

CubeMarket,

un corazón que late por miles de negocios en Colombia

Esta plataforma creada por el profesor Hugo Rivera de la Escuela de Economía y Negocios puede ser el puente práctico y efectivo para la perdurabilidad e innovación empresarial. Con base en la estructura de un Cubo Rubik este software permite identificar cuáles son las oportunidades de mercado que le sirven a la empresa y, maximizar en esta forma, sus posibilidades de éxito.

Por Óskar Ortiz

Fotos: Ximena Serrano, Alberto Sierra, Hugo Rivera
DOI



Platón consideró el amor divino como una búsqueda de la verdad y, siglos después, esta búsqueda fue la que permitió el nacimiento del software CubeMarkeT. Ese noble sentimiento fue un poder imparables en [Hugo Alberto Rivera Rodríguez](#) para crear esta herramienta que sirve para cuantificar las oportunidades de las empresas y los emprendimientos. Es un corazón que late para vivir y, con potencial para innovar.

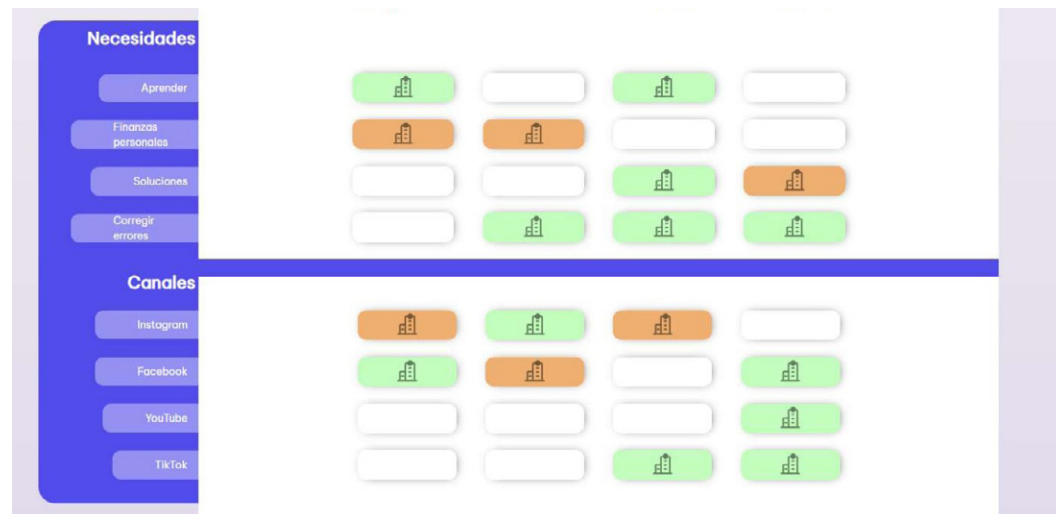
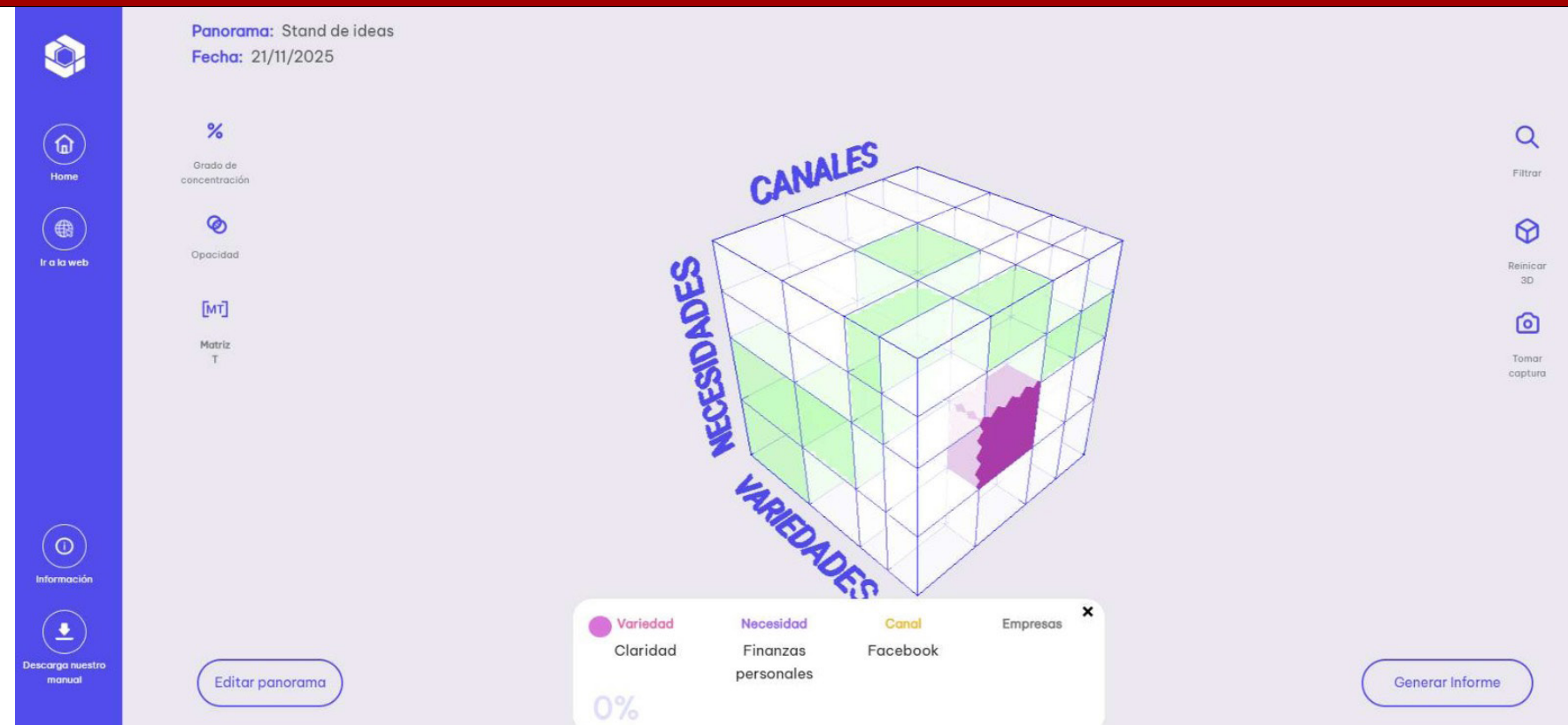
