

Chrysler Pacifica, la minivan más premiada por siete años consecutivos, lo celebra con una nueva campaña de marketing

- La nueva campaña de Chrysler Pacifica y Pacifica Hybrid "Thanking our Parents" ("Agradeciendo a nuestros padres") se emitirá por televisión, medios digitales y redes sociales, incluidos los canales de [Facebook](#), [Twitter](#), [TikTok](#) e [Instagram](#) de la marca Chrysler
- Con esta campaña, Chrysler quiere reconocer a los diferentes tipos de padres que han inspirado a la marca a lo largo de los años y que la llevaron a lanzar Pacifica, la minivan más premiada por siete años consecutivos
- "Thanking our Parents" presenta tres comerciales de 30 segundos: "Boy Mom", "Empty Nesters" y "Dog Mom". Todos se pueden ver ya en el canal oficial de [YouTube](#) de la marca Chrysler

April 22, 2024, Auburn Hills, Mich. - Para celebrar que Chrysler Pacifica ha sido la minivan más premiada durante siete años consecutivos, la marca lanza su nueva campaña publicitaria multimedia "Thanking our Parents" ("Agradeciendo a nuestros padres"), que dedica los galardones y da las gracias personalmente a los diferentes tipos de padres que han sido la inspiración continua para que Chrysler pudiera ofrecer un innovadora tecnología vanguardista, un galardonado diseño interior, el mayor número de elementos de seguridad de serie y el sistema de tracción total más sofisticado de su clase.

"Con más de 175 premios y reconocimientos de la industria, Chrysler Pacifica es la minivan más premiada de Estados Unidos durante siete años consecutivos. Este logro se lo debemos a todos los padres que nos han inspirado como marca para crear y ofrecer diseños, tecnología y elementos innovadores que nos han permitido proporcionar a nuestros clientes el vehículo familiar por excelencia", aseguró Chris Feuell, CEO de la marca Chrysler. "Esta campaña es nuestro 'gracias' a los padres y conductores y para hacerles saber que, sin ellos, no tendríamos la minivan más premiada que tenemos hoy".

La campaña multimedia incluye tres comerciales de 30 segundos que se emitirán a través de televisión, redes sociales y video online:

["Boy Mom"](#)

Resalta el caos que supone ser madre de varios niños menores de 10 años y reconoce que, aunque los padres siempre están muy ocupados, mantener la seguridad de la familia es una prioridad absoluta. El anuncio hace un reconocimiento a las "Boy Mom" (madres protectoras) por ser la inspiración que hay tras Chrysler Pacifica con más elementos de seguridad de serie en la industria.

["Empty Nesters"](#)

Se centra en aquellos padres que dejan a su último hijo en la universidad y saben que un nuevo tipo de libertad se avecina. El comercial da las gracias a los "Empty Nesters" (padres con el síndrome del nido vacío) por ser la inspiración para crear Pacifica Plug-in Hybrid, que ofrece 520 millas de autonomía combinada de gasolina y electricidad, así como un completo sistema de infoentretenimiento integrado en los asientos traseros, permitiendo a los padres emprender cualquier tipo de aventura.

["Dog Mom"](#)

Este comercial pone el foco en los padres de mascotas, especialmente en aquellos poseen perros grandes y peludos. El comercial les da las gracias por haber sido la inspiración para crear Chrysler Pacifica con asientos Stow 'n Go y un sistema de almacenamiento para organizar todos los juguetes de sus mascotas, así como el aspirador Stow 'n Vac integrado para limpiar el desorden que dejan atrás.

La marca Chrysler ha creado la campaña en colaboración con Doner.

Chrysler Pacifica

Entre los elementos de Chrysler Pacifica orientados a las familias figura la cámara interior FamCAM, que ofrece una vista panorámica de los ocupantes de los asientos infantiles. Chrysler Pacifica equipa la mayor cantidad de elementos de seguridad de serie en su segmento, cuenta con capacidad AWD en combinación con el inteligente sistema de asientos Stow 'n Go (exclusivos en su categoría), y ha sido la primera en ofrecer Amazon Fire TV integrado en el sistema Uconnect Theater.

Chrysler Pacifica Plug-in Hybrid, la primera minivan híbrida del segmento, ofrece 82 MPGe en modo eléctrico, una autonomía eléctrica de 32 millas y una autonomía total de 520 millas. Chrysler Pacifica híbrida enchufable también puede recargar la batería al frenar o detenerse utilizando la tecnología de frenado regenerativo que lleva incorporada. Su modo de Regeneración Máxima usa una fuerza de frenado regenerativo aún mayor para maximizar la eficiencia y se indica a través de un icono en el panel de instrumentos que mantiene a los conductores informados del incremento que se produce. Pacifica Hybrid representa la evolución del portafolio de vehículos de Chrysler en la transición de la marca hacia un futuro totalmente electrificado, como parte del plan estratégico Dare Forward 2030 de Stellantis para liderar la forma en que el mundo se mueve ofreciendo soluciones de movilidad innovadoras, limpias, seguras y asequibles.

-###-

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