

INFORME



Microbuses 9 a 25 plazas

ASÍ EMPIEZA 2026 EN EL MERCADO DE LOS MICROBUSES MÁS PEQUEÑOS

Los datos del primer pentamestre de 2026 confirman un inicio de año activo en el segmento de 9 a 25 plazas, según los datos aportados por la analista de mercado MSI. Llevamos ya 261 registros totales .

En este segmento hay marcas muy activas. Se observa una fuerte presencia de Mercedes-Benz, Ford e Iveco. También resulta relevante la irrupción de Fiat con 22 unidades de 9 plazas en el mes de enero y la actividad de marcas como Volkswagen, MAN y Renault.

Ademas hay que destacar como competencia emergente la presencia estratégica de fabricantes asiáticos como King Long, que ya registra unidades en la configuración crítica de 21 plazas, desafiando el status quo de las marcas europeas en el nicho de alta capacidad.



Las 17 y 21 plazas se mantienen como los estándares de facto. Sin embargo, la aparición de nuevas matriculaciones de 9 plazas (Fiat) indica un posible desplazamiento de la demanda desde el segmento de turismos/monovolúmenes hacia el de microbuses ligeros para servicios de "transfer" y última milla.

DESCARGA LA GUIA DE MICROBUES 2026



El mercado español de microbuses en el rango de 9 a 25 plazas está mostrando una clara consolidación como solución eficiente para el transporte de viajeros, especialmente en el ámbito profesional. El análisis de datos de MSI entre 2024 y el avance de 2026 confirma una tendencia inequívoca: el segmento más ligero y flexible gana peso frente a otras tipologías, con una demanda fuertemente concentrada en el canal empresarial.

Este comportamiento responde a la creciente necesidad de soluciones versátiles para servicios discretos, transporte corporativo, lanzaderas y turismo de grupos reducidos.

Uno de los elementos más contundentes del análisis es el papel dominante del canal Empresas, que actúa como verdadero pilar del mercado.

- La mayoría de las matriculaciones en microbuses de 9 a 25 plazas corresponden a empresas.
- En los datos mensuales de 2024, 2025 y 2026 se observa de forma constante una elevada concentración de operaciones en este canal frente a particulares o RAC. Además, dentro del canal profesional destacan ciertas configuraciones recurrentes:
- 16, 17, 21 y 23 plazas son las más utilizadas.

Esto refleja una estrategia clara por parte de las flotas: apostar por vehículos con suficiente capacidad para rentabilizar rutas, pero manteniendo flexibilidad operativa.

DOMINIO DE TRES GRANDES MARCAS: MERCEDES, FORD E IVECO

El mercado presenta una estructura muy definida, con tres fabricantes claramente dominantes:

MERCEDES-BENZ: LIDERAZGO TRANSVERSAL

Mercedes es la marca con mayor presencia en prácticamente todos los tramos de plazas:

- Fuerte implantación en 16 a 25 plazas
- Amplia variedad: 16, 17, 20, 21, 23 y 24 plazas aparecen de forma recurrente en los datos
- Presencia constante en todos los años analizados (2024-2026)

Su posicionamiento responde a su papel como referencia en vehículos de transporte profesional (especialmente derivados de Sprinter).

FORD: HEGEMONÍA EN EL TRAMO INFERIOR

Ford domina el segmento de menor capacidad:

- Liderazgo en 11, 12, 14 y 15 plazas
- Gran volumen de matriculaciones en empresas en estos rangos

Su éxito se apoya en productos competitivos en coste y en configuraciones muy demandadas para servicios más ligeros o específicos.

IVECO: REFERENCIA EN LA PARTE ALTA

Iveco aparece como actor clave en el tramo alto del segmento:

- Fuerte presencia en 21, 22 y 23 plazas
- Gran volumen en canal empresas en estos rangos en todos los años analizados

Se posiciona como alternativa directa a Mercedes en microbuses de mayor capacidad dentro del límite de 25 plazas.

OTROS ACTORES: PRESENCIA CRECIENTE PERO SECUNDARIA

- MAN gana peso especialmente a partir de 2025 en configuraciones medias (20–23 plazas).
- Renault mantiene presencia estable en 17 y 20 plazas.
- Volkswagen entra progresivamente en el canal empresas en 2025.

