



Carla Cevallos Romo
CONCEJALA
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

[Firma manuscrita]
17/09/2018

Oficio No.-3622-CCR-DMQ
Quito D.M, 13 de septiembre de 2018

Doctor
Mauricio Rodas Espinel
ALCALDE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.

En su despacho:

Reciba un atento y cordial saludo. Por medio del presente me permito poner en consideración para que se entregue la Mención de Honor "Marieta de Veintimilla" por los servicios relevantes a la Ciudad, de acuerdo a lo establecido en el artículo 44 de la Ordenanza Metropolitana 224, sancionada el 11 de abril del 2012, a la empresa OLYMPIC JUICE OLYJUICE CIA. LTDA., con su marca emblemática "ORANGINE", por sus 104 años de trayectoria, pues su marca en los sabores de naranja y mora se han convertido en parte de la gastronomía típica quiteña. Para lo cual adjunto la información pertinente que justifica mi pedido.

Por la atención dada al presente le anticipo mis agradecimientos.

Atentamente,

[Firma manuscrita]

Carla Cevallos Romo
CONCEJALA METROPOLITANA DE QUITO

C.C. Abg. Diego Cevallos
SECRETARIO GENERAL DEL CONCEJO

Adjunto lo indicado

QUITO SECRETARÍA GENERAL DEL CONCEJO
ALCALDÍA **RECEPCIÓN**

Fecha: **17 SEP 2018** Hora **9:46**

Nº. HOJAS **TRES**
Recibido por: *[Firma]*

OLYMPIC JUICE OLYJUICE CIA. LTDA.
MANUFACTURING NATURAL PRODUCTS



En el año de 1914 nace la Cervecería La Victoria en la Quebrada de Jerusalén, sector próximo a El Panecillo, así se daba inicio a un sueño que con el pasar de los años se convertirla en una de las marcas más queridas y recordadas por los ecuatorianos “Orangine” siendo sus productos preferidos el jugo de naranja y de mora. Con el correr de los tiempos la empresa transformó tanto sus estructuras exteriores como interiores, convirtiéndose en una de las más importantes del país.

Representatividad

El Jugo de Mora “Orangine” es una marca insigne y se ha ganado a lo largo de sus 104 años de vida, el corazón de los Quiteños siendo motivo de orgullo y acompañando la tradición culinaria que nos representa y vincula. El ritual tanto de la preparación de los alimentos así como el compartir nuestra comida típica en familia, hoy en día resulta incompleto si no es con una “Orangine” de Mora sobre la mesa, por esa razón la marca está presente en cerca de 40.000 puntos de venta a nivel nacional.

De la mano de la innovación “Orangine” ha logrado permanecer en el mercado a pesar del cambio de los tiempos siempre dejando muy en alto su calidad, su gente y por sobre todo

sus orígenes; esto hace que “Orangine” de Mora sea la perfecta embajadora de la tradición quiteña, de nuestras costumbres, idiosincrasia y de nuestros sabores más representativos haciendo que sigan vivos de generación en generación y garantizando su perdurabilidad en el tiempo inclusive a través de redes sociales.

Impacto Económico

Con un total de más de 200 familias beneficiadas directamente y más de 28.000 de manera indirecta en la actualidad “Orangine” forma parte del motor productivo de nuestra ciudad, con un crecimiento sostenido a través del tiempo, con inversión permanente para promover la innovación, talento humano y proveeduría nacional.

Vinculación con la Comunidad

El Jugo de Mora “Orangine” ha permitido que debido a la procedencia de su principal componente "la mora de castilla" se haya afianzado estrechos lazos comerciales con varias comunidades agricultoras en el país permitiéndoles desarrollarse y brindado el apoyo necesario para obtener un producto de calidad con un beneficio común. Este es el claro ejemplo de "ASOFAM" en la provincia de Tungurahua