# Análisis de Zonas Comerciales

Durante el primer bimestre de 2025, el comportamiento comercial de la marca CARMEL reflejó patrones de concentración de ventas y rentabilidad disímiles entre regiones.

## TOP 5 CARMEL

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CENTRO** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | **BOGOTA (67)** | 329.5 |  | **CHIA (91)** | 291.4 |
|  | **ARAUCA (138)** | 283.4 |  | **MOSQUERA (137)** | 277.7 |
|  | **BOGOTA (123)** | 267.4 |  | **BOGOTA (136)** | 266.2 |
|  | **CHIA (91)** | 262.3 |  | **BOGOTA (132)** | 252.6 |
|  | **MOSQUERA (137)** | 247.1 |  | **DUITAMA (100)** | 248.4 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | **BOGOTA (62)** | 17.0 |  | **BOGOTA (136)** | 12.6 |
| **BOGOTA (67)** | 10.9 |  | **CHIA (91)** | 11.7 |
| **BOGOTA (68)** | 10.1 |  | **BOGOTA (113)** | 11.4 |
| **BOGOTA (123)** | 6.0 |  | **MOSQUERA (137)** | 11.2 |
| **BOGOTA (124)** | 4.8 |  | **BOGOTA (132)** | 10.3 |

En **la región CENTRO**, Bogotá sobresale tanto en ventas como en utilidad, con múltiples zonas posicionadas en los rankings. No obstante, se identifican variaciones mensuales significativas en la posición de ciertas zonas, lo que revela una posible sensibilidad a factores operativos o de demanda. La alta rotación en el ranking entre enero y febrero indica una dinámica volátil, que podría requerir estabilización mediante estrategias de fidelización y fortalecimiento de canales de venta.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NORTE** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | **CUCUTA (31)** | 582.9 |  | **BARRANQUILLA (28)** | 384.9 |
|  | **CUCUTA (25)** | 521.5 |  | **PUEBLOS ATLANTICO (112)** | 318.8 |
|  | **CUCUTA (55)** | 417.1 |  | **CUCUTA (31)** | 316.8 |
|  | **CARTAGENA (128)** | 295.0 |  | **RIOHACHA (56)** | 316.3 |
|  | **RIOHACHA (56)** | 287.3 |  | **CARTAGENA (128)** | 310.1 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | **CUCUTA (31)** | 29.9 |  | **BARRANQUILLA (28)** | 23.8 |
| **CUCUTA (55)** | 21.4 |  | **RIOHACHA (56)** | 20.8 |
| **CUCUTA (25)** | 15.0 |  | **BUCARAMANGA (19)** | 18.8 |
| **BARRANQUILLA (34)** | 8.4 |  | **CARTAGENA (128)** | 17.7 |
| **BARRANQUILLA (28)** | 6.4 |  | **BUCARAMANGA (18)** | 17.0 |

En **la zona NORTE**, la ciudad de **Cúcuta** destacó por su dominio en ventas netas, ocupando tres de las cinco primeras posiciones en enero, lo que representa aproximadamente el 70% del volumen del TOP 5. Esta alta concentración contrasta con la diversidad de ciudades presentes en los rankings de utilidad, donde **Barranquilla** y **Riohacha** lograron márgenes destacados, sugiriendo que, si bien Cúcuta lidera en volumen, otras zonas logran mayor eficiencia comercial relativa.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **OCCIDENTE** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | **CAUCASIA (4)** | 251.6 |  | **SINCELEJO (7)** | 321.7 |
|  | **PEREIRA (20)** | 237.3 |  | **PEREIRA (10)** | 261.8 |
|  | **SUROESTE ANTIOQUEÑO (103)** | 220.1 |  | **MEDELLIN (32)** | 256.2 |
|  | **ARMENIA (24)** | 214.0 |  | **MANIZALES (106)** | 238.5 |
|  | **ARMENIA (11)** | 210.1 |  | **PEREIRA (20)** | 234.3 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | **MEDELLIN (3)** | 12.3 |  | **MEDELLIN (32)** | 16.1 |
| **SUROESTE ANTIOQUEÑO (103)** | 5.1 |  | **MEDELLIN (2)** | 13.1 |
| **MEDELLIN (1)** | 5.0 |  | **MEDELLIN (3)** | 10.9 |
| **MEDELLIN (22)** | 4.4 |  | **PEREIRA (20)** | 9.5 |
| **ARMENIA (24)** | 3.8 |  | **MANIZALES (27)** | 9.0 |

