

Nissan muestra en Electrified Adventure Gran Canaria su ofensiva eléctrica en Europa y España

17.9.2026 - | Nissan España

El vehículo eléctrico se consolida como eje del nuevo sistema energético: ahorro, sostenibilidad y economía circular.

- Electrified Adventure Gran Canaria ha permitido comprobar en condiciones reales el alcance de la nueva generación de eléctricos Nissan (MICRA, LEAF, Ariya y Townstar EV)
- Nissan lanza en España su mayor ofensiva electrificada a los que se unirán el nuevo PIXO y el futuro JUKE EV, con transferencia tecnológica desde la Fórmula E
- En línea con el enfoque “Electrificación con Elección” y con Europa como hub de electrificación dentro de su estrategia global, Nissan ha anunciado la llegada a Europa del Nissan Kicks
- La red de concesionarios y su posventa especializada, clave para trasladar confianza al cliente en la transición hacia la movilidad eléctrica
- Brisa Motor y Ari Motor refuerzan la atención en Canarias con una estructura orientada a un servicio cercano, especializado y resolutivo en Gran Canaria, Tenerife y La Palma

Gran Canaria — Nissan ha reunido estos días en Gran Canaria a la prensa especializada en la Electrified Adventure Gran Canaria, una convocatoria que ha permitido comprobar en condiciones reales el rendimiento y la facilidad de uso de su gama 100% eléctrica —nuevo MICRA, nuevo LEAF, ARIYA y TOWNSTAR EV— en un recorrido que ha combinado ciudad, carreteras costeras y tramos de montaña.

El evento ha conectado la experiencia de conducción con el momento estratégico de la marca: Europa se consolida como eje de su electrificación, mientras Nissan acelera en paralelo su transformación y su crecimiento con los planes Re:Nissan y Nissan Vision, poniendo el foco en el producto, la IA, el software y el ecosistema energético que demanda la nueva movilidad y la sociedad.

En este contexto, Nissan ha compartido su hoja de ruta para Europa y España, en un momento en el que el mercado todavía se sitúa por debajo de los niveles prepandemia y la transición al vehículo eléctrico avanza a distintas velocidades. La estrategia combina Re:Nissan, una transformación profunda para recuperar competitividad con Nissan Vision, el plan de crecimiento y creación de valor que acelera la electrificación y el despliegue de la inteligencia artificial en el vehículo. El objetivo es claro: ganar agilidad y eficiencia hoy para invertir con foco en el producto, el software y el ecosistema energético que demanda la nueva movilidad.

Contexto de mercado: presión regulatoria y ritmos desiguales

La industria de la automoción afronta una transformación estructural a escala global, en un entorno de mayor volatilidad, tensión de costes, aceleración normativa y clientes cada vez más exigentes. En términos de volumen, los grandes mercados —con la excepción de China e India— todavía no han recuperado los niveles previos a la Covid; y Europa tampoco escapa a esta tendencia, con una caída

del 11%. Ante este escenario, Nissan define su respuesta a través de la visión “Mobility Intelligence for Everyday Life”, apostando por una innovación útil, accesible y escalable, en línea con las políticas europeas orientadas a impulsar la electrificación y reducir la dependencia energética.

Para el CEO de Nissan en España, Christian Costaganna, “la automoción global acelera su transformación estructural hacia la electrificación bajo la presión regulatoria, especialmente en Europa, y de mercado, con la llegada de la competencia China”.

Re:Nissan: eficiencia hoy para crecer de forma sostenible

Nissan lanzó Re:Nissan en 2025 como una transformación profunda para recuperar competitividad y garantizar un crecimiento sostenible. El plan se centra en simplificación, reducción de costes y agilidad operativa, reforzando los fundamentos para sostener la inversión en electrificación y tecnología. Plantea un objetivo de ahorro de 500.000 M¥ hasta 2026, acompañado de una reorganización industrial global y reestructuración organizativa a nivel global.

