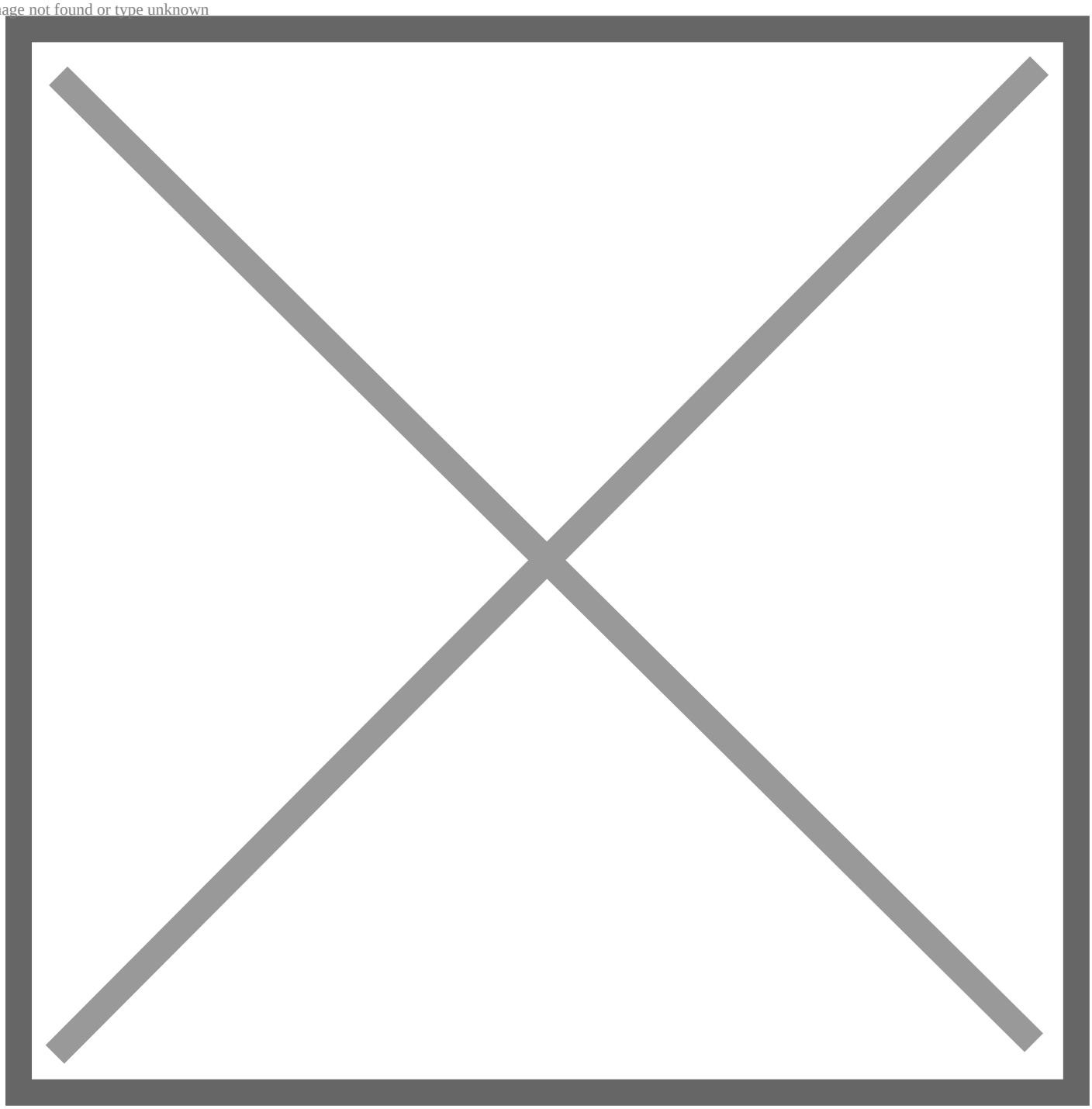
El Grupo de Estrategia de Negocios para Hispanos y Distribuidores de Toyota Celebran el Nuevo Camry 2015 Durante el 44 Show Internacional de Autos en Miami

November 10, 2014

Image not found or type unknown



Con motivo de presentar el nuevo Camry modelo 2015 que se exhibió en el Miami Auto Show, más de 90 invitados VIP -incluyendo a muchos miembros de los medios periodísticos del sur de la Florida- se dieron cita en el famoso New World Center en Miami Beach el pasado viernes 7 de noviembre, para compartir una velada especial auspiciada por el Grupo de Estrategia de Negocios para Hispanos (HBSG, por sus siglas en inglés) de Toyota y sus socios, incluyendo a Southeast Toyota.

El evento destacó el modelo Camry SLE del 2015 y un Camry híbrido del 2014. Los participantes del evento también posaron junto a los vehículos y colocaron fotos en sus cuentas de medios sociales, utilizando: #CamryBold y #Vayamos Juntos. También, los invitados tuvieron la oportunidad de conocer, por parte de expertos, las nuevas características de los mismos.

Patricia Salas Pineda, vicepresidenta de grupo de HBSG, Toyota Motor North America, aprovechó la oportunidad para reafirmar el compromiso de HBSG con la comunidad hispana a nivel nacional y señaló la importancia económica que tienen para la compañía las operaciones de distribución que se llevan a cabo en el sur de la Florida. También, reconoció a muchos invitados VIP que estuvieron presentes en el evento, incluyendo a una gran delegación de la Asociación de Medios Automotrices del Sur (SAMA, por sus siglas en inglés), y a varios representantes de prominentes concesionarios de Toyota, entre otros.

“Es un gran placer para nosotros poder ofrecerles esta recepción y ser parte del Miami Auto Show. Gracias a esta actividad hemos tenido la oportunidad de conversar con nuestros maravillosos invitados y con los medios periodísticos sobre todas las iniciativas de impacto que el Grupo de Estrategia de Negocios para Hispanos ha ejecutado para mantener a Toyota como la marca automotriz número uno entre los Latinos por más de una década,” comentó Pineda.

La campaña de agradecimiento de Toyota conocida como *Más que un Auto* también formó parte del evento. Los invitados pasaron un rato muy agradable creando placas personalizadas para ponerle a sus vehículos.

El evento resultó ser una celebración exitosa y muy divertida que ciertamente se anticipa será repetida en los futuros auto shows en Miami.