

## CAPÍTULO XIV

# Liberalización del transporte interurbano por carretera. Enseñanzas de la experiencia europea para el caso español

Javier Asensio  
Anna Matas

El sector del transporte interurbano de pasajeros por carretera se ha liberalizado en la mayoría de los países europeos, mientras que en España sigue vigente un sistema de “competencia por el mercado” en el que los servicios son adjudicados en exclusividad mediante un sistema de concursos. El capítulo revisa el funcionamiento de los mercados abiertos a la competencia en distintos países europeos, contrastándolos con el caso español. También lleva a cabo una comparación de los precios, frecuencias y conexiones entre grandes ciudades de seis mercados nacionales, de la que se desprende que los precios pagados por los usuarios son más elevados en el caso español.

*Palabras clave:* transporte de pasajeros por carretera, liberalización, regulación, competencia por el mercado.

*JEL classification:* D43, K23, L43, L92, R48.

## 1. INTRODUCCIÓN

En Europa el autobús interurbano se ha desarrollado con desigual intensidad según las regulaciones aplicadas en cada país. En algunos casos su expansión ha estado condicionada por la protección al ferrocarril, no permitiéndose al autobús cubrir rutas coincidentes con el transporte ferroviario. Hasta hace poco tiempo, ese fue el caso de países como Francia o Alemania. Por el contrario, el Reino Unido dio un impulso a este mercado a través de su completa liberalización en 1980, permitiendo el acceso de operadores privados a cualquier ruta. El ejemplo británico fue seguido por Noruega y Suecia en la década de los noventa. Posteriormente, han abierto sus mercados otros países europeos como Polonia, la República Checa, Hungría, Alemania, Italia, Portugal y Francia.

En España el autobús tiene un peso en el conjunto del sistema de transporte de pasajeros más relevante que el de la mayor parte de países europeos. En 2019, los autobuses interurbanos de media y larga distancia transportaron 206 millones de viajeros, de los cuales 30 lo fueron en la red estatal de autobuses interurbanos regulares objeto del análisis de este capítulo. En ese mismo año, el ferrocarril de media y larga distancia transportó a 68 millones de pasajeros y el transporte aéreo peninsular alcanzó los 17 millones. Estas cifras sitúan a España como el principal mercado de transporte de larga distancia por autobús. El relativamente elevado peso del autobús se explica, al menos parcialmente, porque, a diferencia de lo ocurrido en otros países, en el nuestro los corredores interurbanos no han estado reservados al ferrocarril (Van de Velde, 2009). Adicionalmente, hasta la expansión de la red de ferrocarril de alta velocidad, la inversión en infraestructura favoreció a la carretera sobre el ferrocarril, con lo cual el tren tradicionalmente fue percibido como un modo de transporte de baja calidad y escasamente competitivo. Una segunda característica diferencial del caso español es que el mercado de autobús interurbano opera bajo un sistema de concursos o licitaciones a partir de los cuales la empresa operadora ofrece el servicio en exclusiva durante el periodo de vigencia del contrato. En otras palabras, se ha elegido una regulación en forma de “competencia por el mercado” frente a la “competencia en el mercado” de los casos liberalizados. De esta forma, el mercado español es operado por aquellas empresas privadas que han obtenido sus respectivas concesiones, sin que tradicionalmente hayan recibido transferencias públicas para operar los servicios incluidos en las mismas.

Las diferencias en el marco regulatorio pueden tener un impacto directo sobre las condiciones económicas con las que se prestan los servicios de transporte. Estas se refieren, principalmente, a los precios y a las frecuencias. Resulta sorprendentemente complejo acceder a fuentes de información de carácter administrativo que permitan llevar a cabo análisis comparativos entre distintos países, en parte porque la mayoría de los países que han liberalizado su mercado no parecen haber realizado un esfuerzo de recogida sistemática de información sobre la evolución del mismo. En este contexto, los análisis empíricos han debido recurrir a muestreos sobre un conjunto de rutas representativas en cada caso, durante periodos de tiempo limitados. Un ejemplo de ello es el análisis de Fageda y Sansano (2018), quienes comparan los precios de las rutas nacionales entre las mayores ciudades de España, Francia, Alemania, Italia, Suecia y el Reino Unido en mayo de 2015. Su análisis les permite concluir que, controlando por las distintas características de cada ruta (distancia, velocidad,

PIB en origen y destino, existencia de competencia intermodal o grado de concentración empresarial), los precios del transporte interurbano en España eran en esa fecha un 12 por 100 superiores a los del Reino Unido, 17 por 100 a los de Suecia, 23 por 100 a los de Alemania y Francia y 36 por 100 a los de Italia. Para poder valorar el impacto de diferencias de esta magnitud es necesario tener en cuenta que, en prácticamente todos los países, el autobús interurbano de larga distancia cubre un segmento de mercado con un porcentaje más elevado de personas con un nivel de renta inferior a la media, estudiantes y jubilados.

El objetivo de este capítulo es revisar las experiencias de un conjunto de países europeos que han liberalizado sus mercados y compararlas con la situación en España. Aunque el análisis está condicionado por claras limitaciones en la información disponible respecto a cada mercado, para cada país se presenta la evidencia existente respecto a la evolución de los precios, la oferta de servicios, la demanda y los cambios en la estructura empresarial, mostrando la evolución del grado de concentración. El capítulo también revisa la experiencia de las licitaciones en España, incidiendo en cómo las características de los pliegos de los contratos influyen en el resultado de los mismos. El análisis comparativo del funcionamiento de los distintos mercados se sustenta igualmente en la información original obtenida a partir de una muestra de rutas que conectan grandes ciudades en España, Francia, Portugal, Italia, Alemania y el Reino Unido. A partir de la evidencia recopilada, se extraen un conjunto de conclusiones sobre las ventajas y desventajas del funcionamiento de un mercado liberalizado en relación con el sistema de licitaciones vigente en España.

## 2. EL MERCADO DE TRANSPORTE INTERURBANO POR CARRETERA EN EUROPA

### 2.1. Reino Unido

Desde los años treinta del siglo pasado la prestación de servicios de larga distancia en el Reino Unido estaba condicionada a disponer de una licencia, tanto con el objetivo de proteger al ferrocarril como para evitar el exceso de competencia entre distintos operadores de autobuses (Robbins y White, 1986). En los años sesenta la mayoría de los servicios eran prestados por dos empresas públicas: National Bus Company (bajo la marca “National Express”) en Inglaterra y Gales y Scottish Bus Group (SBG) en Escocia. Tanto debido al incremento en la disponibilidad de vehículo privado como por la mejora de las velocidades de circulación de los ferrocarriles, durante los años setenta la demanda de transporte en autobús de larga distancia experimentó una caída prácticamente continua. Así, el número de pasajeros transportados por National Express cayó desde 13 a 9,2 millones entre 1975 y 1980.

La aprobación de la Transport Act en 1980 eliminó la necesidad de contar con una licencia para operar servicios regulares de larga distancia (definidos como aquellos con paradas situadas a un mínimo de 30 millas en línea recta, umbral posteriormente reducido a 15 millas), exigiendo únicamente una comunicación con 28 días de antelación. La liberalización tuvo como efecto inmediato la entrada en el mercado de nuevos operadores, el principal de

los cuales fue la agrupación de distintas empresas independientes que, bajo la marca “British Coachways”, trató de establecer una red rival de la de National Express. Sin embargo, no tuvo éxito y las empresas dejaron de operar bajo esa marca en 1983. Según Reynolds (2018), en los meses inmediatamente posteriores a la apertura del mercado se crearon 71 nuevas rutas, un 75 por 100 de las cuales tenían a Londres como origen (o destino). En 1983, tras la quiebra de British Coachways, únicamente subsistían 23 rutas, operadas por 14 empresas distintas. A principios de los años noventa el número de rutas se había reducido a 14, si bien en algunas de ellas, como la que conecta Oxford y Londres, se había desarrollado una competencia muy intensa entre varios operadores.

La respuesta de National Express frente a la liberalización abarcó distintas dimensiones. De forma inmediata tras la apertura del mercado llevó a cabo un rediseño completo de su red, abandonando las conexiones con localidades de menor tamaño y escasa demanda, lo cual dio lugar a una reducción de la accesibilidad a Londres desde algunas regiones del norte de Inglaterra o Gales (Cross y Kilvington, 1986). También comenzó a ofrecer servicios de mayor calidad (sin paradas intermedias, con mejores vehículos o con servicios adicionales como TV o comidas a bordo), en ocasiones en colaboración con alguna empresa rival. Adicionalmente, redujo los precios en las conexiones a y desde Londres, en una estrategia que Robbins y White (1986) consideraron que podría haber constituido una práctica de precios predatorios, al estar directamente enfocada a las rutas y periodos en los que se producía la entrada de nuevos rivales.

Los resultados de los primeros años tras la apertura del mercado muestran que National Express tuvo éxito en su estrategia para limitar la aparición de nuevos competidores. Además de las decisiones ya mencionadas, esto pudo deberse a las dificultades de sus rivales para acceder a las principales terminales de autobús, al control de una red de ventas en agencias de viajes que cubría todo el territorio y a la existencia de una sólida imagen de marca bien conocida por los usuarios desde antes de la apertura del mercado. Robbins y White (1986) argumentan que este último elemento explicaría la diferencia observada con la situación de Escocia, donde Stagecoach sí pudo consolidarse como rival de SBG, puesto que este operador no creó una marca unificada (Citylink) hasta varios años después de la liberalización.

En lo que se refiere al impacto sobre los precios, Thompson y Whitfield (1995) calcularon que diez años después de la apertura del mercado los precios ofrecidos por National Express y SBG se situaban un 10 por 100 por debajo del nivel de 1979 en las rutas con Londres. A ese porcentaje se debe añadir el impacto de las mejoras de calidad experimentadas en los servicios, las cuales supondrían un 10 por 100 adicional. En rutas que no conectan con la capital, donde la calidad no experimentó cambios relevantes, la reducción de precios era del 20 por 100.

National Express fue privatizada en 1988. Tras ello, se produjo un incremento de las tarifas sin que el mercado atrajera a nuevos competidores de forma relevante durante los siguientes 15 años (White, 2001). Esta situación cambió en 2003, cuando Stagecoach comenzó a operar rutas en el conjunto del Reino Unido bajo la marca Megabus. Desde su aparición, esta empresa únicamente ofreció la posibilidad de comprar los billetes por internet, evitando de esta forma la barrera de entrada que podía suponer la necesidad de contar con una red de

comercialización. Megabus tuvo un relativo éxito en el segmento de estudiantes, al ofrecer servicios con destino directo a los campus universitarios.

