

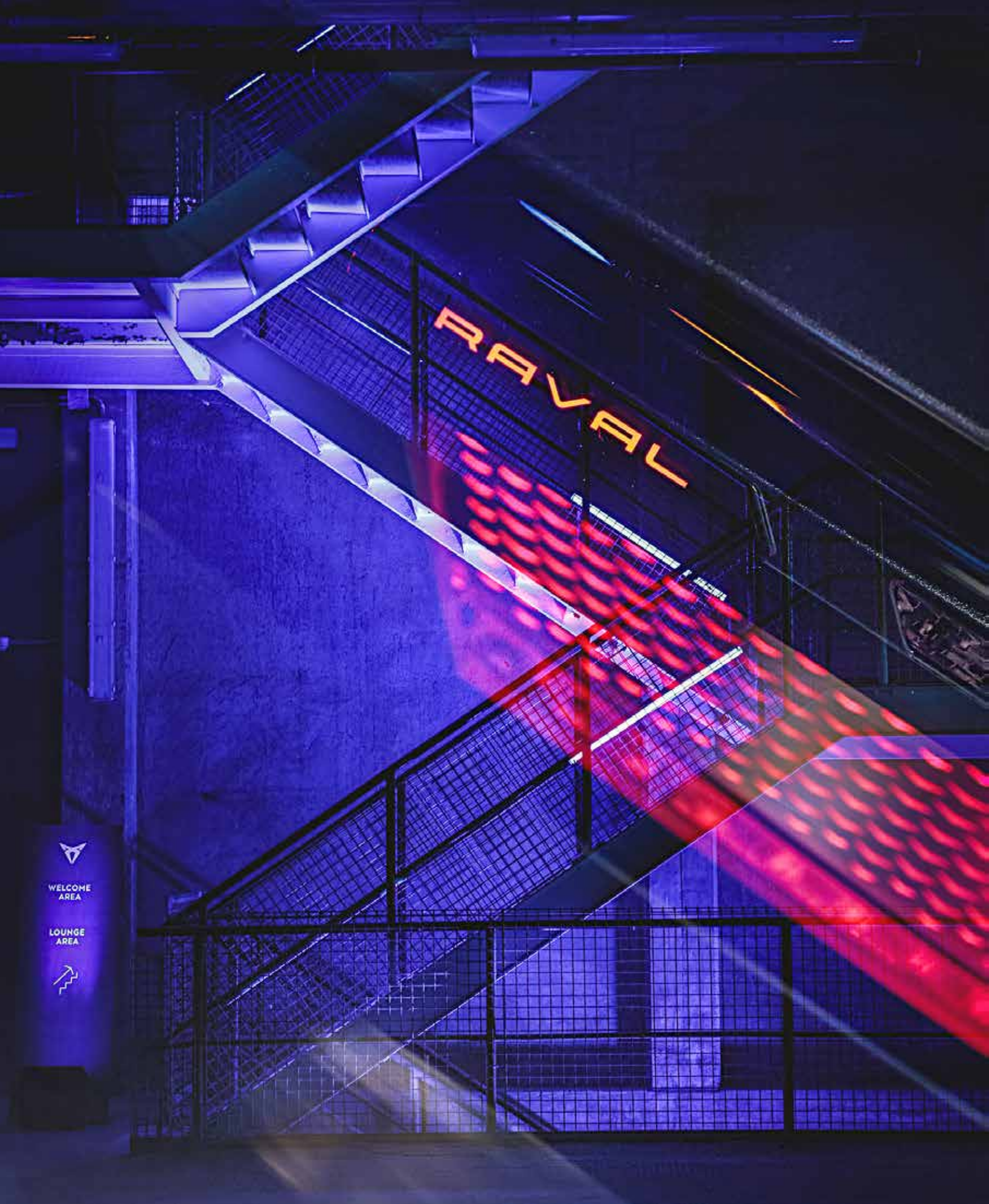
BEYOND REBEL,
SAVAL

INICIAMOS UNA NUEVA ERA

ONETRIBE

JULIO 2026 - N.º 6





RAVAL, ENERGÍA DE EQUIPO



El debut del CUPRA Raval marca mucho más que la llegada de un nuevo modelo. Representa un momento clave en el que toma forma una visión compartida, construida por equipos que han convertido sus ideas y su dedicación en algo real.

Durante años, personas de distintas áreas han aportado talento y compromiso con un mismo propósito: preparar la llegada de nuestro nuevo urbano 100% eléctrico y convertirlo en algo más que un coche. Desde quienes han impulsado su desarrollo, liderando la familia del vehículo eléctrico urbano del Brand Group Core, su estrategia y su conexión cultural, hasta quienes lo hacen posible cada día desde producción y en cada fase del proceso industrial, el CUPRA Raval es el resultado de un esfuerzo colectivo.

Nacido en Barcelona e inspirado por la actitud del barrio que le da nombre, el Raval representa nuestra forma de entender la movilidad eléctrica: emocional, accesible, urbana y provocadora. Su carácter disruptivo también se ha reflejado en su debut y en la construcción cultural de marca. Hemos llevado el Raval a las calles, lo hemos conectado con la música, los creadores de contenidos, las ciudades y la Tribu, demostrando que su lanzamiento va mucho más allá del producto. Pero nada es casual, detrás hay decisiones, horas de trabajo, ideas, procesos, manos expertas y personas que hacen que cada detalle cuente. En estas páginas ponemos el foco en algunos de estos protagonistas, como reconocimiento a todas las personas que han contribuido a hacer del CUPRA Raval lo que hoy ya es.

Trabajando como una sola Tribu, construimos marca, cultura y futuro.

CÉCILIA TAÏEB

DIRECTORA GLOBAL DE
COMUNICACIÓN DE CUPRA

LA CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN, EL INICIO DE UNA NUEVA ERA

BEYOND REBEL

Con la llegada del CUPRA Raval culminamos la mayor transformación de nuestra historia y abrimos una nueva era para nuestra compañía. Nuestro nuevo urbano eléctrico es la prueba de lo que somos capaces de lograr cuando trabajamos con una visión común, ambición y espíritu de equipo.

Durante años nos hemos preparado para este momento: creando nuevas instalaciones, incorporando nuevas tecnologías, reforzando nuestras capacidades industriales, formando a nuestras personas y cambiando nuestra cultura para liderar el futuro de la movilidad. Todo ello ha sido posible gracias a una inversión de más

de 3.000 millones de euros en Martorell.

El CUPRA Raval es el resultado del talento, la ambición y el compromiso de miles de personas. Cada decisión, cada hora de formación, cada ajuste en la línea y cada mejora nos han traído hasta aquí.

No ha sido un camino fácil. Pero hoy podemos decir con orgullo que Martorell ya es una realidad electrificada: una fábrica flexible, competitiva y preparada para producir vehículos eléctricos, híbridos y de combustión. Una planta de referencia dentro del Grupo Volkswagen y un motor industrial para España y Europa.

La llegada de la familia de coches eléctricos urbanos, un proyecto que hemos liderado en nombre del Brand Group Core

del Grupo Volkswagen, marcará un antes y un después al acercar la electromovilidad a toda Europa con cuatro modelos de tres marcas distintas, todos ellos 100% eléctricos *Made in Spain*.

Desde aquí, reforzamos nuestro papel como impulsores de esta nueva era, haciendo la movilidad eléctrica más accesible, atractiva y relevante para las nuevas generaciones de conductores en Europa.

Este es un hito para nuestra compañía y, sobre todo, un logro para todos nosotros. Es el punto de partida del siguiente capítulo: seguir elevando nuestro rendimiento, nuestra ambición y nuestro impacto desde Martorell. Gracias a todas las personas por hacerlo posible.

MARKUS HAUPT
CEO DE SEAT & CUPRA





8



12



22



52



58



31



34

S O D I N I Z A C I O N

8	Diseño, performance y tecnología: tres pilares para un 'gamechanger'
12	Con luz propia
16	Revolución sin costuras. El futuro se teje en 3D
20	El valor de conectar
22	Las joyas de la Project House
31	El recorrido de la batería
34	El talento detrás del CUPRA Raval
44	Inicio de la producción del CUPRA Raval y el ID. Polo

46	La nueva movilidad eléctrica urbana arranca en Martorell
50	Radiografía eléctrica
52	Cómo se prepara un lanzamiento
58	Pepe Martí: nacido para competir
60	El carácter que mueve al Raval
66	Inspired by Raval
68	Primer pulso al Raval
74	La ambición se eleva



60

Queda prohibida cualquier modalidad de explotación, venta, distribución, cesión a terceros, comunicación pública y transformación sin la autorización previa y expresa de la empresa o salvo excepción prevista por la ley. Se prohíbe la divulgación, utilización, transmisión, distribución, reproducción y transformación, total o parcial, en cualquier soporte o medio, de esta publicación.

Edita SEAT & CUPRA Comunicación
Directora: Cécilia Taieb
Subdirectora: Elisabet Anglada
Redactora jefe: Gemma Solà
Equipo de redacción: Marc Galobardes, Abigail Volpi, Rocío Soria,

Sergi López Collado, Beatriz Bueno, Natàlia Martínez.
Edita y digitaliza: Prensa Ibérica (Ediciones Reunidas, S.A.U.)
Depósito legal: B-47078-1998
ISSN: 2385-6459

Información actualizada a 10 de julio de 2026, al cierre de esta edición.

DISEÑO, PERFORMANCE Y TECNOLOGÍA: TRES PILARES PARA UN 'GAMECHANGER'

Con carácter urbano, espíritu rebelde y puesta a punto para disfrutar al volante, el CUPRA Raval llega para cambiar las reglas de la movilidad eléctrica urbana. Su diseño, dinámica deportiva y universo digital convierten cada desplazamiento en una experiencia con actitud propia.



Con el Raval, en CUPRA volvemos a hacer lo que mejor sabemos hacer: desafiar las normas establecidas. Nace como una interpretación radical del coche eléctrico urbano, un modelo diseñado para quienes quieren moverse por la ciudad —y fuera de ella— sin renunciar al carácter, al estilo ni a la emoción. Un coche que demuestra que la movilidad eléctrica también puede ser provocadora, sensorial y profundamente CUPRA. Diseñado, desarrollado y producido en Barcelona, se asienta sobre la nueva plataforma MEB+ y es el símbolo del ADN más radical de la marca, y representa nuestro compromiso y nuestra ambición de abrir la electrificación a un público más amplio. Una declaración de intenciones que se articula sobre tres pilares: diseño, performance y tecnología.

