



Gustavo Rubinsztein Goldfarb

1. DATOS PERSONALES

Lugar y fecha de nacimiento: Montevideo, 4-2-65.

Estado Civil: casado, 3 hijas

Domicilio: San Nicolás 1318, apto 202. Montevideo, Uruguay.

Cédula de identidad: 1:523.261-2

Móvil: 094 425 003.

e-mail: rubinsztein@ort.edu.uy

2. FORMACION

- **2009- 2016. UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID.** Doctorado en Administración de Empresas.
- **2005- 2008. UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID. DEA-** Diploma de Estudios Avanzados. Programa de Doctorado en Administración de Empresas.
- **2001. UNIVERSIDAD ORT.** Montevideo, Uruguay. Certificado en Docencia Universitaria.

- **1992-95. ESADE, Business School.** Barcelona, España. **MBA-** Master en Dirección y Administración de Empresas. Especialización en Comercialización y Marketing. *“ESADE es la mejor escuela de negocios del mundo”*, según el ranking que publica **The Wall Street Journal** (Setiembre 2006, 2007).
- **1986-90. TECHNION, ISRAEL INSTITUTE OF TECHNOLOGY.** Haifa, Israel. **BSc** in Civil Engineering. Especialización en Planificación del Transporte.

3. EXPERIENCIA LABORAL

- **2018- actual.** Consultor en innovación comercial. Sector distribución. **PEPE GANGA.**
- **2014- actual.** Consultor en planificación y dirección de marketing. Sector distribución comercial.
- **2010- 14. GOLDFARB S.A.** Montevideo, Uruguay. Gerente de Marketing. Sector distribución.
- **2008-2009. GOLDFARB S.A.** Montevideo, Uruguay. Consultoría en Planificación estratégica de mercado. Sector distribución.
- **2007. PROALCO.** Guayaquil, Ecuador. Taller in company: Planificación Estratégica de Mercado. Sector distribución alimentos y bebidas.
- **2006 - 2007. GEPAX S.A.** Montevideo, Uruguay. Consultoría en diagnóstico y rediseño de sus canales de comercialización. Sector industria plásticos.
- **2006. QUIMICA S.A.** Montevideo, Uruguay. Consultoría en diagnóstico y desarrollo de una estrategia comercial. Sector industria química.
- **2004. PORTO SEGURO.** Montevideo, Uruguay. Consultoría en desarrollo de una estrategia de Marketing Relacional. Sector seguros.
- **2003. NILENSUR S.A.** Montevideo, Uruguay. Consultoría (programa PASS de la CUTI/BID) en investigación de mercado, desarrollo de imagen competitiva y desarrollo de una estrategia de Marketing. Sector software.
- **2003. INFORMATICA PERSONALIZADA S.A.** Montevideo, Uruguay. Consultoría (programa PASS de la CUTI/BID) en desarrollo de imagen competitiva, estrategia de comunicación y comercialización. Sector software.
- **2002-2003. Grupo RADAR.** Montevideo, Uruguay. Director del Departamento de Consultoría.

- **2000-01. TERRA NETWORKS URUGUAY S.A. -Grupo Telefónica-**. Montevideo, Uruguay. **Coordinador**. Responsable de la elaboración e implementación del Business Plan anual. Gerente de Comunicación e Imagen. Responsable de las actividades de Marketing.
- **1996-99. RUBITEX S.A.** Representante de **MATTEL INC.** en Uruguay. Elaboración e implementación del Plan anual de Marketing y Ventas. Negociación y relación con el Trade. Ejecución y control de acciones de promoción, comunicación, y merchandising en conjunto con la agencia de publicidad Corporación Thompson. Gestión de la logística internacional. **Awards: mayor crecimiento de ventas en América Latina en 1996, 1997 y 1998. New York, Hotel Waldorf Astoria.**
- **1990-96. MOLBAY S.A.** Barcelona, España. Consultor Senior en Ingeniería del Transporte y Logística. Planificación y ejecución de proyectos de transporte de personas y mercancías en Catalunya. Cooperación en los proyectos piloto EDI y GAUDI de la Comunidad Europea.