El esfuerzo está dando resultados: desde el pasado mes de mayo de 2025, fecha de arranque del plan Re:Nissan, la compañía ha conseguido resultados de beneficios operativos positivos en sus últimos tres trimestres y se han alcanzado ya la cifra de 315.000 M¥ de ahorro en costes fijos y variables. Solo en este primer Q1FY26 (abril-junio 2026) se ha logrado un beneficio operativo de 78.000 M¥.

Asimismo, Re:Nissan impulsa el crecimiento con una nueva estrategia de producto en Europa (Qashqai e-POWER, nuevo LEAF, futuros MICRA y JUKE EV) y el refuerzo de alianzas con socios tecnológicos clave. Éstas incluyen desarrollos en electrificación dentro de la Alianza, y avances en conducción autónoma con proyectos junto a Wayve y NVIDIA, que prevén robotaxis en Tokio desde este año y expansión a más de 10 ciudades, así como nuevos sistemas de ayuda a la conducción ProPILOT en 2027.

Nissan Vision: crear valor con el cliente en el centro bajo “Mobility Intelligence for Everyday Life”

Presentada el pasado mes de abril por el CEO de Nissan, Ivan Espinosa, Nissan Vision define la hoja de ruta a medio plazo de la compañía para impulsar el crecimiento y la creación de valor, situando la experiencia del cliente como eje central. Enmarcada en el propósito “Mobility Intelligence for Everyday Life”, la estrategia se articula en cuatro pilares con impacto directo en Europa y España: AI Defined Vehicle, Electrificación con Elección (V2X y economía circular), Estrategia de producto y mercado y Refuerzo de las alianzas estratégicas.

Sobre los planes de negocio actualmente en marcha en Nissan, Christian Costaganna señala: “Los dos planes actualmente en marcha —Re:Nissan y Nissan Vision— son plenamente complementarios y nos sitúan en el camino correcto para recuperar competitividad y crecer de forma sostenible. Re:Nissan está sentando las bases, con una disciplina clara en gestión de costes y una organización más ágil, mientras impulsa una nueva ofensiva de producto y refuerza alianzas tecnológicas clave. Sobre esta base sólida, Nissan Vision proyecta nuestro crecimiento a medio plazo, poniendo al cliente en el centro y acelerando la electrificación, la innovación y la creación de valor. Juntos, ambos planes nos permiten mirar al futuro con ambición y confianza.”

AI Defined Vehicle: la IA y el cliente en el centro

La IA se sitúa en el centro de la estrategia de Nissan, dando lugar al concepto de “AI Defined Vehicle”, donde el vehículo deja de estar definido por el hardware para evolucionar hacia un modelo basado en software, conectividad e inteligencia. El objetivo es traducir la tecnología en valor real para el cliente, con más seguridad, mayor facilidad de uso, eficiencia y una experiencia más intuitiva.

La estrategia se articula en tres pilares: AI Drive, con la evolución de sistemas de conducción asistida y autónoma (ProPILOT); AI Partner, que convierte el vehículo en un compañero digital conectado al ecosistema del usuario; y Conducción autónoma end to end basada en IA, diseñada para escalar a todos los segmentos y con el objetivo de incorporarse al 90% de la gama.

Electrificación con elección: una transición realista para el cliente

La propuesta de Nissan en torno a la IA y la próxima etapa de la movilidad autónoma se apoya en un elemento clave: el avance de la electrificación. Por ello, Nissan la sitúa como prioridad estratégica, aunque defiende una implantación inclusiva y alineada con el ritmo real del mercado, en un continente donde conviven velocidades muy distintas. El objetivo es impulsar una transición realista, que combine diferentes soluciones y acelere la reducción de emisiones sin perder de vista el uso cotidiano.