DISEÑO IMPACTANTE

Su diseño rebelde, con silueta inspirada en un casco, líneas tensas y mirada propia, traduce el espíritu joven, atrevido y creativo del barrio que le da nombre. Cada detalle se ha trabajado para optimizar el flujo de aire y ofre-



cer la menor resistencia aerodinámica. Colores como el Plasma iridiscente, acabados mate como Manganese Mate o Bronce Century Mate, combinaciones de techo bicolor y hasta ocho diseños de llanta permiten a cada persona proyectar su propio espíritu Raval. En el interior, todo está centrado en el conductor. La posición al volante, los asientos CUP Bucket tejidos con tecnología 3D knitting, la consola central flotante, los botones físicos en el volante y la iluminación envolvente crean una simbiosis entre persona y máquina.

PERFORMANCE: ADN DEPORTIVO

El CUPRA Raval demuestra que la movilidad eléctrica también puede ser divertida, precisa y emocional. Su configuración de tracción delantera, el chasis deportivo rebajado en 15 milímetros respecto a otros modelos de la plataforma, la suspensión optimizada y la dirección progresiva hacen que el coche responda con rapidez y se sienta muy conectado con la carretera. Todo está pensado para transmitir una auténtica sensación de karting. Además, la función E-Launch, desarrollada en exclusiva por CUPRA, combina aceleración, luz y sonido para convertir cada arranque en una experiencia más intensa.

TECNOLOGÍA INMERSIVA

La tecnología del CUPRA Raval acompaña cada trayecto con una experiencia de luz, sonido y conexión. El sistema Smart Light Next Generation convierte la iluminación en un lenguaje intuitivo entre el coche y quien está al volante. Junto a la Ambient Dash Light, las proyecciones dinámicas en las puertas, inéditas en su categoría, crean, junto con el sonido Sennheiser con tecnología AMBEO, una experiencia envolvente. La pantalla de infoentretenimiento de 12,9 pulgadas, el Digital Cockpit de 10,25 pulgadas y el sistema operativo Android aportan una interacción digital más fluida, mientras las soluciones de carga y eficiencia ayudan a optimizar la conducción. Todo suma para que cada trayecto sea más intuitivo, eficiente y emocionante.



“La configuración deportiva confiere al Raval una agilidad y una seguridad excepcionales que se traducen en una auténtica sensación de kart”

WERNER TIETZ
RESPONSABLE DE I+D DEL
GRUPO VOLKSWAGEN Y
ANTERIOR VICEPRESIDENTE
EJECUTIVO DE I+D DE CUPRA

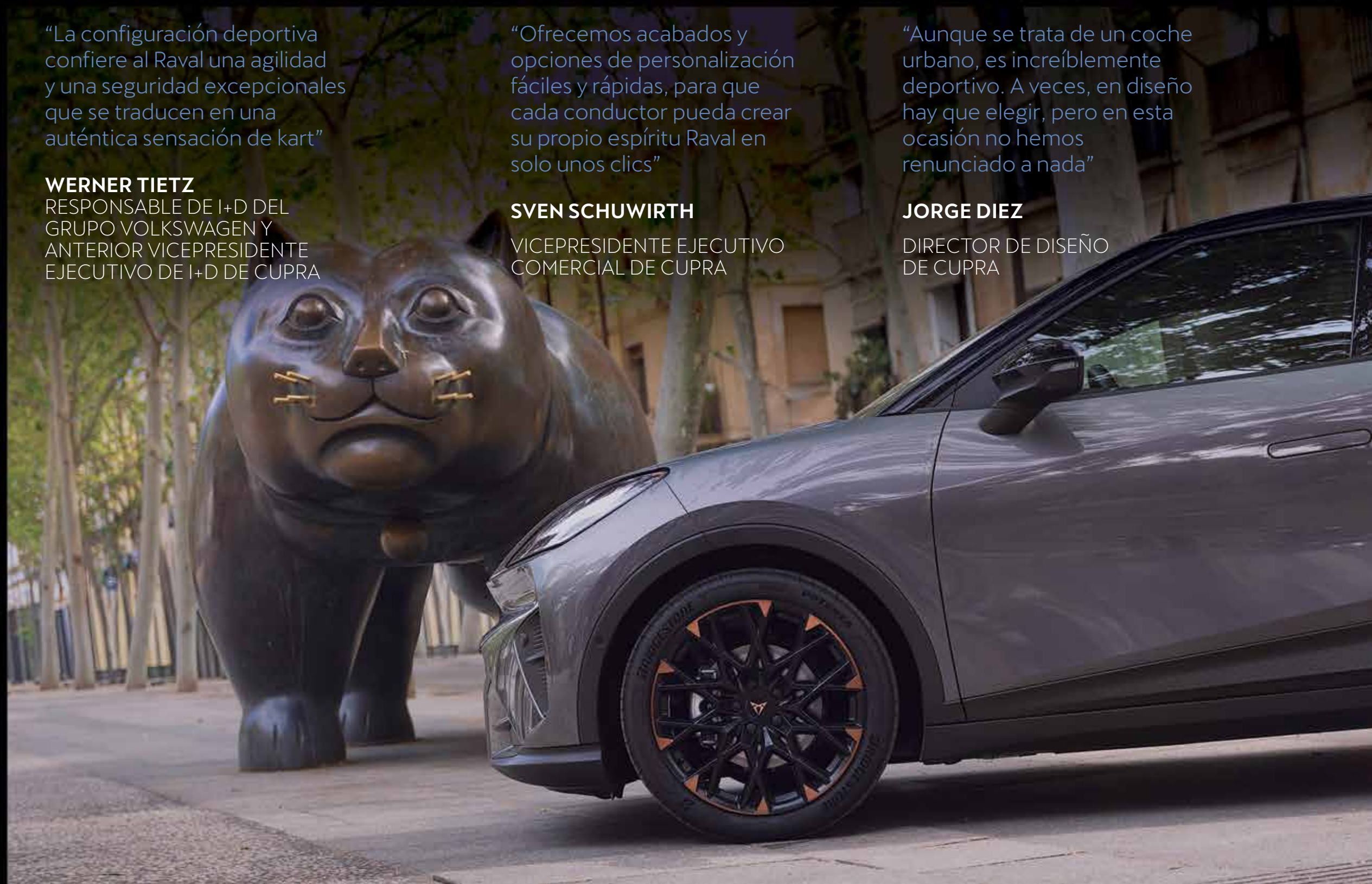


“Ofrecemos acabados y opciones de personalización fáciles y rápidas, para que cada conductor pueda crear su propio espíritu Raval en solo unos clics”

SVEN SCHUWIRTH
VICEPRESIDENTE EJECUTIVO
COMERCIAL DE CUPRA

“Aunque se trata de un coche urbano, es increíblemente deportivo. A veces, en diseño hay que elegir, pero en esta ocasión no hemos renunciado a nada”

JORGE DIEZ
DIRECTOR DE DISEÑO
DE CUPRA



CON LUZ PROPIA

LA ILUMINACIÓN TRANSFORMA LA MIRADA Y EL CARÁCTER DEL NUEVO CUPRA RAVAL.

En el CUPRA Raval, la iluminación define el diseño. Desde la firma frontal de tres triángulos hasta la luz trasera *coast-to-coast*, cada detalle construye una identidad reconocible, innovadora y viva. Tony Gallardo, responsable de Iluminación en Diseño Exterior de CUPRA, resume la intención: “Queremos que nuestros productos sean icónicos, que se reconozcan a primera vista”. Cada pieza importa: los faros Matrix LED, los tiradores ocultos iluminados, el logo trasero... “Tratamos la luz como si fuera el origen de la vida, porque queremos que nuestros coches transmitan emoción”.

En el interior, la luz deja de ser solo funcional para convertirse en lenguaje. El sistema de Smart Light Next Generation, los siete ambientes de iluminación

interior seleccionables y las proyecciones dinámicas en las puertas, ideadas por el área de Colour & Trim de Diseño, transforman el interior en un espacio que responde al estado de ánimo y al modo de conducción. Carol Gómez, del equipo de Colour & Trim, destaca las proyecciones en las puertas como una de las apuestas más diferenciales: “Es una de las primeras aplicaciones de este tipo en producción en Europa, y también uno de los elementos que más llaman la atención cuando se prueba el coche en persona”. Además, el sistema permite la personalización: “Queríamos que las luces interiores fueran una experiencia mucho más inmersiva”, añade Carol. Así, la luz se convierte en mirada y vínculo sensorial, en una forma de reconocer el coche y vivir cada interacción como un instante propio y memorable.

MIRADA TRIANGULAR

Los faros Matrix LED incorporan tres triángulos como firma reconocible. Los módulos de iluminación se armonizan con la firma lumínica y convierten la mirada frontal en un gesto técnico, preciso y distintivo de CUPRA.



MENOS ES MÁS

Los tiradores ocultos e iluminados prolongan el lenguaje de la luz hacia los laterales. También aportan minimalismo, eficiencia aerodinámica y una bienvenida sutil al inicio de cada nuevo trayecto.

LUCES TRASERAS

La luz *coast-to-coast*, el logotipo iluminado sin marco y los triángulos laserados crean profundidad. El resultado ensancha visualmente el coche y deja una huella nocturna inconfundible desde cualquier ángulo.

CEREMONIA DE BIENVENIDA

Es la secuencia de iluminación inteligente que el CUPRA Raval proyecta cuando el conductor se aproxima al vehículo y lo enciende. El coche parece “abrir los ojos” combinando el encendido de los faros, la franja LED horizontal de la parte posterior y el logo trasero iluminado en efecto 3D.



“La iluminación exterior del Raval no es solo funcional, es una manifestación de su diseño”

TONY GALLARDO
Responsable de Iluminación en
Diseño Exterior de CUPRA

SMART LIGHT

Integrado en el salpicadero, el sistema Smart Light Next Generation traduce información en señales visuales claras. Avisa, acompaña a los sistemas de asistencia y responde con animaciones en momentos como el E-Launch del coche.



“Pensamos que el coche es un lienzo y que la luz es una nueva forma de pintar a través de la proyección”

CAROL GÓMEZ
Equipo de Colour & Trim en CUPRA

AMBIENTE CONFIGURABLE

Los siete ambientes seleccionables adaptan colores y animaciones al estado de ánimo o al modo de conducción. La luz tiñe el habitáculo y complementa las pantallas digitales durante cada recorrido.

CASCADA ENVOLVENTE

La Ambient Dash Light dibuja un efecto en cascada sobre el tablero. Su intensidad y color construyen una atmósfera sofisticada, inmersiva y centrada en el conductor.

PROYECCIONES EN LAS PUERTAS

Un proyector integrado lanza gráficos animados sobre los paneles de las puerta que cubren el medallón de forma perimetral, encajando con precisión en su geometría. Una solución pionera en automoción que se incorpora por primera vez en un vehículo y transforma la iluminación interior en una experiencia dinámica y envolvente. Los distintos ambientes lumínicos no son aleatorios, sino que están inspirados en estados de la materia —*core, liquid, plasma, electrifed* o *magnetic*— y conectan con el ADN más tecnológico de la marca.