Rivera nació en Neira (Caldas) y, en la actualidad, es profesor asociado y codirector de la Maestría en Negocios y Derecho en la Universidad del Rosario e integrante del Grupo de Investigación en Dirección y Gerencia. Durante su ejercicio profesional se ha dedicado a estudiar metodologías y sistemas para crear una solución de tecnología novedosa y única en el mundo, 100 % colombiana y gratuita para los negocios.

En efecto, [CubeMarkeT](#) es un software, una herramienta estratégica *online* diseñada para analizar el panorama competitivo de un sector, con un modelo tridimensional que combina variedades, necesidades y canales. Ayuda a identificar las oportunidades de mercado, zonas de concentración y espacios no explotados con reportes visuales o escritos.

Rivera, Magíster en Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia y Doctor en Economía y Empresa de la Universidad de Castilla-La Mancha (España), explica que CubeMarkeT hace parte de una metodología amplia que se llama levantamiento del *Panorama competitivo*, un camino teórico y práctico en el cual ha estado trabajando más de 20 años. La metodología consiste en evaluar las tres dimensiones mencionadas para llegar a conclusiones que aumenten las probabilidades de éxito. Esta fue la base para, con el apoyo de la Universidad del Rosario, crear un aplicativo digital moderno y fácil de usar.

