

C2

La revista de CLAVE
14 de feb 2008.

ANUNCIANTES

JCE	31
Tricom	33
Farmax	35
Serly	37
Magna Motors	39
Sema	41
PLD	43
Induveca	45
Banco Popular	47
Presidente	48

CONTENIDO

Cover Story	30-31
Diálogo	32-33
Batidora	34-39
Club C	40
Tech	42
Protagonistas	44
Deportes	46-47



LOS SABORES DEL AMOR

COVER STORY. Dulce y amargo, así es el amor. En 23 años 362,877 parejas pusieron fin a su matrimonio. Pero también tiene millones de cosas positivas y lo mejor de todo es que se puede sentir por los amigos, por la familia, la pareja y hasta por el trabajo.

EN EL DIÁLOGO. Gal Costa, la estrella de la música brasileña, nos habla de su pasión por el canto. **CLUB.C.** trae las mejores opciones para sorprender a tus seres queridos en este San Valentín. FOTO **ORLANDO RAMOS** PÁGS 30-31, 32-33 y 40

Con Voz Propia
Silvia Urarte

ASESORA EN RSC, ESPAÑA

"La gente es sensible al grado de RS empresarial"

■ **¿Qué mensaje de Responsabilidad Social Corporativa les transmite usted a las empresas dominicanas?**

Que es el compromiso que adquieren con la transmisión de valores, con acciones que garanticen el bienestar y la calidad de vida de los trabajadores, con la preservación del medio ambiente, con el alivio de la pobreza, con la comunicación transparente.

■ **¿Por qué es importante para las empresas de países en vías de desarrollo la RSC?**

Los consumidores de hoy son cada vez más sensibles al grado de responsabilidad de las empresas que comercializan los productos que consumen y ejercen presión sobre éstas para que apliquen las políticas que ellos consideran justas.

■ **¿Cuáles son los puestos claves en la empresa por involucrarse en la RSC?**

La RSC tiene que estar impulsada por el más alto nivel de la organización.

■ **Su empresa, Conética, entrega un premio de RSC a las empresas españolas. ¿Qué criterios siguen?**

Nuestra metodología divide la RSC en lo que nosotros denominamos las cuatro "es" de la RSC: la económica, la emocional interna, la ética y la estimulante.



DNI

Cargo: Directora general de Conética, Barcelona

Actividad: Ofrecerá un curso de RSC el 29 de febrero y 1 de marzo, hotel Santo Domingo.

OBSEQUIO > EL JEEP FUE LLEVADO HASTA LA CASA DEL GALARDONADO ARTISTA

Una nueva llave para Juan Luis



Guerra conduce un modelo premiado en la industria automotriz. F. EXTERNA

Además de su nuevo Grammy, el cantautor estrenó vehículo

Por REDACCIÓN CLAVE

Juan Luis Guerra tiene muchas razones para celebrar, aún festeja sus seis Grammy Latino y el gramófono que obtuvo el pasado domingo en la quincuagésima entrega de los Grammy norteamericanos, celebrada en Los Ángeles.

A esto se suma que recientemente el fabricante de vehículos Jeep Chrysler Ltd le obsequió, a través de sus oficinas en Puerto

Rico, un jeep Wrangler Rubicon de cuatro puertas.

Después de todos sus éxitos musicales y su labor altruista en favor de los damnificados de la tormenta Noel "era obvio que este ícono representativo de toda América Latina, había, con creces, sido merecedor de conducir una de nuestras marcas" manifestó Ray Lugo, gerente regional de Chrysler Internacional Servicios, al entregar las llaves del vehículo al artista en su residencia.

En casa de Juan Luis también estuvieron Clara E. Reid de Frankenberg y José Antonio Barretto,



Era obvio que este ícono de América Latina había sido merecedor de conducir una de nuestras marcas".

RAY LUGO

Gerente regional de Chrysler Internacional

presidente y gerente de ventas, respectivamente, de Reid & Compañía, C. por A., concesionaria de esta marca en la República Dominicana.

El vehículo, que en el caso del intérprete de "La llave de mi corazón" es de color verde rescate metálico, ganó el premio a la "mejor novedad en 2008" de la revista Popular Science, también ganó el premio al 4x4 del año de la revista Four Wheeler.

