

Seat acelera de la mano de Cupra

AUTOMOCIÓN La marca deportiva lleva a récord de beneficios a la filial de VW y es su punta de lanza en electrificación.

Eric Galián. Barcelona

El 22 de febrero de 2018 se hizo la presentación mundial de Cupra, la marca deportiva de Seat que ha definido la evolución de la compañía automovilística desde entonces. Su lanzamiento fue un hito, ya que se convirtió en la primera enseña nacida y creada de forma expresa dentro del grupo Volkswagen, al que pertenece la firma española. El conglomerado alemán ha crecido históricamente a través de grandes adquisiciones, como las de la propia Seat (1986), Audi (1964), Škoda (1991), Lamborghini (1998), Bentley (1998), Bugatti (1998) o Porsche (2012).

La idea de hacer una marca rebelde, posicionada entre los segmentos de gran consumo y premium, con un diseño diferencial y que dejase más margen en la cuenta de resultados no surgió en los despachos de Wolfsburgo, donde está la sede central de Volkswagen, sino que se concibió en el cuartel general de Seat en Martorell (Barcelona). Por aquel entonces el presidente de Seat era Luca de Meo, actual consejero delegado de Renault, quien tuvo un papel clave en la concepción de la nueva marca.

“Es la primera idea buena que recibió el grupo para hacer rentable a Seat”, confesó hace un par de años Herbert Diess, expresidente del consejo de administración de Volkswagen y en su momento uno de los directivos del sector con más influencia en el mundo. A Diess se le acusó de tener *mania* a Seat por ser la única compañía del grupo que perdía dinero, sobre todo durante la pandemia.

Wayne Griffiths

Otra de las figuras clave en el ascenso de Cupra ha sido Wayne Griffiths, presidente de Seat desde 2020. Griffiths, vinculado a distintas marcas de Volkswagen durante toda su trayectoria, se convirtió en vicepresidente comercial de Seat en 2016 y asumió como propio el proyecto de Cupra. Tres años después, fue nombrado consejero delegado de la marca deportiva justo antes de la salida de Luca De Meo, al que acabó sustituyendo al frente de Seat.

En seis años, Cupra ha entregado 650.000 vehículos, se ha convertido en la punta de lanza de la estrategia de electrificación de Seat y ha alcanzado un valor de marca de 1.500 millones de euros. En 2023, la firma vendió 230.700 coches, un 51% más que en el año anterior. La cifra representa el 44% de las ventas totales de



David Ramirez/Araba Press

Seat (519.200 unidades) el año pasado. Cupra genera actualmente más ingresos que la marca Seat, pese a vender menos vehículos.

En muy poco tiempo, la firma ha conformado una gama completa de vehículos que se inició con el Cupra Ateca en 2018. Después, en 2020, llegaron el Cupra León y el Cupra Formentor, el modelo más vendido de la enseña. El Cupra Born (2021) fue su primer coche 100% eléctrico. Este año, la filial de Seat ha presentado los nuevos modelos del Cupra León y el Cupra Formentor, y prevé lanzar el Cupra Tavascan, el primer SUV coupé 100% eléctrico de la marca. En septiembre, además, presentará el Cupra Terramar, un SUV deportivo electrificado, y de cara a finales del año que viene se estrenará el Cupra Raval, un coche urbano pequeño que será el primer modelo 100% eléctrico en fabricarse dentro de la planta de Seat en Martorell.

Mientras Cupra goza de una clara hoja de ruta hacia la electrificación gracias a su mayor rentabilidad por vehículo –ya que son coches más caros–, la marca Seat todavía no tiene ningún modelo eléctrico asignado, lo que ha levantado suspicacias sobre su devenir en el futuro. El pasado

Seat ha presentado recientemente las nuevas versiones del Cupra León y el Cupra Formentor. En la imagen de arriba, Wayne Griffiths, presidente de Seat y Cupra. A la derecha, el personal trabaja en uno de los nuevos modelos en la factoría de Seat en Martorell (Barcelona).



mes de septiembre, el consejero delegado de Volkswagen, Thomas Schäfer, salió al paso de unas declaraciones cuyas malinterpretadas en las que se decía que la marca Seat iba a desaparecer.

Lo cierto es que la idea que se ha trasladado con insistencia en los últimos años sobre el futuro de Seat es que quedará restringida al ámbito de la micromovilidad.