REVOLUCIÓN SIN COSTURAS

EL FUTURO SE TEJE EN 3D

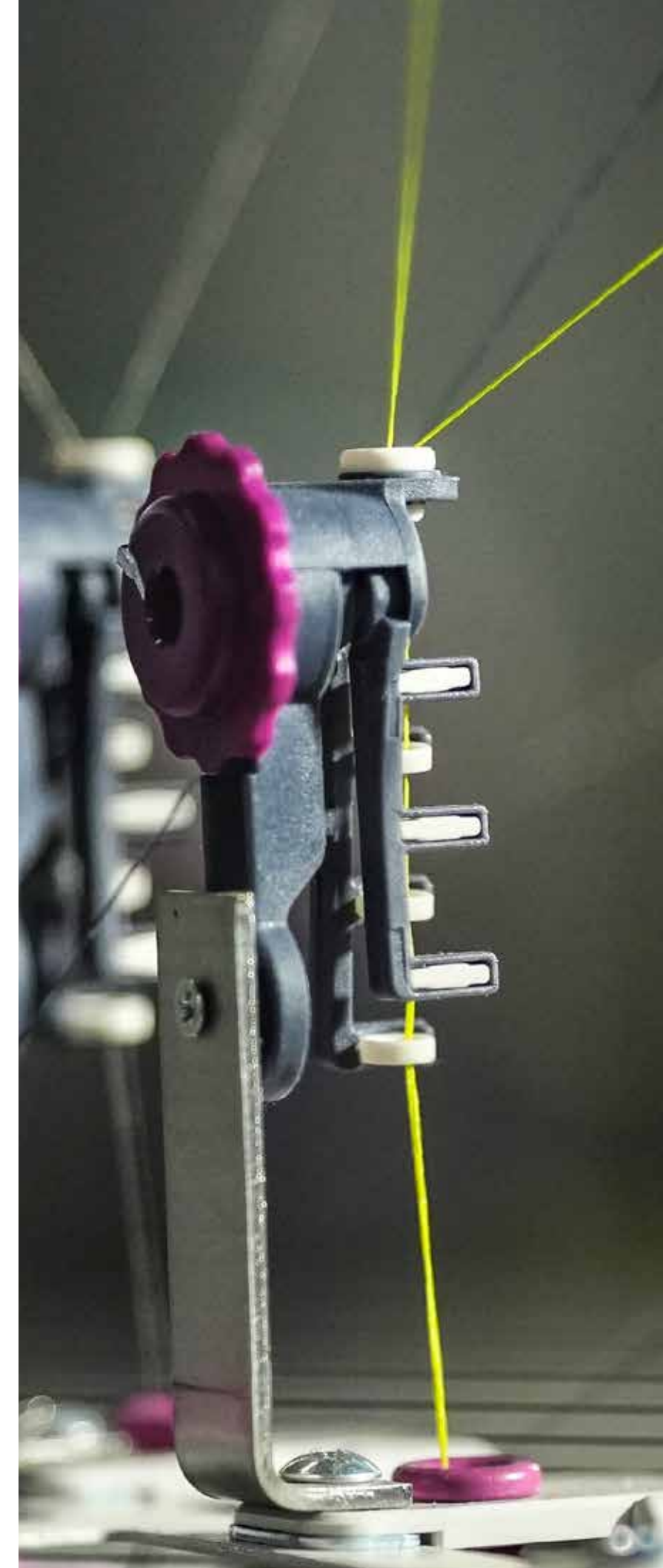
La tecnología 3D knitting revoluciona el mundo de la automoción en los CUP Bucket del CUPRA Raval: una funda de asiento tejida en una sola pieza, sin costuras, sin residuos y con materiales 100% reciclados y reciclables, que redefine la relación entre diseño, innovación y sostenibilidad.

El futuro del diseño se teje en Barcelona. Los CUP Bucket del CUPRA Raval presentan una tapicería confeccionada en una sola pieza mediante tecnología 3D knitting, uniendo creatividad, innovación y respeto por el medio ambiente en un mismo gesto.

Cada funda, elaborada con materiales 100% reciclados y reciclables, demuestra que la sostenibilidad puede tener una estética audaz y disruptiva.

En el departamento de Colour & Trim llevaban años experimentando con el diseño paramétrico y la fabricación aditiva. Ya habíamos visto un avance en otros modelos de CUPRA, creando superficies que evolucionan gracias al diseño paramétrico e incluso piezas tejidas en cabeceros de los showcars CUPRA DarkRebel y CUPRA Tindaya y en partes de los asientos de las Tribe Editions. Ahora, en el CUPRA Raval, lo han llevado a máximos. La funda del asiento se confecciona en una única máquina y en una sola tirada. Cada milímetro está programado para ajustarse como un guante al CUP Bucket, generando volúmenes, tramas y tensiones específicas sin necesidad de costuras añadidas. El resultado es una pieza deportiva sin cortes ni ensamblajes posteriores. Como explica Francesca Sangalli, responsable de Colour & Trim Concept & Strategy en CUPRA, “cuando el diseño se combina con nuevas formas de fabricar, se abren posibilidades completamente nuevas para el interior del automóvil”.

La innovación no reside solo en el diseño, sino en el proceso. La fabricación convencional de la funda de un asiento implica a varios proveedores, desde los textiles, tintados, perforados, cortes y tratamientos hasta la unión de todas las partes para después acoplarlas a la estructura del asiento. Con este sistema todo se reduce a un único proveedor, Tesca. Miles de datos parametrizan cada estructura, cada patrón y cada punto de fijación al bastidor del asiento. Diferentes hilos trabajan simultáneamente para crear, en tiempo real, una funda completa lista para su montaje. Esta transformación ha sido posible gracias a la colaboración con Tesca, especializado en soluciones textiles avanzadas. En sus instalaciones, una red de máquinas de tejido programadas específicamente para este proyecto produce cada funda en una sola pieza. “Ha sido un proceso de aprendizaje mutuo con un enfoque completamente innovador en el que hemos interpretado el diseño de CUPRA para poder adaptarlo a nuestro software y que, con miles de datos,



las máquinas puedan tejer cada estructura, dibujo, costura e incluso partes necesarias para su acoplado, con diferentes hilos, todo al mismo tiempo. El resultado, una única pieza que encaja a la perfección en el asiento CUP Bucket del CUPRA Raval”, explican desde Tesca. La colaboración tecnológica permite que el objeto final sea exactamente lo que el diseño concibió y con cero residuo.

Esa precisión es clave para la sostenibilidad. Cada funda se produce bajo demanda, eliminando stocks innecesarios. El proceso genera residuo cero, ya que no hay recortes sobrantes. El hilo procede de plásticos recuperados del Mediterráneo y transformados en empresas locales próximas al centro de producción, evitando el llamado “turismo de materiales”. Además, el tejido es totalmente reciclable al final de su vida útil, cerrando el círculo bajo los principios de economía circular. Como subraya Sangalli, “la huella que dejamos en el mundo es muy importante, y con esta nueva forma de diseñar el CUP Bucket queríamos demostrar que diseño, innovación y sostenibilidad no solo pueden ir de la mano, sino que deben hacerlo”.

El planteamiento del Raval va más allá de un componente concreto. La gama interior refleja distintas aproximaciones responsables: el acabado PULSE incorpora tejidos 100% reciclados en las zonas centrales; IMMERSIVE introduce microfibra Dinamica® con un 73% de material reciclado; FEEL apuesta por el cuero vegano con componentes reciclados en reposacabezas y secciones centrales. Sin embargo, es el pack AHEAD el que marca un punto de inflexión con los CUP Bucket de tapicería 3D y elementos impresos en 3D en el salpicadero, reforzando una visión integral donde tecnología y conciencia ambiental avanzan juntas.



“La funda está hecha en una sola pieza, con una única máquina de tejido y en una sola pasada. El resultado es una pieza diseñada hasta el último milímetro para ajustarse al asiento como un guante, con un diseño deportivo y totalmente nuevo”.

FRANCESCA SANGALLI
Responsable de Colour & Trim
Concept & Strategy en CUPRA

CLAVES DE SOSTENIBILIDAD



(01)

Producción local. En Tesca, a menos de 100 km de la fábrica de Martorell.



(02)

Hilos procedentes de plásticos reciclados recogidos en el Mediterráneo.



(03)

Materiales 100% reciclados y totalmente reciclables.



(04)

Foco en sostenibilidad en toda la gama de acabados.

EL VALOR DE CONECTAR

Así se organiza una red de trabajo que conecta talento, especialización y liderazgo industrial para dar forma a un proyecto estratégico en el que Martorell actúa como líder coordinando equipos, plantas y marcas en España, Alemania y República Checa.

Dos plantas, tres países, tres marcas y cuatro modelos. La fórmula resume la dimensión del proyecto, pero no explica su complejidad. Desde Martorell se lidera el desarrollo de la familia de coches eléctricos urbanos integrada por el CUPRA Raval y el Volkswagen ID. Polo, que se producen en la planta de Martorell, y por el Škoda Epiq y el Volkswagen ID. Cross, vinculados a Volkswagen Navarra. A su alrededor trabajan equipos de distintas áreas y marcas en Martorell, Pamplona, Wolfsburg y Mladá Boleslav. El reto no es solo industrial o técnico. Es, sobre todo, organizativo. En este sentido cobra especial importancia la Project House, donde trabaja el equipo que articula todo el proyecto con una lógica transversal, y Baureihe, el área que actúa como nexo entre todas las áreas que participan en la creación del producto. Las decisiones se toman conjuntamente. Este es un claro ejemplo de cómo las sinergias entre las marcas del Brand Group Core han sido claves para el éxito del lanzamiento del Raval. El gran valor de conectar ha sido convertir la coordinación transversal en eficiencia, cohesión y en modelos fieles a la identidad de cada marca.



BAUREIHE | SEAT & CUPRA

Desde el área de Baureihe, Beltrán actúa como nexo entre las marcas y las distintas áreas técnicas: Finanzas, Compras, Producción, Calidad... Su rol es coordinar intereses, ordenar decisiones de producto y asegurar que los cuatro modelos de la familia urbana avanza de una manera uniforme.

“Tenemos un objetivo común, pero a la vez contemplamos intereses particulares. Mi tarea es hacer que haya un acuerdo entre todas las marcas y áreas. ¡Estamos todos en un mismo barco!”

Beltrán Sanz

Product Manager del Urban Family Cluster en Baureihe de CUPRA



I+D | ŠKODA

Michal coordina los equipos técnicos para que el vehículo llegue a la calle con todas las garantías. Su rol consiste en conectar distintas formas de trabajar, compartir conocimiento entre marcas y centros, y transformar esa diversidad de enfoques en soluciones comunes para el proyecto.