“Tanto para el emprendedor, como para una empresa ya constituida grande o pequeña, CubeMarkeT les ofrece la posibilidad de comprender de una manera más completa, qué pasa en su competencia, pues les permite tener claridad acerca de cuáles son los motivos por los cuales el cliente compra cada producto”, explica su creador con entusiasmo.

Rivera guarda el recuerdo de ese *momento eureka* que dio origen a este aplicativo. Se trata de un dibujo de un Cubo Rubik que plasmó en unas hojas. Esa figura es el modelo del panorama tridimensional de la competencia para cuantificar nuevas oportunidades de mercado y observarlas en un gráfico comprensible para expertos y novatos. “Este es el origen del sof-



↑
Imágenes
del software
CubeMarkeT

ware. Estas dos hojitas tontas que guardo como un tesoro”, confiesa el profesor.

Sin sospecharlo, este proyecto inició cuando Hugo Alberto tenía 8 años y era testigo de primera mano en *Estéreo Ventas*, la ferretería de sus padres en Neira. Allí aprendió de su madre, Dolly Rodríguez Muñoz, que los clientes preferían comprarles a ellos una pintura de calidad, aunque fuera más cara que la de otros establecimientos. Esa lección de amor propio sirvió como ejemplo para entender que, el conocimiento alimenta una autoestima sana, incluso, en los emprendimientos.

“A uno le queda de niño ese discurso”, recuerda sobre su progenitora que estuvo al frente del establecimiento por muchos años y que, todavía sigue en pie. Su padre también fue otra gran influencia. De Alberto Rivera Ríos, hoy de 84 años, aprendió el cariño por la investigación y la docencia universitaria, una pasión heredada por el conocimiento práctico.

Salvavidas en acción

El primer libro de Hugo Rivera se titula [Análisis estructural de sectores estratégicos](#), y es una joya para Ana María Rodríguez, su discípula y ahora, colega en la Universidad del Rosario. Ella ha utilizado tanto la teoría detrás del aplicativo, como el uso del mismo software. La empresa de su familia, con más de 40 años de experiencia en la preparación de postres es uno de los casos de éxito con la aplicación de este software, pues después de dos años de pérdidas, en menos de dos años logró la estabilización y luego, tener ingresos con utilidades. Es decir, la respuesta de CubeMarke T fue determinante.

“Las tres leches francesas eran tendencia y dejábamos atrás los postres tradicionales, pero CubeMarke T nos recordó que esto último era nuestro plus. Entonces, nos enfocamos en el discurso de venta, el perfil de los clientes, los canales de distribución específicos y, priorizar la atención más que en la parte comercial o caer en tendencias”, expone Rodríguez.

CubeMarke T contribuye con las empresas y emprendimientos para que sean perdurables y como dice Hugo Rivera, no hagan parte del grupo de más de las 200.000 compañías que mueren en Colombia a los 3 o 4 años de nacer. Por eso, su discípula reconoce el beneficio del aplicativo.

“Es una herramienta de consulta. Una píldora de ayuda para cuando alguien no sabe qué hacer con su empresa. Antes que ponerme a darle soluciones genéricas, este sería el diagnóstico preciso y profundo para la necesidad de vender más con mayor rentabilidad”, indica Ana María.

El software sirvió también, en el caso de una cadena de restaurantes de comida típica colombiana para que incluyera comida mexicana en el menú, una opción poco habitual en este tipo de restaurantes, pero que resultó en un verdadero éxito.

Ejemplo de madurez

CubeMarkeT llegó a la lupa de [Alejandro Acosta](#), experto internacional en innovación y transformación digital, con experiencia como mentor de Connect Bogotá. Su impresión sobre la plataforma es contundente.

