

Dacia despliega en Esplugues su ofensiva híbrida y eléctrica antes de llevar el ADN Tour a Olot

Motor | 16-09-2026 | 17:19



Dacia ADN Tour / © Julián Vázquez / GN

Dacia BYmyCAR Esplugues ha acogido este miércoles una de las citas destacadas del Dacia ADN Tour, la gira nacional con la que la marca está presentando su nueva estrategia en quince ciudades españolas. La próxima parada tendrá lugar este jueves 17 de septiembre en Olot, en la provincia de Girona.

La jornada de Esplugues ha servido para explicar los principales ejes de crecimiento de Dacia, presentar su renovada gama y permitir que los asistentes probaran diferentes vehículos. El encuentro también ha incluido una presentación comercial y un espacio de contacto entre la marca, la red de concesionarios y los profesionales participantes.

La hoja de ruta española se integra en futuREady, el plan estratégico de Dacia con horizonte 2030, presentado el pasado mes de marzo. La estrategia apuesta por ampliar la presencia comercial de la compañía, democratizar la electrificación y mantener unos costes de adquisición y utilización contenidos.

Laurent Sengenés: «Dacia es un valor seguro»

El director general de Dacia España, Laurent Sengenés, ha explicado a Girona Noticias que la marca quiere mantener intactos sus principios mientras avanza hacia una movilidad más eficiente y sostenible.

«Hoy estamos en el ADN Tour de Dacia, en el área de Barcelona, en nuestro concesionario BYmyCAR, donde presentamos nuestro plan estratégico, enmarcado en el plan del grupo futuREady que dimos a conocer en marzo. Es un proyecto de crecimiento para Dacia que se apoya en nuestros valores», ha señalado.

Sengenés ha destacado la relación entre precio, producto y servicio como uno de los principales argumentos de la compañía.

«Dacia es un valor seguro por su excelente relación calidad-precio, la capilaridad de su red y su nivel de servicio. Nuestra ambición es seguir ofreciendo una movilidad accesible y cada día más sostenible», ha asegurado.

Uno de los grandes protagonistas de esta nueva etapa será el Sandero Hybrid 155. «Estamos lanzando el Sandero híbrido. Por fin, el modelo líder de ventas entre particulares en España durante más de trece años incorpora tecnología híbrida, etiqueta ECO y un consumo de 4,2 litros, una de las mejores cifras de eficiencia del mercado», ha explicado.

El responsable de Dacia España también ha subrayado la importancia de contener el gasto diario de los conductores: «En un momento en el que la gasolina roza los dos euros por litro, es fundamental cuidar la eficiencia y reducir el coste de utilización para nuestros clientes».

Tecnología híbrida fabricada en España

Markel de Zabaleta, director de Producto y jefe de Prensa de Dacia España, ha repasado la evolución de una gama que cubre desde los vehículos urbanos hasta el segmento C.

«Nuestra oferta comienza con Sandero berlina y Sandero Stepway, que incorporan ahora la tecnología híbrida. En el segmento B contamos con Duster, un excelente 4x4 y el segundo modelo más vendido de la gama. Jogger representó nuestra entrada en el segmento C y Bigster se ha convertido en nuestro buque insignia», ha explicado durante la presentación.

Una de las novedades más importantes es el sistema Hybrid 155, que llegará al Sandero y tiene una destacada participación industrial española. El motor se fabrica en Valladolid y la caja de cambios se produce en Sevilla.

La gama también incorpora la tecnología Hybrid 150 4x4, disponible en modelos como Bigster y el nuevo Striker. Este sistema combina motor de gasolina, GLP y propulsión eléctrica con tracción total, reuniendo tres tecnologías dentro de una misma arquitectura mecánica.

«Queremos facilitar la comprensión de esta tecnología a nuestros clientes. Se trata de un vehículo híbrido que ofrece las ventajas de la electricidad, la gasolina y el GLP dentro de una configuración 4x4», ha explicado De Zabaleta.

La oferta mecánica se completa con motorizaciones como el Eco-G 120 y el mild hybrid-G 140, que refuerzan la apuesta de Dacia por el GLP y la etiqueta ECO.

Un nuevo Spring fabricado en Europa

La ofensiva de producto también incluye la segunda generación del Dacia Spring, un modelo completamente renovado que se fabricará en la planta de Novo Mesto, en Eslovenia.

El nuevo eléctrico urbano crece 15 centímetros hasta alcanzar los 3,85 metros de longitud y aumenta 18 centímetros su anchura. También eleva la capacidad del maletero hasta los 337 litros y estrena un diseño más moderno y robusto.

El modelo comparte la plataforma RGEV Small con el Renault Twingo eléctrico, equipa un motor de 80 CV y ofrece hasta 250 kilómetros de autonomía en ciclo combinado WLTP. La producción europea permitirá que pueda acceder a las ayudas públicas destinadas a vehículos eléctricos.

La gama del nuevo Dacia Spring se situará por debajo de los 20.000 euros antes de incentivos, mientras que el acabado Expression partirá de menos de 18.000 euros.

Los clientes podrán conocerlo en el Salón del Automóvil de París y los pedidos se abrirán antes de que termine el año.

Striker amplía la presencia de Dacia en el segmento C

La otra gran novedad es el Dacia Striker, un crossover de 4,62 metros que combina características propias de un SUV, la versatilidad de un familiar y la eficiencia dinámica de una berlina.

El modelo contará con versiones 4x2 y 4x4, un diseño exterior aerodinámico y un habitáculo diferenciado del resto de la gama. La marca destaca especialmente su reducido coste de utilización y unas emisiones que se situarán por debajo de los 100 gramos de CO₂ en determinadas configuraciones.

El Striker se ofrecerá con las motorizaciones Hybrid 155 y Hybrid 150 4x4. Su precio de partida estará por debajo de los 25.000 euros, de acuerdo con la información oficial presentada por Dacia.

La incorporación del Bigster y el Striker permitirá a Dacia ofrecer una respuesta para aproximadamente el 90% de las necesidades del mercado, frente al 58% que cubría anteriormente con su gama.

Electrificación accesible y costes contenidos

El Plan ADN se articula alrededor de tres grandes objetivos: incrementar la cuota de mercado, facilitar el acceso a las nuevas tecnologías y mantener un modelo de negocio eficiente.

La marca defiende su filosofía Design to Cost, basada en diseñar los vehículos desde el inicio para eliminar elementos innecesarios, reducir el peso y contener los precios. Según Dacia, algunos de sus modelos pueden pesar hasta 300 kilos menos que determinados competidores equivalentes, con efectos directos sobre el consumo, las emisiones y el coste por kilómetro.

La compañía también destaca el valor residual de sus vehículos y programas como Dacia Zen, que permite alcanzar hasta siete años de garantía gratuita si el mantenimiento se realiza dentro de la red oficial.

La estrategia incorpora además una vertiente social mediante CareMakers, una iniciativa destinada a facilitar el acceso al empleo de personas en situación de vulnerabilidad a través de soluciones de movilidad e incentivos económicos.

Tras la jornada celebrada en Esplugues, el Dacia ADN Tour continuará este jueves en Olot, donde la marca acercará su nueva hoja de ruta, sus tecnologías electrificadas y su renovada gama a profesionales, clientes y representantes del territorio.

Autor: Redacción