

---

Nescafé inicia una original campaña de viralización

## Los abuelos del “Sueldo Nescafé” sorprenden en las redes sociales

- La campaña está realizada por McCann e incluye 9 vídeos que se difundirán a través de Facebook y Youtube.
- Los protagonistas de estas píldoras audiovisuales son vecinos –en la vida real– de la última ganadora de la promoción del “Sueldo para toda la vida”.
- Con diálogos divertidos y entrañables, los tres abuelos tratan de resolver las principales dudas que surgen a la hora de querer participar.

*Esplugues de Llobregat, 8 de abril de 2014.*— Nescafé ha puesto en marcha una original campaña de viralización en la cual, a través de 9 vídeos, trata de dar respuesta a las principales dudas que surgen a la hora de querer participar en la emblemática promoción del «*sueldo para toda la vida*». Los protagonistas son los vecinos de la última ganadora de la promoción, Anikó Bojtó, que ya participaron en su momento en el spot emitido en televisión.

Con diálogos divertidos y entrañables, los tres abuelos del Sueldo Nescafé –Francisco Burgos, Diego Segura y José Ostio– debaten sobre algunas dudas existenciales que se les plantean en relación a cómo participar. Así pues, algunas de las cuestiones que se plantean son: «*Cómo se despegan las etiquetas?, ¿con qué productos se participa?, ¿qué es un sueldo vitalicio?, ¿Cuál es el premio de este año?..*».

La campaña ha sido realizada por McCann e incluye 9 vídeos –de una duración media de 40 segundos– que se difundirán a través de Facebook y Youtube.

Para acceder a los vídeos: <https://www.nescafe.es/sueldo/dudasexistenciales/>