



XAVIER URBINA SULLIVAN

Quito- Ecuador
099 712 8973
xavier.urbinasullivan@gmail.com

PERFIL PROFESIONAL

Profesional con 20 años liderando las áreas de marketing y trademarketing en industrias de consumo masivo, ONGs y telecomunicaciones. He trabajado en Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Bolivia, Reino Unido y Rusia. Dominio nativo del idioma inglés.

Especialista en construcción de marcas, aplicando metodologías probadas como el MWOBB, Needs Chains, Relevandce & Differentiation, utilizadas por algunas de las marcas más exitosas del mundo. Trayectoria en manejo de portafolio, negociación con franquicias globales, gestión de licenciarios, generación de contenido, análisis de insights y estrategias de vínculo con el consumidor.

He trabajado en ambos extremos del marketing: en industrias altamente reguladas como la tabacalera, donde el marketing es preciso y altamente segmentado, y en ecosistemas de comunicación masiva y abierta como la TV y los medios digitales. Esto me ha permitido desarrollar una visión estratégica que combina precisión y escala.

Soy una persona innovadora y analítica. Me gusta ser disciplinado y alegre; disfruto liderar con una actitud positiva y cercana.

FORMACION ACADEMICA

Master of Science en Marketing

Sep. 2000 a Jun. 2002
University of Stirling. Escocia,
Reino Unido. Ganador de una
beca "Overseas Scholarship"

Ingeniero Comercial

Sep. 1995 a Ago. 1999
Pontificia Universidad Católica
del Ecuador - PUCE. Quito,
Ecuador.

Contador Público Autorizado - C.P.A.

Oct. 1995 a Jun. 1998
Pontificia Universidad Católica del
Ecuador - PUCE. Quito, Ecuador.

IDIOMAS

INGLÉS: Nativo

RUSO: Básico

RECONOCIMIENTOS

- ✓ Premio Huellas 2016 y 2017, otorgado por UNICEF HQ a mi equipo por haber alcanzado el mayor crecimiento global en recaudación en ambos años.
- ✓ Premio ABCD (Above and Beyond the Call of Duty) 2015 otorgado por el Presidente de Philip Morris Rusia, por liderar el Proyecto "PickApp" en Vladivostok, Rusia.
- ✓ Premio ABCD (Above and Beyond the Call of Duty) 2012 otorgado por el Presidente de Philip Morris Rusia, por ser elegido, por los propios colaboradores, el mejor líder del Proyecto Comercial en Novosibirsk, Rusia.
- ✓ Premio ABCD (Above and Beyond the Call of Duty) 2007 otorgado por el VP de Marketing de Philip Morris Latinoamérica, por los resultados de share obtenidos en Philip Morris Perú.
- ✓ Ganador de una Beca de Maestría "Overseas Scholarship" 2001 por mi desempeño académico otorgada por la Universidad de Stirling (Escocia).



AGUA SPLENDOR: DIRECTOR DE MARKETING

QUITO, Agosto 2025 - Actualidad

Responsable de construir y liderar el segmento de aguas premium en un mercado intensamente competitivo, desarrollando estrategias innovadoras para conectar con el consumidor y diferenciar la marca en una categoría altamente comoditizada.



TELEAMAZONAS: DIRECTOR DE MARKETING

QUITO, Febrero 2019 – Julio 2025

RESPONSABILIDADES

Responsable del posicionamiento y promoción del canal y sus productos (noticieros, realities, deportes, OTT), y campañas multicanal ATL, BTL y digital. Enfocado en atraer públicos jóvenes, liderar la transformación digital y fortalecer la imagen del canal como medio confiable, familiar e innovador.

LOGROS PRINCIPALES

Incorpo franquicias como MasterChef EC y la Copa Mundial FIFA, impulsando el regreso masivo de audiencia a TV. Entre 2019 y 2024, el canal duplica su SoM (7.8% a 13.1%). TA lidera el crecimiento digital del mercado (+77%) y, en 2025, conduzco la transición al ecosistema digital, consolidando al canal en el 3er lugar de sintonía —y ocasionalmente 2do— en la exigente plaza de Guayaquil.



UNICEF ECUADOR: CORPORATE FUNDRAISING MANAGER

QUITO, Enero 2016 – Febrero 2019

RESPONSABILIDADES

Responsable de la definición e implementación del plan de marketing y recaudación de fondos para UNICEF Ecuador, incluyendo la estrategia de fundraising con el sector privado y la atracción masiva de donantes individuales.

LOGROS PRINCIPALES

Durante mi gestión la organización alcanzó resultados históricos, con un crecimiento del +64 % en mi primer año y un CAGR acumulado del +35.8 % entre 2015 y 2019.

Mi equipo y yo fuimos reconocidos, en dos ocasiones, con el premio global "Huellas", otorgado por Naciones Unidas.



PHILIP MORRIS RUSSIA: GERENTE DE PORTAFOLIO

VLADIVOSTOK, Enero 2013 – Agosto 2015

RESPONSABILIDADES

Responsable del desarrollo e implementación del plan anual de marketing para todo el portafolio de marcas de PMI en Rusia, en un entorno altamente regulado en una extensión geográfica similar a la de Estados Unidos.