Así, durante las dos primeras décadas del siglo XXI la estructura del mercado fue duopolística, si bien el tamaño de National Express ha sido siempre mayor que el de Megabus. Reynolds y White (2022) llevan a cabo un análisis de los márgenes comerciales de ambas empresas, concluyendo que el caso de National Express muestra que el mercado no era perfectamente competitivo. Sin embargo, en 2020 se produjo la entrada del operador alemán Flixbus. Si bien inicialmente solo operaba tres rutas desde Londres, en 2021 ya tenía una cuota de mercado que Reynolds y White (2022) estiman en el 21 por 100, frente al 27 por 100 de Megabus y el 51 por 100 de National Express. Posiblemente como respuesta a los planes de expansión de Flixbus, a finales de 2021 tuvo lugar un acuerdo de fusión entre National Express y Stagecoach. Sin embargo, esta última empresa decidió abandonar el proyecto en marzo de 2022, sin que la integración prevista hubiera tenido lugar.

La cuestión de fondo que permitiría valorar si el mercado de autobuses de larga distancia puede o no operar de forma competitiva es la referida a las barreras de entrada a las que deben hacer frente nuevos operadores. El caso británico ofrece un claro ejemplo de la importancia que elementos como el grado de conocimiento de la marca pueden tener como ventaja para el operador establecido. En el contexto de las últimas décadas del siglo XX, otra ventaja importante para National Express era la existencia de una red de comercialización que solo podrían replicar con un elevado coste. El desarrollo de la venta *online* ha reducido la importancia de este elemento, hasta hacerlo irrelevante. Otro elemento que actuó como barrera a la entrada de operadores rivales fueron las dificultades de acceso a las estaciones de autobús, al ser estas propiedad de National Express en la mayoría de las localidades, y no haberse regulado las condiciones de acceso a las mismas. La imposibilidad de acceder a la estación Victoria en Londres fue un factor determinante del fracaso de British Coachways en su intento por hacerse un hueco en el mercado (Robbins y White, 1986). National Express tuvo que desprenderse de dicha estación en 1988 y actualmente es gestionada por la autoridad reguladora del transporte metropolitano, Transport for London.

## 2.2. Alemania

El mercado alemán de transporte de larga distancia por carretera estuvo tradicionalmente sujeto a restricciones que impedían la prestación de servicios que pudieran competir con el ferrocarril. Bajo distintas formas, dichas restricciones estuvieron vigentes desde 1919 (Walter, Haunerland y Moll, 2011). Si bien existían algunas rutas prestadas por pequeñas empresas, así como conexiones entre Berlín Occidental y el territorio de la RFA durante la división del país, el mercado de larga distancia de transporte de pasajeros por carretera únicamente contaba con 86 rutas autorizadas a finales de 2012. Algunas de esas rutas eran operadas por el operador ferroviario Deutsche Bahn (DB) en zonas en las que su red no ofrecía suficiente cobertura.

Knorr y Lueg-Arndt (2016) han analizado los costes económicos de dicha regulación restrictiva poniendo de manifiesto sus importantes efectos regresivos, al tener efectos más perjudiciales sobre los ciudadanos con menor capacidad económica que no pueden acceder al uso de un vehículo privado. Al no disponer de un medio de transporte que podría ofrecer

precios inferiores a los del ferrocarril, su movilidad de larga distancia se veía sensiblemente limitada. El gran beneficiado por la situación era DB, dado que no tenía que preocuparse de la existencia de rivales en dicho segmento.

El proceso de apertura del mercado fue el resultado de diversas decisiones políticas y judiciales. Así, si bien el gobierno de coalición CDU-SPD constituido en 2009 anunció su intención de liberalizar el mercado, el proceso fue impulsado por el Tribunal Administrativo Federal cuando en 2010 consideró que la existencia de un servicio de ferrocarril coincidente no podía ser el único argumento empleado para denegar la autorización a un nuevo servicio de autobús por carretera (Walter, Haunerland y Moll, 2011). Como consecuencia de ello, se produjo la entrada en el mercado de la empresa DeinBus a pesar de la oposición de DB (Gipp, 2016). En 2012 el parlamento adoptó el acuerdo de abrir el mercado a la competencia a partir del 1 de enero de 2013. Desde esa fecha, cualquier operador con residencia jurídica en Alemania que cumpla unos requisitos mínimos de seguridad y capacitación profesional puede solicitar una autorización para ofrecer servicios regulares. Los precios deben ser comunicados con antelación.

Al igual que en otros países con un mercado liberalizado, se imponen limitaciones para proteger a los servicios subvencionados de transporte urbano y regional: la distancia entre paradas de servicios regulares de autobús no puede ser inferior a 50 km, con la excepción de aquellos casos en los que no exista una línea de transporte urbano ni un servicio de ferrocarril coincidente que preste el servicio con un tiempo de viaje inferior a una hora.

Tras la apertura del mercado se produjo un rápido proceso de entrada por parte de numerosas empresas (Dürr y Hüsichelrath, 2017). Así, a la ya mencionada aparición de DeinBus siguió la de MeinFernbus en 2012 y, en 2013, la de Flixbus, city2city (filial de National Express) y Postbus (participada por el operador postal Deutsche Post). Si bien en octubre de 2014 city2city abandonó el mercado, en diciembre del mismo año se produjo la entrada de Stagecoach con la marca Megabus. En 2015 Flixbus se fusionó con MeinFernbus y BerlinerLinienBus hizo lo propio con IC Bus (propiedad de DB). Al año siguiente, Flixbus adquirió tanto a Postbus como el conjunto de servicios continentales de Stagecoach. Ninguna de estas fusiones fue analizada por las autoridades de defensa de la competencia, dado que los volúmenes de facturación de las empresas involucradas no superaban el umbral de 500 millones de euros (Durr, Heim y Hüsichelrath, 2016).

Dado el proceso descrito en el párrafo anterior, el mercado alemán ha experimentado una rápida concentración. Así, la fusión entre MeinFernbus (46 por 100 de cuota en 2014) y Flixbus (29 por 100) dio lugar a una cuota conjunta del 71 por 100, a gran distancia del segundo operador (Postbus), con un 10 por 100. Tras la fusión entre ambos, la cuota de Flixbus superó el 80 por 100, para continuar creciendo hasta el 91 por 100 en 2017 y el 95 por 100 en 2018 (Ennen, Scheelhaase, y Maertens, 2021). En el año 2019 el operador francés BlablaBus entró a competir en el mercado con una estrategia de bajas tarifas. En 2019, la cuota de mercado de Flixbus se habría reducido al 85 por 100.

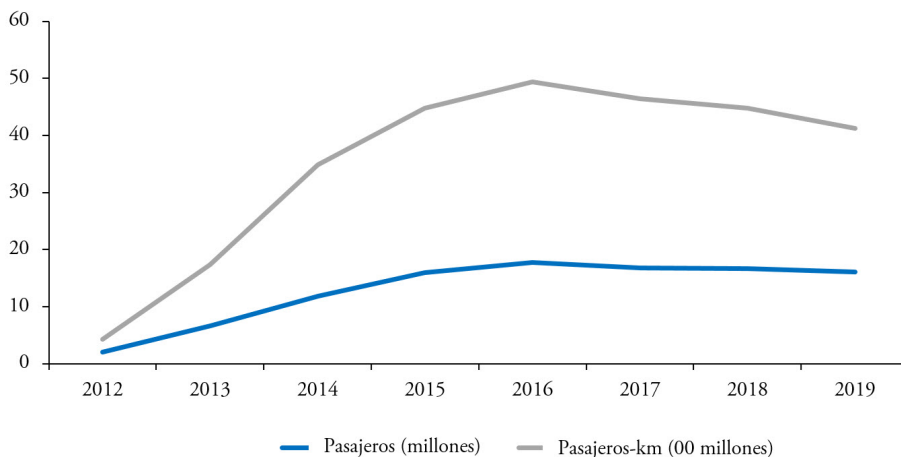
Un hecho sorprendente es que tras la fusión entre Flixbus y Postbus los precios no aumentaron, sino que se observó una ligera disminución de los mismos (menos del

1 por 100). De Haas, Herold y Schäfer (2022), quienes documentan dicho impacto, también observan una reducción más sustancial en las frecuencias (de entre el 8,3 y el 9,3 por 100), lo cual entraría dentro de lo previsible. Según estos autores, todo ello se explicaría por la estrategia seguida por Flixbus con anterioridad a la fusión, consistente en tratar de limitar la entrada de Postbus en sus rutas mediante una estrategia de proliferación de producto, en la forma de un exceso de frecuencias que limitaba la demanda residual. Así, tras la desaparición del principal entrante potencial, Flixbus pudo reducir sus frecuencias. Sin embargo, también redujo precios, al contrario de lo que cabría esperar, por la necesidad de compensar la caída en el número de pasajeros derivada de su menor oferta.

La Figura 1 muestra la evolución del mercado interior en líneas regulares alemanas entre 2012 y 2019. Tras la apertura del mercado se produjo un rápido incremento de la demanda hasta alcanzar los 17 millones de pasajeros y 4.900 pasajeros-km en 2016. Desde entonces y hasta 2019 el número de pasajeros ha disminuido un 9 por 100 y el de pasajeros-km un 16 por 100. Según ponen de manifiesto De Haas, Herold y Schäfer (2022), el ferrocarril habría conseguido captar parte de la demanda de usuarios del autobús durante ese periodo.

Figura 1.

**Pasajeros en líneas regulares de larga distancia. Alemania, 2012-2019**



Fuente: Statistisches Bundesamt (destatis.de): <http://shorturl.at/kCN18>

La evolución del mercado alemán de autobús de larga distancia también se puede cuantificar observando la evolución del número de rutas autorizadas. De las 86 existentes en diciembre de 2012, en enero de 2016 se había pasado a 320. Al año siguiente esta cifra disminuyó hasta 241 como consecuencia de las fusiones entre operadores descritas anteriormente (Gipp, 2017), si bien a finales de 2018 se había incrementado hasta 287 rutas (IGES, 2019).

La evolución de los precios (sin impuestos) puede seguirse a partir de las series elaboradas por IGES (Gipp, 2016), las cuales distinguen entre el precio medio “normal” y el llamado “de descuento”, que equivale al más barato para cada ruta. El primero disminuyó de 0,11 €/km en octubre de 2012 a 0,089 €/km tres años más tarde, mientras que el de descuento pasó de 0,05 €/km a 0,037 €/km. A finales de 2018 el precio normal habría repuntado hasta 0,107€/km, mientras que el de descuento se situaba en 0,04 €/km. Si bien la interrupción de la tendencia a la baja observada tras la apertura del mercado parece clara a partir de estos datos, los valores de estos precios no coinciden con los reportados por otras fuentes. Así, por ejemplo, Ennen, Scheelhaase y Maertens (2021) indican un precio medio en 2018 de 0,058 €/km, obtenido a partir de las ventas realizadas en el portal “fernbusse.de”, mientras que en la misma fecha Gaggero, Ogrzewalla y Bubalo (2019) observan un precio medio de Flixbus de 0,055€/km en una muestra de cinco rutas con observaciones repetidas con distintos periodos de antelación respecto a la fecha del viaje. Estos autores confirman que la evolución de la tarifa depende más del grado de ocupación que de la proximidad a la fecha del viaje.

