Porsche Latin America impulsa el concepto Destination y respalda la expansión de nuevos formatos de retail para llegar a nuevas audiencias en Latinoamérica.

24/06/2026 En un esfuerzo conjunto con la red latinoamericana de importadores independientes, Porsche Latin America está apoyando la remodelación de los Porsche Centers, con el objetivo de acercar la marca Porsche a nuevas audiencias y elevar la experiencia de la comunidad entusiasta de la marca.

El concepto arquitectónico *Destination* , presentado en 2023, propone una experiencia que comienza incluso antes de que una persona cruce la puerta. Con áreas modulares, estímulos multisensoriales, puntos de contacto digitales, asesoría y personalización, el recorrido busca reunir a una comunidad de entusiastas conectada con el estilo de vida de la marca. Su adopción gradual en los Porsche Centers de

Latinoamérica busca renovar el modelo tradicional de concesionario.

Esta actualización incluye la incorporación de formatos más pequeños que integran operaciones de ventas y posventa, manteniendo las mismas funciones y requisitos de un Porsche Center completo. Este modelo ya se implementó en ubicaciones como Montevideo (Uruguay) y Guadalajara (México), ampliando la presencia de la marca sin tener que replicar la escala total de un concesionario tradicional.

También se están considerando alternativas enfocadas en fortalecer la capacidad de posventa. Un ejemplo es *Service Factory* , una operación especializada que realiza trabajos mecánicos de mayor alcance. No recibe vehículos de clientes directamente. En cambio, los vehículos se entregan en el Porsche Center y luego se transportan a una *Service Factory* . Esto permite aumentar la capacidad de servicio de la red.

Al mismo tiempo, existen formatos orientados a necesidades específicas y a diferentes entornos urbanos. Porsche *Approved* Center se enfoca exclusivamente en la venta de autos seminuevos y, por lo general, se ubica en las afueras de una zona urbana, ya que requiere más espacio. En contraste, hay formatos urbanos como *Porsche Now* y *Porsche Studio* , que se instalan en espacios más reducidos, con diseño premium, en zonas de tendencia y de alto nivel, para activar temporalmente una parte de la ciudad o explorar nuevos mercados donde aún no hay operaciones permanentes.

Al cierre del primer trimestre de 2026, varios Porsche Centers habrán reabierto tras sus renovaciones, incluyendo Porsche Center San Ángel, Porsche Center Santa Fe en la Ciudad de México, Porsche Center Puebla, así como los de Lima (Perú), Bogotá (Colombia) y Santiago (Chile). Además, se construyó desde cero un nuevo Porsche Center en Buenos Aires para fortalecer la presencia de la marca en el país, mientras que en Uruguay se ampliaron las operaciones con la apertura de un Porsche Center en Montevideo.

Asimismo, en mercados donde la marca Porsche ya tenía presencia, las instalaciones se ampliaron y modernizaron para fortalecer la red de ventas. En ese contexto, se inauguró Porsche Now en Los Cabos, la segunda sede en México, así como un espacio en Arequipa, Perú. Además, se abrió el primer Porsche Studio de Latinoamérica en la colonia Roma de la Ciudad de México, en el mismo lugar donde anteriormente operaba Porsche Now.

Con una inversión acumulada que supera los 28 millones de dólares por parte de importadores independientes, la estrategia busca fortalecer la presencia de la marca Porsche en Latinoamérica mediante la modernización de instalaciones, la expansión de formatos de retail hacia nuevas ciudades y el refuerzo de la experiencia de marca en cada punto de contacto, al tiempo que impulsa la entrada a nuevos mercados latinoamericanos.

“En Porsche Latin America estamos fortaleciendo nuestra red actual y, al mismo tiempo, creciendo y llegando a lugares donde no estábamos”, dijo Thomas Illner, Presidente y CEO de Porsche Latin America. “El objetivo es estar cada vez más cerca, no solo de potenciales clientes y nuevas audiencias, sino también de todas las personas fans de la marca que desean vivir la experiencia Porsche”.

Con esta expansión de formatos y la implementación de *Destination* , Porsche Latin America consolida una estrategia que combina innovación, cercanía y consistencia de marca para elevar la experiencia de lujo en cada punto de contacto, fortalecer su red regional y seguir conectando con nuevas audiencias, sin perder de vista a quienes ya viven la pasión por Porsche.

MEDIA ENQUIRIES

Elizabeth Solís

Public Relations and Press
Porsche Latin America
+1 (770) 290 8305
elizabeth.solis@porschelatinamerica.com

Image Sublines

Path: Porsche Latin America impulsa el concepto Destination y respalda la expansión de nuevos formatos de retail para llegar a nuevas audiencias en Latinoamérica./imágenes/img_1.jpg
Title: Porsche Centre Mérida, México, 2026
Subline: Porsche Centre Mérida en México

Path: Porsche Latin America impulsa el concepto Destination y respalda la expansión de nuevos formatos de retail para llegar a nuevas audiencias en Latinoamérica./imágenes/img_2.jpg
Title: Un Porsche 356 Speedster se exhibe en el Classic Corner de Porsche Center Buenos Aires, Argentina, 2025
Subline: Un Porsche 356 Speedster se exhibe en el Classic Corner de Porsche Center Buenos Aires, Argentina

Path: Porsche Latin America impulsa el concepto Destination y respalda la expansión de nuevos formatos de retail para llegar a nuevas audiencias en Latinoamérica./imágenes/img_3.jpg
Title: Porsche NOW Arequipa, Perú, 2025
Subline: Porsche NOW Arequipa en Perú

Path: Porsche Latin America impulsa el concepto Destination y respalda la expansión de nuevos formatos de retail para llegar a nuevas audiencias en Latinoamérica./imágenes/img_4.jpg
Title: Porsche Latin America impulsa el concepto Destination y respalda la expansión de nuevos formatos de retail para llegar a nuevas audiencias en Latinoamérica
Subline: Owner's Collection, Porsche Center Bogotá, Colombia

Link Collection

Link to this article
https://newsroom.porsche.com/es/2026/compania/porsche-latin-america-destination-formatos-retail.html

Media Package
https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/57b39b7d-a0b5-4848-a43a-ce6e17373c51.zip