

# FIAA 2026

## donde las empresas deciden el futuro del autobús



En un contexto en el que el autobús se ha consolidado como columna vertebral de la movilidad en España, la FIAA 2026 (IFEMA MADRID) es mucho más que un escaparate comercial: es el punto de decisión del sector. Aquí se concentra, en pocos días y en un mismo espacio, la oferta de fabricantes, carroceros, proveedores tecnológicos y servicios especializados que condicionan la competitividad de las empresas de transporte de viajeros. Lo que se ve, se compara y se contrasta en FIAA no se queda en la feria: termina aterrizando en inversiones, licitaciones, procesos, alianzas y mejoras tangibles del servicio.

Esta idea se refuerza con un dato clave: la feria trabaja para consolidarse como referente europeo y elevar su impacto internacional, apoyándose en la colaboración con los principales agentes del sector. En la última edición celebrada, FIAA registró 11.045 visitantes profesionales (un 57% más) y un crecimiento del 80% en visitantes internacionales procedentes de 48 países; participaron 100 empresas expositoras (un 34% más que en la convocatoria anterior) sobre una superficie de 38.700 m<sup>2</sup>, presentando las principales novedades del sector.

# 10

# CASOS REALES

## DE CÓMO SE UTILIZA LA FERIA PARA IMPULSAR DECISIONES Y NEGOCIO

La lectura conjunta de estos DIEZ casos muestra por qué FIAA trasciende el formato feria: es el espacio donde se reduce la incertidumbre, se aceleran decisiones y se concreta el futuro de flotas, tecnología y modelos operativos. Por eso, entre operadores grandes y pymes, urbanos y rurales, discrecionales y regulares, se repite una idea que resume el valor de la feria: el coste de no ir es mayor que el de asistir, porque lo que se decide hoy en FIAA condiciona la competitividad de los próximos años.

### FIAA, HERRAMIENTA ESTRATÉGICA

Desde la perspectiva empresarial, FIAA funciona como una herramienta de decisión por tres razones que se repiten en todos los testimonios recogidos por CARRILBUS:

#### 1) CONCENTRACIÓN Y COMPARATIVA REAL DEL MERCADO.

La feria permite observar, en condiciones comparables, soluciones de distintos fabricantes y proveedores en un tiempo reducido, lo que reduce incertidumbre y acelera la selección de alternativas.

**2) ACCESO DIRECTO A LOS ACTORES CLAVE.** FIAA facilita el contacto directo con fabricantes, carroceros y proveedores — incluidos nuevos actores internacionales— y abre vías de relación comercial e industrial que después se traducen en acuerdos, concursos o mejoras operativas.

#### 3) ANTICIPACIÓN TECNOLÓGICA Y REGULATORIA.

Electrificación, digitalización, ADAS, sostenibilidad, Euro VII, experiencia del viajero: la feria actúa como radar para entender qué tendencias pasan de ser “promesa” a convertirse en “realidad aplicable”.

Esta lectura conecta con la propia evolución del mercado: FIAA ha impulsado también un informe sobre el sector y sus previsiones, en el que se subraya el peso de la movilidad colectiva y el proceso de transformación ligado a la digitalización y la descarbonización, así como el protagonismo del tejido empresarial mayoritariamente familiar.

### LO QUE SE DECIDE EN FIAA: INVERSIÓN, EFICIENCIA, CALIDAD Y ALIANZAS

#### 1) PLANIFICACIÓN DE INVERSIONES CON VISIÓN A MEDIO Y LARGO PLAZO

FIAA se convierte en un foro clave para planificar ciclos de inversión, especialmente en ámbitos críticos como la electrificación, los sistemas ADAS y la evolución tecnológica de los vehículos. La concentración de oferta permite comparar y proyectar decisiones con mayor criterio.

#### 2) EFICIENCIA OPERATIVA Y MEJORA DE PROCESOS

La feria también actúa como acelerador de eficiencia: desde software de gestión de flotas hasta mantenimiento preventivo y tecnologías aplicadas a la explotación. El resultado que describen los operadores es directo: mejor control de costes, menos incidencias y más capacidad de adaptación.

#### 3) CALIDAD PERCIBIDA Y EXPERIENCIA DE VIAJE

La innovación no se queda en el vehículo; llega a la experiencia del viajero. Soluciones vistas en FIAA —por ejemplo, nuevas pantallas interiores o mejoras de confort— refuerzan la imagen de marca y ayudan a responder a un usuario más exigente.

#### 4) RELACIONES, RED COMERCIAL Y COOPERACIÓN SECTORIAL

Además de la tecnología, FIAA funciona como punto de encuentro del ecosistema. Algunas empresas la utilizan para reforzar relaciones con proveedores, abrir nuevas vías internacionales o incluso iniciar alianzas con otros operadores.