“Trabajar con equipos de otras marcas y países es enriquecedor. Cada cultura aporta una manera distinta de resolver los retos y compartir ese conocimiento nos ayuda a avanzar más rápido, sin empezar siempre desde cero”.

Michal Lastomirsky

Coordinador de equipos técnicos en I+D de Škoda



CALIDAD | VOLKSWAGEN NAVARRA

Estibaliz acompaña el proyecto Urban EV en cada fase para asegurar que producto y proceso estén preparados para la producción. Su trabajo conecta a los equipos de Calidad con otras plantas y áreas del Grupo, aprovechando sinergias, piezas y proveedores comunes para garantizar un lanzamiento robusto.

“La clave está en aprovechar lo mejor de cada equipo, unos aportan sistemática, otros creatividad, flexibilidad o experiencia, y estar abiertos a ver las cosas desde otras perspectivas”.

Estibaliz Juango Aldunate

Responsable del proyecto Urban EV en Calidad de Volkswagen Navarra



Detrás de la familia de coches eléctricos urbanos, la Project House reúne a un equipo transversal que impulsa el desarrollo de algunas de sus piezas más atrevidas, conectando áreas y decisiones en un proyecto transformador

LAS JOYAS DE LA PROJECT HOUSE

FUERZA E IDENTIDAD

La batería del CUPRA Raval es mucho más que un elemento técnico. “Define la viabilidad del coche, su eficiencia y rendimiento, y es una parte importante de su identidad”, señala Josep Lluís Masriera, de I+D. Su puesta en marcha en Martorell implicó también una nueva forma de trabajar. Tal y como explica Luis Javier Marqués, de Baureihe, “tener a todos los equipos reunidos físicamente agilizó la toma de decisiones, algo fundamental en un entorno multimarca de elevada complejidad”. Es precisamente este trabajo conjunto lo que ha convertido la idea en realidad. Sonia Sanz, de Finanzas, destaca, para ello, “la construcción en tiempo récord de un nuevo taller, desde el edificio hasta la transformación de las líneas de producción” destinada al ensamblaje de baterías. Laura Molina, de Logística, resume así la dimensión del reto afrontado: “Detrás de la puesta en marcha hay meses de coordinación, planificación y trabajo conjunto para hacer realidad un proyecto estratégico para la compañía”. Detrás de todo prevalece una idea compartida: el CUPRA Raval como resultado de un esfuerzo colectivo.

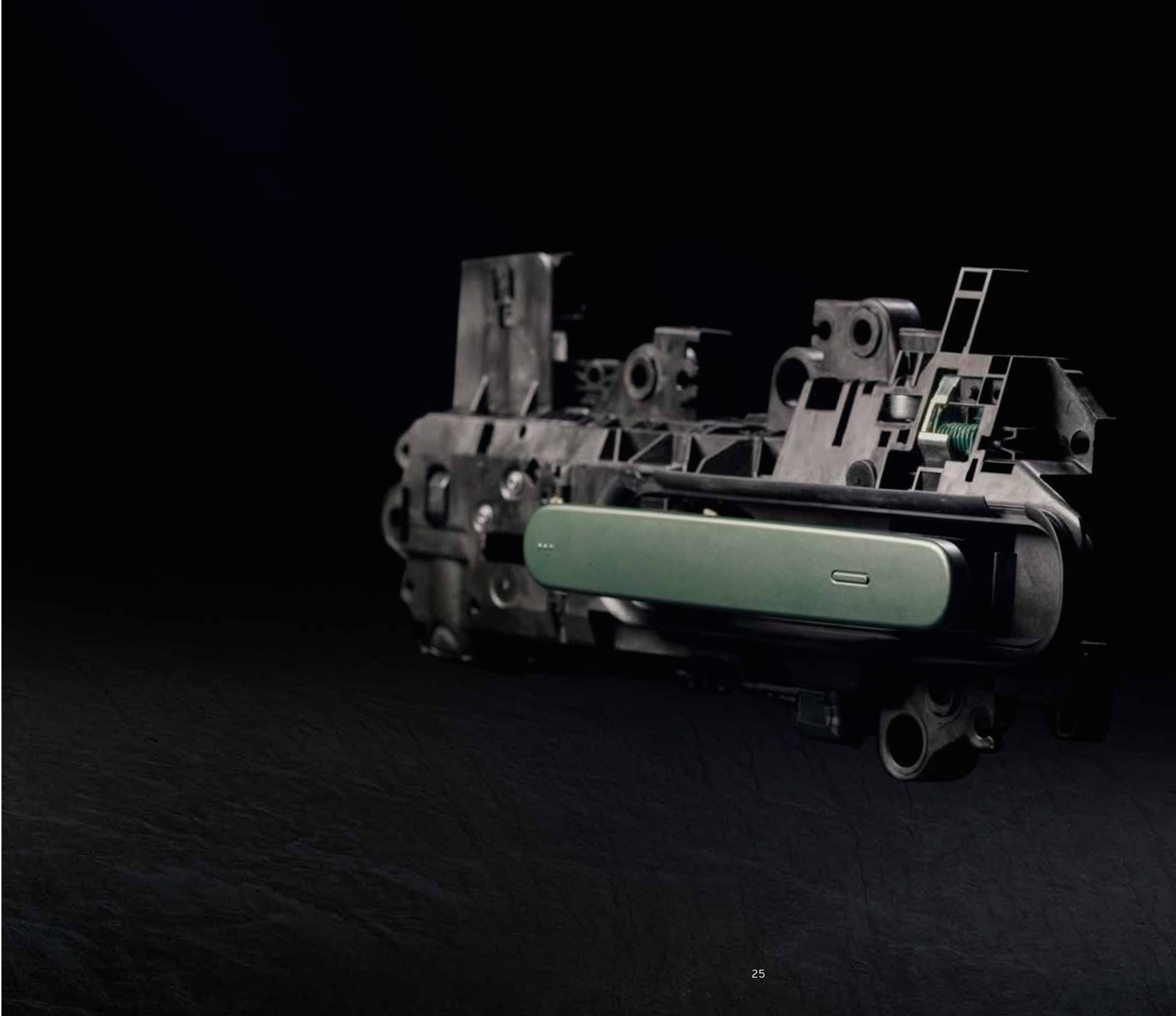


Josep Lluís Masriera (System Leader de Powertrain & Energy), Sonia Sanz (Control de Producción), Luis Javier Marqués (Project Management de Plataforma & Batería) y Laura Molina (Project Management de Preseries) -de izq. a dcha.- han impulsado, desde sus áreas, el desarrollo de la batería y la puesta en marcha de la planta de ensamblaje de baterías de Martorell.

CALIDAD A PRIMERA VISTA

Pequeña en tamaño, pero clave en valor añadido, la manecilla enrasada eleva el diseño y la sensación de calidad percibida del CUPRA Raval. “Integrada en la carrocería, es un elemento identificativo frente a otros vehículos actuales”, explica Daniel López, de Producción. De hecho, lograr que encajara en el conjunto ha sido uno de los grandes retos, tanto por la complejidad técnica como por el nivel de acabado que exige una pieza tan visible. “Ha habido muchísimo esfuerzo detrás para que quedara perfectamente enrasada con el resto de piezas y que esa percepción de calidad sea real”, relata Nuria Farrerons, del área de I+D. Su desarrollo también ha exigido una nueva forma de trabajar, como señala Daniel: “Ha habido una transformación cultural, con nuevos talentos y una visión distinta a la de anteriores lanzamientos”. Martín Iglesias, del equipo de Marketing de Producto, es parte de esa nueva mirada y relata que “estamos especialmente orgullosxs del resultado”.

Martín Iglesias (Marketing de Producto), Nuria Farrerons (Top System Team Leader) y Daniel López (responsable de Prototipos y Preseries) -de izq. a dcha.- han sido fundamentales en el proyecto de la nueva manecilla y en el lanzamiento del CUPRA Raval.





DINAMISMO Y PRECISIÓN

Las llantas del CUPRA Raval contribuyen a la estética y al rendimiento aerodinámico del modelo. “Las ruedas y el chasis son clave para definir la personalidad del CUPRA Raval. El objetivo era que transmitieran el ADN CUPRA desde el primer momento”, señala Eloy Romero, de I+D Desarrollo Chasis. “Esto se ha conseguido mediante soluciones técnicas específicas (suspensión DCC, dirección progresiva, etc.) y una puesta a punto enfocada en el dinamismo, la agilidad y el disfrute al volante”. El resultado es un *set-up* urbano atrevido, con una puesta a punto más dinámica, dirección progresiva y detalles que transforman el comportamiento del vehículo. Para Ángela Cildoz, de Calidad, el proyecto se resume en una palabra: ‘reto’, acompañado de una elevada coordinación, un margen de error mínimo y unos tiempos exigentes. José Miguel Huelmo, desde Compras, lo ha vivido de forma similar: “Ha sido un desafío afinar la definición, conteniendo costes y gestionando proveedores en un entorno tan grande y vivo”. Para todxs, lo más satisfactorio es ver cómo el coche cobra vida: “Al verlo rodar, compensa”.

José Miguel Huelmo (Product Manager), Eloy Romero (Top System Leader) y Ángela Cildoz (Quality Project Manager) -de izq. a dcha.- están detrás del chasis en la Project House, pieza clave en el comportamiento y rendimiento del vehículo.



INNOVACIÓN QUE SE SIENTE

El asiento es uno de los puntos de contacto más directos entre conductor y coche, y una pieza que reúne diseño, innovación, sostenibilidad y seguridad. La apuesta de CUPRA pasa por una tecnología innovadora aplicada al asiento, con propuestas como el 3D knitting (un método de fabricación avanzada que crea textiles tridimensionales en una sola pieza continua, sin necesidad de cortar o coser patrones) y la incorporación de materiales reciclados. “Es la primera vez que trabajamos con una solución así”, explica Cristina Lozano, desde Calidad. “La funda es 100% poliéster, lo que facilita su reciclaje y reduce el desperdicio”, añade. Además, como cada marca tiene sus propios requisitos de diseño e identidad, “el reto está en integrarlos sin perder eficiencia ni viabilidad técnica”, señala Katja Trippen, de I+D. A ello se suma la exigencia normativa de una pieza clave en seguridad. “Encajar todas las piezas para que el producto llegue al cliente cumpliendo todas las normativas es un trabajo complejo”, añade. El resultado es un asiento innovador con el carácter de CUPRA y la visión disruptiva de quienes lo hacen posible.

Cristina Lozano (Tecnología, Materiales e Innovación) y Katja Trippen (System Leader de Asientos y Cableados) -de izq. a dcha.-, trabajan en los asientos del CUPRA Raval y de los otros tres modelos de la familia de coches eléctricos urbanos.