### 2.3. Francia

Al igual que en Alemania, el sector francés del transporte de larga distancia por carretera había estado históricamente regulado bajo la premisa de otorgar preferencia a los servicios ferroviarios, operados por SNCF. Las rutas de autobús de larga distancia susceptibles de reducir la demanda de servicios de ferrocarril quedaban sujetas a un régimen de autorización, el cual permitía a las autoridades tanto nacionales como departamentales denegarlas sin necesidad de un análisis económico riguroso (Blayac y Bougette, 2017). La posibilidad, a partir de 2010, de prestar servicios de cabotaje como parte de líneas internacionales, tampoco logró desarrollar un mercado que, en 2013, únicamente transportó a 100.000 pasajeros, por los más de 30 millones en la misma fecha en el Reino Unido (Autorité de la Concurrence, 2014).

El sector se liberalizó en agosto de 2015 mediante la ley 990/2015 (conocida como “ley Macron”, por el nombre del entonces ministro de economía, posteriormente presidente de la República), la cual sustituye el régimen de autorización por uno de declaración para todos los servicios con más de 100 kms entre paradas. Como consecuencia de la liberalización se produjo la entrada de diversos operadores nacionales y extranjeros, como Flixbus, Ouibus (filial de SNCF), Isilines (del grupo Transdev), Megabus (Stagecoach) o el grupo francés Réunir mediante la marca Starshipper. En el año 2015 el mercado se repartía entre Isilines (35 por 100) seguida por Ouibus (28 por 100) y Flixbus (23 por 100). A partir de esa fecha se ha producido un proceso de consolidación similar al observado en Alemania, si bien no ha dado lugar a un grado de concentración empresarial tan elevado: en 2016 Stagecoach vendió sus activos de Megabus a Flixbus y Ouibus adquirió los de Starshipper. En 2018 SNCF acordó con la plataforma de vehículos compartidos BlaBlaCar la venta de Ouibus, que fue redenominada como BlaBlaBus. Al año siguiente Flixbus adquirió Isilines a Transdev, dando lugar a un mercado que se reparte entre dos operadores de alcance nacional (Flixbus y BlaBlaBus) y ocho de ámbito regional (Autorité de Régulation des Transports, 2019).



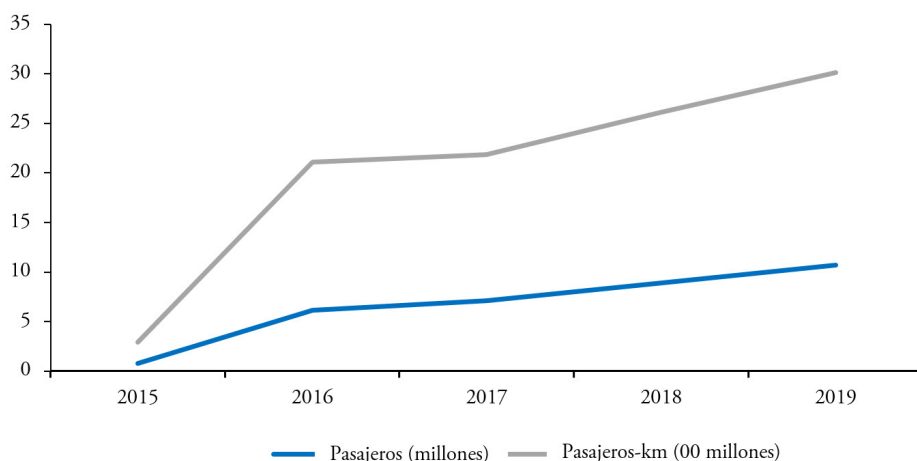
Según Blayac y Bougette (2022), las fusiones del año 2016 (Ouibus con Starshipper, por un lado, y Flixbus con Megabus por otro) provocaron incrementos de precios en el trimestre inmediatamente posterior a la fusión de hasta el 10 por 100 en las rutas operadas por las dos empresas fusionadas. Sin embargo, tanto la competencia intramodal como la intermodal diluyeron dicho efecto al cabo de un año. Al igual que en el caso alemán, las autoridades de defensa de la competencia no examinaron las fusiones entre operadores debido al bajo volumen de ingresos de los mismos.

Los datos que publica la Autorité de Régulation des Transports (ART) muestran que el número de ciudades servidas por relaciones regulares alcanzó su máximo en el año 2018, con 328 localidades. En 2019, la cifra disminuyó ligeramente a 320. De estas, un 60 por 100 cuentan con servicios regulares durante todos los trimestres del año. El número de conexiones, sin embargo, ha aumentado de forma continua desde 2015. Si en 2016 se ofrecieron 1247 rutas, en 2019 la cifra prácticamente se dobló hasta las 2381. Se puede considerar, por lo tanto, que si bien la extensión geográfica de la red puede haberse completado, continúa incrementándose la densidad en la provisión de servicios sobre la misma.

El número de pasajeros transportados ha aumentado de forma continuada desde la liberalización del mercado, como se puede observar en la Figura 2<sup>1</sup>. Un aspecto relevante del desarrollo del mercado francés ha sido el incremento en el número de conexiones con aeropuertos. En 2019, 13 de ellos contaban con un total de 332 conexiones de larga distancia

Figura 2.

### Pasajeros en líneas regulares de larga distancia. Francia, 2015-2019



Fuente: Autorité de Régulation des Transports. <https://www.autorite-transports.fr/>

<sup>1</sup> Debe señalarse que, debido a la reducción del número de operadores de alcance nacional a únicamente dos, desde 2019 la ART publica los datos de demanda en forma de bandas. El valor de la figura en dicho año corresponde a la media entre los valores extremos.

por carretera, que les conectaban a 150 ciudades. Destaca el aeropuerto de Lyon, que ha adquirido funciones de nodo de conexión en el transporte por carretera, al contar con más de 500.000 pasajeros transportados mediante 118 servicios diarios a 49 destinos en el año 2019 (ART, 2020).

Blayac y Bougette (2017) analizaron el impacto de la liberalización a partir de la evolución de nueve rutas nacionales e internacionales. En los primeros meses de vigencia de ley Macron tuvo lugar un desarrollo rápido del mercado con la entrada de nuevos operadores, precios más bajos y aumentos de frecuencias. Transcurridos unos meses continuaba el impacto positivo de la liberalización en todas las variables excepto en las tarifas, donde se observaban diferencias según el tipo de ruta. En las de ámbito nacional de nueva creación, las tarifas habían tendido a aumentar, mientras que, en las internacionales con mayor demanda, habían disminuido. Posteriormente, Blayac y Bougette (2020), comparan los precios medios del autobús, el vehículo compartido y el ferrocarril en cinco rutas nacionales, con datos observados tanto en 2015 como en 2018. El autobús es el modo con tarifas más bajas, si bien estas aumentan de 0,03€/km en 2015 a 0,065 €/km en 2018<sup>2</sup>. La competencia entre el autobús y el vehículo compartido es evidente, por lo que la integración entre BlaBlaCar y Ouibus es un fenómeno muy relevante. Sin embargo, no está tan claro que el autobús compita de la misma forma con el tren de alta velocidad, pues incluso en su versión de bajo coste este muestra unas tarifas sensiblemente más elevadas.

Un tema relevante en el caso francés es el de la supervivencia económica a largo plazo de distintos operadores. Antes de que se produjera la adquisición de Ouibus por parte de BlaBlaCar, Crozet y Guihéry (2018) se preguntaban cuanto tiempo podría sostenerse una competencia tan intensa como la que tenía lugar entre servicios ferroviarios de bajo coste (Ouigo, de SNCF), vehículos compartidos (BlaBlaCar) y distintos operadores de autobuses de larga distancia. Sobre la base de sus estimaciones, que indicaban que los servicios de autobús de larga distancia operaban bajo pérdidas, estos autores solo consideraban posible la supervivencia de los operadores de autobús si la demanda crecía a un ritmo superior al observado hasta entonces o si las empresas lograban reducir sus costes de forma significativa. Blayac y Bougette (2020) confirman la falta de rentabilidad de los principales operadores con datos de 2019.

#### 2.4. Italia

En Italia, los servicios de autobús de larga distancia eran tradicionalmente adjudicados a un operador en exclusiva, mediante una concesión del Ministerio de Infraestructuras y Transportes (Grimaldi, Augustin y Beria, 2017; Lunkar, Beria y Tolentino, 2022). El mercado comenzó a liberalizarse en 2005, cuando se autorizó la prestación de nuevos servicios en trayectos que conectasen más de dos regiones. Sin embargo, la coexistencia de un sistema que

---

<sup>2</sup> El incremento que observan estos autores es superior al que revelan los ingresos por pasajero-km (sin impuestos) que se puede calcular a partir de los datos de la ART, las cuales revelan un aumento desde 0,032 €/km en 2015 hasta 0,049 €/km en 2018, seguido de un descenso a 0,046 €/km en 2019.

combinaba autorizaciones con concesiones creaba fuertes barreras a la entrada y consolidaba la presencia de importantes operadores de ámbito regional (Bombolini y Maggi, 2019). El proceso de apertura se completó en el año 2013, con la entrada de operadores extranjeros como Flixbus o Megabus que aumentaron notablemente la oferta y la extensión del mercado mediante la apertura de nuevas rutas más allá de las tradicionales entre el norte y el sur del país (Bergantino, Intini y Larosa, 2019).

Al igual que en Francia o en Alemania, la apertura del mercado ha dado lugar a un proceso de concentración debido a la ya mencionada adquisición de la actividad continental de Megabus por Flixbus en 2016 y a la integración en el grupo alemán de las empresas locales Baltour (2018) y Marozzi (2019). Sin embargo, este parece haber sido menos rápido que el de los países vecinos, pues la cuota de las tres mayores empresas ha pasado del 30 por 100 en 2013 al 53 por 100 cinco años más tarde. Flixbus, el líder del mercado, poseía entonces una cuota del 25 por 100, mientras que operaban hasta 140 empresas de tamaño mediano y pequeño (Bergantino, Intini y Larosa, 2019). En el año 2021 entró en el mercado la empresa Itabus organizada a partir del modelo tradicional de propiedad directa de los autobuses, y por lo tanto diferente del modelo de plataforma de intermediación característico de Flixbus, National Express o BlaBlaBus (Lunkar, Beria y Tolentino, 2022).

