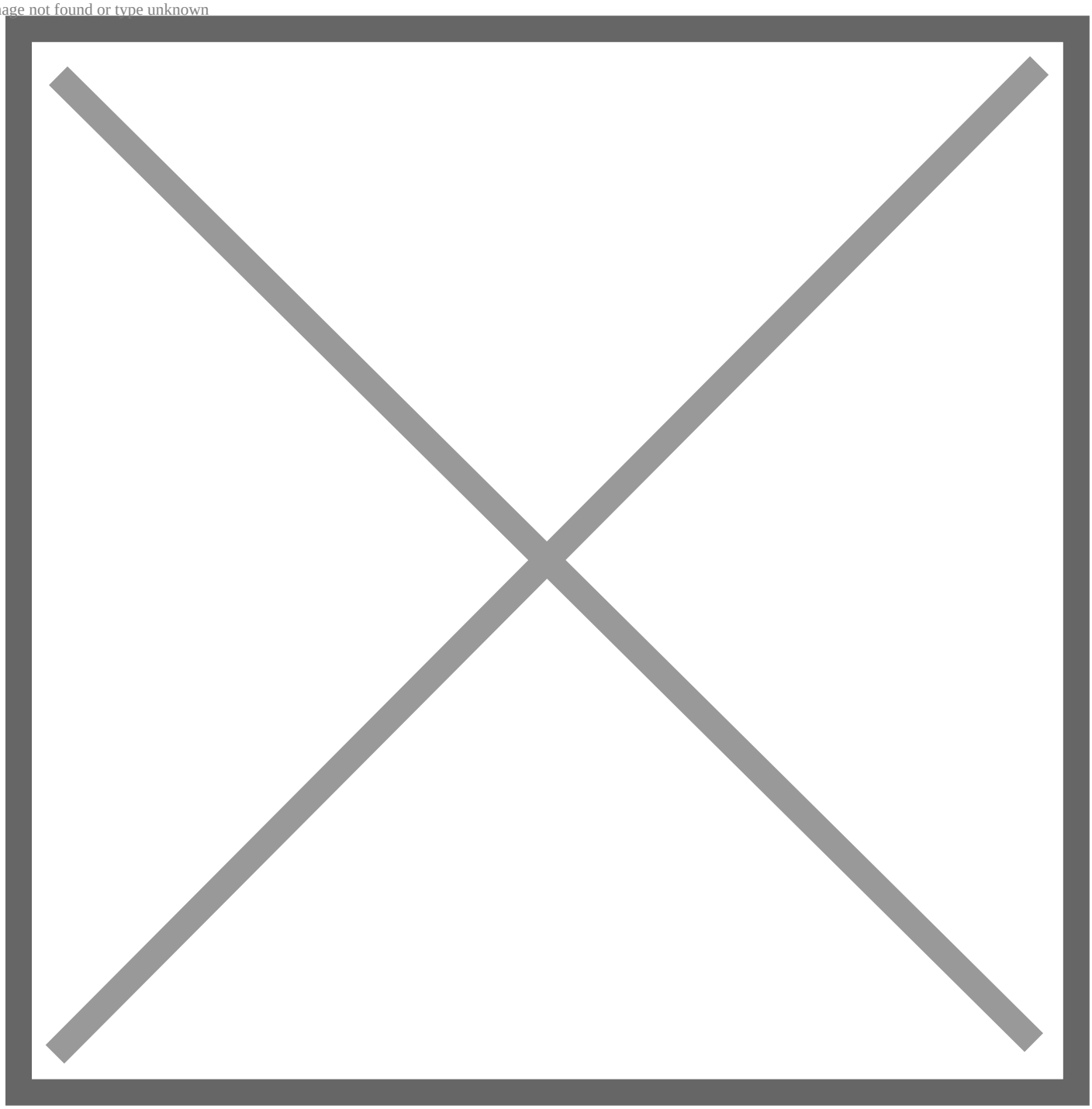
Toyota reparte alegría navideña en estas fiestas navideñas

December 05, 2024

Image not found or type unknown



PLANO, Texas (5 de diciembre de 2024) — Con la temporada navideña en pleno auge, Toyota celebra la alegría de ayudar a los demás a través de su publicidad navideña. Anoche durante la programación especial de "Christmas in Rockefeller Center Center" en NBC, "Real Reward" se estrenó – y dentro de "Navidades en Rockefeller" en Telemundo se develó "Naughty List", ambos con un lanzamiento personalizado del presentador del programa.

Para la transmisión inaugural de Telemundo de "*Christmas in Rockefeller Center", apropiadamente nombrada "Navidades en Rockefeller Center*", Toyota hizo historia como patrocinador presentador, al ayudar a llevar la principal tradición navideña del país a las audiencias de habla hispana por primera vez.