No obstante, ante las posibilidades de la marca y la presión del público, Wayne Griffiths señaló a principios de este año que Seat no tendrá ningún modelo 100% eléctrico “hasta que vender coches pequeños sin emisiones sea rentable”, lo que abre

“Es la primera idea buena que recibo para hacer rentable a Seat”, dijo Herbert Diess sobre Cupra

La apuesta eléctrica y el crecimiento de Cupra ha levantado suspicacias sobre el futuro de Seat

MOMENTOS

1986

VW compra Seat

Seat fue una empresa pública desde 1950, año de su fundación, hasta 1986, cuando fue privatizada y adquirida en un 51%, y luego en un 75%, por Volkswagen, que hoy controla el 100% de la compañía.

2018

Creación de Cupra

Con la idea de dinamizar los ingresos de Seat e incrementar su rentabilidad, Cupra se convierte en la primera marca de automóviles creada dentro del grupo Volkswagen. Hoy aporta el 44% de las ventas de Seat.

la puerta a un hipotético futuro eléctrico para Seat.

En el primer semestre del año, en el que los principales fabricantes de automóviles sufrieron fuertes caídas de la rentabilidad por la atonía del mercado, Seat y Cupra mejoraron el beneficio operativo un 9,4%, hasta 406 millones de euros, lo que supone un récord histórico. En comparación, Volkswagen finalizó el semestre con un retroceso en su beneficio neto atribuido del 14,4%, hasta 6.378 millones. El tándem lideró el incremento de ventas dentro del grupo y comercializó un total de 297.418 unidades, un 13,8% más que en el mismo período del año anterior.

DIRECTIVOS EN VERANO

EL VALOR DE LA PRUDENCIA

El arte del silencio para alcanzar el éxito profesional

GESTIÓN La importancia de la comunicación precisa y concisa en el liderazgo empresarial.

Antonio Núñez, Madrid

Nuestra capacidad de comunicarnos con prudencia y practicar el arte del silencio se han convertido en una habilidad fundamental para alcanzar el éxito. Las enseñanzas de Baltasar Gracián en *El Arte de la Prudencia* ofrecen valiosas lecciones para los líderes modernos sobre cómo navegar sabiamente en el mar de la comunicación empresarial. En este artículo, exploraremos cómo estas enseñanzas pueden aplicarse en el contexto empresarial actual, junto con ejemplos inspiradores de liderazgo tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Baltasar Gracián nos enseña que “hablar poco y bien, o callar mucho mejor”. Esta máxima resalta la importancia de la comunicación precisa y concisa en el liderazgo empresarial. Los líderes deben ser selectivos en su comunicación, evitando la charla innecesaria y centrándose en mensajes claros y significativos. Un ejemplo destacado es el de **Jack Ma**, fundador de Alibaba, cuya habilidad para comunicarse de manera efectiva y concisa ha sido fundamental para el éxito de su empresa en el mercado global. La comunicación política también suele ir en esta línea, máxime en el actual entorno digital, en el que los titulares informativos son expresados de manera sintética para su mayor difusión en redes.

El silencio también ocupa un lugar destacado en las enseñanzas de Gracián: “Lo bueno, si breve, dos veces bueno”. En el mundo empresarial actual, donde la velocidad y la cantidad de información pueden abrumar, la capacidad de permanecer en silencio y escuchar activamente es una habilidad crucial para los líderes. Ejecutivos como **Susan Wojcicki**, la que fuera CEO de YouTube, demostraron cómo el arte del silencio puede fortalecer la toma de decisiones y fomentar la colaboración en equipos multifuncionales.

Gracián también nos aconseja: “Muchas veces callar es lo más elocuente”. Esta máxima resalta la virtud del silencio en la gestión de equipos y en las relaciones interpersonales en el entorno empresarial. Analizando cómo líderes como **Tim Cook**, CEO de Apple, gestionan el silencio en sus equipos, podemos observar cómo la práctica de escuchar activamente y hablar solo cuando sea necesario puede fortalecer la comunicación y el liderazgo efectivo en entornos empresariales.