En Europa, esa evolución es desigual: mientras Noruega se acerca al 97% de ventas eléctricas, mercados como Francia, Alemania o Portugal superan el 20%, y España se mantiene en torno al 10%. En paralelo, y gracias a tecnologías propias de Nissan como e-POWER, la marca contribuye a reducir emisiones sin exigir un cambio de hábitos al conductor, como refleja que esta tecnología ya represente el 60% de las ventas de Qashqai y X-Trail en España.

Del coche a la red: el VE como activo energético

La electrificación del parque se afianza como un elemento central del nuevo sistema energético, al facilitar una movilidad conectada y energéticamente más eficiente y al convertir el vehículo eléctrico en algo más que un medio de transporte: un activo integrado en la red.

“Este cambio permite reducir la dependencia del petróleo y proteger al consumidor frente a la volatilidad de precios, además de impulsar la economía circular mediante un uso más inteligente de la energía”, afirma Christian Costaganna, CEO de Nissan España, y añade: “el vehículo eléctrico ya no es solo movilidad, es energía, y con V2X y la economía circular puede aportar ahorro, resiliencia y sostenibilidad, a la sociedad.”

Tecnologías como V2X, V2G y V2H transforman el coche en una extensión del hogar o de la propia red eléctrica: con baterías de 52-75 kWh, un modelo como el Nissan LEAF puede cubrir parte del consumo anual de un hogar (3.220-3.500 kWh) almacenando energía renovable y devolviéndola cuando se necesita. El impacto ya se aprecia en tres frentes: en sostenibilidad, con más de 10.600 Nissan eléctricos en España evitando 18.500 toneladas de CO₂ al año; como acumulador de energía, aportando ahorro y estabilidad tanto a hogares como a flotas; y en economía circular, gracias a la reutilización de baterías en proyectos de segunda vida. Para maximizar estos beneficios, el despliegue del ecosistema requerirá avances en la regulación, especialmente en todo lo relacionado con V2X.

Nueva gama eléctrica: menos complejidad, más foco en Europa

Nissan alinea su estrategia de mercado y gama con la demanda real mediante tres palancas: racionalización del portfolio, definición clara del rol de cada modelo por región y concentración de la oferta en cuatro grandes familias de producto. La compañía simplifica su gama global de 56 a 45 modelos, reduciendo complejidad para acelerar lanzamientos, optimizar recursos y asegurar que cada vehículo tenga una propuesta diferenciada.

“Esta reducción a nivel global no se traduce necesariamente en reducción a nivel local. En España, por ejemplo, la gama crece. A las renovaciones del Ariya y del X-Trail se suma el nuevo MICRA, el nuevo LEAF y más adelante el JUKE eléctrico y un nuevo eléctrico en el segmento A, el nuevo Nissan PIXO que presentaremos próximamente. Una gama completamente renovada y electrificada que nos permite posicionarnos claramente como referentes en el futuro de la movilidad”, afirma Christian Costaganna.

Nissan reorganiza su gama en cuatro familias: Heartbeat (iconos como LEAF), Core (pilares de volumen como QASHQAI), Growth (oportunidades específicas como PIXO) y Partner (cobertura vía alianzas como MICRA). Y pone el foco en los mercados de China, EE. UU. y Japón por potencial a nivel de volumen, mientras posiciona Europa como eje de la electrificación, con foco en SUVs y BEV de segmentos A, B y C, y una ofensiva liderada por Qashqai —con 400.000 unidades en España—, e-POWER, el nuevo MICRA y el LEAF eléctrico, además de futuros lanzamientos como JUKE EV y el nuevo segmento A, PIXO.

Con una nueva operativa industrial más rápida y eficiente, esta estrategia se acompaña de objetivos de reducir hasta un 40% el tiempo de desarrollo, acortar el lanzamiento al mercado de nuevos modelos a alrededor de 30 meses, disminuir el total de piezas en un 20% y recortar complejidad de componentes hasta en un 70%, permitiendo acercar el ratio de utilización de fábricas a niveles cercanos al 100%.

