

Toyota y Scion Se Hacen Presentes en Hispanicize 2015

February 27, 2015

Image not found or type unknown



MIAMI (27 de febrero de 2015) — Toyota y Scion estarán presentes en Hispanicize 2015, con la empresa haciendo su regreso como patrocinador oficial de la industria automotriz y del transporte durante la conferencia anual, la cual se celebrará del 16 al 20 de marzo en Miami. Este será el segundo año consecutivo en Hispanicize para el líder mundial en fabricación de automóviles, cuya enérgica presencia de marca en la conferencia de 2014 se destacó con exhibiciones de vehículos, sorteos de iPads, concursos en medios sociales, experiencias y pruebas de manejo.

Patricia Salas Pineda, vicepresidenta de grupo del Grupo de Estrategia de Negocio Hispano de Toyota Norteamérica, resaltó el éxito de la participación del año pasado y la afinidad de los asistentes a Hispanicize con la marca Toyota. “El compromiso de Toyota y Scion con bloggers, periodistas, publicistas, cineastas y profesionales del entretenimiento latinos es una extensión de nuestra relación de muchas décadas con el mercado hispano en general”, dijo Pineda. “Se trata de una lealtad de marca que valoramos enormemente y esperamos fortalecer con las nuevas generaciones de consumidores hispanos y personas influyentes a la vanguardia de la comunicación digital”.

A la cabeza del Grupo de Estrategia de Negocio Hispano en Toyota, Pineda está encargada de ayudar a mantener la posición de liderazgo de Toyota entre los latinos y garantizar de que la perspectiva hispana se integre plenamente dentro de las estrategias de crecimiento para todas sus marcas: Toyota, Lexus y Scion.

“Participar en eventos importantes como este le otorga a nuestra compañía acceso a influyentes latinos quienes están dando forma al paisaje digital, y estamos orgullosos de ser socios otra vez. Toyota ha venido realizando esfuerzos publicitarios e interactuando con la comunidad latina durante más de 20 años, y Hispanicize ofrece una oportunidad única para hacer relucir ese compromiso de décadas”, añadió Pineda.

Doug Murtha, vicepresidente del grupo Scion dijo que “Hispanicize es una gran oportunidad para Scion para llegar a los creadores de opinión de un mercado clave para nosotros. Esperamos poder compartir nuestros productos Scion y la propia experiencia Scion durante este ambiente tan creativo”.

Ahora en su sexto año, la Semana de Hispanicize 2015 (www.HispanicizeEvent.com) (#Hispz15) es el evento anual más grande e icónico para los pioneros y creadores de noticias latinas en periodismo, blogs, mercadeo, entretenimiento y emprendimiento en tecnología. Súmate a la conversación siguiéndonos en @ToyotaLatino, @Scion y usa #vayamosjuntos.

Hispanicize 2015 espera reunir cerca de 2.100 de los profesionales latinos más influyentes de la nación, siendo una plataforma de lanzamiento para iniciativas creativas, nuevos productos, tecnologías, campañas de mercadotécnicas, películas, libros y otros empeños dirigidos a los hispanos de los Estados Unidos y Puerto Rico.

Durante la sexta edición anual de Hispanicize volverán a destacarse la presencia de Toyota y Scion a través de experiencias de manejo y prueba de vehículos, paneles de discusión y eventos sociales.

“Toyota es líder del mercado y favorito dentro de la comunidad hispana y eso queda reflejado en el hecho de que los latinos confían y apoyan a Toyota haciéndola su marca preferida”, dijo Manny Ruiz, fundador y director creativo de Hispanicize. “Tener una vez más a la empresa más grande del mundo como socio de Hispanicize hace que nos sintamos orgullosos de haber logrado la combinación adecuada en la relación con marcas, personas influyentes y consumidores”.