La revisión de la evidencia disponible sobre el impacto de la liberalización en Italia muestra un aumento del 33 por 100 en el número de servicios y del 38 por 100 en las frecuencias en el primer año posterior a la liberalización (Grimaldi, Augustin y Beria, 2017). Hay evidencia de que en las relaciones en las que el autobús no compite con el ferrocarril, la tarifa por kilómetro es más elevada (Beria y Bertolín, 2019). El principal impacto de la apertura del mercado sobre las tarifas habría sido el de provocar una mayor dispersión de precios (Bergantino, Intini y Larosa, 2019). Lunkar, Beria y Tolentino (2022) muestran la evolución de los precios en Italia entre 2017 y 2020, a partir de datos obtenidos del portal checkmybus.it para el conjunto del país (sin relaciones con aeropuertos). Tomando la media entre los dos semestres para cada año, resultan unos valores de 0,062 €/km en 2017, 0,058 €/km en 2018 y 0,057 €/km en 2019. En el año 2020, bajo los efectos de la pandemia COVID-19, el precio habría aumentado hasta 0,077€/km (Beria, Lunkar y Tolentino, 2022)<sup>3</sup>.

## 2.5. Portugal

Antes de la liberalización, los servicios de larga distancia estaban limitados a empresas que operaran servicios urbanos regulares en la misma ruta. Las licencias se otorgaban en régimen de exclusividad para cada línea. Si bien existían más de 70 empresas con licencia para operar algún servicio de larga distancia, el principal operador (Rede Expressos, del grupo Barraqueiro) contaba junto a sus empresas asociadas con una cuota de mercado del 70 por 100 (OCDE, 2018).

<sup>3</sup> Estos precios no son los efectivamente pagados por los usuarios, sino el resultado de tratar los “clicks” de los usuarios de la mencionada plataforma de búsquedas como adquisiciones, ignorando otros mecanismos de compra.

El mercado portugués se liberalizó en diciembre 2019 tras la entrada en vigor del Decreto Ley 140/2019. Previamente, en 2018, la Autoridade da Mobilidade e dos Transportes (AMT), había llevado a cabo un análisis en el que exponía las distintas distorsiones anticompetitivas del sistema vigente y proponía la liberalización del mercado de larga distancia. Desde entonces, cualquier operador puede optar a una autorización que le permita operar en rutas de más de 50 km., sujeta al cumplimiento de requisitos técnicos. Las autorizaciones, que incluyen el acceso a las terminales de autobús, deben ser renovadas cada cinco años, y están condicionadas a que el servicio propuesto no afecte al equilibrio económico de los operadores locales o regionales que presten servicios definidos como obligaciones de servicio público. En los casos en los que las autoridades locales perciban que ello pueda ocurrir, la AMT es la encargada de realizar un “análisis económico simplificado”, que tenga en cuenta aspectos como las características geográficas de los mercados, los recorridos de los servicios subvencionados, las posibles mejoras de servicio o los ahorros de costes del nuevo servicio que solicita la autorización, así como la existencia de acuerdos de explotación conjunta de ambos tipos de servicios. En abril de 2022 se comunicaron los resultados de tres análisis de este tipo, uno de los cuales fue favorable a la autorización (Braga-Sistelo), mientras que los otros dos fueron desfavorables (Arcos de Valdávés a Oporto y a su aeropuerto) por coincidencia con un servicio público subvencionado en parte del trayecto (Arcos de Valdávés-Braga) (AMT, 2022a).

La apertura del mercado ha tenido como consecuencia la entrada de nuevos operadores, como Flixbus, quien comenzó a operar rutas nacionales de forma inmediata. En 2021 conectaba cuarenta ciudades. Empresas como Alsa también prestan servicios internos. Sin embargo, la liberalización también ha provocado que Red Expressos cuya red de alcance nacional se apoyaba en subvenciones cruzadas entre los servicios rentables y aquellos no rentables, haya reducido la cobertura de servicios en zonas del interior del país, con una demanda inferior a la de los trayectos de la costa.

Bajo el sistema de libre acceso, los operadores tienen libertad de fijación de precios, pero deben comunicar a la AMT los criterios bajo los que se fijan dichas tarifas. La AMT admite modificaciones tarifarias basadas en la estacionalidad o en las sinergias que genere el uso de la red.

En 2022 la AMT ha evaluado el funcionamiento del mercado liberalizado, considerando que ha generado numerosas ventajas al haber eliminado las barreras de entrada a nuevos prestadores de servicios y, en paralelo, ha delimitado las diferencias entre los servicios liberalizados y los que quedan sujetos a obligaciones de servicio público. A pesar de dicha valoración positiva, la AMT considera necesario reforzar las actividades reguladoras en distintos ámbitos, como la garantía de acceso a las terminales (AMT, 2022b).

## 2.6. Noruega

En Noruega, a pesar de que por su geografía muchos de los trayectos no son aptos para los modos de transporte de alta capacidad, los servicios de autobús interurbanos estaban fuertemente regulados para proteger el ferrocarril. De forma similar a Alemania, para abrir

una nueva ruta de autobús el operador tenía que demostrar que no competía directamente con el ferrocarril. El mercado se empezó a desregular en 1999, y en 2003 se liberalizó completamente la entrada para los servicios interregionales, es decir, aquellos que sirven dos o más regiones. En general, estos servicios operan sin subvención pública. El resultado de la liberalización en Noruega tiene interés por ser un país con largas distancias en los recorridos y baja o muy baja densidad de población.

Según Aarhaug y Fearnely (2016), los datos disponibles para un conjunto de rutas representativas muestran un notable crecimiento del número de viajeros a partir del año 2000, que prácticamente se dobla cuando se eliminan las restricciones de entrada al mercado y es mucho más intenso en las rutas de corto recorrido. El aumento de la demanda se relaciona, por un lado, con la aparición de nuevas rutas y, por el otro, con la implementación de servicios exprés y de calidad dirigidos a viajeros frecuentes, así como al tráfico de *commuting* hacia y desde las principales ciudades. Aunque la red de largo recorrido también se expandió, lo hizo de forma mucho menos intensa. En conjunto, entre 2000 y 2007, el número de líneas pasó de 14 a 37, y el número de pasajeros se incrementó de 2 a 5,6 millones anuales.

Sin embargo, después de una fase inicial de fuerte crecimiento, la expansión se frenó para dar lugar a un estancamiento y a una posterior caída tanto en el número de rutas como en el de pasajeros. Si bien la estabilización de la demanda después de una fase de despegue es común en muchos países, la particularidad de Noruega es el fuerte retroceso a partir del año 2012 tanto en el número de rutas como en el número de viajeros. A modo de ejemplo, el número de líneas disminuyó desde un máximo de 37 en 2007 a 22 en el año 2018.

Respecto la estructura del mercado se observa tanto un proceso de concentración a partir de adquisiciones y fusiones como la desaparición de pequeñas empresas no rentables, sobre todo a partir de 2012. Antes de la desregulación, el mercado estaba dominado por una empresa (Norway bussekspress, NBE) que agrupa un conjunto de operadores bajo una misma marca. El crecimiento del sector estuvo acompañado de un proceso de fusiones entre empresas y adquisiciones de las compañías más pequeñas, de manera que entre 2001 y 2015 el número de operadores se redujo de 30 a 12. El dominio de NBE finalizó en 2013, cuando la principal empresa de la agrupación, Netbuss, empezó a operar por su cuenta. Actualmente, estas dos empresas se reparten el mercado aproximadamente al 50 por 100. Una particularidad del caso noruego es que la mayoría de las empresas ofrecen los servicios interurbanos como una actividad secundaria de los servicios locales subvencionados, incluso cuatro de ellas tienen una participación municipal mayoritaria. Según apuntan Aarhaug y Fearnely (2016), el proceso de concentración de empresas se explica más por la implementación de un sistema de licitación en el mercado local –como consecuencia de la aplicación del Reglamento 1370/2007 de la UE– que por la desregulación del mercado interurbano.

La experiencia noruega muestra que prácticamente no se ha desarrollado competencia entre compañías para una misma línea. Son muy pocos los casos en que dos o más empresas ofrecen el mismo servicio. Por el contrario, sí que existe competencia intermodal con el avión, ferrocarril, embarcaciones de alta velocidad y servicios de ferry. Además, en las distancias

cortas, los servicios interurbanos se solapan con el transporte urbano subvencionado. El desarrollo de esta competencia intermodal ha afectado en gran medida a la rentabilidad, y en algunos casos supervivencia, de los servicios de autobús interurbano. En primer lugar, la entrada en el mercado de la compañía aérea Norwegian en 2002 captó una parte considerable del mercado de larga distancia entre las ciudades más pobladas. En segundo lugar, los gobiernos regionales han potenciado el transporte público interregional –que opera con subvención– estableciendo nuevas líneas que compiten directamente con precios más bajos con las líneas del servicio exprés interurbano. En tercer lugar, a partir de 2012 se mejoró la calidad del ferrocarril de media distancia (también subvencionado) con mayores frecuencias y menor tiempo de viaje. Por último, las inversiones en infraestructuras viarias han favorecido más al automóvil privado que al autobús, dado que para este último se ha mantenido el límite de velocidad a 80 kilómetros por hora. Así, pues, la competencia del ferrocarril y el autobús subvencionado en trayectos de media distancia y del transporte aéreo en la larga distancia explican la caída del número de viajeros del transporte interurbano y el consiguiente cierre de líneas por falta de rentabilidad. Aarhaug *et al.* (2018) atribuyen también parte de la caída de la demanda al aumento de la renta que ha favorecido a los modos de transporte más caros y al proceso de concentración residencial de la población.

Actualmente, la cuestión que preocupa es que la falta de rentabilidad del autobús interurbano deje sin conexión a grupos de población que se beneficiaban de los menores precios que ofrece el autobús y a zonas de baja densidad de población no cubiertas por otros modos de transporte. El tema a debate es si estos servicios deberían ofrecerse con algún tipo de subvención. La competencia intermodal, la centralización de la población y el aumento de la renta ponen en riesgo la supervivencia de un modo de transporte que operaba con menores costes y sin subvención.