La prudencia también se mani-



La habilidad para comunicarse de manera concisa de Jack Ma ha sido fundamental para el éxito de su empresa, Alibaba.

fiesta en la delegación de responsabilidades, como señala Gracián: “Aunque sepa mucho, calle y sea temido por hombre de cuenta”. Un buen líder no necesita demostrar constantemente su conocimiento. A veces, es más efectivo delegar responsabilidades y permitir que otros brillen en sus roles, creando así un equipo sólido y comprometido. Ejemplos como el de **Marillyn Hewson**, CEO de Lockheed Martin, ilustran cómo la prudencia en la delegación puede impulsar el crecimiento y la innovación en una empresa.

Aprender a negociar

En la negociación empresarial, la sabiduría de Gracián sigue siendo relevante: “Más sabe el loco en su casa que el cuerdo en la ajena”. Entender la perspectiva del otro es fundamental para la persuasión efectiva. En el mundo de los negocios, es importante comprender la perspectiva de los demás y adaptar nuestro mensaje para lograr una comunicación efectiva. Líderes como **Angela Ahrendts**, ex vicepresidenta sénior de Apple, han demostrado cómo la comprensión profunda de su propio

Los líderes deben evitar la charla innecesaria y centrarse en mensajes claros y significativos

En la gestión de conflictos interpersonales en la oficina, la prudencia en la comunicación es esencial

terreno les da una ventaja al negociar con otros.

Por último, Gracián nos recuerda: “Vale más saber que haber oído”. En la gestión de conflictos interpersonales, la prudencia en la comunicación es esencial. La resolución de conflictos en el ámbito empresarial requiere más que simplemente escuchar a las partes involucradas. Un líder sabio busca comprender profundamente las raíces del conflicto y encontrar soluciones duraderas que beneficien a todas las partes involucradas. Ejemplos como el de **Ginni Rometty**, ex-CEO de IBM, muestran cómo la sabiduría en la gestión de conflictos puede fortalecer la cul-

tura corporativa y promover la colaboración en equipos diversos.

Además del mundo empresarial, las enseñanzas de Gracián sobre la prudencia en la comunicación y el silencio también pueden aplicarse a otros ámbitos, como la política. Un ejemplo notable es la diplomacia silenciosa practicada por líderes como **Angela Merkel**, excanciller de Alemania, quien ha sabido utilizar esta prudencia en su comunicación para abordar con éxito desafíos políticos y económicos en la Unión Europea.

En resumen, las enseñanzas de Baltasar Gracián sobre la prudencia en la comunicación y el silencio ofrecen valiosas lecciones para los líderes empresariales en un mundo cada vez más complejo y competitivo. Al aplicar estas máximas en la gestión, los directivos pueden fortalecer su capacidad para liderar con efectividad, influencia y autenticidad, asegurando el éxito a largo plazo en un entorno empresarial en constante evolución.

‘Senior partner’ de Paragon Partners y experto en liderazgo para Alta Dirección y Gobierno Corporativo

PISTAS



Fallece Alain Delon, mito del cine francés

El actor Alain Delon, mito del cine francés, ha fallecido a los 88 años en su casa de Douchy (Francia). Tras haber sufrido un ataque vascular cerebral en 2019, sus apariciones públicas habían sido contadas. Su carrera cinematográfica se extendió durante seis décadas, aunque sus papeles más emblemáticos y que le catapultaron a la fama los realizó en las décadas de 1960 y 1970. Protagonizó famosas películas como ‘El Gatopardo’, ‘A pleno sol’, ‘Rocco y sus hermanos’, ‘El clan de los sicilianos’ y ‘El silencio de un hombre’. En 2019 recibió la Palma de Honor en el Festival de Cannes por el conjunto de su carrera.

Menús a cuatro manos o catas de tequila

El Bless hotel Ibiza encara la segunda quincena de agosto con nuevos planes, como el cuatro manos que celebra hoy mismo y que une Etxeko Ibiza y Oria, ambos de Martín Berasategui, en una sola cena (195 euros sin maridaje y 345 con maridaje). En paralelo, mañana y el próximo martes se celebra Bless Elements con Tequila Patrón.

El tratamiento que se realiza cada 12 segundos

Cada 12 segundos se realiza un hidrafacial en el mundo, uno de los tratamientos de belleza más top. En España se hace en The Beauty Concept, que desde este verano incluye la última versión de hidrafacial, una aparatología que oxigena, purifica, desintoxica e hidrata en una sola sesión.