**OCCIDENTE** presentó un comportamiento menos concentrado, con liderazgos rotativos en ventas entre ciudades como **Caucasia**, **Sincelejo** y **Pereira**. En contraste, la ciudad de **Medellín** consolidó una clara hegemonía en rentabilidad, con múltiples zonas entre las más rentables del periodo. Esto evidencia una alta eficiencia comercial en Medellín, independientemente de su volumen relativo, lo cual podría ser modelo para otras zonas de la región que operan con márgenes reducidos.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SUROCCIDENTE** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | **TULUA (52)** | 275.7 |  | **TULUA (52)** | 254.4 |
|  | **ACACIAS (130)** | 237.7 |  | **CALI (46)** | 217.8 |
|  | **GIRARDOT (97)** | 218.7 |  | **PASTO (89)** | 212.9 |
|  | **LA DORADA (98)** | 212.7 |  | **PASTO (90)** | 209.6 |
|  | **PASTO (90)** | 207.8 |  | **JAMUNDI (81)** | 190.2 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | **GARZON (143)** | 2.5 |  | **TULUA (52)** | 6.3 |
| **IPIALES (88)** | 1.8 |  | **VILLAVICENCIO (69)** | 4.8 |
| **CALI (35)** | 0.0 |  | **NEIVA (72)** | 2.5 |
| **TULUA (52)** | -0.2 |  | **POPAYAN (80)** | 1.7 |
| **CALI (118)** | -0.3 |  | **GARZON (143)** | 1.5 |

Finalmente, la región **SUROCCIDENTE** mostró una estructura de ventas más atomizada, con zonas como **Tuluá** y **Pasto** alcanzando los primeros lugares, mientras **Cali**, a pesar de su potencial, presentó utilidades marginales o negativas. Este desbalance entre volumen y rentabilidad indica la necesidad de revisar estructuras de costos y estrategias de precios en dicha ciudad. La baja rentabilidad general de la región contrasta con su participación en ventas, lo cual podría comprometer la sostenibilidad operativa si no se corrigen las ineficiencias detectadas.

## ZONAS DE MAYOR CRECIMIENTO Y DECRECIMIENTO EN VENTA CARMEL

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CENTRO** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | **BOGOTA (116)** | 80.2 | 220.2 | 63.58 |  | **TUNJA (122)** | 220.5 | 112.8 | -95.48 |
|  | **BOGOTA (94)** | 79.9 | 193.7 | 58.75 |  | **BOGOTA (67)** | 329.5 | 189.0 | -74.34 |
|  | **BOGOTA (59)** | 93.6 | 226.7 | 58.71 |  | **BOGOTA (134)** | 230.6 | 133.9 | -72.22 |
|  | **DUITAMA (100)** | 106.3 | 248.4 | 57.21 |  | **BOGOTA (133)** | 141.9 | 82.4 | -72.21 |
|  | **BOGOTA (132)** | 117.6 | 252.6 | 53.44 |  | **YOPAL (87)** | 123.3 | 73.0 | -68.90 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NORTE** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | **BARRANCABERMEJA (8)** | 104.4 | 244.1 | 57.23 |  | **EL CARMEN DE BOLIVAR (159)** | 140.6 | 71.0 | -98.03 |
|  | **BUCARAMANGA (19)** | 124.5 | 277.8 | 55.18 |  | **MAGANGUE (14)** | 184.9 | 98.0 | -88.67 |
|  | **BUCARAMANGA (18)** | 122.1 | 259.8 | 53.00 |  | **CUCUTA (31)** | 582.9 | 316.8 | -84.00 |
|  | **PUEBLOS ATLANTICO (112)** | 151.6 | 318.8 | 52.45 |  | **BARRANQUILLA (45)** | 136.4 | 74.8 | -82.35 |
|  | **CARTAGENA (41)** | 135.9 | 279.9 | 51.45 |  | **PUEBLOS MAGDALENA (111)** | 218.5 | 122.3 | -78.66 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **OCCIDENTE** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | **APARTADO (17)** | 64.1 | 150.3 | 57.35 |  | **SUROESTE ANTIOQUEÑO (103)** | 220.1 | 107.9 | -103.99 |
|  | **APARTADO (99)** | 72.1 | 167.1 | 56.85 |  | **ARMENIA (11)** | 210.1 | 104.5 | -101.05 |
|  | **MEDELLIN (5)** | 83.4 | 192.4 | 56.65 |  | **ARMENIA (24)** | 214.0 | 107.6 | -98.88 |
|  | **MEDELLIN (79)** | 80.1 | 178.3 | 55.08 |  | **MEDELLIN (3)** | 177.2 | 94.1 | -88.31 |
|  | **MEDELLIN (48)** | 91.7 | 195.0 | 52.97 |  | **MEDELLIN (9)** | 158.7 | 84.3 | -88.26 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SUROCCIDENTE** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | **PASTO (89)** | 72.0 | 212.9 | 66.18 |  | **CALI (35)** | 198.5 | 96.8 | -105.06 |
|  | **FLORENCIA (73)** | 65.3 | 154.4 | 57.71 |  | **CALI (38)** | 175.2 | 89.7 | -95.32 |
|  | **PALMIRA (43)** | 58.3 | 129.9 | 55.12 |  | **GIRARDOT (97)** | 218.7 | 114.5 | -91.00 |
|  | **JAMUNDI (81)** | 87.6 | 190.2 | 53.94 |  | **LA DORADA (98)** | 212.7 | 116.0 | -83.36 |
|  | **CALI (46)** | 111.3 | 217.8 | 48.90 |  | **CANDELARIA (82)** | 146.4 | 81.8 | -78.97 |