A partir de aquí, este reportaje se enfoca como lo que FIAA representa en la práctica: Diez casos reales de cómo se utiliza la feria para impulsar decisiones y negocio.



## Caso 1 — FIAA como benchmarking e innovación urbana: **EMT MADRID**

Para **Carlos Sierra Martín-Serrano**, director de Servicio de Transporte de EMT Madrid, la FIAA es mucho más que una exposición comercial: es una auténtica “cita obligada” para cualquier operador que aspire a mantenerse competitivo en un entorno urbano cada vez más complejo y tecnificado. Según explica, la feria permite a los responsables del transporte público conocer de primera mano el material móvil y, al mismo tiempo, acceder a las soluciones y tecnologías que la industria pone a disposición de los operadores.

Desde la perspectiva de EMT Madrid, FIAA funciona también como un escaparate de benchmarking, donde es posible analizar con criterio los modelos y soluciones que están siendo implantados en otras ciudades, comparar enfoques y evaluar resultados. Esta visión comparada resulta clave para una empresa pública que debe anticiparse a las necesidades futuras de la ciudad y garantizar un servicio eficiente, sostenible y alineado con los objetivos municipales.

Además, la experiencia acumulada por EMT Madrid como visitante habitual de FIAA ha tenido un impacto directo y tangible en su actividad. La feria ha facilitado el contacto con nuevos proveedores y fabricantes que hoy pueden concurrir a las licitaciones públicas convocadas por la empresa, no solo en el ámbito del material móvil, sino también en áreas estratégicas como los sistemas de carga de autobuses eléctricos y las tecnologías asociadas.

*FIAA funciona también como un escaparate de benchmarking, donde es posible analizar con criterio los modelos y soluciones que están siendo implantados en otras ciudades*

## Caso 2 — FIAA como altavoz sectorial ante la Administración: **GILSANBUS**

Para **Raúl Gil**, CEO de Gilsanbus, la FIAA es una oportunidad única e internacional para exponer el verdadero potencial del sector del transporte de viajeros por carretera ante las administraciones estatales y autonómicas. En su opinión, la feria, respaldada por asociaciones, marcas y empresarios, permite proyectar una imagen sólida y positiva de un sector que a menudo no es suficientemente valorado.

Gil destaca que FIAA pone de manifiesto que el transporte de viajeros por carretera es un ámbito en el que se realizan inversiones de gran envergadura para estar permanentemente a la vanguardia tecnológica, prestando servicios esenciales que vertebran el territorio y distribuyen riqueza, compitiendo no en precio, sino en calidad de servicio.

Desde un punto de vista operativo, su participación en FIAA les ha permitido acceder a soluciones tecnológicas y descubrir proveedores internacionales con productos competitivos, contribuyendo a profesionalizar procesos y departamentos. De cara a FIAA 2026, su mensaje es claro: unidad del sector y compromiso colectivo con la principal feria nacional en un contexto marcado por presión normativa y costes.

*FIAA pone de manifiesto que el transporte de viajeros por carretera es un ámbito en el que se realizan inversiones de gran envergadura*





### Caso 3 — FIAA como “termómetro” del mercado: RUBIOCAR

Para Ana María Valladolid, CEO de Rubiocar, la FIAA es el punto de encuentro donde el sector se toma el pulso a sí mismo. Según explica, la cita concentra en un mismo espacio y en un tiempo muy reducido las tendencias en vehículos, tecnología de gestión de flotas y soluciones de movilidad sostenible, algo especialmente valioso en un sector tan regulado y competitivo.

**Desde la perspectiva de Rubiocar, FIAA aporta una visión global difícil de obtener por otras vías, facilitando la comparación y el contraste entre soluciones reales del mercado.** Esta visión de conjunto resulta clave para tomar decisiones de inversión con mayor criterio, reducir riesgos y anticipar la evolución del sector.

En palabras de la propia directiva, “mantenerse actualizado no es opcional. FIAA nos permite comparar, contrastar y decidir con más criterio en un entorno cada vez más exigente”. En ese sentido, su participación en la feria le ha permitido descubrir vehículos y productos, poner cara a las personas detrás de las marcas y compartir impresiones y experiencias con otros profesionales, un intercambio fundamental para valorar de forma real las soluciones.

De cara a FIAA 2026, Valladolid espera una oferta consolidada de soluciones digitales para servicios discrecionales y lanzaderas corporativas, y lanza un mensaje directo: “el coste de no ir es mayor que el de ir; las decisiones que tomamos hoy sobre flota, tecnología o modelo de negocio van a condicionar nuestra competitividad durante los próximos diez años”.