La autoridad de defensa de la competencia ha actuado contra acuerdos entre operadores para ofrecer un único servicio. El caso más conocido fue la larga batalla legal que tuvo lugar entre tres de los mayores operadores y la autoridad de defensa la competencia por la cooperación de los primeros en la ruta Oslo-Stavanger, que se consideró anticompetitiva. Después de diversas apelaciones fue el gobierno quien resolvió el caso en favor de las compañías argumentando que existía competencia del automóvil, que una nueva empresa competidora había entrado en el mercado y que los beneficios de la cooperación en términos de una mayor eficiencia en el uso de los recursos compensaban los efectos negativos (Aarhaug y Fearnely, 2016).

## 2.7. España

Tal y como se ha apuntado en la introducción, en España el mercado no se ha liberalizado, por lo que rige un sistema de operación en exclusiva de los servicios por parte de empresas adjudicatarias de un contrato o concesión. Este sistema se conoce como “competencia por el mercado”, frente a la “competencia en el mercado” que se ha descrito en las secciones anteriores.

Los servicios de autobús interurbano están regulados por la Ley de Ordenación del Transporte Terrestre (LOTT)<sup>4</sup> de 1987, la cual establece que los servicios de autobús interurbanos tienen la consideración de servicio público y que se ofrecerán de acuerdo con un sistema de licitación, según el cual la empresa ganadora explotará el servicio de manera exclusiva durante un periodo de tiempo determinado. Las concesiones, o contratos de gestión, se otorgan por rutas, aunque una misma concesión puede incluir más de una ruta. Este es el sistema mayoritario en todo el país, aunque las rutas interregionales dependen del Ministerio de Transporte (MITMA), mientras que los servicios interiores de cada comunidad autónoma dependen del gobierno de cada una de ellas. El sistema concesional para estas rutas es similar al estatal. No obstante, cada comunidad autónoma puede fijar sus propios criterios en los pliegos de condiciones y, por lo tanto, en las características de los concursos.

En la red dependiente del MITMA las empresas concesionarias operan el servicio a su riesgo y ventura, sin estar previstas, por lo tanto, subvenciones directas para los servicios deficitarios. En ocasiones, dentro de un mismo contrato de gestión se agrupan trayectos rentables junto a otros deficitarios, de tal forma que se establece implícitamente un mecanismo de subvenciones cruzadas entre trayectos. Esto permite que el conjunto del sistema funcione habitualmente sin necesidad de transferencias públicas. No obstante, recientemente, el gobierno ha autorizado una compensación económica para garantizar la viabilidad de cuatro concesiones<sup>5</sup>. Se trata de concesiones deficitarias cuyos resultados se han visto agravados por la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19. La subvención, otorgada por obligación de servicio público, se justifica para mantener la conexión entre núcleos de baja densidad de población y garantizar así la cohesión territorial.

La Figura 3 muestra la evolución de la demanda de pasajeros en las rutas operadas bajo contratos del MITMA. Las cifras de pasajeros son claramente superiores a las que se observan en los casos de Francia o Alemania (véanse las Figuras 1 y 2). Sin embargo, la demanda tiene un comportamiento relativamente estable. La tendencia decreciente que se observa en la primera mitad de la década se interrumpe entre los años 2014-2016, y desde esa última fecha se observa una ligera recuperación, tanto en términos de pasajeros (+9,2 por 100) como pasajeros-km (+7,6 por 100).

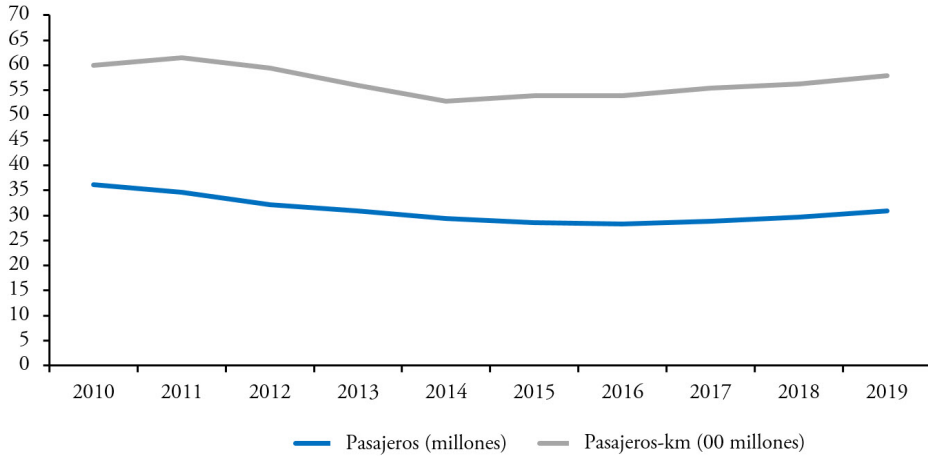
La LOTT define las condiciones generales bajo las cuales se licita una concesión o contrato, pero es el MITMA quien, para cada licitación, especifica las condiciones del pliego y las puntuaciones que se otorgan a los criterios de valoración. La relación de criterios ha variado a lo largo del tiempo, pero incluye, entre los más relevantes, el precio, el número de expediciones (equivalente a la frecuencia de paso), la seguridad, así como variables de calidad y confort del vehículo. Las empresas presentan sus ofertas cerradas y el contrato se otorga a

<sup>4</sup> Esta ley ha sido modificada en varias ocasiones, entre las que cabe destacar la modificación necesaria para la transposición del Reglamento 1370/2007.

<sup>5</sup> Se trata de los contratos VAC-249 (Madrid-Molina de Aragón-Teruel-Valencia), VAC-251 (Pedro Bernardo-Talavera de la Reina), VAC-252 (La Adrada-Talavera de la Reina) y VAC-253 (Hontanares-Talavera de la Reina).

Figura 3.

### Pasajeros en contratos MITMA. España, 2010-2019



Fuente: MITMA (2021).

la que obtiene mayor puntuación de acuerdo con un sistema de valoración preestablecido y público.

Con la aprobación de la LOTT en 1987, las concesiones existentes se prolongaron por un periodo de 20 años, mientras que salieron a concurso 25 nuevas rutas, que bien no tenían contrato o eran de nueva creación. La mayor parte de las nuevas licitaciones atrajeron un elevado número de competidores con el resultado de unos precios inferiores a los de las rutas existentes. En 2007, justo antes de que los primeros de estos contratos expiraran, el entonces denominado Ministerio de Fomento aprobó los pliegos bajo los cuales licitar los contratos. El diseño de estos pliegos, que habían sido previamente negociados con las empresas operadoras de los servicios de autobús regulares, los sindicatos, las asociaciones de consumidores y los fabricantes de vehículos, fue calificado por la Comisión Nacional de la Competencia como claramente anticompetitivo<sup>6</sup>. Los criterios establecidos para la fijación de precios y frecuencias otorgaban una clara ventaja al operador establecido, a la vez, que los requisitos exigidos a la entrada prácticamente excluían a cualquier empresa que no estuviera operando en alguno de los mercados. A partir de entonces tuvo lugar un proceso de sucesivas modificaciones de los pliegos para eliminar los criterios que frenaban la competencia. Entre 2007 y 2019, se aprobaron siete tipos distintos de pliegos (2007, 2009, 2011, 2014, 2016, 2018 y 2019). Cabe decir que dichas modificaciones fueron forzadas casi siempre por la anulación de los concursos por parte de distintos tribunales de justicia por contener elementos contrarios a la competencia, después de que algunos potenciales competidores interpusieran recursos contencioso-administrativos y los tribunales fallaran a su favor.

<sup>6</sup> Para un análisis de estos pliegos y de sus componentes anti-competitivos ver CNC (2008).



De manera progresiva, se eliminaron de los criterios establecidos en la licitación los elementos contrarios a la competencia<sup>7</sup>. Así, por ejemplo, aumentó la ponderación otorgada a las dos principales variables de competencia: precios y frecuencia; se eliminaron los límites a las pujas en precios y frecuencias (a excepción de las consideradas temerarias); se suprimió la preferencia explícita por el operador establecido; se suavizaron las restricciones a la entrada y se redujo el peso de los criterios no objetivables. La Tabla 1 resume la ponderación otorgada a los criterios de evaluación incluidos en cada tipo de pliegos. Cabe observar que el peso de los dos criterios claramente objetivables (precio y frecuencia) pasó de un 15 por 100 en los primeros concursos a un 60 por 100 en los últimos<sup>8</sup>. En los últimos contratos, no obstante, persisten algunas condiciones que pueden tener implicaciones negativas sobre la competencia. Entre estas, destaca la obligación del contratista de adscribir a la prestación del servicio una dotación mínima de personal de acuerdo con lo que se establezca en las condiciones del pliego. Además, el adjudicatario deberá subrogarse como empleador en las condiciones laborales del antiguo contratista. En este punto existe un *trade-off* entre la protección a los trabajadores y la fijación de unos costes de partida que limita las ganancias en eficiencia en costes que permitiría la competencia. Esto es debido a que el operador establecido puede contar con la ventaja de que sus rivales tendrán que aceptar los costes y condiciones laborales que él haya negociado con su plantilla. Un segundo aspecto es que se mantiene como requisito de competencia técnica la necesidad de tener experiencia durante los tres últimos años con un número mínimo de vehículos. Un tercer elemento que destacar es la fijación de una tarifa máxima en los pliegos del concurso.

Tabla 1.

### Pesos otorgados a distintos elementos en los pliegos

<i>Pliegos</i>	<i>Precio</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Características técnicas</i>	<i>Atención al cliente</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
2007	10	5	38	13	34	100
2009	15	8	35	13	29	100
2011	25	15	31	6,5	22,5	100
2014	35	20	17	10,5	17,5	100
2016	45	10	18	11,5	15,5	100
2018	35	12	19	9	27	100
2019	40	20	17	8	23	100

*Fuentes:* Elaboración propia a partir de Asensio, Matas y Ruiz (2016) y Asensio y Matas (2021).

<sup>7</sup> Cabe mencionar que los pliegos aprobados en 2018 supusieron un retroceso en términos de incentivos a la competencia. La anulación de dos licitaciones por deficiencias en dos criterios y la advertencia de la CNMC de recurrir el pliego ante lo contencioso administrativo llevaron al Ministerio de Fomento a desistir del resto de licitaciones previstas y a plantear unas nuevas condiciones.

<sup>8</sup> Asensio, Matas y Ruiz (2016) y Asensio y Matas (2021) revisan las características de cada uno de los pliegos desde la óptica de la competencia.

