



Porsche Latin America reúne a propietarios de tres autos clásicos en una emotiva campaña

25/03/2026 Para presentar la nueva plataforma global de Porsche, *There is no substitute*, Porsche Latin America reúne a tres automóviles clásicos con cada uno de sus propietarios a lo largo del tiempo. Juntos, comparten las historias que revelan su pasión por la marca como parte de la campaña *Owners Reunions*, un homenaje al profundo amor de la marca de Stuttgart por su legado.

Cada automóvil Porsche cuenta con un VIN único que lo identifica desde su fabricación. Sin embargo, cuando un automóvil permanece en el tiempo, ese código se transforma en algo más profundo: una biografía compartida por todos quienes lo han poseído. La campaña *Owners Reunions* utilizó estos datos para rastrear y reunir a los antiguos propietarios de tres automóviles clásicos ubicados en México, Colombia y Perú, creando vínculos humanos entre personas que compartieron el mismo vehículo a lo largo de las décadas.

Para presentar la plataforma global de la marca *There is no substitute*, Porsche Latin America en coordinación con la agencia creativa La Comunidad muestran una serie de "retratos familiares" que documentan historias: en México, un 911 ST de 1971 cuyos sucesivos propietarios se convirtieron en amigos para toda la vida; en Colombia, un 356 *Speedster* de 1956 que permaneció como un tesoro familiar durante tres generaciones; y en Perú, un 911 Carrera 3.2 de 1988 que conectó por primera vez a varios de los propietarios que lo compartieron.

El 911 ST de 1971 de México

Más allá del desempeño de los deportivos de la marca alemana, la campaña sugiere que la permanencia también se refleja en las vidas que toca. Estos autos trascienden modas y tecnologías, cargando con una profunda historia. Se convierten en testigos físicos de distintas vidas.

"Con la campaña '*Owners Reunions*', celebramos el vínculo único entre Porsche y su comunidad. Estos momentos revelan la verdadera fortaleza de la marca, no solo en los autos que construimos, sino en la pasión, las historias y las experiencias compartidas que unen a generaciones de propietarios", explica Thomas Illner, Presidente y CEO de Porsche Latin America.

El 356 Speedster de 1956 en Colombia

Con el objetivo de fortalecer esta conexión, Porsche lanzó un sitio donde los propietarios pueden integrarse a una comunidad y manifestar su interés en contactar a otros dueños de su mismo vehículo, revelando así el posible "árbol genealógico" de cada Porsche.

Al materializar la promesa global de la marca en una experiencia humana, la campaña *Owners Reunions* confirma que, aunque las llaves cambien de manos, la historia de un Porsche nunca termina.

"*There is no substitute*' es una promesa arraigada en los valores y la singularidad de Porsche. Refleja cómo nuestros autos conectan a las personas a través de generaciones, creando una historia compartida. Cada Porsche se convierte en parte de una historia viva, moldeada y llevada adelante por todos quienes la experimentan", dice Thomas Klein Reesink, Director de Marketing de Porsche Latinoamérica.

El 911 Carrera 3.2 de 1988 en Perú

Sobre *There is no substitute*

La plataforma global *There is no substitute* es una afirmación construida sobre un legado de décadas de ingeniería, diseño icónico y espíritu deportivo de Porsche. Una combinación única de tradición, vanguardia, performance y precisión que ninguna otra marca logra replicar y que hace de Porsche una referencia que invita a descubrir la conexión única entre sus autos y quienes forman parte de su historia

MEDIA ENQUIRIES

Elizabeth Solís

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

Link Collection

Link to this article

<https://newsroom.porsche.com/es/2026/compania/porsche-latin-america-tres-autos-clasicos-campana.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/9c1e8b44-d87f-4aad-9c01-70ce6fdd4a1a.zip>