En términos de **variación porcentual de ventas**, todas las regiones evidenciaron zonas con crecimientos superiores al 50%, lo que refleja oportunidades latentes, mientras que las caídas, en muchos casos superiores al 80%, señalan riesgos críticos de mercado o ejecución que deben abordarse de forma inmediata para evitar una afectación mayor al desempeño global.

Gráfico, Gráfico de líneas

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

Gráfico, Gráfico de líneas

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.

## TOP 5 PACIFIKA+RH

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CENTRO** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | YOPAL (2401) | 270.8 |  | ARAUCA (2501) | 308.2 |
|  | MOSQUERA (2133) | 204.8 |  | BOGOTA (2105) | 243.2 |
|  | BOGOTA (2117) | 190.1 |  | BOGOTA (2104) | 226.1 |
|  | CHIA (2132) | 180.7 |  | BOGOTA (2107) | 216.4 |
|  | TUNJA (2301) | 176.3 |  | BOGOTA (2102) | 208.0 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | YOPAL (2401) | 12.8 |  | BOGOTA (2109) | 3.6 |
| BOGOTA (2117) | 8.2 |  | BOGOTA (2127) | 3.1 |
| MOSQUERA (2133) | 7.2 |  | BOGOTA (2107) | -0.1 |
| TUNJA (2301) | 6.5 |  | BOGOTA (2101) | -0.4 |
| BOGOTA (2109) | 5.8 |  | BOGOTA (2114) | -0.9 |

En la región CENTRO, el liderazgo comercial de la marca Pacifika+RH mostró un comportamiento disperso en ventas, con **Yopal** y **Arauca** ocupando la primera posición en enero y febrero respectivamente, y con Bogotá posicionando múltiples zonas en los rankings mensuales. Sin embargo, se identifican **variaciones significativas en la composición del top de ventas y utilidades**, lo que revela una **alta sensibilidad a factores operativos y de demanda local**.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NORTE** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | BUCARAMANGA (4103) | 288.3 |  | BARRANQUILLA (3102) | 403.4 |
|  | RIOHACHA (3401) | 287.7 |  | CUCUTA (4202) | 398.5 |
|  | CARTAGENA (3203) | 258.9 |  | BARRANQUILLA (3106) | 377.7 |
|  | CARTAGENA (3201) | 224.5 |  | CUCUTA (4201) | 347.0 |
|  | BUCARAMANGA (4102) | 223.8 |  | BARRANCABERMEJA (4301) | 332.5 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | BUCARAMANGA (4103) | 37.1 |  | BARRANQUILLA (3106) | 20.0 |
| BUCARAMANGA (4102) | 28.6 |  | BARRANQUILLA (3102) | 15.0 |
| VALLEDUPAR (3502) | 25.2 |  | BUCARAMANGA (4104) | 13.4 |
| RIOHACHA (3401) | 23.6 |  | CUCUTA (4202) | 11.3 |
| CARTAGENA (3203) | 23.3 |  | BARRANCABERMEJA (4301) | 11.0 |