Según el editor de la publicación, Douglas McColloch, el modelo igual al que ya tiene en su cochera Guerra "superó con creces a un grupo de rivales altamente competitivo".

Es la primera vez que este vehículo se vende con carrocería de cuatro puertas.

VUELO > DE BARCELONA A VIENA

El amor florecerá en las alturas

Dos empresas organizan citas a ciegas en un avión

Un avión de la aerolínea SkyEurope estará repleto de posibles parejas este sábado 16 cuando 30

usuarios del portal Match.com conozcan a otras personas durante un vuelo que cubrirá el trayecto Barcelona-Viena.

El "flechazo" en el aire tiene un costo de 140 euros, precio que incluye los boletos de ida y vuelta, alojamiento en un hotel de cuatro estrellas, un paseo por la capital austriaca y una fiesta en un local de moda de la ciudad.

Una vez dentro de la aeronave, las mujeres recibirán un número de asiento, mientras que los hombres se sentarán en su primera nú-

mero de su tarjeta "skydate", y cuando el vuelo haya despegado una señal dará inicio al "Skydate", que consistirá en hablar por cinco minutos con diez personas diferentes y al final elegirán con quien desean conversar por más tiempo.

La iniciativa ya fue organizada el pasado 27 de junio durante un vuelo de Bruselas a Viena, la diferencia con esta travesía está en que en esta oportunidad participarán los 30 usuarios de Match.com. **CLAVE**

CINE > LA PELÍCULA SERÁ VENDIDA EN DVD CON EL PROPÓSITO DE QUE LLEGUE A MUCHOS MÁS ESPECTADORES

Una historia real que se traslada a la gran pantalla

Filme sobre el presidente ruso se distribuirá hoy

La historia de amor del presidente ruso Vladimir Putin y su esposa Ludmila se venderá en DVD.

La película titulada "un beso. No para publicarlo", que ya fue presentada en Moscú, trata sobre un héroe que tiene un trabajo secreto, practica artes marciales, habla a la perfección el alemán, se casa con una azafata con la que tiene dos hijas y finalmente, llega

a ser presidente (como Putin).

El guión fue escrito en 2001 y al año siguiente estaba casi listo, a la espera de unas escenas que se filmaron en Alemania en 2003.

Los creadores eligieron la simbólica fecha del 14 de febrero para distribuirlo en DVD.

La decisión de presentarla en ese formato se debe a que desean que llegue a pueblos donde no hay salas de cine. "Es una película sobre los valores familiares, para verla en familia", asegura el productor, Anatoli Voropáyev. **CLAVE**



La vida de la pareja estará en DVD.

LA MIRADA
INSOLENTE



Patricia
Mora

PRESOS DE LA EMPRESA

Las empresas y organizaciones tienen eso, desde la más grande a la más pequeña: generan un ambiente que unos adoptan como lugar de paso, y otros como residencia. Los residentes se dividen en los auténticamente "fieles", que llevados por sus principios y lealtad hacia los fundadores se mantienen dando lo mejor de sí sin ambiciones desmesuradas; y aquellos "cabilderos" que por defender su terreno, están dispuestos a todo. Son aquel grupo que decidió permanecer aferrado a los brazos de su silla con uñas y dientes. Encontraron un hueco por donde entrar y supieron cómo mover las piezas para quedarse, a veces en el mismo sitio, y muchas otras, ascender a cargos inverosímiles. No lograron vivir una vida personal gratificante, y sus mediocridades y complejos los convirtieron en presos corporativos: en ningún otro sitio podrían asentarse por su falta de capacidad real.

Las organizaciones lo saben, conocen a unos y otros y los utilizan para mantener su engranaje. Los que van entrando son los que tienen que observar el terreno y saber que habrá que establecer una clara estrategia de supervivencia.



La autora es periodista

El elenco

El papel de Vladimir Putin, que en la película se llama Plátov, apellido que habría utilizado el presidente ruso cuando estudiaba en la escuela de la KGB, lo interpreta Andréi Panin, mientras que el de su esposa Ludmila, una mujer que huye de las cámaras, es encarnado por Daria Mijáilova. La directora de la película, Olga Zhúlina, ha tratado de mostrar al mandatario ruso como un hombre "común", amante esposo y padre de familia.