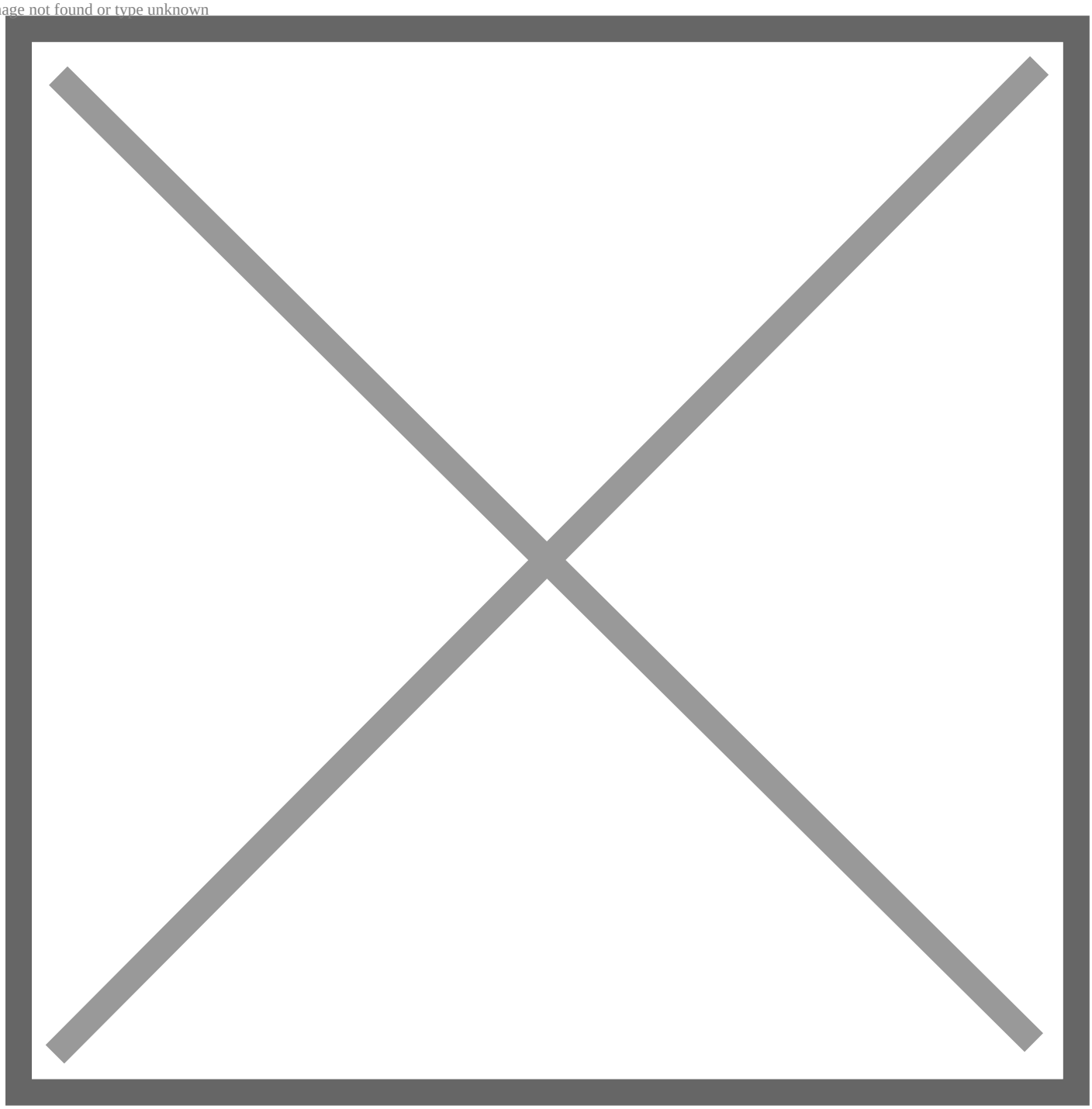
Toyota hace la felicidad su misión esta Navidad

December 04, 2025

Image not found or type unknown



PLANO, Texas (4 de diciembre de 2025) – En pleno apogeo de la temporada navideña, Toyota celebra el gozo de ayudar a los demás con su campaña navideña. Anoche, durante los programas especiales en horario estelar de NBCUniversal, “Christmas in Rockefeller Center” en NBC y Peacock, se estrenó “The Holiday Job” y, en

“Navidades en Rockefeller Center” en Telemundo, se develó “Running Late”, ambos presentados de manera especial por el presentador del programa.

Después del éxito de la primera transmisión de “Navidades en Rockefeller Center” en Telemundo el año pasado, Toyota vuelve a patrocinar “Christmas in Rockefeller Center” y a conectar de manera genuina con fans de todas las edades en inglés y en español.

El anuncio “The Holiday Job” trata sobre una realidad navideña con la que todos nos identificamos: el reto de encontrar el regalo de Navidad perfecto para un ser querido sin que este se entere. De hecho, en ocasiones, preparar una sorpresa puede convertirse en una operación encubierta solo comparable a la de una película de espías de Hollywood. Ya sea los padres moviéndose en secreto en un Tundra para esconder un regalo en la casa, un esposo tratando de ocultar la sorpresa en un Prius durante un recorrido de compras o una madre y un padre escondiendo un juguete en la caja de un Tacoma durante la noche, toda táctica es válida cuando se trata de ejecutar con éxito esta misión secreta de regalar felicidad. En la mañana de Navidad, la madre y el padre ven los frutos de sus esfuerzos clandestinos: su pequeño hijo nunca se dio cuenta. O así parece. El anuncio “The Holiday Job” fue creado por Saatchi & Saatchi bajo la dirección de Speck & Gordon de Furlined.