Para el CEO de Nissan en España, Christian Costaganna: “con Nissan Vision, alineamos nuestra gama con la demanda real, simplificando el portfolio y reforzando una oferta electrificada, competitiva y relevante por mercado. Esta estrategia nos permite acelerar lanzamientos, optimizar recursos y posicionarnos con claridad como referentes en la movilidad del futuro.”

Nissan Kicks e POWER: Europa como hub industrial de la electrificación “con elección”

En línea con el enfoque “Electrificación con Elección” y con Europa como hub de electrificación dentro de su estrategia global, Nissan ha anunciado la llegada a Europa de un nuevo modelo: el Nissan Kicks. Un crossover compacto del segmento B equipado con la tecnología híbrida e POWER exclusiva de la marca. Nissan invertirá 170 millones de libras para fabricar este modelo en la planta de Sunderland (Reino Unido) —que este año celebra su 40º aniversario—, donde se producirá junto a Qashqai, Juke y LEAF, consolidando la base industrial europea como palanca para acelerar la electrificación con soluciones adaptadas al cliente.

Se trata de una noticia muy relevante para la región europea, que pone de manifiesto la agilidad y la rapidez de Nissan para llevar nuevos modelos a nuevos mercados.

El debut europeo de Kicks se apoya, además, en la experiencia ya acumulada con e-POWER —más

de 1,9 millones de unidades vendidas en el mundo desde 2016, incluyendo 200.000 Qashqai e POWER fabricados en Reino Unido— y se suma a la ofensiva de producto anunciada para la región, que incluye el próximo PIXO, nuevo eléctrico del segmento A, y la futura llegada del JUKE de tercera generación, que por primera vez será 100% eléctrico.

De la Fórmula E a la calle: tecnología que impulsa la ofensiva eléctrica

Europa y España forman parte de la ofensiva electrificada de Nissan en Europa, apoyada en tecnologías como e-POWER y en nuevos lanzamientos eléctricos. La estrategia se inspira en el principio “lo que ocurre en la pista, se queda en la calle”, con transferencia tecnológica desde la Fórmula E, donde Nissan mantiene un alto nivel de competitividad tras ganar el Mundial de Pilotos la temporada 11 con Oliver Rowland y terminar cuarto en esta pasada edición. En breve arrancará la temporada 13 con los nuevos prototipos GEN4, monoplazas de última generación que permitirán avanzar aún más en el desarrollo de la eficiencia del vehículo eléctrico.

España, pieza clave en la ofensiva eléctrica de Nissan

España, segundo mercado de Nissan en Europa y noveno a nivel mundial para Nissan, es una pieza central en la estrategia de electrificación y rentabilidad sostenible de la compañía. Nissan impulsa un plan basado en crecimiento sostenido, aceleración de la gama electrificada y refuerzo de las alianzas locales, que ha permitido lanzar programas de incentivo al VE únicos como Go Electric, con hasta 25.000 km de recarga gratuita, 3 meses para cambiar, instalación gratuita de cargador y 10 años de garantía a través del programa de garantía extendida Nissan+.

Go Electric: facilitar la adopción del VE con partners de energía y recarga

A nivel local, Nissan acelera la adopción del vehículo eléctrico con alianzas con Repsol, Zunder e Iberdrola, entendiendo que la transición depende del ecosistema (energía, infraestructura y servicios). Gracias a estas alianzas, Nissan lanzó el programa de incentivo a clientes Go Electric, que incluye hasta 15.000 km de recargas gratuitas. Con este programa los clientes ya han superado 350.000 km recorridos sin coste.

Para Costaganna: “España es un mercado clave para Nissan, no solo por su peso —segundo en Europa y noveno a nivel global—, sino por su papel estratégico en nuestra transición hacia la electrificación y un crecimiento rentable y sostenible. Los sólidos resultados, el impulso de nuestra gama electrificada —con un 81% de ventas ya electrificadas— y el fortalecimiento de nuestra red y alianzas locales nos sitúan en una posición privilegiada para liderar la nueva movilidad en el país.”

