

“La consultoría de viajes corporativos ya no es un extra, sino el núcleo del servicio”

Virginia Vinuesa Country Manager de CTI en España

La transformación del business travel impulsa un nuevo papel para las TMC en un mercado donde personalización, eficiencia y capacidad global marcan la diferencia. Hablamos de ello con Virginia Vinuesa, Country Manager de CTI en España.

¿Cómo está evolucionando el rol de las Travel Management Company (TMC) en un entorno donde la tecnología, la automatización y la analítica tienen cada vez más peso?

El papel de las TMC está viviendo una transformación profunda: hemos pasado de ser meros gestores de viajes a convertirnos en socios estratégicos que ayudan a las empresas a tomar decisiones basadas en datos: La consultoría de viajes corporativos ya no es un “extra”: es el núcleo del servicio.

La tecnología, la automatización y la analítica son esenciales, pero el verdadero valor surge al interpretar esos datos y transformarlos en decisiones que optimizan costes, mejoran la experiencia del viajero y reducen riesgos. Este nuevo modelo exige inversiones significativas en plataformas avanzadas y talento altamente especializado, lo que está acelerando la consolidación del sector.

En Cisalpina Tours Spain hemos apostado por un enfoque diferencial: todos nuestros clientes cuentan con un Account Manager senior, perfiles de alto nivel tradicionalmente reservados a grandes corporaciones. Nuestra fortaleza es clara: convertimos tecnología en decisiones estratégicas y decisiones en resultados medibles.

¿Qué papel juega la sostenibilidad en la toma de decisiones de viaje y cómo están respondiendo las empresas?

Con el endurecimiento regulatorio, la sostenibilidad como eje estratégico se va a priorizar cada vez más: objetivos de reducción vinculados al programa de viajes y datos comparables, auditables y en tiempo real exigen una nueva adaptación tecnológica de las TMCs; Se generalizan los presupuestos de carbono y la búsqueda de alternativas de menor impacto como parte de las propuestas de viaje. La TMC, además, debe ayudar a seleccionar proveedores según su desempeño ambiental, compromisos SAF y transparencia, elementos cada vez más presentes en los acuerdos corporativos. Algo

que desde CTI venimos haciendo desde hace años.

La compañía forma parte del grupo MSC y cuenta con una fuerte red global. ¿Cómo influye esta estructura en la propuesta de valor para los clientes?

El Grupo MSC, presente en más de 150 países y compuesto por decenas de empresas líderes, aporta a Cisalpina Tours Spain una base empresarial excepcionalmente sólida, respaldada por una visión de largo plazo, estabilidad financiera y una capacidad de inversión que

CTI España defiende un modelo de gestión de viajes corporativos basado en la consultoría estratégica y el uso inteligente de la tecnología para optimizar costes y mejorar la experiencia del viajero



muy pocas compañías del sector pueden igualar. Esta estructura nos permite operar con seguridad, continuidad y una capacidad real de crecimiento, incluso en un mercado tan exigente como el del business travel.

Además, el peso global del grupo nos otorga un poder de negociación muy superior, que se traduce directamente en valor para nuestros clientes, con acceso a tarifas preferentes gracias a nuestros volúmenes internacionales. Cada cliente de CTI cuenta con planes de ahorro personalizados, y modelos de fees adaptados a cada empresa, independientemente de su tamaño o complejidad.

Cisalpina Tours International es líder en business travel en Italia y opera con filiales propias en nueve países, lo que nos permite ofrecer consolidación internacional a quienes la necesitan, man-

La compañía apuesta por trasladar al mercado español la fortaleza internacional del Grupo MSC y prestar una atención adaptada a las necesidades de cada empresa

teniendo siempre la flexibilidad y la adaptación local que nos caracteriza. Tras más de 25 años dedicados al business travel, es un honor formar parte de un grupo y un equipo que combinan escala global, excelencia operativa y un enfoque profundamente consultivo.

CTI es uno de los principales actores europeos en gestión de viajes corporativos. ¿Qué objetivos persigue su implantación en España dentro del plan de expansión internacional?

Responde a un objetivo claro: aportar al mercado una gestión integral y altamente profesionalizada, actuando como un punto único de coordinación en reservas, pagos, reporting, duty of care, OBs, servicio offline y relación con proveedores. El mercado español está dominado por pequeñas y medianas empresas que necesitan flexibilidad, cercanía y personalización, pero sin renunciar al control del gasto y a la eficiencia. Frente a modelos globales que priorizan la estandarización, CTI España ofrece una propuesta adaptada a la realidad local, combinando tecnología, consultoría y un servicio altamente personalizado. Entre las prácticas más valoradas destacan: Horario extendido de 08:00 a 20:00, con servicio propio de emergencias. Pre pago de hoteles, coches y otros servicios, facilitando la operativa financiera del cliente. Registro completo de datos en punto de venta, incluyendo referencias contables definidas por cada empresa. Esto permite localizar viajeros en caso de emergencia, generar ficheros contables e informes personalizados y trabajar con terceros según las necesidades del cliente, todo ello gracias a nuestra plataforma tecnológica integral.

De la que se pueden beneficiar todo tipo de clientes...

Nuestro enfoque es claro: ningún cliente es pequeño. Ofrecemos un servicio completo y personalizado, con modelos de fees y planes de ahorro adaptados a cada empresa, y acceso a tarifas preferentes gracias a nuestros volúmenes globales y a nuestras negociaciones internacionales.

La solidez del Grupo MSC, nuestro liderazgo en Italia y nuestras relaciones preferentes con proveedores nos permiten crecer en España de forma sostenible, buscando partners con los que construir relaciones a largo plazo y expandirnos de manera consolidada a nivel global, regional y local, en todos los sectores y segmentos.