Asensio y Matas (2021) analizan si los sucesivos cambios en el diseño de los pliegos han impulsado la competencia por el mercado y, en consecuencia, han resultado en menores precios y mejores frecuencias. Sus resultados confirman que unos pliegos más competitivos aumentan la probabilidad de que una empresa participe en la licitación y, por lo tanto, se incremente el número de concursantes. Además, la probabilidad de que el operador establecido gane el concurso es menor en los diseños más procompetitivos de los contratos. Se dan pues las circunstancias para que haya una mayor competencia y ello quede reflejado en los precios y frecuencias ofertados. El análisis de las pujas en tarifas y frecuencias de cada operador en cada contrato muestra un comportamiento diferenciado a lo largo del tiempo. En los concursos licitados entre 2007 y 2013, la única variable que influye en la tarifa y la frecuencia ofertada es el valor de referencia establecido en los pliegos. Por el contrario, a partir de 2014, con unos pliegos más competitivos, se observa que las tarifas ofertadas son sensibles a la ponderación que se otorga a esta variable en la puntuación de cada proposición. En concreto, para el periodo 2014-2019 se estima que por cada 10 puntos adicionales de ponderación la tarifa por kilómetro se reduce en 1,03 céntimos de euro. Para las frecuencias, aunque el impacto es positivo, el nivel de significación estadístico es bajo. Las empresas parecen responder más a la ponderación dada a las tarifas que a la frecuencia. Además, los autores constatan que la elevación de la tarifa máxima a partir de 2014 habría compensado parcialmente la competencia en precios y reducido las potenciales ganancias de bienestar que se derivan de unos menores precios. Un resultado similar se observa para la frecuencia del servicio. A mayor competencia, aumenta la oferta de servicio respecto al mínimo establecido en los pliegos, pero una parte significativa de la competencia en frecuencias estaría compensada por la modificación de los valores de referencia.

La anulación de múltiples concursos por sentencias judiciales favorables a los demandantes, con la consecuente obligación de cambiar las características de los pliegos, explica que en el año 2020 existiera un notable retraso en la licitación y que, de los 77 contratos vigentes, 41 se hallaran caducados y 7 anulados por los tribunales (MITMA, 2021). La intensa caída en la demanda provocada por la COVID-19 obligó al Ministerio a replantear la rentabilidad de los contratos. Ese mismo año se suspendieron los concursos en marcha y el MITMA abrió un debate sobre el modelo concesional, como resultado del cual se ha presentado, a principios de 2022, un nuevo mapa concesional. En este nuevo mapa los contratos se agrupan en 22 rutas de las que se desagregan los tráficos autonómicos. Dado que estos últimos tienden a ser deficitarios, la negociación en curso con las comunidades autónomas deberá resolver el problema de su financiación.

No obstante, en el mapa vigente la configuración de las rutas no se ha mantenido estática. Frente a cambios en la demanda, algunas concesiones se han extinguido, otras se han modificado suprimiendo trayectos de baja rentabilidad o añadiendo servicios ligados a nuevas demandas, a la vez que se han fusionado algunas concesiones. A menudo, estos cambios han tenido lugar a petición de las empresas concesionarias y sin estar sometidos a un proceso de licitación.

Los precios de los servicios ofrecidos en los contratos del MITMA han mostrado, en términos de recaudación por viajero-km (sin impuestos) una cierta estabilidad. Así, si en el año 2010 la recaudación era de 0,056 €/viajero-km, en 2015 se situaba en 0,061€/km y en 2019 en 0,062€/km (MITMA, 2021). No obstante, tal como se ha indicado, estos valores medios esconden situaciones muy diversas según las características del contrato y el tipo de pliegos empleados para adjudicarlo.

Asimismo, la estructura empresarial del sector ha cambiado de forma radical. Aunque tradicionalmente el transporte de viajeros por carretera se caracterizaba por una fuerte atomización, en las últimas décadas se ha producido un proceso de adquisiciones y fusiones, con entrada de algunos grandes grupos con capital extranjero, que ha dado lugar a un aumento significativo del grado de concentración del mercado. En 2020, la primera empresa del sector –ALSA, parte del grupo National Express– operó 20 de los 77 contratos, transportó el 46 por 100 de los viajeros y el 59 por 100 de los viajeros-km. Le siguen Avanza (del grupo Mobility ADO), con 6 contratos y el 11 por 100 de los viajeros-km, y Samar (11 contratos, 7 por 100 de viajeros-km). Así, el grado de concentración de las tres primeras empresas fue del 48 por 100 según el número de contratos, del 75 por 100 según los pasajeros transportados y del 77 por 100 en relación con los pasajeros-kilómetro.

### 3. ANÁLISIS COMPARATIVO DEL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS NACIONALES

Con el objetivo de poder evaluar el comportamiento de los mercados nacionales más similares al caso español, en esta sección realizamos un ejercicio descriptivo de las principales características de cada uno de ellos basado en la información recogida sobre una muestra de rutas en Portugal, Italia, Francia, Alemania y el Reino Unido, además de España. Ello nos permite comparar el grado de cobertura de la red (número de ciudades conectadas entre sí), precios (definidos en euros por km) y frecuencias (número de servicios operados por sentido y día). La información recogida se basa en una muestra de grandes ciudades en cada país<sup>9</sup> para las que se ha observado la oferta de conexiones directas (que no requieren transbordo, aunque pueden operar con paradas intermedias) en una fecha determinada<sup>10</sup>. Al tratarse de una muestra de viajes entre grandes ciudades, no puede considerarse representativa de las redes nacionales de cada país, pero sí permite comparar los servicios que se prestan en cada uno de ellos con características similares.

<sup>9</sup> Para cada país, se ha escogido la capital y otras nueve ciudades situadas en los lugares 3º, 5º, 7º, ..., y 19º de la clasificación de tamaños (sin considerar municipios que forman parte de áreas metropolitanas mayores, o ciudades muy próximas entre sí, como Prato respecto a Florencia o varias ciudades alemanas en la cuenca del Ruhr). La muestra está compuesta por Madrid, Valencia, Zaragoza, Murcia, Alicante, Valladolid, La Coruña, Oviedo, Almería y Burgos en España; Lisboa, Braga, Leiria, Viseu, Aveiro, Faro, Santarém, Guarda, Beja y Castelo Branco en Portugal; París, Lyon, Montpellier, Burdeos, Toulon, Nantes, Rennes, Le Havre, Dijon y Nîmes en Francia; Roma, Nápoles, Reggio Calabria, Bari, Florencia, Verona, Génova, Trieste y Parma en Italia; Berlín, Múnich, Frankfurt am Main, Stuttgart, Düsseldorf, Hannover, Duisburgo, Münster, Dresden y Bremen en Alemania.

<sup>10</sup> Los datos se obtuvieron realizando búsquedas de servicios en la web del agregador 'www.comparabus.com', el cual ofrece una amplia cobertura de rutas en todos los países considerados. La fecha del viaje es el 6 de octubre de 2022, con una búsqueda con dos semanas de antelación.

La Tabla 2 resume la información recogida. Las tres primeras filas indican el número de conexiones existentes entre las ciudades de cada país, que por construcción no puede ser mayor que 45. Como se puede observar, la mayor conectividad se ofrece en Alemania (38 rutas de 45 posibles), mientras que en Portugal o el Reino Unido no se llega a la veintena. España se sitúa en una situación intermedia, similar a la de Francia o Italia. Las conexiones entre ciudades distintas a la capital se muestran en la segunda fila del cuadro, con una ordenación de países similar. Sin embargo, en el caso de las conexiones con la capital, tanto el sistema español como el francés ofrecen una cobertura total, mientras que en Italia solo existen servicios directos con Roma desde seis ciudades de la muestra.

Las filas siguientes muestran la distancia media de las rutas operadas en cada país (lógicamente, las rutas más cortas son las de Portugal), así como el promedio de precios, tanto en términos absolutos como por kilómetro recorrido<sup>11</sup>. En cada caso, se muestran dos valores: el promedio de los precios medios en cada ruta y el de los valores mínimos ofertados en cada ruta.

Al comparar los precios por kilómetro se observan en algunos países valores sustancialmente más bajos que los recogidos por las fuentes empleadas en las secciones anteriores. Ello puede deberse tanto a que la muestra de rutas aquí empleada este constituida por rutas más rentables y con costes inferiores a las del conjunto de cada país, como a que se trata de precios en los que los efectos de la pandemia COVID-19 y el posterior aumento de la demanda de transporte durante el verano de 2022 puede haberse aminorado. En todo caso, se trata de valores recogidos a partir de la misma fuente en la misma fecha de viaje, lo cual permite llevar a cabo comparaciones entre sus distintos niveles. Así, los 6,8 céntimos de euro por km que paga el usuario del autobús español se sitúan un 88 por 100 por encima de los 3,6 de Francia o Italia, un 41 por 100 que el precio de Portugal, un 36 por 100 respecto al de Alemania o un 28 por 100 que el del Reino Unido. Estas diferencias también se observan si comparamos los precios más bajos disponibles en cada ruta. En el mercado británico se observa la mayor diferencia relativa entre el precio medio y el mínimo, lo cual es un indicador de una mayor intensidad de la competencia entre los operadores de dicho mercado.

Por último, la fila inferior muestra las frecuencias medias por ruta (número de servicios diarios en un sentido). En este caso, el mercado español es el que ofrece un número más elevado de frecuencia diarias, con un promedio superior a cinco servicios diarios en las rutas en las que presta servicio, únicamente superado por las casi siete del Reino Unido. Tal como se ha mostrado en la sección anterior, los volúmenes de demanda de estos dos países se sitúan muy por encima de los observados en los países que han liberalizado su mercado más recientemente, donde parece previsible que la expansión del sector vaya acompañada de un aumento de las frecuencias.

---

<sup>11</sup> Los precios de viajes en el Reino Unido se convierten de libras esterlinas a euros en la página web en la que se realiza la búsqueda, según el tipo de cambio vigente en el momento de la compra.

Tabla 2.

**Mercados nacionales. Conexiones, precios y frecuencias**  
(Muestra de rutas entre diez ciudades)

	España	Portugal	Francia	Italia	Alemania	R. Unido
<b>Conexiones:</b>						
Total	26	14	26	23	38	18
Entre no capitales	17	7	17	17	31	10
Con capital	9	7	9	6	7	8
Distancia (km)	368	232	467	564	410,5	328
<b>Precios:</b>						
€/Viaje. Medio	25,11	11,21	16,89	20,08	20,4	17,28
€/Viaje. Mínimo	21,43	9,92	14,92	17,74	18,68	12,81
€/km. Medio	0,068	0,048	0,036	0,036	0,050	0,053
€/km. Mínimo	0,058	0,043	0,031	0,031	0,046	0,039
Frecuencias/día	5,6	3,3	4,2	4,9	3,1	6,8

*Fuente:* Elaboración propia a partir de [www.comparabus.com](http://www.comparabus.com). Fecha de viaje: 6 de octubre de 2022, fecha de compra: 22 de septiembre de 2022.