Autolíneas Rubiocar es una empresa familiar con décadas de experiencia, con operaciones en el corredor Madrid–Castilla–La Mancha y actividad en transporte regular, corporativo, escolar y discrecional.

### Caso 4 — FIAA como planificador de inversión tecnológica: AUTOCARES INTERBUS

Para Jorge Ruiz Fernández, CEO de Autocares Interbus, la FIAA es el lugar donde puede analizarse con claridad hacia dónde evoluciona el mercado del autobús, especialmente en electrificación, ADAS y tecnología aplicada a la explotación. En su opinión, la presencia conjunta de fabricantes y carroceros permite planificar inversiones a medio y largo plazo con visión completa.

En cuanto al impacto real, Interbus logró contactar con fabricantes extranjeros de vehículos integrales y adquirir sus primeras unidades híbridas. Además, incorporó un

programa de gestión de flotas para controlar gastos y consumos, optimizar la utilización de los vehículos y avanzar hacia un mantenimiento más preventivo, con el consiguiente ahorro en averías y costes.

De cara a FIAA 2026, Ruiz subraya que la feria permite ver “un poco el futuro”, conocer a otras empresas y empezar a forjar alianzas. Interbus opera transporte discrecional con una flota muy moderna (renovación cada cuatro años) y actividad en Europa, además de servicios regulares como la lanzadera Valladolid–Zaratán.

*En FIAA Interbus logró contactar con fabricantes extranjeros de vehículos integrales y adquirir sus primeras unidades híbridas*





5

*Respecto a FIAA 2026, Carlos García Talavera espera iniciativas “aún no en auge” que den visibilidad al futuro del transporte*

## Caso 5 — FIAA como laboratorio de soluciones para la operación: **GRUPO AISA**

Para Carlos García Talavera, Director de Planificación y Desarrollo del Grupo AISA, FIAA aporta visibilidad a soluciones tecnológicas y de movilidad que permiten obtener información clave para el estudio y seguimiento de las operaciones. La concentración de marcas y carroceros facilita conocer novedades en material móvil, favorece la competencia y acelera la adopción de tecnologías en la flota.

Como ejemplo concreto, García Talavera señala el descubrimiento de pantallas de información interior, una solución incorporada en los últimos vehículos que ha mejorado la imagen de calidad y la experiencia de viaje.

De cara a FIAA 2026, espera iniciativas “aún no en auge” que den visibilidad al futuro del transporte. En un contexto de incremento de la demanda de transporte público, subraya la necesidad de responder a esa confianza mejorando la calidad del servicio.

El Grupo AISA integra tres empresas familiares con servicios regulares en el sur de la Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha, además de discrecional, con una flota cercana a 200 vehículos y apuesta por electrificación donde es viable.

## Caso 6 — FIAA como palanca de internacionalización: **TABOR GROUP**

Para Alfonso Taborda, CEO y fundador de A.T. Tabor Group Holding, presidente de DIREBÚS y máximo responsable de Tabor Bus, la FIAA es una cita imprescindible para conocer los nuevos modelos y la evolución real del mercado. Desde un punto de vista operativo, destaca el impacto en la explotación de flotas: gracias a la feria han localizado proveedores especializados de recambios que han contribuido a mejorar la operatividad y la eficiencia diaria.

De cara a FIAA 2026, Taborda sostiene que la feria marcará un antes y un después por su nivel de organización y por la incorporación de nuevas marcas extranjeras, consolidando a FIAA como referente europeo. Tabor Bus, una de las cinco empresas del grupo, se centra en transporte discrecional (congresos, incentivos, circuitos turísticos, transfers) y determinadas rutas regulares de uso especial.

*De cara a FIAA 2026, Taborda sostiene que la feria marcará un antes y un después por su nivel de organización y por la incorporación de nuevas marcas extranjeras*

6





JORGE BERMUDEZ, BENITO  
GARCIA

## Caso 7 — FIAA como inversión para anticiparse: **AUTOCARES BENITO GARCÍA**

*Su asistencia a ediciones anteriores les ha permitido analizar tecnologías para mejorar eficiencia operativa y optimización de flota,*

Para **Jorge Bermúdez, al frente de Autocares Benito García**, FIAA es una cita clave para mantenerse actualizado y competitivo. Permite conocer innovaciones, comparar soluciones y contactar con proveedores; su valor reside en concentrar tendencias que marcarán el futuro, facilitando decisiones con visión amplia.