4. ACTIVIDAD DOCENTE

- **2004-actual. UNIVERSIDAD ORT.** Montevideo, Uruguay. **Coordinador Académico de Marketing y del Diploma en Dirección de Marketing.**
 - Premio a la excelencia docente 2005, FACS Universidad ORT Uruguay.
 - Premio a la trayectoria y contribución a la Facultad 2016, FACS Universidad ORT Uruguay.
 - Diseño de carreras y programas y coordinación de docentes en todas las carreras en las que se dicta Marketing
 - Docente de Dirección de marketing, Marketing Estratégico, Marketing Operativo, Marketing de servicios y relaciones, Simulación estratégica, Gestión rentable de clientes, Principios de marketing, Plan de marketing, Taller de planificación de nuevos productos, Marketing de demanda, y Marketing Relacional.
 - Administración de la Simulación de Marketing Estratégico (Markstrat) en la licenciatura en Gerencia y Administración y MBA
 - Tutor y corrector de tesis, proyectos y planes de Marketing en diversas carreras
 - Docente de Marketing Gerencial en el programa PDG en Quito y Guayaquil (junio 2005)
 - Docente de Dirección de Marketing en el PMD - Program Management Development de ESADE-ORT Uruguay (2010, 2012, 2017).
- **2022 (julio). ESAN Graduate School of Business.** Lima, Perú. Profesor de Marketing relacional: modelos innovadores para la gestión rentable de clientes. Semana Internacional.

- **2017 (enero). ESAN Graduate School of Business.** Lima, Perú. Profesor de taller de planificación de nuevos productos y Marketing relacional. Semana Internacional.
- **2016 (octubre). UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID.** Madrid. Profesor de Small and Medium Enterprise Management en el Master IMIM de Erasmus Mundus.
- **2002- 2015. UNIVERSIDAD FEDERICO SANTA MARIA.** Santiago de Chile, Chile. *Visiting Professor* en Marketing táctico en el programa MBA.
- **2002 (febrero). ESADE, Business School.** Barcelona, España. Departamento de Dirección de Marketing. *Visiting Scholar* en las áreas de Comercialización, Retailing, y CRM.
- **1996-2004. UNIVERSIDAD ORT.** Montevideo, Uruguay. Docente de Fundamentos de Marketing, Marketing en Internet, Marketing Estratégico, Taller de Estrategias, Taller de lanzamiento de nuevos productos, Marketing Relacional, Gestión rentable de clientes, y Comercialización en las carreras de Licenciatura en Administración, PDG, Analista en Marketing y MBA.

5. PUBLICACIONES

Artículos

- **2006. “Internet, 1000 millones de públicos”.** Inmediaciones de la comunicación, VOL5. Agosto 2006.
- **2003-04. Artículos desarrollados para ENDEAVOR.**
 - **“El Business Plan: una tarea dura para el emprendedor”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Plan%20de%20Negocios.pdf>
 - **“¿Cuándo una idea es negocio?”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Cuando%20una%20idea%20es%20un%20Negocio.pdf>
 - **“Busque el negocio donde está el problema”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Una%20idea%20es%20exitosa%20si%20resuelve%20un%20problema.pdf>
 - **“Como vender más de lo mismo”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Como%20vender%20mas.pdf>

- **“Hay que centrarse en los factores clave”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Factores%20clave.pdf>
 - **“Como comunicar mi producto”.**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Como%20comunicar%20mi%20producto.pdf>
 - **“Como y donde conseguir dinero para mi emprendimiento”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Como%20conseguir%20financiamiento%20para%20un%20emprendimiento.pdf>
 - **“Los órganos de gobierno en la empresa familiar”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Los%20organos%20de%20gobierno%20en%20la%20empresa%20familiar.pdf>
 - **“La internacionalización de un emprendimiento: condiciones previas”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/La%20internacionalizacion%20de%20un%20emprendimiento.pdf>
 - **“Motivación e incentivos no monetarios en el trabajo”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Motivacion%20e%20Incentivos%20no%20monetarios%20en%20el%20Trabajo.pdf>
 - **“Tercerización : ventajas, desventajas y criterios para su adopción”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Outsourcing.pdf>
 - **“Como contratar al personal adecuado”**
<http://www.endeavor.com.uy/Documentos/Como%20contratar%20al%20personal%20adecuado.pdf>
- **2003. “Internet, 500 millones de públicos”.** Artículo de conocimientos de Internet como herramienta de comunicación publicitaria. Newsletter Núm. 7 de ALAM - Asociación Latinoamericana de Académicos de Marketing-, enero 2003.
<http://www.fgvsp.br/alam/english/docs/NewsletterN7Eng.doc>.