"Real Reward" cuenta la historia de una pareja joven, que ven a un perro perdido mientras salen a comprar un árbol en Nochebuena. Mientras recogen comida para llevar de un restaurante local, reconocen al perro en un volante de "perro perdido" publicado en el interior, con una recompensa en efectivo. Cuando vuelven a casa en su nuevo Tacoma 2025, ven al perro de nuevo en un callejón y se detienen para meter al perro asustado en el Tacoma y devolvérselo a su familia. Cuando llegan a la casa de la familia, una niña sale corriendo a recibir al perro con un fuerte abrazo, emocionada y aliviada por ver a su perro a salvo en casa, justo a tiempo para Navidad. Los padres ofrecen a la pareja joven la recompensa, pero ellos la rechazan, ya que ver a la familia reunida con su querido perro es recompensa suficiente. "Real Reward" fue creado por Saatchi & Saatchi y dirigido por Dorian y Daniel de Reset Content.

La creatividad hispana de este año se centra en la unión durante las festividades, a través de los ojos de un niño travieso en un viaje con su padre. "Naughty List", creado por Conill y dirigido por Fredrik Bond, aprovecha la naturaleza juguetona de los niños que quieren asegurarse de que no están en la lista de los traviesos de Santa. El anuncio destaca el vínculo entre padre e hijo mientras conducen por la ciudad en un Tundra 2024 y los momentos graciosos, pero reconfortantes, que comparten con la familia durante las fiestas. El anuncio bilingüe se estrenó durante el programa "Navidades en Rockefeller Center" de Telemundo, la primera vez que la cadena retransmite la ceremonia del encendido del árbol de Navidad en español.

"El conmovedor mensaje navideño de este año destaca la importancia de difundir la alegría a través de actos de bondad, ya sea con seres queridos o con extraños", afirmó Mike Tripp, vicepresidente de grupo, Toyota Marketing, Toyota Motor North America. "Esperamos que la familia y los amigos sientan el espíritu de la temporada navideña a través de momentos compartidos de amabilidad y conexión".

En estas fiestas, Toyota colaborará con Best Friends Animal Society para ayudar a encontrar un hogar a los perros y gatos de los refugios de todo el país. Best Friends Animal Society es una organización nacional líder en bienestar animal, que trabaja para salvar las vidas de perros y gatos en los refugios de Estados Unidos. La donación de Toyota ayudará a nivel nacional a Best Friends Animal Society y a su red de refugios y grupos de rescate asociados, para que continúen con su misión de encontrar un hogar a los perros y gatos desamparados.

Animamos a los televidentes a apoyar a Best Friends Animal Society, al visitar su sitio web bestfriends.org para obtener más información sobre su labor y para adoptar o acoger a un nuevo mejor amigo.

Dónde ver

Tras la emisión de "Real Reward" en el especial "Christmas in Rockefeller Center" de NBC, otras emisiones de alto nivel incluyen "TODAY" de NBC el jueves 5 de diciembre y "Sunday Night Football" de NBC y Peacock los domingos 15 y 22 de diciembre, así como cinco unidades dentro del juego, durante los partidos a lo largo de diciembre.

Tras la semana de estreno, "Real Reward" se emitirá a nivel nacional en los canales lineales, digitales y en las redes sociales. El anuncio se emitirá durante la programación deportiva y en cadenas de cable como Freeform y

Hallmark.

Después de estrenarse en el especial de Telemundo la noche del 4 de diciembre, “Naughty List” también se emitirá durante el programa matinal de la cadena, “Hoy Día”, el siguiente día. El anuncio de 60 segundos empezará a emitirse en todas las cadenas de televisión y cable del 10 al 24 de diciembre.

La cobertura televisiva lineal hispana de “Naughty List” incluye una combinación de cadenas de televisión y de cable, como Univision, Telemundo, UNIVERSO y Discovery en Español. La programación de medios hispanos de alto perfil amplificará “Naughty List”, incluyendo “Hoy Día” de Telemundo, y “Sunday Night Football” de Universo. La campaña también contará con patrocinios digitales, como Canela’s Navidad Movie Collection, que ofrecerá entretenimiento navideño, y la estación navideña mexicana en Pandora. Además, se contará con el apoyo de socios en video digital como Hulu, ViX, Weather Channel en Español, Peacock, Roku, Netflix y YouTube. El contenido se compartirá en las redes sociales de Telemundo.

El evento de ventas Toyotathon de diciembre ofrece incentivos hasta el 6 de enero de 2025. Vea los anuncios aquí. Imágenes y créditos disponibles aquí.