La red de concesionarios Nissan: confianza y acompañamiento al cliente en la era eléctrica

En 2025, Nissan registró unas ventas de 38.254 unidades (+10%) y las ventas a través de su red de concesionarios crecieron un 14%. El avance se apoya en la gama electrificada: el QASHQAI fue el C-SUV híbrido más vendido con 19.556 unidades, y el 81% de los turismos vendidos por Nissan en España ya son electrificados. Para 2026, el foco es reforzar electrificación y ventas a través de la red, priorizando la rentabilidad.

En esta transición, la red de concesionarios desempeña un papel decisivo: es el punto de contacto donde el cliente convierte la innovación en confianza. La electrificación implica nuevos hábitos —carga, planificación, conectividad— y requiere asesoramiento claro, acompañamiento y una posventa capaz de responder con rapidez y especialización. En ese marco, la Promesa Cliente Nissan se traduce en compromisos tangibles —asistencia 24/7, soluciones de movilidad y respaldo de la red oficial—, mientras que Nissan+, con hasta 10 años de garantía, refuerza una relación que se prolonga más allá de la entrega y sostiene el valor del vehículo en el tiempo.

En Canarias, ese compromiso se concreta en el trabajo de Brisa Motor y Ari Motor Tenerife, con presencia en Gran Canaria, Tenerife y La Palma, y una estructura orientada a ofrecer una atención cercana, especializada y resolutive. El grupo subraya que la tecnología necesita personas que sepan responder, con equipos preparados para diagnosticar, resolver y explicar la complejidad técnica de forma sencilla. En esa apuesta, destaca la puesta en marcha de las nuevas instalaciones de El Sebadal (Las Palmas de Gran Canaria), con la apertura del taller de automoción más grande de Canarias, diseñado para reforzar la capacidad, la rapidez y la calidad de respuesta al cliente.

Tal y como destaca el gerente del grupo Ari, Nestor Santana, “en nuestros concesionarios tenemos claro que nuestra labor no termina cuando ponemos la tecnología en la calle, sino que se trata de acompañar al cliente y responder a sus necesidades en cada momento”. Además “ofrecemos Nissan+, un producto en el que ampliamos la garantía del vehículo hasta 10 años. Habla no sólo de la confianza de la calidad del producto, sino también de la relación que queremos conservar con el cliente durante todo este tiempo”.

Electrified Adventure Gran Canaria: cuatro modelos eléctricos, cuatro respuestas de movilidad

Durante Electrified Adventure Gran Canaria, los medios especializados han conocido de primera mano una gama 100% eléctrica diseñada para responder a distintos perfiles de cliente —urbano, familiar, premium y profesional— con nuevo MICRA, nuevo LEAF, Ariya y Townstar EV, a la espera de la incorporación del nuevo Pixo y el nuevo JUKE EV. Durante estas dos jornadas, los periodistas han vivido además una experiencia inmersiva a través de algunos de los paisajes más característicos de Gran Canaria: el ascenso desde la costa hasta la cumbre, las carreteras panorámicas de Cruz de Tejeda, los miradores y casas cueva de Artenara, el encanto singular de Tejeda —uno de los pueblos más bonitos de España— y el entorno de Bandama. Un recorrido que combina desniveles, cambios de ritmo y escenarios naturales únicos para mostrar el rendimiento real de los vehículos en condiciones reales.

El nuevo Nissan MICRA marca el regreso de uno de los nombres más emblemáticos de Nissan, ahora convertido en un vehículo 100% eléctrico, desarrollado para Europa, con dimensiones compactas, una experiencia digital avanzada y una oferta de baterías adaptada a distintos perfiles de uso, manteniendo el carácter práctico y accesible que ha definido históricamente al modelo.