“Representa un avance importantísimo de algo fundamental para compañías, sobre todo medianas y pequeñas, como lo es la inteligencia competitiva”, asevera. “Está dentro de una estructura o una arquitectura bastante sólida. Veo que se ha probado, que tiene una experiencia de usuario que, para mi concepto, es adecuada, no es una herramienta compleja y, lo mejor de todo, es a cero pesos”, indica.

Acosta, que hace un llamado de atención para que las personas sean rigurosas con el uso de los datos para sacarle el máximo provecho, entiende que las capacitaciones se pueden convertir en parte del negocio de CubeMarkeT. Eso sí, considera que la herramienta llega en un momento adecuado para que los usuarios acojan una tecnología de este estilo.

“Este tipo de plataformas aceleran la madurez empresarial, los procesos de cambio y los de mejora. Usarla en forma adecuada hace visible lo que antes no teníamos visible. Nos permite lograr algo que es maravilloso en la estrategia empresarial y que, se llaman insights, hallazgos, cosas que yo no conocía”, destaca.

Hugo Rivera dice que innovar no es inventar, sino hacer algo diferente o de mejor manera que el resto, y Acosta coincide. CubeMarkeT se encarga de poner a andar esa rueda.

Detalles que enamoran

“Averiguar por qué la gente compra un producto de la competencia es el corazón”, revela Rivera sobre su software, con las encuestas como camino a las verdades. De ahí, agrega: “El software genera un reporte de dónde están las saturaciones, dónde está la imitación, dónde compra todo el mundo y dónde yo no debería entrar a vender lo mismo”.

El éxito de CubeMarkeT se consiguió gracias a la presentación precisa de datos. La evaluación tridimensional de variedades, necesidades y canales se logra no solo con una introspección, sino en conocer cómo se comporta la competencia en el mercado, para entender las motivaciones de los consumidores.

La recomendación es ejecutar sondeos entre una muestra representativa, no es entre 4 o 5 amigos, dice, para mayor efectividad en los informes. Las manchas blancas en el cubo reflejan a dónde se debe apuntar, bien sea por oportunidad o por innovación.

Ana María Rodríguez, validadora en el proceso, exalta que es una plataforma muy intuitiva, aunque exige el trabajo del usuario y recuerda así, su disciplina en la recolección de información con su empresa familiar, a punta de telemarketing *arcaico*, para conseguir la información necesaria. El éxito va unido a esa disciplina.

“La herramienta es tan profunda como el ojo de quien la analiza. Si es emprendedor, no es solo encontrar un espacio, sino seguir creciendo, migrando y no olvidar el lugar. Si es una empresa estable, volver a ver qué ha construido y observar el mercado desde otro ángulo del panorama competitivo”, resalta.

CubeMarkeT tiene una diferencia frente a la inteligencia artificial, puesto que, gracias a los datos específicos que se le ofrecen a la plataforma, evita que responda según la tendencia, con lo cual se ajusta a la información recopilada. Ese es uno de los valores agregados que proyecta.

Apoyo para CubeMarkeT

El amor se define por lazos profundos. De esta forma, nació un hilo sólido y constante entre Hugo Rivera y la Universidad del Rosario, cómplice del creador de CubeMarkeT. Por ejemplo: [Fernando Restrepo](#), decano de la Facultad de Administración en 2004, fue su mentor para llegar a esta institución y, de su mano, dar el primer paso en este proyecto desde la academia para las empresas.

