

LO ÚLTIMO

SNACKS
TWISTOS LANZA CAMPAÑA Y RENUEVA IMAGEN

PepsiCo Alimentos develó la nueva campaña publicitaria y el refrescamiento de imagen de la marca de galletas Twistos, ahora con una presentación que destaca la diferencia entre los sabores que ofrece. Bajo el lema **Queremos Todo**, la campaña de Twistos busca satisfacer el deseo femenino de mantener un equilibrio de sentimientos en diferentes aspectos de la vida. Inspirado en la historia de la Princesa y el Sapo se demuestra el inconformismo de la mujer de una manera divertida. La chica que encuentra un sapo, protagonista de la historia, pone a prueba el cuento infantil; lo besa y automáticamente se convierte en príncipe. La campaña muestra que un beso es suficiente



QUEREMOS TODO
TWISTOS TE DA TODO
¡QUELE EN TU BREAK RICO Y SANO!

para tener un príncipe o un sapo, según convenga. Con respecto al nuevo empaque, luego de dos años en el mercado, presenta un look más moderno y apetitoso, con colores que representan los sabores que ofrece. Los de queso blanco suave se podrán identificar con el amarillo; jamón ahumado con rosa; tomate y aceite de oliva con verde; azul para queso azul y rojo las de sabor a capresa.

EL LANZAMIENTO

BEBIDAS
JUXX PROPONE LOS BENEFICIOS DEL CRANBERRY

JuXX es la marca de un jugo natural de cranberry que ya está en el mercado venezolano para ofrecer una opción de alta concentración de esta fruta con

propiedades antioxidantes. Esta bebida es baja en sodio, es natural y llega a los consumidores en envase Tetrapak de 990 ml y lata 248 ml. No contiene colorantes, aditivos químicos, ni preservantes. Está la versión original y Cero, sin azúcar añadida, endulzada con Splenda. El añadano rojo es conocido por sus propiedades antioxidantes, antibióticas y antiinflamatorias.



RECONOCIMIENTO

DELOITTE SE UBICA COMO LA FIRMA NÚMERO UNO

La firma de servicios profesionales Deloitte se colocó como la firma número uno en facturación a nivel mundial, según los resultados del año fiscal que finalizó el 31 de mayo de 2013. Deloitte es ahora la más grande entre las Big Four, obteniendo un crecimiento de 3,5%. "Nuestro continuo crecimiento es un auténtico testimonio del enfoque de Deloitte centrado en el cliente. Deloitte ha hecho inversiones estratégicas en mercados importantes, en negocios correctos y en gente talentosa. En consecuencia, Deloitte está ayudando a muchos más clientes a navegar en el cambiante ambiente comercial", dijo Barry Salzberg, presidente ejecutivo global de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL).

"A pesar de grandes fluctuaciones económicas en ciertas regiones, los clientes están buscando la serie completa de servicios y asesoramiento de Deloitte al invertir en innovación y otros catalizadores del crecimiento".

La demanda de los servicios de categoría mundial de Deloitte, singularmente adaptados a las necesidades en evolución de los clientes en distintos mercados y sectores, ha dado lugar a sucesivos años de crecimiento. Deloitte está haciendo grandes inversiones en talento para proporcionar a los clientes servicios de alta calidad.

HAGA CLICK

Amplíe la información de Universo Empresarial en:

NOTAS DE INTERÉS

ISKIA ABRE TIENDA EN ALTAMIRA

Iskia continúa su crecimiento al abrir una nueva sucursal en Caracas, ubicada en el centro comercial Altamira Village.

El local cuenta en su oferta con todas las líneas de vajillas, cristalería, muebles, electrodomésticos y la boutique que agrupa una muestra del talento venezolano en materia de moda y accesorios.

Como protagonista, su más reciente creación, la marca Iconic by Iskia, con piezas de ropa, accesorios y carteras que marcan tendencia.

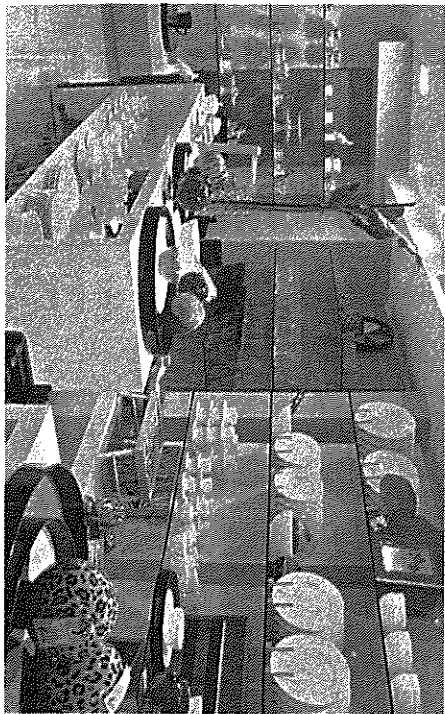
VODKA DE CELIVECA

Celiveca lanzó la línea de vodka Relative, de alta calidad y pureza, elaborado con productos nacionales bajo estrictos controles de calidad y óptima materia prima, con una presentación que compite con otras bebidas similares, tanto locales como importadas, pero que además del tradicional vodka puro, se presenta en tres versiones con sabores a fresa, jímón y mora. Este vodka es presentado en botellas con moldes de diseño propio.



EN LÍNEA CON I PREVENCIÓN

Estée Lauder Companies zuela se unió a la Campa bal de Concientización di de Mama 2013 del grupo mos a desfiar el cáncr ma. Juntos somos más f En las instalaciones de la nización se realizó una s charlas con los emplead marcas Estée Lauder, Cli MAC, ADF (Aramis & De Fragrances) con el fin de conciencia en nosotros n y llamar a la concientizac bre esta enfermedad", in Rommel Medina, gerente RR.HH. de Estée Lauder.



THOMAS SABO EN VENEZUELA

La firma alemana Thomas Sabo, que compite en el segmento de joyería, relojería y belleza, inauguró su sede en el nivel California del centro comercial Líder, en Caracas, ciudad que se une a París, Londres y Las

lle, el conocimiento de las tendencias, su sensibilidad por los materiales empleados y las exigencias en lo que respecta a la elaboración y a la calidad del producto. Las joyas son elaboradas con plata 925 libbre de níquel, que favorece especialmente a las

