

Plataforma de compras y negociación electrónica Ordon prepara internacionalización

La compañía tecnológica peruana busca expandirse a México, Chile y Colombia en el 2021. Espera cerrar este año con US\$ 200 millones en licitaciones, el doble del 2019.



Ordon cuenta con 20 empresas de diferentes rubros. En los últimos dos meses ha captado a seis empresas más. (Foto: iStock)

Débora Dongo Soria Saito

Actualizado el 29/08/2020 a las 05:30

Ordon, la plataforma peruana de compras y negociaciones electrónicas, cerró el 2019 con US\$ 100 millones en licitaciones. Para finales de este año, espera llegar a por lo menos US\$ 200 millones. “Ya veníamos con un crecimiento natural por la escalabilidad del negocio, pero por la pandemia muchas empresas aceleraron sus procesos para concretar con nosotros”, revela el gerente general de Ordon, Germán Meneses.

La compañía tecnológica cuenta con 20 empresas de diferentes rubros, como retail, educación, finanzas y agroindustria, por la transversalidad de su metodología de compra. En los últimos dos meses Ordon ha captado a seis empresas.

El enfoque principal para el próximo año será la internacionalización de la plataforma. “Ya está preparada. Tenemos un cliente en México, pero queremos sumar por lo menos un par de mercados más, como Chile y Colombia”, afirma Meneses. “Lo importante es poner el pie en el país. Luego ya es más sencillo crecer porque no hay ningún competidor en la región que pueda igualar a Ordon en costos por ser una solución SaaS (Software as a Service)”, asegura.

A diferencia de otras plataformas que no están en la nube, en Ordon no hay tiempos ni costos de implementación. Solo se necesita una membresía mensual y tres horas de entrenamiento previo. La solución está dirigida a empresas que compran más de US\$ 8 millones anuales.

Ordon nació hace tres años como una herramienta para digitalizar los procesos de gestión de compras con proveedores. **Su metodología permite conseguir un ahorro en costos de aproximadamente 8% y reducir en 40% los tiempos operativos.** La plataforma cuenta también con una base pública de más de 4.500 proveedores.

Además, Ordon ofrece trazabilidad automática de todo el proceso de compra —que puede ser luego auditado—, así como un desarrollo más ordenado y formal. También reduce el contacto entre personas y elimina la documentación física, sin afectar la transparencia de los procesos. Estas ventajas cobran mayor relevancia en plena crisis sanitaria, en la que se compran millones de soles desde casa y mediante herramientas tradicionales, como el correo electrónico.

“Por ejemplo, una empresa necesita hacer una licitación para la construcción de una tienda. Entonces, convoca a sus proveedores a inscribirse en la plataforma y ahí se lanza la licitación con toda la información técnica y las fechas importantes. Los proveedores podrán mandar en la plataforma una primera propuesta, que es el típico sobre cerrado de las licitaciones. Luego empieza el proceso de negociación a través de diferentes metodologías, que también están en la plataforma, como vía sobre cerrado con un precio objetivo o una subasta inversa. Al final se manda un documento de adjudicación por la plataforma”, explica Meneses sobre el funcionamiento de Ordon.

El ejecutivo sostiene que este tipo de procesos son nuevos para la mayoría de empresas en el Perú. “Yo noto que el mercado aún está lento en la toma de decisiones”, revela Meneses. Según explica, los procesos de transformación digital de cara al cliente —como el comercio electrónico— avanzan muy rápido por el mayor involucramiento de la gerencia general y la apertura de las áreas comerciales de las compañías.

Sin embargo, la transformación digital hacia adentro de las empresas aún es lento en el país, especialmente cuando se trata de procesos de gestión de compras (negociaciones). “Todavía existe en el empresariado peruano un poco de recelo, de negarse a que lo digital puede ayudar”.



Germán Meneses

Cofundador
ORDON