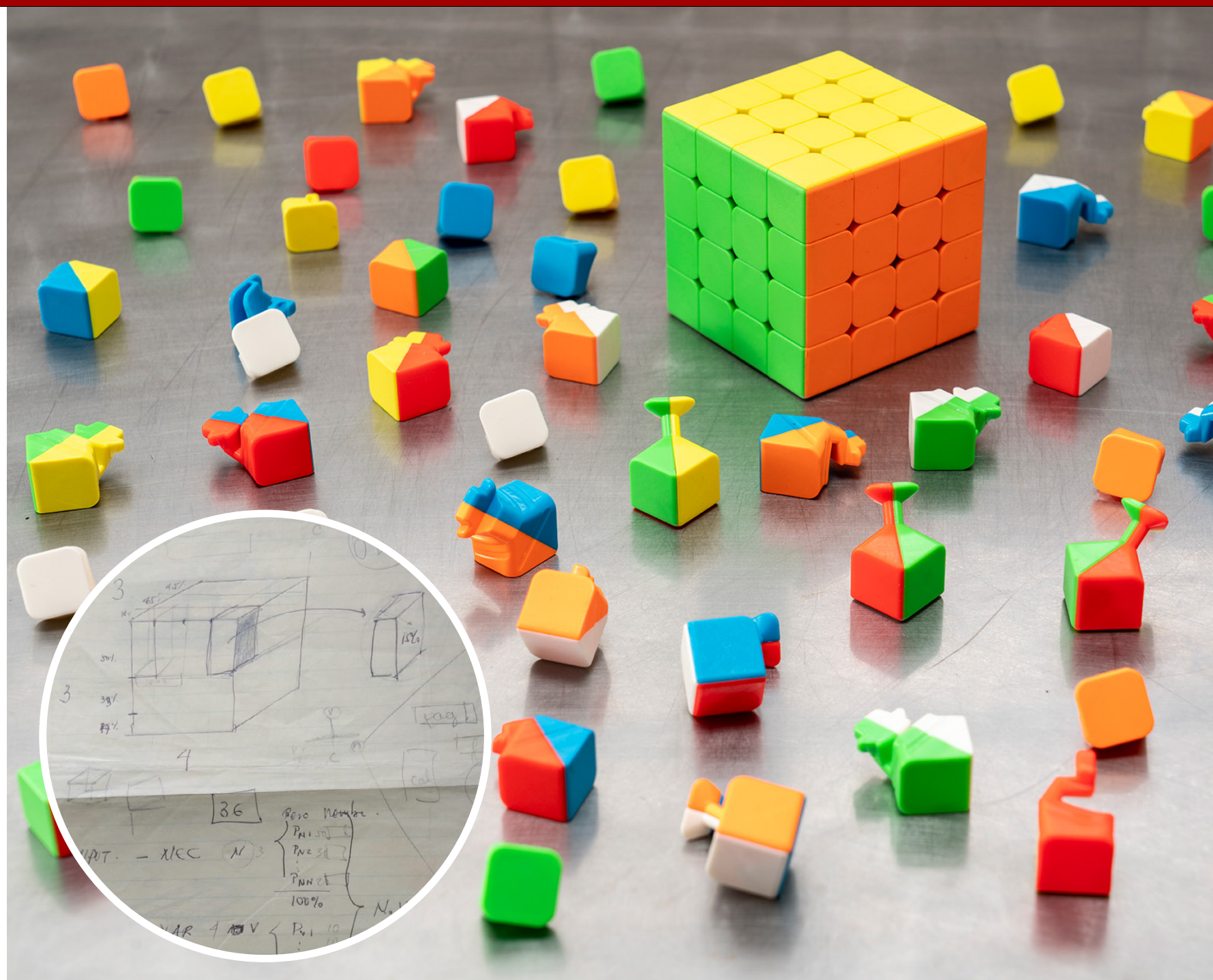
Su familia fue otro gran apoyo. En 2005, ya como profesor rosarista, conoció a Natalia Malaver que se convirtió en su esposa y con quien tiene una hija llamada Margarita Rosa. Esta niña de 13 años ha sido cómplice de la elaboración de la plataforma. “Ella se sabe ese cuento del cubo, me ayudó con el nombre y me dio ideas”, afirma Hugo Rivera.