El Nissan ARIYA representa el buque insignia de la gama eléctrica y la expresión más avanzada de la visión eléctrica de Nissan: diseño japonés contemporáneo, tecnología intuitiva, alto nivel de confort y, en determinadas versiones, la tracción integral eléctrica e-4ORCE, desarrollada para optimizar control y estabilidad en diferentes condiciones.

El nuevo Nissan LEAF abre una nueva etapa para el pionero que contribuyó decisivamente a popularizar el vehículo eléctrico: se transforma en un crossover elegante, aerodinámico y tecnológicamente avanzado, orientado a un uso versátil y eficiente tanto en el día a día como en desplazamientos de mayor recorrido, con tecnologías avanzadas de asistencia a la conducción y

conectividad.

En Canarias, además, el LEAF refuerza un vínculo ya consolidado: fue Coche del Año en Canarias en 2019 y, con esta nueva generación, aspira a volver a lograrlo, apoyado en una propuesta más completa y adaptada a las nuevas expectativas del mercado.

La Nissan Townstar EV traslada las ventajas de la movilidad eléctrica al ámbito profesional con una solución concebida para empresas, autónomos y reparto urbano: acceso a zonas de bajas emisiones, costes operativos reducidos frente a equivalentes de combustión, gran versatilidad y conectividad orientada a la gestión diaria de la actividad.

Con esta gama, Nissan refuerza su ambición de acelerar la transición hacia una movilidad sin emisiones, conectada y eficiente, alineando estrategia y producto en un escenario que permite comprobar, en la práctica, cómo la electrificación de Nissan ya está lista para responder a necesidades reales de movilidad.

Mirando al futuro (2026-2035): ambición ante la oportunidad, pero el ritmo es la clave

España mantiene una recuperación moderada, con 1,15 millones de ventas en 2025 y una previsión de crecimiento de las ventas entre el 7 y 8% en 2026, pero afronta frenos estructurales: un parque de más de 15 años, una electrificación aún dependiente de ayudas y un marco regulatorio poco estable. Pese a contar con más de 55.000 puntos de recarga y un avance de la carga ultrarrápida, la brecha con los países líderes en Europa sigue siendo notable. Para acelerar, Nissan apunta cuatro palancas: estabilidad regulatoria y fiscal, un Pacto de Estado, impulso tecnológico V2X y economía circular.

“España no tiene un problema de tecnología para electrificarse; tiene un reto que es acelerar el ritmo para enfrentar este cambio estructural: incentivos estables y una infraestructura de carga que acompañe, son las claves para dar más confianza del cliente. Si queremos cerrar la brecha con Europa, España necesita previsibilidad y ejecución: ayudas claras, reglas estables y soluciones que hagan el eléctrico accesible para todos,” afirma Christian Costaganna, CEO de Nissan España.

#

Acerca de Nissan España

Nissan es una marca líder en el mercado español de la automoción, que destaca por ser pionera de la electrificación, con modelos como el Nissan LEAF, y por su posición de referencia en el segmento SUV, con el Nissan Qashqai. Su gama combina innovación, eficiencia y adaptación a las nuevas necesidades de movilidad, con más de un millón de vehículos en circulación en España.

La compañía cuenta con una red de casi 200 puntos de venta y postventa que garantizan una amplia cobertura y una experiencia de cliente de calidad. Nissan tiene su sede corporativa en Barcelona y un centro de I+D para Europa, reforzando su papel en innovación.

Nissan mantiene actividad industrial en España con centros en Ávila, dedicado a recambios y componentes, y en Los Corrales de Buelna (Cantabria), donde produce piezas para modelos Nissan y para otros clientes industriales.

Para obtener más información sobre los productos, servicios y el compromiso de Nissan con la

movilidad inteligente, visite nissan.es.

También puede seguirnos Nissan Newsroom, en Facebook, Instagram y LinkedIn, y ver nuestros últimos vídeos en YouTube.

<https://spain.nissannews.com/es-ES/releases/nissan-muestra-en-electrified-adventure-gran-canaria-su-ofensiva-electrica-en-europa-y-espana>