

CUPRA acelera su expansión global con el estreno del Tindaya, las Tribe Editions y la mirada puesta en Oriente Medio

Motor | 08-09-2025 | 20:59



Cupra

CUPRA ha aprovechado el escaparate internacional del IAA Mobility 2025 de Múnich para demostrar su ambición global y su capacidad de innovación. La firma española ha presentado el CUPRA Tindaya showcar, un prototipo que anticipa el futuro lenguaje de diseño de la marca, ha lanzado las nuevas Tribe Editions de sus modelos más emblemáticos y ha confirmado que trabaja en su entrada al mercado de Oriente Medio, uno de los más dinámicos del mundo.

El CUPRA Tindaya representa la visión más pura de la marca: un diseño radical centrado en la conexión entre el conductor y la máquina. ¿El CUPRA Tindaya no es un sueño, es una declaración de intenciones que se convertirá en realidad. Mientras otros se alejan del conductor, nosotros apostamos por la emoción de conducir?, afirmó Markus Haupt, CEO interino de CUPRA.

En paralelo, la marca ha anunciado que en marzo de 2026 se celebrará en Barcelona el estreno mundial del esperado CUPRA Raval, que llegará al mercado poco después, consolidando la capital catalana como epicentro de su ofensiva de producto.

Como parte de su estrategia de expansión internacional, CUPRA estudia desembarcar en Oriente Medio tras su consolidación en mercados como Turquía, Israel y el norte de África. ¿Es una oportunidad única en una de las economías de mayor crecimiento mundial?, destacó Sven Schuwirth, vicepresidente ejecutivo de Ventas, Marketing y Postventa.

Las nuevas Tribe Editions, disponibles en los modelos Formentor, León, León Sportstourer y Terramar, combinan el carácter rebelde de la marca con innovación sostenible. Incorporan el exclusivo color Manganese Mate, asientos Bucket con tejido 3D reciclado, pinturas de base

biológica en la consola central y difusores de aire, y llantas fabricadas con un 20% de material reciclado. Además, ofrecen una amplia gama de motorizaciones, desde gasolina y diésel hasta híbridas enchufables de hasta 272 CV.

La apuesta por el estilo de vida CUPRA también ha estado presente con la presentación de la colección de maletas Harper Collective x CUPRA y la nueva fragancia de la CUPRA Design House, que han impregnado de personalidad el espacio de la marca en Múnich.

Con este despliegue, CUPRA reafirma su identidad como marca desafiante, innovadora y global, lista para conquistar nuevos mercados y redefinir la experiencia de conducción.

Autor: Redacción