La menor es la artista de los cuadros coloridos que rodean una habitación llena de libros, artículos y *working papers* de su padre. CubeMarkeT es uno de los grandes hitos de la carrera del docente que, en 2021, creó un primer prototipo de la plataforma en conjunto con la empresa Newrona. Sin embargo, fue gracias al apoyo de la Universidad del Rosario que pudo desarrollarla plenamente. Una convocatoria del ecosistema [UR-STEAM](#) fue su trampolín para alcanzar el objetivo en 2024.

Rivera explica el concepto con sencillez, así como lo hizo en un taller en el Amazonas, cuando se fue la luz. “Les dije: cierren los ojos



Rivera guarda el recuerdo de ese momento eureka que dio origen a este aplicativo. Se trata de un dibujo de un Cubo Rubik que plasmó en unas hojas. Esa figura es el modelo del panorama tridimensional de la competencia para cuantificar nuevas oportunidades de mercado y observarlas en un gráfico comprensible para expertos y novatos.



e imaginen un Cubo Rubik que en sus caras tiene distintos tipos de colores y todos son del mismo tamaño [esos representan a otras empresas]. Ahora, piensen en esos espacios dentro, encuentren un cajoncito donde no haya nadie y que esté vacío”. Allí está el objetivo al cual se debe apuntar. Es simple y potente, y sueña con que su hija Margarita Rosa lo use dentro de unos años.

La aplicación cuenta ahora con el respaldo de [Connect Bogotá](#), red que une universidades, empresas, emprendedores y entidades para impulsar la innovación y proyectos tecnológicos en la región. Con ellos trabaja en el proceso de transferencia, con validaciones y plan de marketing para que este software se convierta en una nueva compañía independiente, una

spin-off, nacida en la Universidad del Rosario. “Ese será mi emprendimiento”, decreta orgulloso.

CubeMarkeT avanza con éxito como un formato empresarial, pues Rivera contó la idea para que las compañías la aprovechen al máximo con planes premium, entre otras ofertas. “Apenas tengamos el primer cliente pago, será una realidad”, revela. Lo que para él se inició en una ferretería hace 42 años, ahora se ha convertido en otro tipo de herramienta de éxito de su creación.

El amor es como la energía, que no se crea ni se destruye, sino que se transforma. Así es como CubeMarkeT se transforma y evoluciona de la mano de Hugo Rivera para lograr ser el corazón que late por la perdurabilidad e innovación de miles de negocios, ojalá no solo en Colombia, sino en el mundo. ■



Hugo Rivera, investigador de la Escuela de Economía y Negocios de la Universidad del Rosario, dice que innovar no es inventar, sino hacer algo diferente o de mejor manera que el resto.

Puente al futuro

UR-STEAM es el laboratorio de la Universidad del Rosario que se presenta como una conexión entre la academia y el sector productivo nacional e internacional. Bajo el criterio de una firma de abogados especializada en propiedad intelectual, CubeMarkeT cumple con el criterio de novedad.

“Luego de compararlo con patentes mundiales que existían con los mismos términos, encontraron que CubeMarkeT hace más que otras aplicaciones japonesas y norteamericanas”, cuenta Hugo Rivera. El apoyo de UR-STEAM llegó tras ganar una convocatoria en 2023, por lo cual recibió un importante impulso económico. Empezó el trabajo para la versión 2.0 en enero de 2024 y concluyó en septiembre.

La importancia de simplificar para enseñar, uno de los principios expuestos en El Decálogo del maestro, de la escritora chilena Gabriela Mistral, es clave en el trabajo y la investigación de Rivera. Eso lo llevó a insistir en esta respuesta práctica y, convertirla en solución para el campo empresarial. “Hay algo muy maravilloso, muy de aporte, algo que debió haber pasado hace muchos años, pero que está pasando ahora, y es que las universidades generen este tipo de soluciones para las empresas. Por lo general, no pasa así. Este ejercicio que hace la Universidad del Rosario en esa bandera que toma, me parece muy valioso”, concluye Alejandro Acosta acerca del trabajo de Rivera.