



FlixBus ve a México como el “mercado ideal” para replicar el crecimiento que tuvo en Chile

■ La firma de viajes a bajo costo en autobús espera lanzar su operación en el país norteamericano durante el primer semestre de 2025.

POR DÉBORAH DONOSO

México será el tercer mercado latinoamericano en el que aterrizará la gigante alemana FlixBus, una firma que ofrece viajes a bajo costo en autobús.

Al respecto, el fundador y CEO, André Schwämmlein, explicó a **DFSUD** que el país es atractivo por “su rica cultura de viajes en autobús”, lo que lo hace “el mercado ideal” para su crecimiento.

“México es el tercer mayor mercado de buses del mundo, con un potencial anual estimado entre 6.000 y 8.000 millones de euros (unos US\$ 6.500 y 8.600 millones)”, detalló el empresario.

Y añadió que la tradición local “se alinea con la experiencia de FlixBus, que ofrece

opciones de viaje asequibles, tecnológicos y sostenibles”.

“Vemos a México como un mercado ideal para el crecimiento y nuestro objetivo es replicar el éxito que hemos tenido en otros mercados de

US\$
8.600
MILLONES

AL AÑO MUEVE LA
INDUSTRIA DE LOS
AUTOBUSES EN MÉXICO.

América Latina, como Brasil y Chile”, añadió.

Actualmente, FlixBus tiene un equipo en terreno en la nación norteamericana, que está trabajando en el lanzamiento de los servicios “para el primer semestre de 2025”.

La firma está optimista con esos planes, porque dice conocer bien el mercado, considerando que desde marzo de 2023 opera junto a Greyhound.

Y, si bien Schwämmlein evitó dar más detalles de la hoja de ruta, consideró que “la combinación de plataformas digitales de reserva, soluciones de viaje sostenibles y precios competitivos de FlixBus la posicionan bien para sumarse al mercado tradicional”.

Agregó que “las nuevas líneas llevarán la marca FlixBus (no Greyhound) y serán operadas por nuestros socios mexicanos, centrados en una red doméstica”.

Consultado sobre cuánto

están invirtiendo para llegar a México, el ejecutivo dijo que serán “sustanciales” y que esos fondos se utilizarán “para construir una red de autobuses competitiva en la región” que permita, además, crear un “importante” número de puestos de trabajo.

La región

Sobre la posibilidad de abrir operación en otro país de la región, Schwämmlein señaló: “Como siempre, estamos evaluando y considerando constantemente cómo continuar nuestra estrategia de crecimiento rentable global”; sin embargo dijo- “en este momento, no podemos confirmar un nuevo lanzamiento”.

Hace un año la firma empezó a ofrecer sus servicios en Chile, su segunda operación en Latinoamérica.

“FlixBus ha tenido un éxito inmediato y una rápida expansión tanto en Chile como en Brasil, siendo el primero el que más éxito ha tenido hasta ahora”, subrayó.

Consultado respecto de las proyecciones para cerrar el año y hacia 2025, Schwämmlein comentó que “con el inicio de la temporada alta en Latinoamérica, esperamos seguir expandiéndonos e iniciar nuevas rutas y destinos”.

“Para 2025, nuestro plan es seguir aumentando nuestra cobertura y también aumentar gradualmente la frecuencia”, agregó.

Sobre una eventual Oferta Pública de Venta, como se rumoró en el mercado, Schwämmlein señaló que “no es una situación que comentemos”.