LOGROS PRINCIPALES

Concebí el 'PickApp', la primera y única app global para la compra de cigarrillos vía smartphone, posteriormente utilizada en la distribución en zonas remotas en África. El proyecto fue premiado por el Presidente de PM Rusia.

Lideré el reposicionamiento y la expansión de la marca Parliament en canales no tradicionales, gestionando el sourcing desde Suiza y neutralizando la amenaza de cigarrillos japoneses premium importados a Rusia.



PHILIP MORRIS RUSSIA: GERENTE DE INNOVACIÓN COMERCIAL

NOVOSIBIRSK, Enero 2012 – Diciembre 2012

RESPONSABILIDADES

Parte un equipo de 6 gerentes de distintos lugares del mundo llamados a PM Rusia para desarrollar y probar un kit de herramientas de marketing y trademarketing para eventualmente ser implementadas a nivel mundial.

LOGROS PRINCIPALES

Diseñé una promoción de volumen/imagen basada en el reclutamiento entre consumidores, que se convirtió en la más exitosa entre seis ciudades piloto y, posteriormente, en la plataforma global de Marlboro (2013–2015).

Alcancé los mejores resultados en mi ciudad asignada, liderando en todos los KPIs: +0.9 pp en participación de mercado, +9.3 % en volumen, +70 % en awareness del nuevo Marlboro

Elegido mejor líder entre los 6 gerentes internacionales en Rusia; reconocido por el presidente de PM Rusia en 2012

PHILIP MORRIS BOLIVIA: GERENTE COMERCIAL

SANTA CRUZ, Enero 2009 – Diciembre 2011

RESPONSABILIDADES

Representante nacional de Philip Morris en Bolivia, responsable de todos los indicadores de negocio: utilidad neta, volumen, participación de mercado, operaciones, logística, calidad y relación con el distribuidor y licenciatario local.

LOGROS PRINCIPALES

Renegocie el convenio de regalías con el licenciatario en Bolivia, cambié el sourcing de productos PM importados al mercado reduciendo costos significativamente y afiancé acuerdos con los proveedores globales de PMI. Estas acciones, sumadas a un significativo incremento de volumen, permitieron a la filial boliviana alcanzar, en el 2011, la mayor utilidad neta en su historia +1.1MM USD.

PHILIP MORRIS ARGENTINA: GERENTE DE MARKETING SEGMENTO POPULAR Y FEMENINO

BUENOS AIRES, Noviembre 2007 – Diciembre 2008

RESPONSABILIDADES

Responsable de la planificación e implementación del plan anual de marketing para tres marcas del segmento popular y del desarrollo del segmento femenino, donde PM estaba subrepresentado.

LOGROS PRINCIPALES

Lancé Virginia Slims UNO, el producto más innovador para el segmento femenino, importado desde Polonia y promovido mediante estrategias no tradicionales como 'Pick Up Artists' y canales alternativos (peluquerías, tiendas de cosméticos, moda y fashion shows). Su éxito llevó a PM Argentina a adquirir la maquinaria para producirlo localmente..

PHILIP MORRIS PERÚ Y CHILE: GERENTE DE MARKETING Y TRADEMARKETING

LIMA y SANTIAGO, Febrero 2005– Octubre 2007

RESPONSABILIDADES

Responsable de Marketing y Trademarketing en 2 de los mercados más competitivos y retadores de la región, ambos dominados por una competencia especialmente agresiva (con prácticas anti-competitivas) y con problemas de falsificación de producto en Perú.

LOGROS PRINCIPALES

Lideré el lanzamiento de programas anti contrabando en el canal mayorista, logrando una reducción significativa del producto ilegal en la ciudad de Lima.

Impulsé el lanzamiento de la marca Caribe en el norte del Perú, lo que generó un fuerte aumento de volumen y permitió que la filial de Perú alcanzara el break-even tres años antes de lo previsto.

En Chile, lancé la marca Philip Morris en el segmento de precio bajo y lideré el reposicionamiento de Marlboro, logrando un crecimiento anual sostenido del 12% en ventas.

PHILIP MORRIS ECUADOR – ITABSA: BRAND MANAGER

QUITO, Marzo 2003– Enero 2005

RESPONSABILIDADES

Inicialmente responsable de marcas locales (Líder, Belmont, Full Speed), y posteriormente promovido a gerente de marcas internacionales (Marlboro, Lark).

COMPETENCIAS PERSONALES

- Pensamiento estratégico y visión de largo plazo.
- Creatividad aplicada a la innovación comercial.
- Liderazgo multicultural.
- Adaptabilidad a entornos complejos.
- Orientación a resultados.

COMPETENCIAS TÉCNICAS

- Implementación de metodologías como el MWOB , Brand Framework y Needs Chains para construcción/desarrollo de marca.
- Integración de herramientas de investigación de mercados (i.e. funnels) en la estrategia comercial.
- Negociación y desarrollo licencias comerciales globales.