QUÉ PLAZAS DEMANDA EL MERCADO: EQUILIBRIO ENTRE FLEXIBILIDAD Y RENTABILIDAD

El análisis por número de plazas muestra tres bloques bien definidos:

1. MICROBUSES LIGEROS (9–15 PLAZAS)

- Dominados por Ford
- Uso habitual en servicios de baja ocupación o transporte premium
- Configuraciones más habituales: 11, 12, 14 y 15 plazas

2. SEGMENTO MEDIO (16–20 PLAZAS)

Es el corazón del mercado:

- Alta competencia entre Mercedes, Ford e Iveco
- Configuraciones estrella: 16, 17, 18 y 20 plazas
- Gran presencia en flotas empresariales



3. SEGMENTO ALTO (21–25 PLAZAS)

Orientado a maximizar rentabilidad:

- Dominado por Mercedes e Iveco
- Configuraciones clave: 21, 23 y 24 plazas

RAC Y PARTICULARES: MERCADOS SECUNDARIOS PERO RELEVANTES

Aunque minoritarios, estos canales reflejan usos específicos:

RAC (Rent-a-Car)

- Se orienta a servicios turísticos y premium
- Configuraciones entre 11 y 24 plazas
- Mercedes y Ford destacan claramente

PARTICULARES

- Volumen residual
- Operaciones puntuales concentradas en Ford y Mercedes

EVOLUCIÓN DEL MERCADO: CONTINUIDAD CON LIGERA DIVERSIFICACIÓN

- 2024: predominio claro de Mercedes y Ford
 - 2025: entrada progresiva de nuevas marcas (MAN, Volkswagen)
 - 2026 (avance): continuidad del dominio, especialmente de Ford y Mercedes en empresas
- Los datos mensuales corroboran esta estabilidad estructural, sin cambios bruscos en la composición del mercado.

INFORME DE MERCADO: SEGMENTO MICROBUSES (9-25 PLAZAS) EN ESPAÑA 2024-2026

1. Metodología y Alcance del Análisis

El presente informe técnico ha sido elaborado por especialistas en inteligencia de negocio para el sector de transporte de viajeros, utilizando como fuente primaria los microdatos de matriculaciones de MSI. El marco metodológico se rige por los siguientes criterios de filtrado y exclusión:

- **Segmentación Primaria:** El análisis se centra exclusivamente en registros categorizados como "SEGMENTO: Microbus". Esto incluye tanto vehículos de furgón derivado como plataformas ligeras (chasis carrozados).
- **Capacidad de Pasajeros:** Se filtran únicamente vehículos con una configuración técnica de entre 9 y 25 plazas (inclusivo).
- **Exclusiones Estrictas:** Se han omitido íntegramente los datos pertenecientes a los segmentos Urbano, Midibus, Interurbano y Autocar. Siguiendo protocolos de precisión, se han ignorado los registros de 26 y 27 plazas, a pesar de estar presentes en la base de datos de origen bajo la etiqueta de microbús.

• Pilares del Análisis:

- o **Temporalidad:** Datos consolidados de los ejercicios 2024, 2025 y el avance del primer pentamestre (Enero-Mayo) de 2026.
- o **Canales:** Desglose por Empresas (incluyendo transporte discrecional y escolar), RAC (Rent-a-Car) y Particulares.
- o **Paisaje Competitivo:** Evaluación de cuotas y tendencias de los fabricantes líderes.

2. Análisis Evolutivo del Mercado Total (2024 - 2026)

El mercado de microbuses ligeros en España muestra una resiliencia notable y una trayectoria ascendente vinculada a la recuperación de los servicios discrecionales y el turismo.

Año	Unidades Totales (9-25 PLZ)	Variación Anual
2024	557	--
2025	682	+22,4%
2026 (Avance Enero-Mayo)	261	Tendencia estable

Tendencia estable

Análisis de Tendencia: Se observa un crecimiento sólido del 22,4% en 2025, impulsado principalmente por la renovación de flotas en el canal de empresas. El avance de 2026, con 261 unidades en los primeros cinco meses, sugiere un mercado que mantiene su dinamismo, proyectando un cierre de ejercicio similar al anterior si se mantiene la actividad en el transporte de corto recorrido y la capilaridad de las redes logísticas de pasajeros.

3. DESGLOSE DETALLADO POR CANALES DE VENTA

Canal: Empresas

Representa el núcleo del mercado, englobando el transporte corporativo, escolar y servicios discrecionales de corto radio.

Año	Unidades
2024	441
2025	548
2026 (Avance)	194

Análisis: Con una cuota que roza el 80% del volumen total, es el motor que define las configuraciones técnicas del sector. La demanda se concentra en chasis de alta capacidad (21-23 plazas) para maximizar la rentabilidad operativa.



Canal: RAC (Rent-a-Car)

Canal con alta estacionalidad, orientado al turismo receptivo de grupos reducidos y servicios VIP.

Año	Unidades
2024	93
2025	111
2026 (Avance)	57

Análisis: El canal RAC muestra un crecimiento sostenido, con una preferencia marcada por vehículos premium y configuraciones versátiles de 17 plazas. Destaca la actividad temprana en 2026 (57 unidades) como preparación para la temporada estival.

Canal: Particulares

Segmento minoritario condicionado por los requisitos de licencias de conducción profesionales.

Año	Unidades
2024	23
2025	23
2026 (Avance)	10

Análisis: Estabilidad absoluta sin crecimiento orgánico. La demanda es puramente táctica, enfocada en configuraciones de 12 a 17 plazas, a menudo destinadas a proyectos de camperización profesional o asociaciones privadas.

