

5d

Cinco Días.  
Fin de semana 1 y 2  
de diciembre 2007

MARIETA DEL RIVERO: "En Nokia  
está prohibido usar el correo  
electrónico en fin de semana"

PÁGINAS 4 Y 5

# EMPLEO y DIRECTIVOS

## LA MEMORIA DE PUJOL

El ex presidente  
de la Generalitat  
rememora, en la  
primera entrega de  
sus recuerdos, su  
inicio en la política

PÁGINA 7

## DESPACHO



## AIRES DEL COSMOS EN BRU & BRU

Ana Bru dirige la  
agencia de viajes  
exclusivos desde  
un atillo cómplice  
de su próxima  
aventura espacial

PÁGINA 8

## ¿HAY QUE PEDIR PERDÓN?

El profesor del IE  
Javier Roza analiza  
cómo motivan  
las empresas  
a sus equipos  
de profesionales

PÁGINA 6

# Desajustes entre la oferta y la demanda de empleo

El candidato tiene más  
formación que la que requiere  
el puesto, no concibe  
la movilidad geográfica  
y quiere ganar más  
de lo que le ofrecen

PÁGINAS 2 Y 3



## Secretos de despacho



JORDI PARRA

## Aires espaciales en Bru &amp; Bru

La propietaria de la agencia será la primera española que realice un vuelo suborbital

ROSARIO CORRERO Barcelona

Ana Bru lleva las ganas de abrir nuevos caminos en las venas. Su padre, Lluís Bru, lanzó en los años cincuenta la primera lavadora española con turbina -marca Bru- y en los años sesenta, la primera automática. "Recuerdo que siempre lo acompañaba cuando viajaba por trabajo, sobre todo a las ferias que se celebraban en Francia y en Alemania", explica. Probablemente en esas expediciones empezó a fraguarse su amor por los viajes.

Hace dos años, y con una experiencia de 23 en el sector, se lanzó a crear una nueva agencia: Bru & Bru. Previamente había dado sentido al término *luxury travel*, en otra agencia de la que fue accionista mayoritaria y de la que acabó desvinculándose, "llegó un momento en que todo el mundo hacía lo mismo, el concepto ya estaba descolorido y me atraía más crear otra agencia, más pequeña, más exclusiva, con una motivación diferente y enfocada al diseño de viajes exclusivos". Reconoce que le atrae más poner un proyecto en marcha que trabajar en uno que ya funciona.

Ana Bru dirige esta nueva agencia desde un despacho ubicado en el altílo del mismo local donde se atiende a los clientes. Se accede por una escalera de caracol y enseguida se advierte el orden que reina en un espacio salpicado de lo que ella misma define como "fetiches". Son regalos traídos de todos los rincones del mundo: banderines bendecidos en un templo de Bután al que no está permitido el acceso de turistas, un co-

llar de la Isla de Pascua, un peine de Birmania, un reposacabezas que utiliza una tribu de Namibia. Todos ellos se mezclan con una fotografía de los Reyes dedicada y un par de fotos personales. En una de ellas aparece su marido y en la otra, su hija Carla, de nueve años.

Pero entre todos los objetos del despacho hay uno que llama especialmente la atención. Se trata de un astronauta hinchable que lleva su cara superpuesta y es el privilegio de quien, como ella, será uno de los primeros turistas en viajar al espacio en el primer semestre de 2009 con Virgin Galactic.

## En 2009 será astronauta

Ana Bru será la primera mujer española en viajar al espacio en un vuelo suborbital de Virgin Galactic, siguiendo su máxima de no ofrecer nada a los clientes que antes no se haya probado.

Su agencia está entre las nueve europeas que pueden comercializar billetes para convertirse en astronauta durante dos horas y media, el tiempo que dura el viaje a bordo de la Space Ship Two (SS2). Los requisitos: ser una persona

sana y mayor de edad. Antes de realizar el vuelo deberá pasar por diferentes pruebas médicas y un entrenamiento específico. Ana asegura que desde el momento en que sabes que vas a viajar al espacio, el estilo de vida cambia. "Tienes que intentar estar en buena forma física y llevar una vida saludable". De momento, ya han sido 200 personas en todo el mundo las que han reservado su

que su agencia sea la única en España que puede vender los billetes para estos vuelos es la demostración de que se trata de una agencia enfocada a la exclusividad. "Ponemos a disposición del cliente lugares únicos, que están fuera del alcance de las grandes compañías, que no están en el mercado. Son islas particulares, yates o casas fabulosas que sus propietarios sólo visitan dos o tres veces al año, y a las que tenemos acceso únicamente siete agencias en todo el mundo".

El problema es que para ofrecer lo mejor y lo más exclusivo tienes que co-

**Reconoce que le atrae más poner un proyecto en marcha que trabajar en uno que ya funciona**

nocerlo todo, cuenta Ana. "A veces desayuno, como y cenó tres veces al día, para estar al tanto de lo que pasa en el sector", cuenta. Ese conocimiento incluye frecuentes viajes para conocer de primera mano las estancias y las experiencias que luego ofrecerá a sus clientes. "No recomendamos nada que primero no hayamos probado", asegura. Su próxima cita es Omán, para opinar sobre unas instalaciones que están a punto de abrirse. Ahora es otro empleado de Bru & Bru el que está en Argentina revisando las estancias, las excursiones y las actividades que empezarán a ofrecer en breve a los clientes.

Cuando no viaja, Ana llega a la agencia pasadas las ocho de la mañana. Le encanta ese rato, "antes de que empiece todo el mundo a las nueve"; que le permite ponerse al día con tranquilidad y tomarse la primera taza de ese café "tan importante para mí y que forma parte de mi vida". Los clientes llegan siempre con una cita programada "para que no haya interrupciones y para poder dedicarle el tiempo que haga falta". En el horario no tiene límite, sólo lo interrumpe por una serie de obligaciones autoimpuestas, como llevar a su hija a sus clases de ballet e ir a recogerla.

También le gusta estar al tanto de la agenda de sus clientes. "Si sé que están aterrizando, los llamo; a otros los vamos a buscar a casa para ir al aeropuerto, es un trato muy personalizado". Una manera de trabajar incompatible con el crecimiento exagerado de la propia agencia. "Claro, si tuviera 4.000 viajes a la vez, no podría hacerlo".

