



CARRILBUS

JUNIO 2026

ENTREVISTA
Angel
Díaz



LOS RETOS DE UNA EMPRESA CENTENARIA EN ANDALUCÍA

Angel Díaz, Gerente de EMPRESA CASAL

"En nuestro sector no basta con gestionar bien cuando las cosas van bien. La verdadera prueba está en saber adaptarse cuando cambian los costes, la demanda, la regulación o la tecnología", podría resumirse desde la dirección de la compañía.

ENTREVISTA

Angel

Díaz

CASAL, un siglo de movilidad con la mirada puesta en el futuro

En un sector donde la estabilidad rara vez existe y la adaptación es una condición de supervivencia, alcanzar los cien años no es solo una efeméride: es una declaración de resiliencia empresarial. La sevillana CASAL se prepara para celebrar en 2027 su centenario, consolidada como un actor clave en la movilidad metropolitana y con una visión clara de futuro marcada por la innovación, la sostenibilidad y una defensa firme del papel del autobús.

Pero el centenario de CASAL no se plantea como una mirada nostálgica al pasado, sino como una oportunidad para reivindicar el valor de las empresas que han sabido permanecer útiles durante generaciones. En movilidad, sobrevivir cien años significa haber entendido muchas veces antes que nadie cómo cambiaban las ciudades, los usuarios y las necesidades del territorio. Y ese aprendizaje acumulado es hoy uno de los principales activos de la compañía.



Escrito por
Mayte Rodríguez

DE LA EXPANSIÓN DEL 29 A LA MOVILIDAD DEL SIGLO XXI

La historia de CASAL arranca en un momento clave para Sevilla. En plena efervescencia urbana ligada a la Exposición Iberoamericana de 1929, el crecimiento de la ciudad generó nuevas necesidades de movilidad que su fundador, Antonio Casal, supo identificar. CASAL nace en 1927, en una Sevilla que empezaba a mirar hacia fuera y a prepararse para una transformación urbana y social decisiva. Aquella primera intuición empresarial -acercar personas, municipios y oportunidades- sigue siendo, casi un siglo después, la esencia del transporte público bien entendido: no mover vehículos, sino facilitar vidas. Desde aquellas primeras rutas entre localidades del entorno y la capital, iniciadas con una flota modesta, la compañía ha evolucionado hasta convertirse en un operador integrado en diferentes segmentos del transporte.

Hoy, bajo la dirección de Ángel Díaz, CASAL forma parte del grupo Cinfromas y gestiona una estructura que combina servicios regulares urbanos, metropolitanos y discrecionales, con una flota cercana a los 126 vehículos y alrededor de 230 empleados.

UN MODELO DIVERSIFICADO ANTE LA INCERTIDUMBRE

Una de las claves de la gestión de CASAL es su negativa a encasillarse en un único negocio. La diversificación entre transporte regular y discrecional se presenta como una estrategia de estabilidad frente a los ciclos económicos. Esa diversificación no responde solo a una lógica financiera. También forma parte de una cultura empresarial construida durante décadas: entender que la movilidad no es un único negocio, sino un conjunto de necesidades cambiantes. Hay movilidad obligada, movilidad escolar, movilidad turística, movilidad vinculada a congresos y eventos, y movilidad ocasional. La fortaleza de una empresa como CASAL está precisamente en saber operar en todos esos registros sin perder fiabilidad. “El sector nunca ha sido tranquilo”, viene a reflejar el discurso de Ángel Díaz, que describe un entorno caracterizado por márgenes reducidos, altos riesgos y constantes tensiones en costes, desde el combustible hasta las inversiones tecnológicas.

“En nuestro sector no basta con gestionar bien cuando las cosas van bien. La verdadera prueba está en saber adaptarse cuando cambian los costes, la demanda, la regulación o la tecnología”, podría resumirse desde la dirección de la compañía.

En este contexto, la flexibilidad operativa y la capacidad de adaptarse a distintos nichos –desde líneas metropolitanas hasta servicios para congresos e incentivos– permiten a la empresa amortiguar impactos y mantener su competitividad.

