

# MÁS QUE UN AUTO? Más de 150,000 dueños de autos lo creen

May 04, 2016

Image not found or type unknown



TORRANCE, California, 4 de mayo de 2016 — Es un vínculo más denso que el aceite de motor... el amor que los dueños sienten por sus automóviles y Toyota quiere ayudarlos a expresarlo.

A partir de hoy, los clientes de Toyota nuevamente pueden demostrar afecto por sus autos Toyota mediante *Más Que Un Auto*. La campaña les permite celebrar el amor por sus vehículos pidiendo un badge personalizado y compartiendo la historia del nombre de su auto. Las historias más interesantes aparecerán en un libro de colección que se producirá en una fecha posterior del presente año, y se convertirán en parte de la historia de la marca.

Los clientes pueden pedir un badge con el nombre personalizado en [www.masqueunauto.com](http://www.masqueunauto.com). Los badges en grabado tridimensional llegan por correo sin costo alguno. Las cantidades son limitadas y la campaña continuará hasta agotar existencias.

“*Más Que Un Auto* ha tenido un profundo efecto en la cultura de ser dueño de un auto. Los automóviles son más que una manera de que las personas se transporten, ellos forman parte de la esencia de la vida de las personas”, expresó Jack Hollis, vicepresidente de grupo de Marketing de Toyota Motor Sales, U.S.A., Inc. “Los latinos han demostrado una y otra vez su lealtad a la marca Toyota, y queremos ayudarlos a inmortalizar sus vehículos y agradecerles por hacernos parte de sus familias”.

Entrando al duodécimo año consecutivo como la marca automotriz No. 1 en el mercado hispano, Toyota continúa reconociendo la lealtad de los latinos a la marca y sus autos. Toyota lanzó *Más Que Un Auto* en 2014 y, desde entonces, se han pedido aproximadamente 150,000 badges en todo el país. Durante el lanzamiento inicial, *Más Que Un Auto* tuvo como resultado la mayor cantidad de contenido generado por los usuarios en la Internet y los canales sociales, tanto para hispanos como para no hispanos, en la historia de la marca.