LA LUZ COMO SEÑA DE IDENTIDAD

En el CUPRA Raval, la iluminación interior está pensada para generar un primer impacto. “Es el efecto ‘wow’”, resume Raquel

Montaner, de I+D. Una innovación que nace de una idea y acaba convirtiéndose en una pieza real tras muchísimas iteraciones, pruebas e idas y vueltas hasta verla materializada en el coche. Pero llegar hasta aquí no ha sido sencillo. “Es un proyecto de gran envergadura, lo que implica mucho volumen de trabajo y una calidad humana excepcional”, explica. Aun así, se queda con una idea por encima de todas: “Lo más valioso es que, como nunca antes, hemos logrado funcionar como un único engranaje”. Para su compañero de Compras, Javier Galán, esta colaboración exitosa también ha sido decisiva: “Donde no llega uno, llega el otro; siempre remando en la misma dirección”. Y añade, con orgullo, un matiz importante: “Este proyector nace de querer ofrecer algo transgresor al conductor. Es puro ADN CUPRA, buscando siempre sorprenderlo”.

Raquel Montaner (Top System Leader) y Javier Galán (Top System Member) -de izq. a dcha.- impulsan el desarrollo tanto del interior como de la iluminación interior de la familia de coches eléctricos urbanos.





UNA MIRADA INCONFUNDIBLE

La firma lumínica del CUPRA Raval se inspira en el triángulo, el símbolo de la marca, como premisa de diseño, convirtiendo el faro en uno de los rasgos más reconocibles del vehículo. “Lo importante es que incluso sin ver el logo, tú mires la firma lumínica y digas: ‘Es un CUPRA’”, resume Ferran Puigdemívol, de I+D. Una exigencia aún mayor en un proyecto que, por su complejidad y ambición, se ha convertido en referente dentro de la compañía. A Ester Silva, compañera de Producción que vive su primera experiencia en la compañía, le ha impresionado la “altísima capacidad de adaptación del equipo”, tanto en los procesos como en la colaboración con el resto de fábricas y marcas. Y todo ello sin perder de vista el equilibrio entre producto, mercado y costes. Como resume Alejandro Giner, del área de Finanzas, “el coche debe emocionar, pero también debe ser coherente, competitivo y rentable”. Y así ha sido.

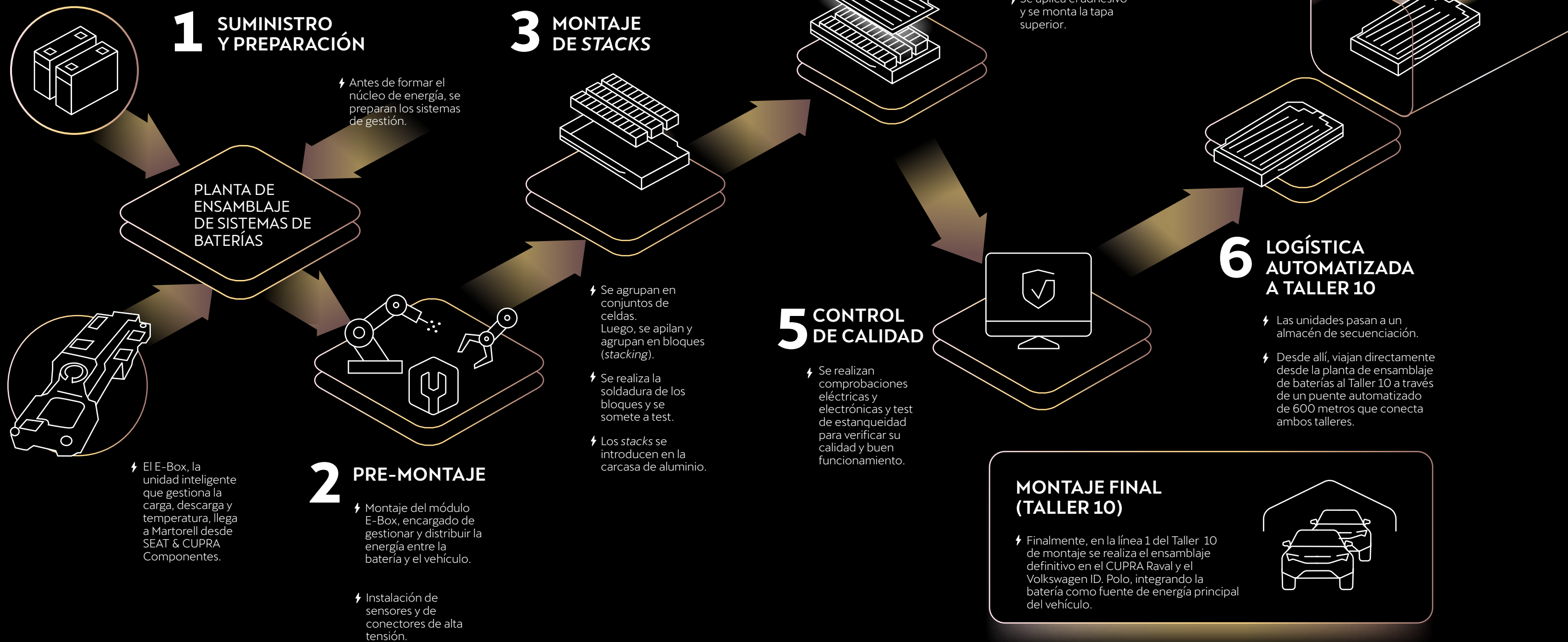
Alejandro Giner (coordinador de materiales), Ester Silva (Project Steering Production) y Ferran Puigdemívol (Equipo de Iluminación de I+D) -de izq. a dcha.- participan en la puesta a punto de la iluminación exterior de los nuevos modelos eléctricos.



EL VIAJE DE LA BATERÍA

En la planta de ensamblaje de sistemas de baterías de nuestra compañía, cada batería inicia un recorrido electrizante: de la unión de sus componentes a integrarse en el coche que impulsará con su energía

¿CÓMO SE ENSAMBLAN LOS SISTEMAS DE BATERÍAS?



DATOS CLAVE DEL TALLER

1.200
baterías al día

500
empleadxs

468
piezas/batería

206
máquinas

64.000 m²
de superficie de la planta

50
minutos de proceso

EL TALENTO DETRÁS DEL CUPRA RAVAL

Un proyecto clave para la transformación eléctrica de la compañía, impulsado por el compromiso y la colaboración de equipos de distintas áreas.



EVA SANTAMARÍA
Equipo Componentes

“Aunque ya habíamos participado en otros lanzamientos, nunca habíamos trabajado en un componente eléctrico como la batería. Desde producción, mi trabajo consiste en ayudar a que el proceso funcione de forma estable. Mirando atrás, me doy cuenta de todos los retos que hemos superado como equipo y me siento orgullosa del camino recorrido”.



JORGE FRESNEDOSO
Equipo Logística

“Mi trabajo se centra en la planificación de la cadena logística que lleva la batería hasta la línea. Empezamos en un terreno vacío, imaginando y diseñando la zona logística del taller 20, apoyándonos en lo que ya sabíamos, pero pensando en cómo mejorar los procesos para adaptarnos al futuro. Ahora estamos viendo cómo lo que pusimos sobre el papel se convierte en realidad. Por eso, este coche tiene nuestra esencia, nuestra pasión y nuestro compromiso con el futuro”.





PAU PARRA
Equipo
Mantenimiento

“Soy la tercera generación de mi familia vinculada a la compañía y participar en el CUPRA Raval me hace sentir muy orgulloso. Soy técnico de AGV y mi trabajo consiste en conocer la línea, las cargas y la organización para trasladar ese aprendizaje a los operarios que se incorporan. Este salto de la combustión al eléctrico me ha llevado a desaprender y aprender de nuevo para contribuir al futuro de la compañía”.



MONTSE BATLLE
Equipo Chapistería

“Mi incorporación al proyecto ha supuesto familiarizarme con tecnologías más avanzadas, nuevos procesos y una línea cada vez más automatizada. En este recorrido, destaco, por encima de todo, el compañerismo, la organización y la aportación de cada persona. Porque, si algo define este coche, es todo el esfuerzo que hay detrás”.

A man with a beard and tattoos, wearing a black t-shirt and dark pants, is leaning against a yellow industrial frame in a factory. The frame has labels like "Nº 164" and "70A-540129".

ALFRED JIMÉNEZ
Equipo Prensas

“En el CUPRA Raval contribuyo a que el proceso sea estable desde el momento de la estampación: reviso formatos, compruebo parámetros y superviso la calidad de las piezas. La gente no imagina la cantidad de microajustes que hacemos en cada parte de la instalación. Cada parámetro es fundamental para un resultado perfecto. Todo el proceso requiere un control riguroso, como la validación de la dureza y asegurarnos de que el proceso térmico en los hornos sea el correcto”.

A woman with blonde hair, wearing a black t-shirt and dark cargo pants, is standing in a factory with a car body in the background.

JUANI MUÑOZ
Equipo Pinturas

“Me encargo de revisar y verificar las carrocerías una vez pintadas, para que el coche tenga la calidad que exige el cliente. En el CUPRA Raval, además, trabajo con nuevos productos y colores como el Plasma, que cambia según el ángulo y la luz hasta mostrar distintos tonos. Es un reto constante lograr un acabado impecable, pero ver el resultado final y saber que mi trabajo ha contribuido a él me hace sentir muy satisfecha”.



RAÚL LÓPEZ
Equipo Montaje

“Como portavoz multiplicador, mi trabajo es conocer bien la línea, las cargas, la organización y el montaje, y compartirlo con los operarios que se van incorporando. En nuestro tramo coordinamos 125 piezas, así que la comunicación y el orden son clave. Al ser un coche 100% eléctrico, hemos tenido que adaptar procesos. Además, he podido aplicar mis conocimientos en informática a presentaciones y herramientas de seguimiento”.

Martorell se posiciona como una potencia industrial en Europa tras el inicio de la producción del CUPRA Raval y del Volkswagen ID. Polo. La llegada de la familia de coches eléctricos urbanos, un proyecto que hemos liderado en nombre del Brand Group Core del Grupo Volkswagen, está llamada a hacer accesible la electromovilidad en todo el continente con cuatro modelos totalmente eléctricos de tres marcas distintas, todos ellos *Made in Spain*.



LA NUEVA MOVILIDAD ELÉCTRICA URBANA ARRANCA EN MARTORELL

El inicio de producción del CUPRA Raval y del Volkswagen ID. Polo sitúa a Martorell como punto de partida de la nueva familia de vehículos eléctricos urbanos del Grupo Volkswagen para Europa. Markus Haupt y Thomas Schäfer explican cómo este hito refuerza la escala de producción de Martorell, el papel de CUPRA, Volkswagen y Škoda en el proyecto y la necesidad de ser más competitivos en Europa.



¿Qué supone el inicio de la producción del CUPRA Raval y el ID. Polo?

