

Contact: Ariel Gavilan  
Claudia Gregory

## La marca Chrysler lanza una nueva campaña para el mercado hispano

- “Héroe”, la nueva campaña de la marca Chrysler fue especialmente creada y desarrollada para el mercado hispano
- Un comercial de 30 segundos presenta a la nueva Chrysler Pacifica, la minivan más galardonada en el 2016 y 2017
- La campaña debutará esta semana en televisión e Internet
- El anuncio se difundirá en los principales mercados hispanos, incluyendo Chicago, Dallas, Houston, Los Ángeles y Miami, entre otros

June 21, 2017, Auburn Hills, Mich. - La marca Chrysler lanza una nueva campaña esta semana para compartir las características más importantes de la nueva Chrysler Pacifica con clientes hispanos.

“ [Héroe](#)” es un comercial de 30 segundos protagonizado por Pablo, un niño que intenta impresionar a su vecina. Pablo utiliza la funcionalidad, versatilidad, tecnología y el diseño audaz de la Pacifica para hacer más ameno y especial el camino hacia la escuela. “Héroe” se emitirá en televisión y en los canales digitales y sociales, y estará disponible en el [canal oficial de YouTube de la marca Chrysler](#).

“Construimos la nueva Chrysler Pacifica 2017 con los niños en mente y también pensando en las mamás y los papás que realizan “proezas de superhéroes” todos los días. Por esto tenemos disponibles más de 100 dispositivos de seguridad y protección para transformar el segmento de las minivan,” dijo Tim Kuniskis responsable de las Marcas Dodge, SRT, Chrysler y FIAT, FCA – Norteamérica. “Con una amplia gama de elementos tecnológicos que incluye puertas corredizas – activadas sin utilizar las manos, Uconnect Theatre, ParkSense Rear Park Assist y nuestro exclusivo Stow 'n Go, los “súper” poderes de la Pacifica ofrecen a los padres y niños la capacidad de desempeñar el papel de héroe en su vida cotidiana.”

La campaña se transmitirá en los principales mercados hispanos, incluyendo Austin, Chicago, Dallas, Houston, Fort Myers, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Orlando, Phoenix, Sacramento, San Antonio, San Diego, San Francisco, Tampa y West Palm Beach.

“Generar publicidad para los consumidores multiculturales es una prioridad para nuestra empresa,” dijo Juan Torres, Responsable de Publicidad Multicultural, FCA US LLC. “Hoy en día, el crecimiento de la industria automotriz de los Estados Unidos es impulsado en gran parte por las ventas a clientes multiculturales. Los latinos tienen una alta afinidad por el segmento de las *minivans* y es por esto que nuestra campaña fue diseñada para familias latinas biculturales usando el humor y una historia cariñosa para mostrar las características únicas que hacen de la Chrysler Pacifica la “héroe” de todas las *minivans*.”

La campaña “Héroe” de Chrysler fue producida conjuntamente con Alma DDB.

### Acerca de la Chrysler Pacifica

La [Chrysler Pacifica 2017](#) reinventa el segmento del minivan con un nivel sin precedentes de funcionalidad, versatilidad, tecnología y estilo audaz. Rediseñada desde el suelo en una plataforma totalmente nueva, la Pacifica cuenta con un tren motriz líder por consumo de gasolina y por los sistemas de potencia híbridos para el segmento de las minivan. Con más de 100 características de seguridad disponibles, el nuevo sistema de entretenimiento de asientos traseros Uconnect Theater y una gama

completa de tecnologías de comodidad y conveniencia, la Chrysler Pacífica es una minivan sin compromisos ideal para las familias de hoy, ganando su lugar como la *minivan* más premiada del año.

La [Pacífica Híbrida](#) lleva este revolucionario vehículo a un nuevo nivel, con su innovador y avanzado tren motriz híbrido. Es el primer vehículo eléctrico en el segmento de minivan y alcanza una autonomía equivalente a 84 millas por galón (MPGe) y de 33 millas en modo únicamente eléctrico.

#### **Acerca de la marca Chrysler**

Desde su fundación en 1925, la marca Chrysler deleita a los consumidores con diseños distintivos, innovación y tecnología intuitiva, todo a un precio accesible.

Ya sea por la amplia minivan Chrysler Pacífica donde toda la familia entra muy cómoda, su innovador y audaz diseño del Chrysler 300, o por la elegancia sencilla y experiencia de conducción extraordinaria del nuevo Chrysler 200, los modelos de la marca Chrysler reflejan la pasión, creatividad y el sentido de logro de sus propietarios. Más allá de vehículos con un diseño excepcional, la marca Chrysler ha incorporado características muy bien analizadas en todos sus productos, tales como la consola central innovadora con almacenamiento y portavasos que se deslizan en el Chrysler 200, sistema de almacenamiento y asientos exclusivos de la industria Stow 'n Go en la Chrysler Pacífica y la tecnología de ahorro de combustible llamada Fuel Saver Technology en el Chrysler 300.

La introducción de la marca Chrysler con productos innovadores continúa afianzando a la marca como líder en diseño, ingeniería y costo. Lo importante de la marca Chrysler está en el producto, no en el precio.

#### **Siga las noticias y videos de Chrysler y FCA US en Español vía:**

FCA en Español: <http://media.fcanorthamerica.com/es>

Twitter: [twitter.com/FCAUSEspanol](https://twitter.com/FCAUSEspanol)

-###-

Additional information and news from Stellantis are available at: <https://media.stellantisnorthamerica.com>