#### 4. FACTORES DETERMINANTES DE LA COMPETENCIA EN LOS MERCADOS DE AUTOBÚS INTERURBANO

El examen de la experiencia internacional sobre mercados de transporte de viajeros de superficie liberalizados permite concluir que la competencia por el mercado, en general, se traduce en menores precios y un servicio mejor adaptado a la demanda. Los escasos estudios académicos que existen sobre el tema apuntan a que la competencia en el mercado es factible y, en determinadas circunstancias, puede ser la mejor solución (Van de Velde, 2014; Nash y Smith, 2020). No obstante, el intenso proceso de concentración observado en todos los países, así como el posible control de activos esenciales, como estaciones o talleres, por parte de algún operador puede afectar negativamente a la competencia, repercutiendo en mayores precios y/o en una menor calidad del servicio. Por ello, al igual que en otros mercados liberalizados, es preciso que las autoridades (reguladores y autoridades de defensa de la competencia) supervisen el funcionamiento del mercado para evitar comportamientos anticompetitivos.

Quizá el ejemplo más claro de las barreras a la entrada en el sector del transporte por carretera sea el caso de las dificultades de acceso a las estaciones. Como se ha visto, este fue un problema grave en los primeros años de la liberalización en el Reino Unido, y también es objeto de especial atención por parte del regulador portugués. Las barreras debidas a la existencia de redes de agencias de comercialización, que pudieron ser importantes hace algunas décadas, han perdido relevancia gracias al desarrollo de múltiples sistemas de venta a distancia.

Un aspecto muy relevante de los procesos de liberalización en el transporte es el impacto que puedan tener sobre la prestación de servicios de larga distancia en territorios con baja densidad poblacional y/o más montañosos, donde los mayores costes operativos y la menor rentabilidad pueden provocar que ninguna empresa garantice la conectividad. En el caso del

transporte regulado, lo habitual es que estos servicios se subvencionen de forma cruzada, mediante el pago de precios más altos por parte de los usuarios de otras rutas. No obstante, también se pueden afrontar los déficits de determinadas rutas mediante transferencias públicas, al igual que se hace con otros servicios públicos. La experiencia comparada muestra que habitualmente las autoridades nacionales no han impuesto obligaciones de servicio público en trayectos de larga distancia, limitándose estas a las conexiones que garanticen el acceso a nodos comarcales o regionales. Lógicamente, esto provoca una disminución de la accesibilidad en aquellos países en los que previamente a la liberalización un operador de alcance nacional prestaba estos servicios apoyándose en subvenciones cruzadas, pero evita que un gran número de usuarios deban hacer frente a precios más elevados.

Una aparente ventaja de las subvenciones cruzadas es que dan lugar a que el sistema no genere un aumento del gasto público, al no tener reflejo presupuestario el hecho de que algunos servicios se ofrezcan a precios inferiores a sus costes. Sin embargo, dan lugar a pérdidas de bienestar que pueden ser muy significativas. Si bien una de las justificaciones de un sistema de subvenciones cruzadas puede ser que la redistribución a la que da lugar tenga impactos progresivos, esto no es lo que ocurre en el caso del transporte por carretera de larga distancia. Los usuarios más habituales del autobús y, por lo tanto, aquellos sobre los que recae la mayor parte del coste de las subvenciones, tienden a ser jóvenes estudiantes o ciudadanos de rentas bajas, sin posibilidad de acceder al vehículo privado.

Una característica recurrente de los procesos de liberalización que se han descrito ha sido su rápida evolución hacia un mercado con elevada concentración. El caso más claro es el alemán, en el que una empresa ostenta una situación prácticamente equivalente al monopolio. El hecho de que las sucesivas concentraciones empresariales que dieron lugar a dicha situación no fueran analizadas por las autoridades de defensa de la competencia como parte de sus programas de autorización de fusiones revela una brecha en dichos procedimientos que debería ser resuelta. Ello no implica que las fusiones sean hayan sido necesariamente anticompetitivas, pues el mercado puede tener características que lo hagan impugnable por parte de posibles entrantes, o permitir el fácil acceso de nuevos operadores cuando una empresa trate de ejercer un excesivo poder de mercado.

Un aspecto importante del desarrollo de la competencia en el mercado del transporte por carretera es el papel que puedan jugar otros modos de transporte como servicios sustitutivos y, por lo tanto, competidores del autobús. Bajo el supuesto de que sus usuarios no disponían de acceso al vehículo privado, el modo competidor habitualmente considerado era el ferrocarril. Sin embargo, el desarrollo del mercado de vuelos operados por compañías de “bajo coste” o, más recientemente, la aparición de plataformas que facilitan compartir viajes en vehículos privados, ha puesto de manifiesto que el mercado cuenta con un mayor abanico de servicios que compiten con el autobús.

La competencia intermodal tiene un doble impacto en el mercado del autobús interurbano. Por un lado, impulsa la competencia en precios (Fageda y Sansano, 2018), evitando comportamientos anticompetitivos a medida que aumenta el grado de concentración del mercado. Por el otro, en algunos casos, la competencia reduce el margen de rentabilidad

de las empresas de autobús y puede conducir a su desaparición. En Noruega, la competencia de autobuses regionales y del ferrocarril (ambos operados con subvención) ha eliminado del mercado un buen número de rutas de autobús interurbano. Otro ejemplo, sería Francia donde la competencia por parte de Ouigo y Blablacar explica la falta de rentabilidad de algunos operadores de autobús. La cuestión que se suscita es si todos los modos compiten en igualdad de condiciones. Es evidente que ello no es así cuando algunos modos reciben subvenciones y otros no, o cuando existen diferencias en la obligación de hacer frente al pago por el uso de las infraestructuras. No está tan claro qué ocurre con la competencia ocasionada por el vehículo privado compartido haciendo uso de las plataformas.

El Anteproyecto de Ley de Movilidad Sostenible (aprobado en marzo de 2022) sigue optando por un sistema de “competencia por el mercado” para adjudicar los contratos de forma competitiva. Sin embargo, también prevé que el Consejo de Ministros podrá autorizar la prestación del servicio en régimen de libre competencia en las rutas propuestas por el MITMA. De esta forma se deja una puerta abierta a la “competencia en el mercado” en partes de la red, en coexistencia con la “competencia por el mercado” en otras. Este paso, no obstante, requeriría definir el marco regulatorio con mayor precisión. Por ejemplo, sería imprescindible garantizar las condiciones de acceso a las estaciones o evitar que nuevos servicios compitan con los urbanos o metropolitanos subvencionados.

Los argumentos a favor del actual sistema de contratos adjudicados para su operación en condiciones de exclusividad se apoyan principalmente en que garantiza la cohesión territorial, entendido este concepto como el servicio a núcleos de población con una demanda insuficiente para ser rentables. Además, al ser la administración quien diseña los itinerarios e impone los horarios, también debería hacer posible una mayor integración entre los distintos servicios y modos de transporte.

Sin entrar a valorar los detalles bajo los que se sustentan los anteriores argumentos, la pregunta que debemos formular es si el mecanismo de licitaciones con exclusividad permite obtener los beneficios que se observan en los mercados abiertos a la competencia. Existen, esencialmente, dos elementos para el debate. El primero es si la “competencia por el mercado” es suficiente para conseguir una combinación de precios y calidad eficiente. El segundo es si en un sistema planificado la oferta puede adaptarse de manera dinámica a los cambios en la demanda. Otros argumentos a favor de la competencia regulada son garantizar la seguridad del servicio, la eficiencia energética y la contaminación ambiental. En este sentido, entendemos, que estos objetivos también pueden alcanzarse en un mercado liberalizado a través de algún tipo de regulación cualitativa.

Respecto la combinación precio-calidad, existe evidencia de que el resultado depende de hasta qué punto las características del contrato y del procedimiento de pujas incentivan la competencia entre operadores cuando realizan sus ofertas. Ejemplos de trabajos que analizan esta cuestión en el mercado de transporte por autobús son Beck y Walters (2013), Vigren (2018), Iossa y Waterson (2019) o, para el caso español, el ya citado de Asensio y Matas (2021).

La segunda pregunta planteada se refiere a si en un sistema planificado la oferta puede adaptarse de manera dinámica a cambios en la demanda. En el sistema de licitación vigente en España, el MITMA fija el origen, el destino, el itinerario y las paradas intermedias de cada ruta, en lo que se conoce como “mapa concesional”. La agrupación de distintas rutas de dicho mapa constituye la base de los contratos que se licitan. La capacidad de las empresas operadoras de llevar a cabo modificaciones de itinerarios u horarios está muy limitada, puesto que de otro modo se desvirtuaría el procedimiento de competencia descrito. Sin embargo, resulta evidente que en la medida en que el mapa perdure en el tiempo el servicio ofrecido se alejará de las necesidades de la demanda y algunas de las rutas resultarán obsoletas. Por ello, esta forma de licitar dificulta que la oferta se adapte de manera rápida y flexible a los cambios en la demanda y a los cambios en la oferta de los modos alternativos, tal y como ocurre en los mercados liberalizados. En estos últimos son las empresas quienes deciden acerca de las rutas e itinerarios a ofrecer. Según Van de Velde (2009), las mejoras en la configuración de determinadas redes de transporte regional están muy relacionadas con la capacidad de la empresa para realizar las adaptaciones necesarias a la demanda.

Un aspecto fundamental del “mapa concesional” es su combinación de rutas deficitarias con otras que pueden ser rentables. En este sentido, sería deseable clarificar qué parte de la red es deficitaria y valorar su continuidad en términos de análisis coste-beneficio, contemplando formas alternativas de servir la demanda. Si bien el nuevo mapa propuesto por el MITMA reducirá los actuales desajustes entre oferta y demanda, permanece el problema de falta de capacidad de la oferta para adaptarse a la demanda futura en un contexto de continuas transformaciones tecnológicas, urbanísticas y migratorias.

## 5. CONCLUSIONES

La evidencia académica disponible apoya la tesis de que la liberalización del mercado del autobús interurbano genera más efectos positivos que negativos. Aunque el número de trabajos es relativamente escaso, se observa que la apertura a la competencia permite obtener reducciones de precios y creación de nuevas rutas, con efectos progresivos sobre el bienestar dado el uso predominante del autobús interurbano por consumidores de rentas bajas. La comparación del caso español con el de países vecinos que han liberalizado su mercado muestra diferencias de precios significativas.

No obstante, la liberalización por sí sola no garantiza la existencia de mercados con suficiente competencia. Pueden existir barreras a la entrada provocadas por restricciones en el acceso a inputs esenciales (como las estaciones) y la concentración empresarial puede dar lugar a situaciones de monopolio que faciliten el bloqueo de la entrada de nuevos rivales. En estos casos, es fundamental la actuación de las agencias reguladoras y las autoridades de defensa de la competencia.