Markus Haupt (MH)_ Marca un punto de inflexión en una etapa que ha significado una gran oportunidad, con la transformación más profunda de nuestra compañía. El objetivo era claro: liderar la nueva era de la movilidad. **Thomas Schäfer (TS)_** Es un hito que se ha trabajado durante mucho tiempo y, sobre todo, un logro colectivo. El inicio de producción del CUPRA Raval y el Volkswagen ID. Polo es resultado del trabajo conjunto de los equipos de SEAT & CUPRA, Škoda y Volkswagen. Lo que se ve en Martorell es otro gran paso adelante tras el arranque de la planta de ensamblaje de baterías inaugurada en diciembre.

¿Por qué Martorell es el centro de esta ofensiva?

MH_ Porque desde aquí hemos liderado el desarrollo de los cuatro modelos *Made in Spain*, incluidos el Škoda Epiq y el futuro ID. Cross, que ambos se producirán en Volkswagen Navarra. Con el CUPRA Raval y el ID.Polo saldrán de Martorell miles de coches destinados a democratizar el uso del coche eléctrico para toda Europa. **TS_** Porque la Península Ibérica es el centro de producción de esta nueva familia de vehículos eléctricos, liderada por los equipos de SEAT & CUPRA dentro de un proyecto transversal entre marcas impulsado desde España.

¿Dónde está la clave para el trabajo conjunto de las diferentes marcas sobre una misma familia?

TS_ Está en trabajar juntos de forma más inteligente. Formar parte de esta familia de vehículos eléctricos nos permite aprovechar mejor las sinergias entre marcas,

“Desde aquí saldrán miles de coches para democratizar el uso del coche eléctrico en toda Europa”

MARKUS HAUPT
CEO de SEAT & CUPRA

reducir complejidad y bajar costes. En este proyecto, el ahorro en costes de desarrollo ronda los 600 millones de euros, gracias a la cooperación entre las marcas del Brand Group Core.

MH_ Para nuestra compañía, es también la confianza del Grupo Volkswagen. El Grupo confió en nosotros para liderar este proyecto y hoy vemos el resultado con orgullo. No ha sido fácil, pero las sinergias han marcado la diferencia: nos hacen más fuertes y más competitivos.

¿Qué hace distinto este proyecto frente a anteriores colaboraciones para el Grupo?

MH_ No es solo fabricar para otros; la familia del vehículo eléctrico urbano es un proyecto estratégico. Es un paso más, porque cambia la forma de trabajar, refuerza la competitividad y sitúa a nuestra compañía en el centro de una ofensiva europea con base industrial en España.

¿Puede un proyecto global crear vehículos con identidades propias?

TS_ Sí. Trabajamos sobre una base común, pero el



resultado son cuatro modelos para tres marcas, cada uno con una identidad muy definida. El modelo del Brand Group Core se basa en marcas fuertes y distintas, apoyadas en una estructura eficiente y ligera.

¿Qué demuestra este arranque de producción?

MH_ Que hemos completado una transformación profunda y que la fuerza del equipo ha sido clave en cada fase del proyecto, y confirma el papel de España en la movilidad eléctrica europea. **TS_** Que el trabajo entre marcas puede acelerar la transformación, convertida en la nueva normalidad. Y que la nueva era de la movilidad en Europa se construye con proyectos industriales sólidos, competitivos y capaces de transformar la cadena de valor.

“El proyecto parte de una base común: una plataforma, cuatro modelos, tres marcas”

THOMAS SHÄFER
miembro del Comité Ejecutivo del Grupo Volkswagen, Brand Group Core; CEO de la marca Volkswagen y presidente del Consejo de Administración de SEAT & CUPRA



“España desempeña un papel central en el impulso de una movilidad sostenible y una Europa fuerte. Hemos invertido más de 10.000 millones de euros aquí y estamos convirtiendo al país en un *hub* para la electromovilidad, con vehículos sólidos y baterías clave para el futuro”

OLIVER BLUME
CEO del Grupo Volkswagen

RADIOGRAFÍA

MACROCIFRAS DEL PROYECTO DE LA
FAMILIA DE COCHES ELÉCTRICOS URBANOS

INVERSIONES ESTRATÉGICAS

10.000 M€

Inversión de SEAT & CUPRA, el Grupo
Volkswagen y los partners de *Future: Fast Forward*

3.000 M€ de ellos para
transformarnos
hacia la
electrificación

300 M€
Planta de
ensamblaje
de baterías en
Martorell

IMPACTO Y PROVEEDORES

≤ 70 % costes de materiales
asignados a
proveedores
en Europa

+ 500
Proveedores
en todo el mundo

+ 90
Proveedores
en España

+ 110
Plantas de producción
implicadas en España

ELÉCTRICA

PRODUCCIÓN E INSTALACIONES

160.000 m²

Superficie transformada en Martorell

60 1.000

matrices integradas para el estampado de
piezas, incluida en la nueva prensa PXL

Nuevos robots
en el taller de
chapistería

TALENTO HUMANO

+ 3.500

personas participan en el desarrollo de la familia
de vehículos eléctricos urbanos

560.000 h

Formación completada
(Dato a febrero de 2026)

CÓMO SE PREPARA UN LANZAMIENTO



SEP 2025

EL RAVAL CONQUISTA MÚNICH

En el **IAA Mobility 2025**, CUPRA lleva a Múnic el primer adelanto del CUPRA Raval de producción. Camuflado con un vinilo que reinterpreta el mapa del barrio barcelonés que le da nombre, este urbano 100% eléctrico irrumpe con energía, carácter y espíritu inconformista. Con ADN deportivo, tecnología de gama alta y producción en Martorell, el Raval inaugura una nueva era eléctrica: más radical, más emocional, más CUPRA.



NOV 2025

UN CAMUFLADO QUE SE DEJA PROBAR

El CUPRA Raval acelera su camino con una exclusiva **prueba de conducción de unidades de preserie**. Durante dos semanas, 160 invitados, entre medios, embajadores y *content creators*, se ponen al volante de su versión camuflada para sentir de cerca su carácter, su energía y su enfoque driver-centric. Acompañados por los compañeros del Centro Técnico, Product Marketing y Comunicación, viven un primer anticipo vibrante de un modelo llamado a abrir una nueva era para la marca.

MARZO 2026

ONE OF US AWARDS

Los **One of Us Awards** reúnen en Barcelona a los mejores perfiles de la red comercial y de posventa de CUPRA a nivel mundial. CUPRA Masters, CUPRA Experts y directores de ventas y posventa de más de 25 países compiten en retos para reconocer su talento, reforzar su vínculo con la marca y compartir su visión de futuro. Durante la experiencia, viven una presentación exclusiva del nuevo CUPRA Raval.



FEB 2026

EL SECRETO MEJOR GUARDADO

El CUPRA Raval ya empieza a generar conversación fuera del escaparate mediático. El **pre-shooting** reúne en las Tres Xemeines de Sant Adrià del Besòs (Barcelona) a más de 400 medios y 200 *content creators* de 27 países, con acceso exclusivo al modelo en su forma final, información técnica y cinco sets de rodaje diseñados para crear contenido propio. Una acción clave, con más de 200 horas de producción bajo embargo, para preparar un lanzamiento descentralizado, amplificar su impacto y asegurar una presencia coordinada en medios y redes el día del lanzamiento oficial.



“El pre-shooting permitió dar acceso anticipado a los coches a un volumen mucho mayor de medios para que generaran contenido y todos publicaran el día de la World Premiere, inundando medios y redes sociales”

INÉS CASANOVAS
Event Strategic

“La estrategia en redes sociales fue todo un reto, porque estaban pasando seis eventos al mismo tiempo en diferentes sitios y cada uno tenía su propio contenido. Tuvimos que coordinarnos transversalmente y localmente para que todo tuviera una coherencia de marca”

SANDRA ALANIS
Social Media CUPRA

9 ABRIL 2026

WORLD PREMIERE

El CUPRA Raval se presenta al mundo rompiendo convencionalismos. Doce ciudades se suman a una **presentación global y simultánea** que lleva la energía del nuevo urbano eléctrico directamente a la calle. En Barcelona, Madrid, Berlín, Milán, París y Mánchester, artistas como Nathy Peluso, Guitarricadelafuente, Kim Petras, Disiz y Chase & Status + Lancey Foux llenan plazas y espacios icónicos con actuaciones en directo. Una presentación en la que el Raval lleva su actitud rebelde directamente a la Tribu CUPRA.



ABRIL 2026

DOCE CIUDADES, UNA TRIBU

Tras tomar las calles, el lanzamiento sigue expandiéndose en **distintos mercados**. Los equipos europeos trabajan de forma coordinada para mantener la misma esencia, adaptando cada activación al pulso local. Además de las principales ciudades, en Mú-nich, Viena, Lisboa, Róterdam, Copenhague y Helsinki, el CUPRA Raval se descubrió en eventos customizados por país. Un despliegue que se viralizó en redes, con la Tribu reunida en sus *hubs* culturales.



“Queríamos crear un movimiento cultural alrededor del Raval, situarlo en territorios como el diseño, la música y la cultura urbana. Por eso, en Francia, el lanzamiento incluyó una edición limitada específica para el mercado en colaboración con la marca de ropa urbana AVNIER”

TIMOTHEE GAZEAU,
Chief Marketing Officer
CUPRA Francia

ABRIL 2026

DEL CLIC A LA CALLE

En paralelo, el **despliegue digital** permite llevar el CUPRA Raval un paso más cerca de la Tribu. Las páginas web inmersivas de más de 20 mercados se activan de forma coordinada, gracias a los equipos de Digital y CODE, para coincidir con la presentación oficial y abrir la puerta a explorar el modelo e iniciar pedidos. En la primera semana, la web supera las 600.000 visitas y registra más de 65.000 configuraciones, confirmando el interés generado por el nuevo urbano eléctrico.



“Con el Raval hemos batido récords. A nivel de datos digitales, en comparación con otros lanzamientos, lo que ha ocurrido ha sido fuera de lo normal”.

JUDITH FERNÁNDEZ
Coordinadora del lanzamiento
del Raval en el área digital



MAYO 2026

RAVAL TOMA BARCELONA

La experiencia real del Raval llega con la **International Media Drive**. Más de 500 medios y *content creators* descubren el nuevo modelo a través de *test drives* por Barcelona para mostrar sus tecnologías clave. Por primera vez, las funcionalidades del coche se explican a través de vídeos que se pueden visualizar directamente en el propio *infotainment*, acercando el modelo de una forma innovadora, con el apoyo de expertos de Producto e I+D.



