

# Por primera vez, Toyota transmitirá tres anuncios durante el Super Bowl; los comerciales utilizarán los temas de unidad, valor e inspiración de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos

February 02, 2018

The image shows the Toyota logo, which consists of the word "TOYOTA" in a bold, red, sans-serif font, centered on a light gray background.

**PLANO, Texas (2 de febrero de 2018)** — Toyota regresa al Super Bowl 2018 como nunca antes, utilizando los deportes para unir e inspirar mediante los tres anuncios que transmitirá durante el evento televisivo de mayor audiencia del año. Por primera vez en la historia de la compañía, Toyota presentará tres comerciales de dos campañas publicitarias distintas durante el evento de máxima audiencia, que se transmitirán al inicio del primer tiempo, después de la primera mitad y en el cuarto tiempo del juego. Dos de los anuncios serán de su primera campaña global, titulada “Start Your Impossible”, que comunica el cambio de la compañía a una empresa de movilidad y tiene como objetivo inspirar a los consumidores a dar el primer paso para liberar su potencial. El tercer anuncio será de su campaña nacional estadounidense de larga data, titulada “Let’s Go Places”, que empodera a los televidentes ver lo que son capaces de hacer cuando se opta por la unidad.

El anuncio “Good Odds” de la campaña “Start Your Impossible” de Toyota será el primer comercial que aparecerá después del inicio del juego. El comercial de 60 segundos celebra la evolución de Toyota a una

empresa de movilidad y su patrocinio mundial de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos durante ocho años, destacando la historia real de la esquiadora alpina canadiense Lauren Woolstencroft, que superó enormes obstáculos para convertirse en una legendaria medallista de oro paralímpico.

Después del *Toyota Halftime Report* y un lanzamiento del presentador de NBC Sports Dan Patrick, se transmitirá el anuncio de Toyota de 60 segundos “One Team”, una narración alegre y divertida que ilustra cómo las personas de diversos orígenes se unen para celebrar el espíritu de lo que los acomuna: su pasión compartida por los deportes. El anuncio se dará a conocer el sábado, 3 de febrero.

Finalmente, en el cuarto tiempo del juego, Toyota transmitirá un mensaje conmovedor que promueve la movilidad como un derecho humano en “Mobility Anthem”, un fascinante spot de 30 segundos de la primera campaña global de la marca “Start Your Impossible”, que presenta a personas entre las edades de 1 y 100 años en todas las etapas de la vida, entre ellos atletas olímpicos y paralímpicos de renombre mundial. Toyota cree que la movilidad va más allá de los automóviles y que la libertad de movimiento es un derecho humano. El anuncio pone en relieve el cambio de la compañía a una empresa de movilidad, mostrando algunos ejemplos de las tecnologías de movilidad de Toyota.

“Esta es una oportunidad sin precedentes para que nuestro equipo de Toyota comparta mensajes de unidad, amistad, diversidad y perseverancia”, dijo Ed Laukes, vicepresidente del grupo Toyota Marketing de Toyota Motor North America. “Con el Super Bowl y los Juegos Olímpicos a sólo unos días de distancia de ser transmitidos por NBC, nos entusiasma unirnos al entusiasmo de los fanáticos por estos dos eventos de clase mundial y conectarnos con ellos compartiendo anuncios televisivos que son significativos e inspiradores”.

“Si pudiera describir mi viaje en los Juegos Paralímpicos en una palabra, diría determinación”, dijo Lauren Woolstencroft, la esquiadora alpina paralímpica ganadora de ocho medallas de oro que protagoniza el anuncio “Good Odds”. “Ha sido una experiencia maravillosa asociarme con Toyota en esta plataforma global para contar mi historia de superación de obstáculos. Espero que mi historia aliente e inspire a otras personas alrededor del mundo a perseguir sus pasiones y alcanzar lo mejor de sí mismas”.

Los anuncios de TV “Start Your Impossible” fueron creados por Saatchi & Saatchi y Dentsu, las agencias de publicidad de Toyota, con “Good Odds” dirigido por el estimado director Aoife McArdle y “Mobility Anthem”, dirigido por el aclamado director John Hillcoat. El spot televisivo “One Team” de la campaña “Let’s Go Places” fue creado por Saatchi & Saatchi y dirigido por el veterano cineasta Ivan Zacharias.

“Creemos que no hay una mejor plataforma para compartir la hermosa historia de determinación y pasión de ‘Good Odds’, el mensaje de unidad y camaradería de ‘One Team’ y la verdadera inspiración de ‘Mobility Anthem’, e invitamos al público a experimentar este viaje con nosotros”, dijo Jason Schragger, director creativo de Saatchi & Saatchi.

Para obtener más información sobre la asociación de Toyota con los Juegos Olímpicos y Paralímpicos, visite el sitio [www.mobilityforall.com](http://www.mobilityforall.com). En marzo de 2015, el Comité Olímpico Internacional (COI) anunció a Toyota como el primer socio de movilidad en la historia del programa The Olympic Partner (TOP) que patrocina la categoría de movilidad. Toyota luego se convirtió en un socio paralímpico mundial del Comité Paralímpico Internacional (IPC) en noviembre de 2015.