Otro impacto negativo de la liberalización puede ser la pérdida de conexiones en áreas con baja densidad o elevados costes de operación, donde la prestación del servicio requiera de subvenciones. Dado que en un mercado abierto a la competencia resulta inviable sostener



estos servicios mediante subvenciones cruzadas pagadas por otros usuarios, debe valorarse en cada caso si es necesaria una aportación financiada con cargo al presupuesto, al igual que ocurre con cualquier otro servicio público deficitario.

Un análisis completo del mercado de transporte interurbano por carretera no puede ignorar la existencia de competencia intermodal. Tanto el ferrocarril como el automóvil compartido o incluso el transporte aéreo en determinadas distancias, pueden ser competidores del autobús. La existencia de estos modos puede evitar la aparición de comportamientos anticompetitivos, incluso cuando el grado de concentración de los operadores de autobús sea muy alto. No obstante, esta competencia intermodal puede verse distorsionada cuando algunos modos de transporte reciben subvenciones o si los pagos que deben realizar por utilizar sus respectivas infraestructuras no se calculan según unos criterios comunes.

El sistema de concesiones competitivas vigente en España puede, en principio, alcanzar equilibrios similares a las de un mercado liberalizado, siempre que las características del concurso detalladas en los pliegos incentiven el comportamiento competitivo de los operadores al pujar por los contratos. Sin embargo, cuando este sistema se apoya en las subvenciones cruzadas para garantizar el servicio de rutas deficitarias, el autobús se encuentra con dificultades para competir con otros modos que no deben asumir dichos costes. Más difícil es que el sistema de concesiones permita que la oferta se adapte a cambios en la demanda, creando nuevas rutas, o aprovechando las que ofrezcan nuevas tecnologías. Ello es debido a que las características de los itinerarios son decididas de antemano por la administración. Otorgar flexibilidad a los concesionarios para modificar los contratos haría que se desvirtuase el mecanismo competitivo empleado en su adjudicación.

## Referencias

- AARHAUG, J., FARSTAD, E., FEARNLEY, N. y HALSE, A. H. (2018). Express coaches: An up-hill battle after liberalization? *Research in Transportation Economics*, 72, pp. 82-91.
- AARHAUG, J. y FEARNLEY, N. (2016). Deregulation of the Norwegian long distance express coach market. *Transport Policy*, 46, pp. 1-6.
- AMT. (2022a). *PARECER N.º 28/AMT/2022*. Lisboa: Autoridade da Mobilidade e dos Transportes.
- AMT. (2022b). *Avaliação do regime jurídico de acesso e de exploração do serviço público de transporte de passageiros "Expresso"*. Lisboa: Autoridade da Mobilidade e dos Transportes.
- ART. (2019). *Rapport annuel sur le marché du transport par autocar et sur les gares routières en France en 2018*. París: Autorité de Régulation des Transports.
- ART. (2020). *Rapport annuel sur le marché du transport par autocar et sur les gares routières en France en 2019*, París: Autorité de Régulation des Transports.
- ASENSIO, J. y MATAS, A. (2021). The impact of "competition for the market" regulatory designs on intercity bus prices. *IEB Working Paper*, 2021/06.
- ASENSIO, J., MATAS, A. y RUIZ, A. K. (2016). *Competencia en el transporte interurbano de viajeros por carretera. Análisis económico de los procesos de licitación y su influencia sobre las tarifas*. Estudios sobre la Economía Española - 2016/01 FEDEA. Madrid.
- AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE. (2014). *Avis n° 14-A-05 du 27 février 2014 relatif au fonctionnement concurrentiel du marché du transport interrégional régulier par autocar*. París.

- BECK, A. y WALTER, M. (2013). Factors affecting tender prices in local bus transport evidence from Germany. *Journal of Transport Economics and Policy*, 47(2), pp. 265-278.
- BERGANTINO, A., INTINI, M. y LAROSA, V. (2019). Quali strategie di prezzo nel mercato delle autolinee a media e lunga percorrenza? Flixbus e gli effetti della concorrenza intramodale e intermodale sull'asse Sud-Nord Italia. *Rivista di Economia e Politica dei Trasporti*, 1.
- BERIA, P., y BERTOLIN, A. (2019). Evolving long-distance passenger services. Market concentration, fares and specialisation patterns in Italy. *Research in Transportation Economics*, 74, pp. 77-92.
- BERIA, P., LUNKAR, V. y TOLENTINO, S. (2022). *Rapporto sul Mercato delle Autolinee a Lunga Percorrenza in Italia. Anno 2021*. TRASPOL Report 1/22 & CheckMyBus. Milano, Italia.
- BLAYAC, T. y BOUGETTE, P. (2017). Should I go by bus? The liberalization of the long-distance bus industry in France. *Transport Policy*, 56, pp. 50-62.
- BLAYAC, T. y BOUGETTE, P. (2020). Bus longue distance en France : ouverture, consolidation et perspectives intermodales. *TI&M* 521, pp. 37-42.
- BLAYAC, T. y BOUGETTE, P. (2022). What can be expected from mergers after deregulation? The case of the long-distance bus industry in France. *Review of Industrial Organization*.
- BOMBOLINI, S. y MAGGI, E. (2019). Liberalizzazione e dinamiche di mercato in Europa nel settore di autotrasporto passeggeri su medio-lunga distanza. *Rivista di Economia e Politica dei Trasporti*, 1.
- CNC (2008). *Informe sobre la competencia en el transporte interurbano de viajeros en autobús en España*. Madrid: Comisión Nacional de la Competencia.
- CROSS, A. y KILVINGTON, R. (1986). *Deregulation of Express and Excursions & Tours Coach Services in Britain*. Gower, Aldershot.
- CROZET, Y. y GUIHÉRY, L. (2018). Deregulation of long distance coach services in France. *Research in Transportation Economics*, 69, pp. 284-289.
- DE HAAS, S., HEROLD, D. y SCHÄFER, J. T. (2022). Entry deterrence due to brand proliferation: Empirical evidence from the German interurban bus industry. *International Journal of Industrial Organization*, 83, 102844.
- DÜRR, N. S., HEIM, S. y HÜSCHEL RATH, K. (2016). Deregulation, competition, and consolidation: the case of the German interurban bus industry. *Journal of Transport Economics and Policy*, 50(2), pp. 164-188.
- DÜRR, N. S. y HÜSCHEL RATH, K. (2017). Patterns of entry and exit in the deregulated German interurban bus industry. *Transport Policy*, 59, pp. 196-208.
- ENNEN, D., SCHEELHAASE, J. y MAERTENS, S. (2021). Der deutsche Fernbusmarkt–mittelfristig wieder auf ursprünglichem Niveau? *Wirtschaftsdienst*, 101(7), pp. 559-564.
- FAGEDA, X. y SANSANO, S. (2018). Factors influencing prices and frequencies in the interurban bus market: Evidence from Europe. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 111, pp. 266-276.
- GAGGERO, A. A., OGRZEWALLA, L. y BUBALO, B. (2019). Pricing of the long-distance bus service in Europe: The case of Flixbus. *Economics of Transportation*, 19, 100120.
- GIPP, C. (2016). Economic Lessons from the Liberalization of the German Bus Market. *IRU Forum: Buses & Coaches at a Crossroads: Long-Distance and Innovation, Bruselas, 3/2/2016*.
- GIPP, C. (2017). Development of the German long distance coach market. *Curso de verano: El futuro de la movilidad colectiva, UIMP, Santander, 12/9/2017*.
- GRIMALDI, R., AUGUSTIN, K. y BERIA, P. (2017). Intercity coach liberalisation. The cases of Germany and Italy. *Transportation Research Procedia*, 25, pp. 474-490.
- IGES (2019). Fernbusmarkt: mehr Linien und höhere Preise. Disponible en: [https://www.iges.com/kunden/mobilitaet/forschungsergebnisse/fernbusmarkt/index\\_ger.html](https://www.iges.com/kunden/mobilitaet/forschungsergebnisse/fernbusmarkt/index_ger.html) (última consulta: 1/11/2022).

- IOSSA, E. y WATERSON, M. (2019). Maintaining competition in recurrent procurement contracts: A case study on the London bus market. *Transport Policy*, 75, pp. 141-149.
- KNORR, A. y LUEG-ARNDT, A. (2016). Intercity bus deregulation in Germany—Intramodal and intermodal effects after two years. *Research in Transportation Economics*, 59, pp. 323-329.
- LUNKAR, V., BERIA, P. y TOLENTINO, S. (2022). Out of the spotlight: Four years of Italian coach market prices. *Research in Transportation Business & Management*, 43, 100798.
- MITMA. (2021). *Observatorio del Transporte de Viajeros por Carretera. Contratos de Gestión de la Administración General del Estado*. Madrid: Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.
- NASH, C. y SMITH, A. (2020). Public transport procurement in Britain. *Research in Transportation Economics*, 81, 100847.
- OCDE. (2018). *Competition Assessment Reviews: Portugal*. París: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.
- REYNOLDS, T. (2018). *The UK scheduled express coach market—its economic structure and consequent entry, exit and operation by small and medium firms*. Tesis doctoral. Londres: University of Westminster.
- REYNOLDS, T. y WHITE, P. (2022). Forty years’ experience of deregulated express coach services in Britain. *Research in Transportation Economics*, 101181.
- ROBBINS, D. K. y WHITE, P. R. (1986). The experience of express coach deregulation in Great Britain. *Transportation*, 13(4), pp. 359-384.
- THOMPSON, D. y WHITFIELD, A. (1995). Express coaching: privatisation, incumbent advantage and the competitive process. En M. BISHOP, J. KAY y C. MAYER (eds), *The regulatory challenge* (pp. 18-42). Oxford University Press.
- VAN DE VELDE, D. (2009) Long-distance bus services in Europe. Concessions or free market? *Discussion paper 2009-21*, Joint Transport Research Centre OECD/ITF.
- VAN DE VELDE, D. (2014). Market initiative regimes in public transport in Europe: Recent developments. *Research in Transportation Economics*, 48, pp. 33-40.
- VIGREN, A. (2018). How many want to drive the bus? Analyzing the number of bids for public transport bus contracts. *Transport Policy*, 72, pp. 138-147.
- WALTER, M., HAUNERLAND, F. y MOLL, R. (2011). Heavily regulated, but promising prospects: Entry in the German Express Coach Market. *Transport Policy*, 18(2), pp. 373-381.
- WHITE, P. (2001). *Interurban Coach Services in Europe*. 114 OECD Transport Economics Round Table, París.