EL AUTOBUS, COLUMNA VERTEBRAL DE LA MOVILIDAD

Frente a una narrativa que en ocasiones sitúa al ferrocarril como solución dominante, Ángel Díaz defiende con claridad el papel estructural del autobús en la movilidad urbana y metropolitana. El autobús tiene una ventaja que a veces se infravalora en el debate público: su capacidad de llegar donde otros modos no llegan. Es flexible, capilar y adaptable. Puede conectar barrios, municipios, polígonos industriales, hospitales, estaciones, aeropuertos, universidades y centros de actividad sin exigir las inversiones rígidas de otros sistemas. Por eso, más que hablar de modos de transporte aislados, Ángel Díaz defiende una visión integrada de la movilidad.

Para el Director de CASAL, **el futuro pasa por un modelo multimodal donde el autobús no compite, sino que complementa e integra.** Especialmente en áreas como Sevilla, Málaga o Granada, su capilaridad lo convierte en un elemento imprescindible para conectar territorios y garantizar el acceso al transporte público. “El futuro no va de elegir entre tren, metro o autobús. Va de construir redes inteligentes donde cada modo haga bien su papel. Y en esa red, el autobús es imprescindible porque es el que da capilaridad real al sistema”, resume la visión de CASAL.

Pero para consolidar ese papel, hay un reto crítico: la información al viajero.

LA EXPERIENCIA DEL USUARIO COMO VENTAJA COMPETITIVA

Uno de los puntos más destacados de la visión de Ángel Díaz es la importancia de mejorar la información en tiempo real al usuario. La capacidad de saber dónde está el autobús, cuánto tardará o cómo conectar con otros modos de transporte se convierte en un factor decisivo para atraer demanda.

La batalla del transporte público no se libra solo en la oferta, sino también en la confianza. Un ciudadano que no sabe cuándo llega su autobús, si va a poder enlazar o cuánto durará realmente su trayecto, tenderá a refugiarse en el vehículo privado. Por eso la información en tiempo real, la claridad de la red y la integración tarifaria son ya elementos tan importantes como la propia flota. El reto para el sector es claro: ofrecer una experiencia comparable a la del metro, donde la claridad y la confianza del sistema son percibidas como mayores.

En ese punto, el sector del autobús tiene un enorme margen de mejora. No porque el servicio sea menos necesario, sino porque muchas veces no ha sabido mostrarse al usuario con la misma claridad que otros modos. Hacer visible el servicio, hacerlo comprensible y hacerlo previsible es una de las grandes claves para ganar nuevos viajeros. En este sentido, iniciativas como el proyecto de la Junta de Andalucía para crear sistemas integrados de control y billete único son valoradas como un paso clave para aumentar la utilización del transporte público.



SOSTENIBILIDAD, UN RETO MÁS COMPLEJO DE LO QUE PARECE

El camino hacia la descarbonización no está exento de incertidumbre. Aunque la electrificación de flotas es una tendencia clara, Ángel Díaz adopta una postura pragmática: avanzar, pero con cautela. CASAL no cuestiona la dirección del cambio, pero sí reclama una transición ordenada y viable. La sostenibilidad no puede reducirse a la compra de vehículos eléctricos. Requiere energía disponible, infraestructura de carga, planificación de servicios, adaptación de cocheras, formación técnica y un marco económico que permita asumir inversiones muy superiores a las tradicionales.

La empresa reconoce que los vehículos eléctricos funcionan correctamente en operación, pero advierte de los importantes desafíos asociados, especialmente en infraestructura energética y en el diferencial de costes, que aún no se refleja en tarifas.

“La sostenibilidad tiene que ser ambiental, pero también económica y operativa. Si una tecnología no puede sostenerse en el día a día del servicio, el problema no se resuelve: simplemente se traslada”, es una de las ideas que marcan la posición de la compañía.