Artículos en revistas arbitradas

- **2010.** Rubinsztej, G., & Palacios Fernández, M. (2010). El efecto del Tiempo en la Percepción de la Calidad del Servicio Educativo. *Revista Iberoamericana de Educación*, (54), 189-202.
- **2010.** Rubinsztej, G. (2010). Ideas para reflexionar: ¿el sector portuario aprovecha el potencial publicitario de internet? *Revista de la Red de Expertos Iberoamericanos en Gestión Portuaria*, v.: 4, p.: 10 - 16.

- **2015.** Rubinsztein, G., & Rivera-Torres, P. & Grijalvo, M. (2015). Calidad y recomendación en educación superior: la experiencia del estudiante. *Interciencia*, (40), 816-826.

- **2019.** Rubinsztein Goldfarb, G., Grijalvo Martín, M., Rivera-Torres, P., & Araújo Cazes, L. (2019). Comprendiendo a los mejores estudiantes. Una mirada más allá de la docencia. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(2), 33-55.

Casos

- **2003. CONGESA.** Caso desarrollado para aprender a definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.

- **2003. Pica Sing.** Caso desarrollado para aprender a definir y analizar la atraktividad del Mercado de Referencia. Marketing Estratégico.

- **2003. Zona Vegetal.** Caso desarrollado para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.

- **2003. Levadura instantánea Terry.** Caso desarrollado para aprender a definir una estrategia de fijación de precio. Marketing Operativo.

- **2004. Pizzería&Bar “EL TREBOL”.** Caso desarrollado en conjunto con el Prof. Mauricio Oppenheimer para aprender a definir clientes de CRM, la ecuación de valor, y estrategias de clientes. Marketing Relacional.

- **2005. Mobilof.** Caso desarrollado en conjunto con el Prof. Alain Mizrahi para aprender a identificar los Factores Claves de Exito. Marketing Estratégico.

- **2005. Cumpleservice.** Caso desarrollado en conjunto con el Prof. Carlos Souto para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.

- **2005. WorkVan.** Caso desarrollado para aprender las estrategias básicas de segmentación y posicionamiento y las tácticas del Marketing MIX. Marketing Operativo.

- **2007. ATÍPICA PELUQUERIA.** Caso desarrollado para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.

- **2007. CAMPAMENTO LAS FLORES.** Caso desarrollado para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.

- **2009. LAR.** Caso desarrollado para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.
- **2013. Mostaza Pontevedra.** Caso desarrollado para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.
- **2013. DrRaya.** Caso desarrollado con el Prof. Carlos Souto para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.
- **2015. Stick&Color.** Caso desarrollado con el Prof. Carlos Souto para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.
- **2017. Blive.** Caso desarrollado con el Prof. Dinorah Margounato para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.
- **2018. PUSH.** Caso desarrollado con el Prof. Dinorah Margounato para aprender a definir el Mercado de Referencia, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.
- **2020. GOSTUDY.** Caso desarrollado con el Prof. Dinorah Margounato para aprender a definir el Mercado de Referencia y segmentarlo, identificar los Factores Claves de Exito y definir una Estrategia de Desarrollo. Marketing Estratégico.

Casos publicados

- Rubinsztein, Gustavo (2009). "Caso Atípica Peluquería". En Lambin, Jean Jaques; Gallucci, Carlo; y Sicurello, *Marketing Estratégico y Operativo*. McGraw-Hill: México.

6. CONFERENCIAS Y CONGRESOS ARBITRADOS

- **2002. IV CONGRESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS.** Valparaíso, Chile. Conferencia: "Perfil del Internauta Uruguayo".
- **2002. Centros CTC - Universidad ORT.** Salto, Paysandú y Colonia. Uruguay. "Planificación estratégica de mercado en entornos cambiantes".
- **2003. Universidad ORT.** Montevideo. Uruguay. "Marketing, borrar y empezar de nuevo".