En la región NORTE, el liderazgo en ventas de Pacifika+RH se desplazó de Bucaramanga y Riohacha en enero hacia Barranquilla y Cúcuta en febrero, evidenciando una rotación significativa en los focos comerciales. Bucaramanga destacó en utilidad en enero, mientras que Barranquilla tomó la delantera en febrero, mostrando una mejor alineación entre volumen y rentabilidad. Esta alta variabilidad mensual sugiere una dinámica inestable que requiere estabilización en zonas clave y fortalecimiento de estrategias que aseguren la sostenibilidad del margen operativo.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **OCCIDENTE** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | ORIENTE ANTIOQUEÑO (1114) | 423.5 |  | SINCELEJO (1301) | 469.4 |
|  | SINCELEJO (1301) | 401.7 |  | ORIENTE ANTIOQUEÑO (1114) | 428.7 |
|  | CAUCASIA (1402) | 358.4 |  | MEDELLIN (1112) | 383.0 |
|  | MONTERIA (1202) | 300.1 |  | MEDELLIN (1116) | 335.6 |
|  | MANIZALES (6202) | 286.9 |  | MEDELLIN (1108) | 333.2 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | ORIENTE ANTIOQUEÑO (1114) | 55.6 |  | ORIENTE ANTIOQUEÑO (1114) | 33.4 |
| CAUCASIA (1402) | 46.3 |  | MANIZALES (6201) | 24.0 |
| MEDELLIN (1104) | 40.6 |  | MANIZALES (6202) | 23.7 |
| MEDELLIN (1115) | 37.4 |  | MEDELLIN (1108) | 23.0 |
| MANIZALES (6202) | 35.3 |  | MEDELLIN (1112) | 23.0 |

En la región OCCIDENTE, las zonas de Oriente Antioqueño y Sincelejo lideraron en ventas durante ambos meses, con volúmenes elevados y consistentes, mientras que Medellín consolidó su presencia en febrero con tres zonas en el top 5. Oriente Antioqueño se mantuvo como la zona más rentable en ambos periodos, aunque con una reducción en su utilidad, lo que sugiere presión sobre los márgenes. La estabilidad en el liderazgo de ciertas zonas contrasta con la rotación de otras, lo que señala oportunidades para reforzar la eficiencia comercial en territorios con alto volumen pero rentabilidad decreciente.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SUROCCIDENTE** |  |  | **ENE.** |  |  | **FEB.** |
| **Venta Neta** |  | TULUA (5202) | 268.7 |  | VILLAVICENCIO (2201) | 313.8 |
|  | CALI (5102) | 262.9 |  | ACACIAS (2203) | 295.1 |
|  | PUERTO ASIS (8101) | 246.3 |  | CALI (5102) | 280.7 |
|  | JAMUNDI (5109) | 239.9 |  | CALI (5104) | 258.2 |
|  | IBAGUE (7101) | 223.4 |  | VILLAVICENCIO (2202) | 255.7 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Utilidad** | TULUA (5202) | 22.5 |  | IBAGUE (7102) | 3.5 |
| JAMUNDI (5109) | 21.3 |  | CALI (5102) | 2.7 |
| CALI (5102) | 20.5 |  | CALI (5104) | 1.2 |
| PUERTO ASIS (8101) | 18.6 |  | ESPINAL (7104) | 1.0 |
| CALI (5105) | 17.7 |  | IBAGUE (7101) | 0.0 |

En la región SUROCCIDENTE, el liderazgo en ventas pasó de Tuluá y Cali en enero a Villavicencio y Acacías en febrero, reflejando una rotación marcada hacia zonas de los Llanos. Cali mantuvo una presencia constante en ambos meses, aunque con una caída notable en utilidad, al igual que otras zonas, lo que evidencia una fuerte contracción de márgenes.

