



Parte de la apuesta de esta marca es que la electromovilidad no solo sea deseable, sino que también tenga una transición progresiva.

La electromovilidad en Chile dejó de ser una promesa para convertirse en una realidad en expansión. En ese contexto, CUPRA ha definido una estrategia clara y progresiva: liderar esta transición por parte del Grupo Volkswagen en el país combinando tecnología, diseño y emoción, pero también entendiendo que el camino hacia un parque automotor electrificado requiere etapas. Desde soluciones híbridas suaves hasta modelos 100% eléctricos, la marca está construyendo un ecosistema que permite a distintos tipos de clientes sumarse, a su propio ritmo, a una nueva forma de movilidad.

El primer punto de contacto en esta transición lo representan los CUPRA León y Terramar, modelos que introducen la electrificación de manera accesible a través de tecnología híbrida ligera (MHEV). Ambos están equipados con un sistema de 48V que apoya al motor de combustión, permite reducir consumos y emisiones, además de ofrecer funciones como la recuperación de energía y la conducción con el motor apagado en determinadas situaciones. Este enfoque convierte a ambos modelos en una puerta de entrada natural para quienes buscan dar su primer paso hacia la electromovilidad sin



CUPRA ACELERA SU ESTRATEGIA ELÉCTRICA EN CHILE:
Desde la transición progresiva hasta la futura masificación

CUPRA cuenta con un modelo para cada necesidad.



Macarena Bravo, brand manager de CUPRA en Chile.

cambiar radicalmente sus hábitos. A partir de ahí, la estrategia avanza hacia soluciones más avanzadas. El CUPRA Formentor PHEV representa el siguiente escalón, al combinar un motor a combustión con uno eléctrico que permite recorrer más de 120

kilómetros en modo cero emisiones y alcanzar una autonomía total de hasta 860 kms. Este tipo de tecnología no solo reduce significativamente el consumo, sino que introduce al usuario en la experiencia de carga y conducción eléctrica, consolidando



CUPRA acerca la electromovilidad a mayor cantidad de usuarios.

el cambio de hábito. El salto definitivo lo marca el CUPRA Tavascan, el primer modelo 100% eléctrico de la marca. Con una autonomía de hasta 569 kilómetros y tiempos de carga competitivos, este SUV coupé no solo representa un avance tecnológico, sino también conceptual: posiciona a la electromovilidad como una experiencia emocional, deportiva y aspiracional. En un mercado donde los vehículos eléctricos han estado tradicionalmente asociados a lo funcional, el Tavascan introduce una nueva narrativa.

“En CUPRA entendemos que la transición energética no es igual para todos. Cada conductor vive su propio momento, su propio ritmo. Desde quienes ya están listos para dar el salto a lo 100% eléctrico, hasta quienes necesitan una evolución progresiva, así hemos construido nuestro portafolio. Con soluciones intermedias que les permitan adaptarse gradualmente. CUPRA, en ese sentido, no impone un cambio, sino que lo acompaña”, expone Macarena Bravo, brand manager de CUPRA en Chile. Sin embargo, el siguiente gran paso en esta estrategia no estará

marcado únicamente por la tecnología, sino por el acceso. A nivel global, la marca prepara la llegada del CUPRA Raval, un modelo urbano 100% eléctrico que busca ampliar significativamente la base de usuarios de esta tecnología. Con un precio de entrada cercano a los 26.000 euros en Europa, dimensiones compactas y una propuesta enfocada en la ciudad, este vehículo apunta directamente a una nueva generación de conductores.

El Raval no solo destaca por su posicionamiento de precio, sino también por su enfoque conceptual. Inspirado en uno de los barrios más creativos de Barcelona, combina diseño, carácter y eficiencia en un formato pensado para la vida urbana. Su desarrollo sobre la plataforma MEB+ y sus soluciones de optimización energética lo convierten en una pieza clave para hacer de la electromovilidad una opción más transversal.

“Para Chile, esto representa una oportunidad relevante. A medida que el país avanza en infraestructura de carga y en la adopción de tecnologías limpias, la llegada de modelos más accesibles será determinante para acelerar la masificación. En ese escenario, el Raval podría jugar un rol decisivo, acercando la movilidad eléctrica a segmentos que hoy aún la perciben como lejana”, agrega Macarena Bravo.

En definitiva, la estrategia de CUPRA combina visión global y adaptación local. Desde el primer acercamiento híbrido del Terramar, pasando por la transición que propone el Formentor PHEV, hasta la consolidación eléctrica del Tavascan, la marca construye un camino lógico y progresivo. Y en el horizonte, modelos como el Raval anticipan una nueva etapa: aquella en que la electromovilidad no solo será deseable, sino también verdaderamente accesible para una mayoría.