromiso inquebrantable de construir comunidades sostenibles, nuestra Compañía se centra en iniciativas que reducen nuestro impacto medioambiental, apoyan un estilo de vida activo y sano, crean un ambiente de trabajo seguro y participativo para nuestros empleados y mejoran el desarrollo económico de las comunidades en las que operamos. Junto con nuestros socios embotelladores, somos considerados uno de los 10 mayores empleadores privados en el mundo, con más de 700,000 empleados dentro del sistema. Para obtener más información, visite Coca-Cola Journey en www.coca-colacompany.com, síganos en Twitter en twitter.com/CocaColaCo, visite nuestro blog, Coca-Cola Unbottled, en www.coca-colablog.com o encuéntrenos en LinkedIn en www.linkedin.com/company/the-coca-cola-company

.