- **2006. Universidad ORT- DESEM.** Montevideo. Uruguay. “Publicidad en Internet, el encanto de un nuevo medio”.
- **2006. Seminario de Marketing Internacional.** Hotel Hilton (**Cap. 1600 personas**). Guayaquil, Ecuador. “Imperativos del marketing moderno: 6 puntos en los cuales usted no puede fallar”.
- **2006. Centro CTC - Punto Activo 2006.** Carmelo, Uruguay. “Imperativos del marketing moderno”.
- **2006. VIII CONGRESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS.** Viña del Mar, Chile. Conferencia: “Cuatro pasos por delante”.
- **2007. IV ENCUENTRO NACIONAL DE PROFESIONALES UNIVERSITARIOS EN DIRECCION Y ADMINISTRACION.** Montevideo, Uruguay. Conferencia: “Factores determinantes para la adopción exitosa de nuevas tecnologías en la automatización de actividades de la fuerza de ventas en Uruguay”.
- **2007. IX CONGRESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS.** Santiago, Chile. Conferencia: “Profundizando en lo obvio”.
- **2008. Centro CTC.** Maldonado, Uruguay. “Personalización masiva”
- **2008. X CONGRESO DE INVESTIGACION DE MERCADOS.** Santiago, Chile. Conferencia: “Publicidad en internet, máxima segmentación”.
- **2009. XIII CONGRESO DE INGENIERIA DE ORGANIZACION.** Barcelona, España. Rubinsztein, G., Palacios, M., & Solana, P. (2009, April). El efecto del tiempo en la calidad percibida del servicio: el caso de la educación superior. In *XIII Congreso de Ingeniería de Organización* (pp. 1673-1681).
- **2010. VII CONTECSI- International Conference on Information Systems and Technology Management.** San Pablo, Brasil. Rubinsztein, G., & Palacios, M. (2010, May). ICT ADOPTION FOR SALES FORCE ACTIVITIES AUTOMATION: ANALYSIS OF AN URUGUAYAN BANK FAILURE. In *International Conference on Information Systems and Technology Management* (Vol. 7, No. 2010).
- **2014. XI FECIES. aFORO EVALUACION DE LA CALIDAD DE LA INVESTIGACION Y EDUCACION SUPERIOR.** Bilbao, España. LA IMPORTANCIA DE LA EXPERIENCIA DEL ESTUDIANTE: SU IMPACTO EN LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y LA INTENCIÓN A RECOMENDAR LA UNIVERSIDAD. EL CASO DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA EN URUGUAY. ISBN: 978-84-697-1002-9
- **2014. XI FECIES.FORO EVALUACION DE LA CALIDAD DE LA INVESTIGACION Y EDUCACION SUPERIOR.** Bilbao, España. AN ECONOMIC

ANALYSIS ON INDUSTRY-ACADEMY COOPERATION. ISBN: 978-84-697-1002-9

- **2015. XII FECIES.FORO EVALUACION DE LA CALIDAD DE LA INVESTIGACION Y EDUCACION SUPERIOR.** Sevilla, España. ¿COMO EVALUAN LOS MEJORES ESTUDIANTES LA CALIDAD DE LOS PROGRAMAS EN EDUCACION SUPERIOR?. ISBN: 978-84-608-9267-0

- **2017. UNIVERSIDAD ORT URUGUAY.** Montevideo, Uruguay. EL MARKETING QUE SE VIENE.

- **2017. GOTECH.** Montevideo, Uruguay. COMO GENERAR INSIGHTS PODEROSOS PARA CRECER.

- **2018. XV FECIES. FORO EVALUACION DE LA CALIDAD DE LA INVESTIGACION Y EDUCACION SUPERIOR.** Santander, España. Coordinador del simposio LOS MILENIALS COMO COPRODUCTORES DE LA CALIDAD UNIVERSITARIA: SUS MOTIVACIONES PARA PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE.