MAYO 2026

LA TRIBU AL VOLANTE

El CUPRA Raval se pone en manos de la red comercial que lo llevará a cada mercado. Cerca de 4.000 participantes de más de 30 países se reúnen en CUPRA HQ, CUPRA Racing y el circuito de Castellolí para vivir la **Tribe Convention**: dos días de formación inmersiva para CUPRA Masters, CUPRA Experts, jefes de ventas, posventa y flotas. Test drives, workshops, sesiones de producto y análisis de la competencia preparan a la red para la llegada del nuevo urbano eléctrico.

“Nuestra red comercial representa a CUPRA ante el cliente. Por eso es tan importante que se sientan parte de la marca, reconociendo su talento en los One of Us Awards, y ampliando su conocimiento sobre el CUPRA Raval en la Tribe Convention”

MARTA SENDÍN
Training CUPRA

JUNIO 2026

UNIVERSITY OF THE STREETS

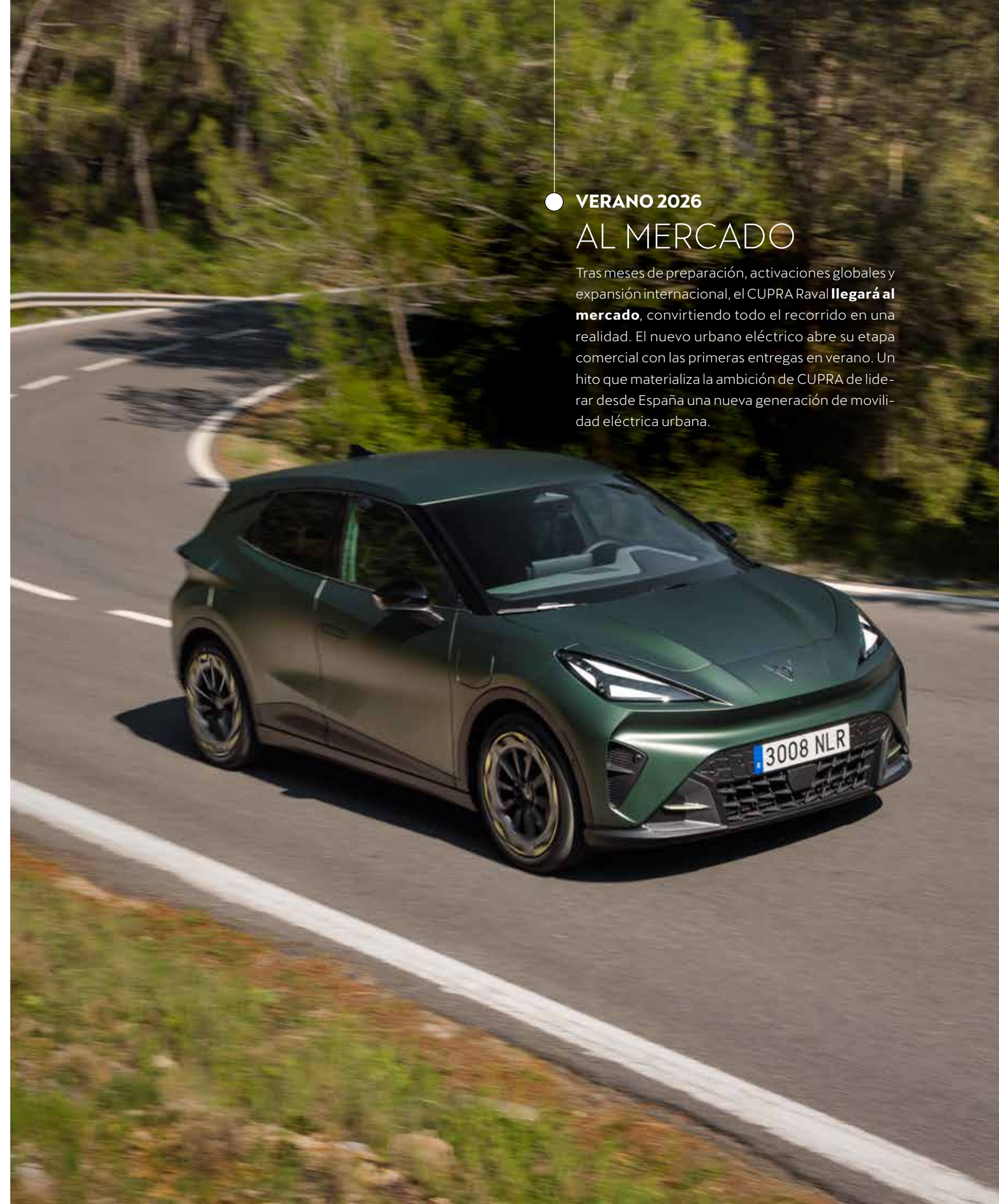
El plan de expansión internacional entra en una nueva fase con *University of the Streets*, la campaña global que lleva el universo Raval a más mercados y conecta la actitud urbana de CUPRA con una nueva generación cultural. Nathy Peluso, Guitarricadela fuente, Kim Petras, Theodora, Lancey Foux y jugadores del FC Barcelona como Vicky López, Pedri, Fermín López, Pau Cubarsí, Alejandro Balde y Ferran Torres protagonizan un filme en el que las calles marcan el ritmo.



● VERANO 2026

AL MERCADO

Tras meses de preparación, activaciones globales y expansión internacional, el CUPRA Raval **llegará al mercado**, convirtiendo todo el recorrido en una realidad. El nuevo urbano eléctrico abre su etapa comercial con las primeras entregas en verano. Un hito que materializa la ambición de CUPRA de liderar desde España una nueva generación de movilidad eléctrica urbana.



PEPE MARTÍ

Nacido para competir

El joven piloto de CUPRA KIRO ha hecho historia convirtiéndose en el primer español que logra un podio en la Fórmula E, un reto que exige precisión, disciplina y una forma distinta de entender la velocidad. Porque su verdadera carrera no es solo correr más rápido, sino seguir creciendo en cada kilómetro.

Pepe, cuéntanos qué te atrajo del proyecto CUPRA KIRO y qué te hizo dar el salto a la Fórmula E.

Sobre todo, la infraestructura del equipo y el personal. La primera vez que fui a Silverstone para probar el simulador me acogieron súper bien; me sentí parte del equipo muy rápido y eso me atrajo mucho. Además, a nivel profesional, era una gran oportunidad en mi carrera como piloto. Estoy muy contento con la decisión.

Venías de un entorno más ligado a la combustión. En el eléctrico, ¿qué es lo que más cambia y qué es lo que más disfrutas del reto?

Lo que más cambia es la competición y la forma de afrontarla, especialmente la gestión de la energía durante la carrera. A nivel de conducción, la frenada también es muy distinta, porque hay muchos sistemas que ajustar dentro del coche para optimizar el rendimiento. Y lo que más disfruto es la lucha coche contra coche y, sobre todo, conducir.

Llévanos a tu primera vez al volante de un monoplace eléctrico. ¿Qué fue lo que más te sorprendió en ese primer contacto?

Mi primera vez fue en Valencia y resultó ser una experiencia muy curiosa. Salir y notar que no tienes sonido me supuso un cambio enorme respecto a lo que estaba acostumbrado. Pero lo que más me sorprendió fue la aceleración con tracción a las cuatro ruedas. Era muy distinto y la forma de conducir también cambia bastante.

Competir a este nivel siendo tan joven tiene presión. ¿Cuál dirías que es tu mayor desafío hoy y qué te impulsa a mantener la actitud cuando las cosas se ponen difíciles?

Son varias cosas a la vez. Tengo confianza en mis capacida-

des y creo que puedo hacer un buen trabajo. Me centro en sacar el máximo provecho de lo que el equipo hace por nosotros y en prepararme al máximo para cada evento. Y para mantener la actitud, también ayuda entender que es un deporte con pocas alegrías: hay que disfrutarlas cuando llegan, pero en el día a día hay que ser disciplinado, trabajar bien y preparar cada carrera lo mejor posible para aprovechar la oportunidad.

Ya fuera de los circuitos, ¿cómo eres tú y qué haces para desestresarte cuando baja la adrenalina?

Fuera de pista me encanta el simulador: estoy todo el día intentando conducir y haciendo lo que me gusta. Me considero una persona abierta y extrovertida. Intento mantener la relación con mis amigos de siempre y dedicar tiempo a la familia, que para mí es muy importante. Aunque el deporte exige mucho, procuro organizarme para reservar espacios para ellos.

¿Tienes alguna manía o ritual antes de correr?

No soy muy maniático. La única costumbre que mantengo es salir del coche por el lado izquierdo. Más allá de eso, suelo santiguarme antes de competir, pero no diría que tenga otros rituales.

Completa la frase: Cuando conduzco, siempre suena...

Reggaetón.

Para cerrar, imagínate que mañana te dieran las llaves de un CUPRA Raval. ¿Cuál sería tu ruta y tu plan soñado para exprimir al máximo cada kilómetro?

Me encantaría hacer un road trip por la Costa Brava. Me encanta el mar, así que sería una ruta ideal para conocer mejor los alrededores y esa parte más turística y veraniega cerca de Barcelona, que además es de las más bonitas.



EL CARÁCTER QUE MUEVE AL RAVAL

El CUPRA Raval comparte con el barrio de Barcelona algo más que el nombre: su autenticidad imposible de ignorar. Recorremos algunos rincones icónicos del Raval junto a cuatro compañerxs que han dado vida al nuevo modelo.



ÁLVARO SALAS
Equipo Corporate
Strategy

“El CUPRA Raval es un vehículo eléctrico pensado para despertar los sentidos. Tiene esa esencia de quien se atreve a salirse de la norma, igual que el barrio que le da nombre: un lugar con carácter, siempre en movimiento y reconocible por su diversidad y su capacidad constante de transformación. Desde el área de estrategia, he trabajado para dar forma a una idea y materializarla en el modelo que hoy recorre las calles”.



MACBA

MARÍA GÓMEZ
Equipo Product Web

“El nuevo CUPRA Raval invita a vivir la movilidad como una forma de expresión libre y rebelde. Lo he podido comprobar de cerca al participar en la definición de su configurador, pensado para que cada usuario personalice al detalle su experiencia. De hecho, el modelo y el barrio comparten ese magnetismo urbano: sus sonidos, sus contrastes... Todo late con intensidad y crea una atmósfera que no se observa, se vive”.



Bar Nevermind

A close-up, profile shot of a woman with long dark hair, wearing large black-rimmed glasses and a grey top. She is smiling and looking towards the right. The background is a vibrant, abstract mural with bold strokes of blue, orange, and purple.

SOFÍA BERLANGA
Equipo Culture & Talent
Development

“Un vehículo nunca es solo tecnología, es energía humana en movimiento. En CUPRA, cada creación nace de personas que no se conforman. Son mentes inquietas, creativas y valientes, capaces de transformar la innovación en pura emoción. He vivido de cerca esa mezcla de impulso y ambición por redefinir las reglas. Y creo que esa misma fuerza fluye en el ADN del CUPRA Raval”.