## ZONAS DE MAYOR CRECIMIENTO Y DECRECIMIENTO EN VENTA PACIFIKA+RH

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CENTRO** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | BOGOTA (2113) | 70.0 | 187.2 | 62.61 |  | FACATATIVA (2135) | 159.2 | 76.6 | -107.83 |
|  | BOGOTA (2108) | 77.5 | 193.9 | 60.03 |  | MOSQUERA (2133) | 204.8 | 105.2 | -94.68 |
|  | BOGOTA (2104) | 90.6 | 226.1 | 59.93 |  | TUNJA (2301) | 176.3 | 103.3 | -70.67 |
|  | BOGOTA (2121) | 79.5 | 195.8 | 59.40 |  | CHIA (2132) | 180.7 | 107.5 | -68.09 |
|  | BOGOTA (2123) | 52.3 | 128.7 | 59.36 |  | BOGOTA (2117) | 190.1 | 114.2 | -66.46 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NORTE** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | BARRANQUILLA (3102) | 153.4 | 403.4 | 61.97 |  | BUCARAMANGA (4103) | 288.3 | 131.2 | -119.74 |
|  | BARRANQUILLA (3105) | 105.8 | 273.9 | 61.37 |  | BUCARAMANGA (4102) | 223.8 | 108.6 | -106.08 |
|  | BARRANQUILLA (3106) | 151.9 | 377.7 | 59.78 |  | SAN GIL (4304) | 102.4 | 50.8 | -101.57 |
|  | BUCARAMANGA (4104) | 106.0 | 259.8 | 59.20 |  | BARBOSA (4306) | 68.2 | 33.9 | -101.18 |
|  | BARRANQUILLA (3104) | 119.3 | 292.3 | 59.19 |  | SANTA MARTA (3302) | 171.8 | 92.2 | -86.33 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **OCCIDENTE** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | PUERTO BERRIO (1404) | 97.8 | 260.2 | 62.41 |  | MEDELLIN (1104) | 285.8 | 144.4 | -97.92 |
|  | MEDELLIN (1116) | 128.5 | 335.6 | 61.71 |  | PEREIRA (6102) | 179.6 | 91.5 | -96.28 |
|  | MEDELLIN (1112) | 150.5 | 383.0 | 60.70 |  | YARUMAL (1117) | 208.6 | 110.5 | -88.78 |
|  | MEDELLIN (1103) | 100.9 | 250.9 | 59.78 |  | PEREIRA (6103) | 167.6 | 92.5 | -81.19 |
|  | ARMENIA (6302) | 59.3 | 146.9 | 59.63 |  | MEDELLIN (1105) | 213.1 | 118.3 | -80.14 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SUROCCIDENTE** |  | **↑** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |  | **↓** | **ENE.** | **FEB.** | **%VAR** |
|  |  | CANDELARIA (5203) | 48.2 | 132.0 | 63.48 |  | TULUA (5202) | 268.7 | 116.7 | -130.25 |
|  | GARZON (7204) | 47.2 | 121.2 | 61.06 |  | JAMUNDI (5109) | 239.9 | 116.3 | -106.28 |
|  | ESPINAL (7104) | 52.4 | 132.3 | 60.39 |  | MAS COLOMBIA (2699) | 87.1 | 43.0 | -102.56 |
|  | CALI (5104) | 102.3 | 258.2 | 60.38 |  | PASTO (5401) | 156.5 | 78.0 | -100.64 |
|  | PASTO (5402) | 65.7 | 161.3 | 59.27 |  | POPAYAN (5301) | 162.0 | 80.8 | -100.50 |

En términos de variación porcentual de ventas, todas las regiones de Pacifika+RH presentaron zonas con crecimientos superiores al 60%, lo que evidencia oportunidades comerciales relevantes en territorios estratégicos como Bogotá, Barranquilla y Medellín. No obstante, las caídas, que en varios casos superaron el 100%, reflejan riesgos severos de mercado o fallas operativas en zonas intermedias y periférica

Gráfico

El contenido generado por IA puede ser incorrecto. Gráfico

El contenido generado por IA puede ser incorrecto.