La Navidad tiene la tendencia a convertir incluso los planes bien planeados en una carrera contra el tiempo y el creativo hispano tras el anuncio de Toyota refleja ese caos familiar con mucho corazon. En “Running Late”, creado por Conill y dirigido por Max Malkin, somos testigos de diversos momentos genuinos y encantadores de una familia en medio del ajetreo para llegar a la celebración de Nochebuena. Desde la prisa por pasar a buscar a la enérgica tía de 70 años, hasta añadir los últimos toques al flan navideño y rogar que resista el viaje en la Highlander familiar sin desmoronarse, el anuncio captura el humor y el cariño presentes en cada reunión navideña. Al final, “Running Late” se convierte en parte de la tradición navideña misma, porque hacer el máximo esfuerzo por los seres queridos exige tiempo.

“El mensaje navideño este año celebra los momentos alegres aunque pequeños que suceden al hacer sentirse especial a los demás”, dijo Mike Tripp, vicepresidente de grupo, Toyota Marketing, Toyota Motor North America. “Ya sea una sorpresa en secreto, un gesto atento, o un acto de generosidad, deseamos que todas las familias se inspiren en hacer la felicidad su misión esta Navidad”.

Esta temporada navideña, Toyota se se honra en apoyar a Boys & Girls Clubs of America, una organización comprometida a ayudar a los jóvenes a desarrollar todo su potencial a través de espacios seguros, experiencias transformadoras y mentores atentos. Durante casi dos décadas, Toyota se ha asociado con Boys & Girls Clubs of America para ayudar a los jóvenes a sentar las bases para el éxito, invirtiendo más de 40 millones de dólares en el desarrollo de habilidades fundamentales que permiten a los adolescentes prepararse para el futuro.

En apoyo de la asociación con Boys & Girls Clubs of America, Toyota demostró su compromiso con una donación de $215,000 y una camioneta Tundra 2025. La donación fue presentada en el programa Today de la NBC para impulsar la misión de la organización y respaldar su trabajo en todo el país. Para destacar este regalo, el programa contó con la aparición estelar del piloto de NASCAR Bubba Wallace, un atleta del Equipo Toyota y orgulloso egresado de Boys & Girls Clubs of America, quien participó en la campaña navideña para inspirar a los demás a devolver la mano y apoyar a los niños miembros de America’s Clubs esta Navidad.

Actualmente, esta misión es más crucial que nunca. En todo el país, millones de niños y adolescentes enfrentan retos en educación, salud mental y preparación para el mundo laboral. La donación de Toyota esta temporada Navideña y a lo largo de su apoyo continuo ayudará a Boys & Girls Clubs of America y a sus Boys & Girls Clubs locales en toda la nación, garantizando que cada joven tenga los recursos y el apoyo que necesita para prosperar esta Navidad y en el futuro.

Animamos a los televidentes a apoyar a Boys & Girls Clubs of America visitando bgca.org/Toyota para conocer más detalles sobre su misión y cómo ayudar a crear un futuro brillante para la juventud actual.

Dónde ver
Después del estreno de “The Holiday Job” en el programa especial “Christmas in Rockefeller Center” de la NBC el 3 de diciembre, se programaron transmisiones estelares adicionales que incluyen “TODAY with Jenna and Friends” de NBC el jueves 4 de diciembre y “Sunday Night Football” en NBC el 7, el 14 y el 21 de diciembre. Además de estas colocaciones, el anuncio de 30 segundos se transmitirá de manera más amplia en plataformas digitales, de streaming y lineales durante todo el mes. Entre el 5 y el 25 de diciembre, “The Holiday Job” se exhibirá en cines de todo el país, en el espacio destinado a la programación “Countdown to Christmas” de Hallmark Channel y “25 Days of Christmas” de Freeform, entre el 10 y el 25 de diciembre. La campaña, además, se transmitirá en las plataformas Hulu y Disney+ durante la programación de “Holiday Hot”, así como en el listado de los 10 programas más vistos de Netflix entre el 10 y el 24 de diciembre.

La cobertura televisiva lineal de “Running Late” para el público hispano incluye una combinación de redes de difusión y televisión por cable, como Univision, Telemundo, UNIVERSO y Discovery en Español. La programación estelar de los medios hispanos difundirá “Running Late” con el estreno durante la transmisión en español del programa especial dedicado a la iluminación del árbol de Navidad en Telemundo. En especial, el anuncio se mostrará durante la transmisión matutina de “Hoy Día” de Telemundo; el 20 de diciembre en la teletón anual de TelevisaUnivision, TeletonUSA; en “Sunday Night Football” de Universo; y en TNF en Español de Amazon Prime. Asimismo, la campaña transmitirá mensajes digitales segmentados y de alto impacto, junto con música navideña de Pandora e iHeart. Los socios de Connected TV, como Hulu, ViX, Peacock, Canela, Roku, Netflix, Disney+, Discovery en Español y YouTube prestarán apoyo de video digital adicional. Meta y Pinterest promoverán el alcance incremental en las plataformas sociales durante esta temporada navideña.

El Evento de Ventas de diciembre Toyotathon ofrece incentivos hasta el 5 de enero de 2026. Vea los anuncios aquí. Las imágenes y los créditos están disponibles aquí.