JOSE LUIS MARTÍNEZ
Equipo Employee Engage-
ment & Innovation

“He contribuido a activar el CUPRA Raval desde dentro, creando experiencias internas que hacen tangible su esencia y conectan a los equipos con todo lo que representa. Como el modelo, me mueve desafiar lo establecido, aportar creatividad y convertir cada experiencia en algo que se siente, se recuerda y deja huella. Y como el barrio que le da nombre, el CUPRA Raval tiene ese punto provocador, desafiante y joven, una energía cosmopolita conectada con las nuevas generaciones”.

INSPIRED BY **RAVAL**

LOS SPOTS,
EN UN SOLO MAPA



Un recorrido por los locales que aceleran el pulso del barrio y conectan con el espíritu del CUPRA Raval

BAR EL POLLO

Tigre, 31

Más que un bar, El Pollo es actitud: tortilla de patata, estética street y guiños a Rosalía, con colaboraciones como Adidas durante el Primavera Sound que lo conectan con la escena joven de Barcelona.

FAST EDDIE'S

Joaquín Costa, 56

Con estética minimal y su icónica smash cheeseburger, Fast Eddie's demuestra que lo simple puede ser icónico, y se ha convertido en uno de los favoritos de Dua Lipa en la ciudad.

REVOLVER RECORDS

Tallers, 11

Templo del vinilo en la calle Tallers: discos nuevos, segunda mano, rarezas y clásicos que recorren del rock al indie más alternativo.

33|45: BAR & GALLERY ART

Joaquín Costa, 4

Bar, galería y club en un mismo espacio industrial donde conviven arte, música y DJ sets. Un punto donde el día se transforma en noche dentro de la escena urbana del Raval.

LA PALOMA

Tigre, 27

Club histórico en Barcelona: la discoteca más antigua de Europa donde la historia y el clubbing contemporáneo comparten pista. Su estatus se refuerza cuando Lady Gaga la elige para su fiesta privada de Halloween.

MURAL CONTRA EL SIDA (KEITH HARING)

Plaça dels Àngels, 1

Obra icónica en el espacio público con un mensaje directo de conciencia social. Firmada por Keith Haring, es un símbolo del Raval y de Barcelona.

GRMY

Doctor Dou, 15

Tienda de ropa urbana con ADN de calle y espíritu creativo barcelonés, conectada con la escena local y amplificada por su podcast de música urbana con grandes artistas.

SOLEBOX

Pintor Fortuny, 23

Referente de la cultura sneaker europea con drops exclusivos y colaboraciones de identidad urbana. Su espacio, inspirado en la Boquería, reinterpreta el retail desde el streetwear.

MENDIZÁBAL

Junta de Comerç, 2

Esquina clásica del Raval y parada imprescindible en la ciudad de Barcelona. Bocadillos originales, vermuts bien hechos y barra en la acera en un local con historia desde los años 30.

LA CONFITERÍA

Sant Pau, 128

Joya modernista con carácter, reconocida como local emblemático. Coctelería clásica reinterpretada con un toque contemporáneo sin perder su esencia original.



PRIMER PULSO AL **RAVAL**

El CUPRA Raval se pone en manos de quienes mejor entienden su ADN. Un urbano eléctrico nacido para desafiar lo establecido y demostrar que la innovación también puede sentirse al volante. Ahora, sus primeras sensaciones revelan un modelo rebelde, urbano y electrizante.

HUMBERT VIDAL
Equipo de Desarrollo de Climatización

“El Raval es puro ADN CUPRA. Tras años de trabajo, es un placer haber podido probarlo. Su dinámica de conducción es divertida y deportiva. Es una gran muestra de lo que somos capaces de lograr en CUPRA”.



MARINA SANTÍN
Equipo de la Project House

“Para mí, el Raval es transformación y representa un claro acercamiento al público joven. Me resulta cercano al ser un producto 100% desarrollado en Barcelona. Al conducirlo, me ha impresionado la respuesta al acelerar, la aerodinámica y la suavidad al girar”.



DOLORES LEÓN
Equipo de Health Safety & Emergencies

“Me ha sorprendido mucho la sensación de delicadeza en la conducción. Es un vehículo muy ágil y dinámico, con un enfoque claro hacia la experiencia del conductor. Además, impresiona su amplitud interior, aunque el exterior sea tan atractivo y compacto”.



SEBASTIÁN PÉREZ
Equipo de Producción

“Me ha sorprendido mucho la agilidad del Raval y la sensación que transmite al conducirlo. Es compacto, pero por dentro y al volante parece de un segmento superior. Creo que es un producto con mucho futuro y que con este coche vamos a triunfar.”



RAVAL MONTH

El CUPRA Raval se ha vivido desde dentro con Raval Month, una iniciativa que ha acercado a lxs empleadxs a uno de los proyectos clave de la compañía. Durante varias semanas, el nuevo eléctrico urbano de CUPRA ha sido el protagonista de una experiencia diseñada para descubrir, compartir y conectar con un modelo creado para desafiar lo convencional. En primer lugar, el tour interno del CUPRA Raval ha recorrido las diferentes plantas de la compañía. También se han ofrecido charlas de expertos en las que se ha explicado el trabajo que hay detrás de los elementos más diferenciales del nuevo modelo, como los asientos Cup Bucket, la iluminación, las baterías y las funcionalidades del sistema de *infotainment*. El Raval Month también ha incluido el Running Raval, una activación deportiva vinculada al espíritu del proyecto. Y, por último, los participantes han podido sentir la adrenalina de conducir el CUPRA Raval en una experiencia exclusiva en el circuito de Castellolí.



LA AMBICIÓN SE ELEVA

La realidad del mercado ya no es la misma y, en un contexto altamente exigente, debemos liderar con decisión. En esta nueva era aspiramos a consolidarnos como una compañía más resiliente, alcanzando un 6% de rentabilidad sobre las ventas en 2030, con acciones claras y tangibles basadas en tres pilares estratégicos.

CREACIÓN
DE **VALOR**

CRECIMIENTO
DE **CUPRA**

EXCELENCIA
OPERATIVA

NUESTRA AMBICIÓN ES ELEVAR
NUESTRO RENDIMIENTO

El sentido de urgencia y el ownership elevan nuestros valores, con una cultura de alto rendimiento y una excelencia que se demuestra en la rapidez para decidir y en la disciplina para ejecutar.

Después de un largo periodo de tiempo liderando la transformación hacia la electrificación, el lanzamiento del CUPRA Raval, como el primer modelo de la familia de coches eléctricos, marca el inicio de una nueva era. En un contexto de creciente competitividad de mercado, hoy ya no basta con crecer: necesitamos tomar decisiones con mayor rapidez y centrarnos en lo que realmente aporta valor. Debemos avanzar juntxs y actuar con foco ante retos claros en rentabilidad, crecimiento global y organiza-

ción. Con la nueva estrategia corporativa ELEVATE reforzamos nuestras prioridades y seguimos construyendo valor de forma resiliente y sostenible.

En palabras de nuestro CEO, Markus Haupt, “necesitamos ser tan flexibles y disruptivos como el entorno que nos rodea. Adaptarse ya no es una opción, debemos liderar. Y, para hacerlo, tenemos que convertirnos en una compañía de alto rendimiento, capaz de actuar con foco, sentido de urgencia y ownership, es decir responsabilidad”. Es momento de elevarnos como personas y como compañía.

AFRONTAMOS LA NUEVA ETAPA CON UNA HOJA DE RUTA DE TRES PILARES

CREACIÓN DE VALOR

Creamos valor sostenible con mentalidad emprendedora. Para ello, “reforzaremos la creación de *cash flow* con una **estricta disciplina de inversión**”, comenta nuestro vicepresidente de Finanzas e IT, Patrik Andreas Mayer. Confiamos en que el valor ya no recaerá solo en producir y vender coches, sino en todo lo que ocurre alrededor del vehículo, incluyendo software, servicios, financiación y nuevos negocios.

STRUCTURAL COST
COMPETITIVENESS

REVENUE &
MONETIZATION SPIRIT

CASH GENERATION
& CAPITAL EFFICIENCY

EXCELENCIA OPERATIVA

Si aceleramos la toma de decisiones y reducimos el tiempo de llegada al mercado, seremos imbatibles. Según la vicepresidenta de Personas y Organización de la compañía, Laura Carnicero, “debemos ser más eficientes, con procesos end-to-end totalmente optimizados que sacan el máximo potencial de la inteligencia artificial”. Para ello, es clave aprovechar **las sinergias con el Grupo Volkswagen** en la Península Ibérica. También apostamos por la eficiencia antes que por el perfeccionismo, avanzando, aprendiendo y corrigiendo más rápido.

PEOPLE & AI DRIVEN
COMPANY

IBERIAN REGION

TIME-TO-MARKET

CRECIMIENTO DE CUPRA

Ante el impulso de CUPRA con la llegada al mercado del Raval, del nuevo Born y de la versión actualizada del Tavascan, debemos seguir apostando por la marca. Así lo explica nuestro vicepresidente Comercial, Sven Schuwirth: “Necesitamos que todo el mundo en la compañía impulse todavía más la sofisticación y la deseabilidad en nuestros productos y experiencias”. De este modo, visualizamos un crecimiento de CUPRA que se centra en construir una **imagen de marca sostenible, rentable y sólida**.

PRODUCT & DNA UPLIFT

GLOBAL IMAGE & TRIBE

E2E - CUSTOMER
JOURNEY & NETWORK

LA **ESTRATEGIA** NO TERMINA UNA VEZ DEFINIDA...



TODO **EMPIEZA** CUANDO **TODA LA COMPAÑÍA** SE
COMPROMETE A LLEVARLA A CABO



DANIEL CORTINA

Secretario general y director de Estrategia de SEAT & CUPRA

¿Cómo surge ELEVATE?

El entorno ha cambiado para siempre y necesitábamos un nuevo rumbo. ELEVATE va de tres cosas: resiliencia, marca y creación de valor real. En el fondo, se trata de elevarnos como personas para elevar la compañía.

¿Qué se pretende conseguir con ELEVATE?

Nuestro objetivo: 6% de rentabilidad en 2030. Y no se queda en un *slide*: en el Elevate Hour, más de 2.200 acciones concretas se han puesto en marcha por parte de todos los equipos. Eso es la organización haciendo suya la estrategia.

¿Cuál es el siguiente paso?

La estrategia no acaba cuando se define; empieza cuando la organización decide implementarla. Ahora toca ejecutar con foco y disciplina. Sin excusas.



STAVVAL

CAPSULE

CUPRA COLLECTION



EXPLORA LA NUEVA COLECCIÓN.
Descuento exclusivo de hasta el
20% con el código **CUPRAONEOFUS**