Su asistencia a ediciones anteriores les ha permitido analizar tecnologías para mejorar eficiencia operativa y optimización de flota, así como avances en seguridad, confort y sostenibilidad, mejorando procesos internos y servicio al cliente. De cara a FIAA 2026,

esperan una evolución hacia soluciones más sostenibles, con foco en eficiencia energética, digitalización y nuevas tecnologías aplicadas a la gestión. Su mensaje es claro: asistir a FIAA es invertir en el futuro de la empresa.

Autocares Benito García opera transporte escolar, discrecional, líneas regulares y circuitos por España y Europa, con una flota de 30 autobuses.

## Caso 8 — FIAA para definir horizonte sostenible en pymes rurales: **LA MONTAÑESA**

Para **Manuel Carballada Ramos, administrador de La Montañesa**, FIAA es clave para constatar la marcha del sector y observar tendencias con el objetivo de adecuar flotas y servicios accesorios. La experiencia de visita se ha traducido en adquisición de vehículos presentados en la feria e incorporación de servicios tecnológicos de ayuda a la explotación.

De cara a FIAA 2026, destaca la utilidad para definir el momento actual y el futuro próximo respecto al impulso de la descarbonización y la próxima norma Euro VII, buscando un horizonte sostenible también para las pymes. Subraya, además, la importancia de celebrar la feria en fechas que faciliten la asistencia del mayor número de empresas.

La Montañesa es una pyme familiar con servicios regulares y escolares de ámbito rural en Ourense, además de discrecional e internacional, con una flota de 45 vehículos de 16 a 80 plazas.

*Manuel Carballada destaca la utilidad de FIAA para conocer el impulso de la descarbonización.*



MANUEL CARBALLEDA,  
MONTAÑESA

# 9

## Caso 9 — FIAA como herramienta estratégica para la eficiencia y la seguridad: **AUTOCARS GAMÓN**

Para **Marta Gamón Llanas**, subdirectora de **Autocars Gamón**, la FIAA es un punto de encuentro clave para entender la evolución real del sector del transporte de viajeros y mantener a la empresa alineada con las últimas tendencias en vehículos, tecnología y soluciones operativas. En su opinión, el principal valor de la feria reside en su capacidad para concentrar innovación y networking en un mismo espacio, facilitando el contacto directo con fabricantes, proveedores y otros operadores.

La experiencia de Autocars Gamón como visitante habitual se ha traducido en impactos concretos sobre la operativa diaria. En distintas ediciones de FIAA, la empresa ha identificado soluciones que posteriormente ha incorporado con resultados tangibles, como la implementación de sistemas de retrovisores con cámaras, que han supuesto una mejora significativa en materia de seguridad en la conducción y visibilidad en maniobras.

Asimismo, la feria ha sido un escaparate clave para descubrir soluciones de adaptación de vehículos para personas con movilidad reducida (PMR) que permiten optimizar el espacio interior sin necesidad de desmontar banquetas, aportando una mayor flexibilidad operativa según el tipo de servicio. A ello se suma el conocimiento de programas de gestión que han contribuido a mejorar la planificación, el control de flota y la eficiencia de los procesos internos.

**El mensaje que traslada es claro: «la FIAA no es solo una feria, es una herramienta estratégica. No asistir supone perder una oportunidad clave para entender hacia dónde evoluciona el sector y cómo adaptarse a tiempo».**

Autocars Gamón es una empresa dedicada al transporte de viajeros por carretera, especializada en servicios discretos, transporte escolar y líneas regulares. Opera principalmente en Catalunya y Aragón, con una flota de aproximadamente 65 autocares y autobuses, y mantiene una apuesta progresiva por vehículos más eficientes y sostenibles

JUAN MATEOS, A. MATEOS



*FIAA y eventos similares son útiles para ver novedades y contrastar proveedores en un mismo lugar, facilitando la toma de decisiones con información directa del mercado*

## Caso 10 — FIAA como “contraste directo” para decidir: **AUTOCARES MATEOS**

Para **Juan Mateos**, CEO de **Autocares Mateos**, FIAA y eventos similares son útiles para ver novedades y contrastar proveedores en un mismo lugar, facilitando la toma de decisiones con información directa del mercado. La feria es especialmente interesante en la presentación de nuevos modelos y soluciones, ayudando a comparar opciones y visualizar encajes en la operativa diaria.

De cara a FIAA 2026, considera que los eventos del sector son positivos y dan valor al trabajo del transportista, ayudan a mantener contacto con proveedores y crear nuevos contactos; aunque advierte que las fechas en temporada alta dificultan liberar días para asistir.

Autocares Mateos es una empresa familiar con más de 100 años de experiencia, con autocares de 15 a 59 plazas y servicios discretos y regulares de uso especial.