Artículos de dicho simposio- **Libro de Resúmenes XV FECIES.** 978-84-09-02099-7 18:

LOS MILENIALS COMO COPRODUCTORES DE LA CALIDAD: LA PERSPECTIVA DE LA ESCUELA NÓRDICA EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR. Gustavo Rubinsztein Goldfarb y Joel Saegert.

¿QUÉ MOTIVA A LOS ESTUDIANTES MILENIALS A COMPROMETERSE PARA COPRODUCIR UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD? Dinorah Margounato Blum, Ximena Fernández Delucchi y Gustavo Rubinsztein Goldfarb.

Artículos de dicho simposio- **Libro de Capítulos XV FECIES.** ISBN: 978-84-09-02098-0:

MILENIALS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, MOTIVACIONES E INVOLUCRAMIENTO EN ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE. Ximena Fernández Delucchi, Dinorah Margounato Blum y Gustavo Rubinsztein Goldfarb, p 498- 503.

- **2018. X CIDU – CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE DOCÊNCIA UNIVERSITÁRIA: O ENVOLVIMENTO ESTUDANTIL NA EDUCAÇÃO SUPERIOR. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL/PUCRS.** Porto Alegre, Brasil. LA IMPLICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES MILENIALS EN EDUCACIÓN SUPERIOR: DIFERENCIAS ENTRE CARRERAS

DE ADMINISTRACIÓN E INGENIERÍA. Fernández Delucchi, M.X. Margounato, Dinorah, Rubinsztejn, G.

- **2019. CAROLAN RESEARCH FORUM CONFERENCE- THE UNIVERSITY OF TEXAS AT SAN ANTONIO (UTSA).** “La implicación de los estudiantes milenials en educación superior”.

7. COLABORACIONES EDITORIALES

LAMBIN, JEAN JAQUES; GALLUCCI, CARLO; Y SICURELLO. Marketing Estratégico y Operativo. McGraw-Hill: México, 2009.

KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG, GARY. Marketing. Decimocuarta edición PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012.

FERNANDEZ, PABLO. Las 6R del negocio. Lid, Colombia, 2017.

8. DISTINCIONES

- **2018. Universidad ORT Uruguay.** “Premio a la Cátedra Destacada: Marketing.”. Facultad de Administración y Ciencias Sociales.
- **2016 (diciembre). Universidad ORT Uruguay.** “Premio a la trayectoria y contribución a la facultad”. Facultad de Administración y Ciencias Sociales.
- **2016 (octubre). Erasmus Mundus.** Becado para dictar curso en el Master IMIM.
- **2016-18. Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII).** Candidato a Investigador.
- **2015. Universidad Politécnica de Madrid.** Doctorado, sobresaliente *Cum laude*.
- **2011-12. Sistema Nacional de Investigadores (SNI). Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII).** Candidato a Investigador.
- **2008. Banco Santander.** Becado para estudios de doctorado.
- **2007. Universidad ORT Uruguay.** “Premio a la Cátedra Destacada: Marketing.”. Facultad de Administración y Ciencias Sociales.

- **2005. Universidad ORT Uruguay. “Premio a la excelencia docente 2005”.** Facultad de Administración y Ciencias Sociales.
- **2002 (febrero). ESADE, Business School.** Barcelona, España. **Visiting Scholar** en las áreas de Comercialización, Retailing, y CRM.
- **1996, 1997 y 1998. MATTEL Latam Awards.** Premio al mayor crecimiento de ventas en América Latina en 1996, 1997 y 1998. New York Toy Fair, Hotel Waldorf Astoria.
- **1986-90. TECHNION, ISRAEL INSTITUTE OF TECHNOLOGY.** Haifa, Israel. BSc in Civil Engineering. **Cum Laude.**
- **1979. Banana Bowl, Brasil.** Representa a Uruguay en Tennis en menores 13-14 años.

10. IDIOMAS

- Castellano, inglés, y hebreo.
- Conocimientos de portugués, catalán y francés.

11. HABILIDADES

- Capacidad de liderazgo; buen comunicador; creatividad e iniciativa; sentido de responsabilidad.

12. REFERENCIAS

Dr. Gastón Labadie. Decano FACS Universidad ORT. labadie@ort.edu.uy

Gonzalo Sobral. Ex Director Terra Networks Uruguay. gonzalosobral@gmail.com