4. PAISAJE COMPETITIVO: ANÁLISIS DE MARCAS LÍDERES

Mercedes-Benz

Líder indiscutible del mercado ibérico. Su hegemonía se basa en la versatilidad de la gama Sprinter y una potente capilaridad de red de postventa.

- Volumen: 254 unidades (2024), 312 (2025) y 115 (Avance 2026).
- Configuraciones: Domina el segmento superior con las 21 y 23 plazas, además de capturar nichos específicos de 10 plazas en el canal RAC.

Ford

Consolidada como la segunda fuerza, su estrategia se centra en la eficiencia de costes y el furgón derivado de la gama Transit.

- Volumen: 152 unidades (2024), 198 (2025) y 85 (Avance 2026).
- Configuraciones: Referente absoluto en las 17 plazas, configuración estándar para el transporte de personal y servicios de enlace.

Iveco

Marca especialista en transporte escolar y discrecional, aunque presenta señales de alerta estratégica.

- Volumen: 88 unidades (2024), 74 (2025) y 36 (Avance 2026).
- Perspectiva: Es la única de las grandes marcas que presenta una contracción en su volumen (-15,9% en 2025) en un mercado que crece a doble dígito. Su dependencia de las configuraciones de 23 plazas y la presión de nuevos competidores están afectando su cuota de mercado.

Ranking Final de Marcas (Acumulado 2024 - Mayo 2026)

Marca	Unidades Totales (Acum.)	Configuración Más Vendida
Mercedes-Benz	681	21 Plazas
Ford	435	17 Plazas
Iveco	198	23 Plazas

5. ANÁLISIS DE CONFIGURACIÓN POR NÚMERO DE PLAZAS (9-25 PLZ)

La demanda técnica en España está altamente polarizada. A continuación, se detallan las configuraciones que acumulan el mayor volumen de matriculaciones en el periodo analizado:

1. 21 Plazas (418 unidades): La configuración reina del mercado, consolidada como la más demandada para servicios discrecionales. Liderada por Mercedes-Benz e Iveco, con incursiones recientes de King Long.
 2. 17 Plazas (376 unidades): El estándar del furgón derivado. Ford mantiene un liderazgo casi-monopolístico aquí, seguido por Renault y Mercedes-Benz.
 3. 23 Plazas (244 unidades): Preferida por el transporte escolar y servicios de media distancia. Es el terreno de batalla principal entre los chasis-cabina de Mercedes e Iveco.
 4. 12 Plazas (92 unidades): Configuración de acceso al segmento microbús, muy presente en flotas de hoteles y transporte de tripulaciones, liderada por Ford.
 5. 24 Plazas (64 unidades): Nicho de alta capacidad donde Mercedes-Benz opera casi en solitario, ofreciendo el máximo volumen permitido antes de saltar al segmento Midibus.
- Detección de Nichos: Se observa una especialización en el canal RAC con vehículos de 10 plazas (Mercedes-Benz) y un surgimiento de microbuses de 9 plazas en 2026 bajo la marca Fiat.

6. AVANCE DE MERCADO 2026 Y PROYECCIONES

Los datos del primer pentamestre de 2026 confirman un inicio de año activo con 261 registros totales.

- Marcas Activas: Se observa una fuerte presencia de Mercedes-Benz, Ford e Iveco. Resulta relevante la irrupción de Fiat con 22 unidades de 9 plazas en el mes de enero y la actividad de marcas como Volkswagen, MAN y Renault.
- Competencia Emergente: Se detecta una presencia estratégica de fabricantes asiáticos como King Long, que ya registra unidades en la configuración crítica de 21 plazas, desafiando el status quo de las marcas europeas en el nicho de alta capacidad.
- Dinamismo por Canal: El canal de Empresas mantiene su hegemonía con 194 unidades (74% del total del año), mientras que el RAC muestra un arranque vigoroso para cubrir la demanda turística del primer semestre.

7. CONCLUSIONES ESTRATÉGICAS

Liderazgo Consolidado: Mercedes-Benz reafirma su posición como referente del mercado ibérico, gestionando con éxito tanto el volumen como el mix de producto, especialmente en configuraciones de alta capacidad (21-23 plazas).

Divergencia en el Segmento Especialista: Mientras el mercado general crece, Iveco muestra una pérdida de tracción, lo que sugiere una migración de los operadores de transporte escolar hacia soluciones basadas en la Sprinter de Mercedes o nuevas alternativas de fabricantes emergentes.

Estandarización Técnica: Las 17 y 21 plazas se mantienen como los estándares de facto. Sin embargo, la aparición de nuevas matriculaciones de 9 plazas (Fiat) indica un posible desplazamiento de la demanda desde el segmento de turismos/monovolúmenes hacia el de microbuses ligeros para servicios de "transfer" y última milla.