La estrategia de CASAL pasa por incorporar progresivamente estas tecnologías sin comprometer la viabilidad económica, combinándolas con otras soluciones y manteniendo la diversificación tecnológica.

UN PROBLEMA ESTRUCTURAL, EL TALENTO

Si hay un desafío que preocupa especialmente al sector –y a CASAL– es el acceso a personal cualificado. **La escasez de conductores, unida a altos niveles de absentismo, configura un escenario complejo que trasciende al transporte y afecta a otros sectores.**

El transporte de viajeros es una actividad intensiva en personas. La tecnología ayuda, la digitalización mejora procesos y los nuevos vehículos transforman la operación, pero el servicio sigue dependiendo de profesionales cualificados, responsables y comprometidos. Sin conductores, sin personal de taller y sin equipos de explotación capaces de responder cada día, no hay movilidad posible.

Las condiciones laborales, con horarios exigentes y trabajo en fines de semana, dificultan la atracción de nuevas generaciones. Para Ángel Díaz, este es uno de los grandes retos estructurales a resolver en los próximos años.

Por eso, para CASAL, atraer talento no es solo un problema de recursos humanos, sino una cuestión estratégica para todo el sector. Habrá que prestigiar la profesión, mejorar la formación, facilitar el acceso de nuevas generaciones y explicar mejor el valor social de quienes hacen posible que miles de personas se muevan cada día.

CRECER EN UN ENTORNO EXIGENTE

A pesar de este contexto exigente, CASAL mira al futuro con ambición. **La estabilidad derivada de nuevas concesiones abre oportunidades de crecimiento, tanto a través de concursos como mediante posibles adquisiciones.**

Ese crecimiento, sin embargo, no se entiende desde una lógica puramente expansiva. La prioridad es crecer manteniendo la calidad del servicio, la solvencia operativa y el vínculo con el territorio. En una empresa con casi cien años de historia, el arraigo no es un elemento decorativo: es una ventaja competitiva. Conocer las líneas, los usuarios, las administraciones, los equipos y las necesidades reales de movilidad marca la diferencia.

Todo ello sin perder de vista el objetivo fundamental que define la actividad: garantizar la movilidad de los ciudadanos con un servicio fiable, puntual y de calidad.

Porque al final, detrás de cada expedición hay mucho más que un horario. Hay trabajadores que llegan a su empleo, estudiantes que acuden a clase, personas mayores que dependen del transporte público, visitantes que descubren una ciudad y empresas que necesitan soluciones de movilidad eficientes. Esa dimensión social es la que CASAL quiere seguir defendiendo en los próximos años.



CENTENARIO CON MIRADA ESTRATÉGICA 1927-2027



De cara a 2027, la compañía ya trabaja en la conmemoración de su centenario con iniciativas que van desde publicaciones hasta eventos institucionales. Pero el centenario no será solo una celebración corporativa. Será también una ocasión para reconocer a quienes han formado parte de la compañía: empleados, usuarios, administraciones, clientes y generaciones de profesionales que han hecho posible que CASAL siga en la carretera cien años después.

Pero más allá de la celebración, la efeméride plantea una oportunidad para reflexionar sobre el papel del transporte en la sociedad y el futuro del sector.

Para Ángel Díaz, el verdadero éxito no consiste únicamente en llegar a los cien años, sino en seguir siendo necesarios. La movilidad cambia, las ciudades cambian y los usuarios cambian. Las empresas que quieran permanecer deberán cambiar también, sin perder aquello que les dio sentido desde el primer día. En el caso de CASAL, esa razón de ser sigue siendo clara: conectar personas y territorios con un servicio fiable, cercano y útil.

CASAL llega a su centenario con una convicción clara: el autobús seguirá siendo imprescindible si es capaz de integrarse mejor, informar mejor, contaminar menos, atraer talento y ofrecer un servicio cada vez más fiable.

Cien años después de sus primeros recorridos, la compañía mantiene intacta su razón de ser: estar donde la gente necesita moverse. Y ese, más que cualquier celebración, es el verdadero futuro de CASAL.

CARRILBUS

