

Stephanie Valdés

Líder regional en estrategia de marketing, medios y comunicación. Experta en integración omnicanal basada en data e insights profundos. Especialista en frameworks estratégicos, journey mapping y planificación integrada. Dominio de equipos multidisciplinarios y liderazgo en mercados LATAM. Experiencia con marcas globales y ecosistemas complejos de comunicación. Capacidad para convertir información en decisiones estratégicas medibles. Gestión de presupuestos, forecasting, modelos de atribución y medición. Ganadora de premios internacionales y reconocida por innovación estratégica. Capacidad probada en adopción de AdTech, MarTech y soluciones digitales avanzadas. Enfoque orientado a impacto, competitividad y resultados de negocio.



BUSINESS LEAD – *OMG. 2024 – 2025 | México.*

En este rol lideré la operación estratégica del equipo especializado en Amazon Retail, integrando de manera efectiva a más de cuarenta profesionales en una dinámica de trabajo que fusionó la metodología de la agencia con las necesidades específicas de una cuenta recién ganada en diciembre de 2024. Mi foco estuvo en asegurar una transición ordenada, rápida y con absoluta claridad operativa, fortaleciendo la colaboración entre estrategia, data, contenido, planificación y performance media.

Me concentré en desarrollar soluciones de comunicación y medios basadas en analítica avanzada, tendencias de mercado, benchmarks competitivos y modelos predictivos que permitieran anticipar movimientos de categoría y crear ventajas competitivas reales.

A partir de esta visión, diseñé un modelo de atribución para medir la contribución de TV a las visitas en web y app, cuya implementación se convirtió en un insumo clave para la campaña de Prime Day, logrando un incremento del 35% en métricas de awareness y consideración.

También administré la optimización de presupuesto, forecasting financiero y gobernanza del P&L para garantizar eficiencia, escalabilidad y disciplina operativa.

HEAD OF STRATEGY LATAM – *Mindshare. 2022 – 2024.*

Dirigí la estrategia regional para siete mercados clave en Latinoamérica: México, Argentina, Colombia, Uruguay, Chile, Perú y Brasil. Mi responsabilidad principal fue garantizar la consistencia estratégica, metodológica y operativa entre equipos locales, asegurando que cada mercado trabajara bajo un mismo lenguaje, frameworks articulados, procesos de planeación integrados y un enfoque omnicanal basado en datos.

Colaboré con marcas globales y regionales como Campari, Warner Entertainment, Nike, BBVA y Ford, diseñando modelos estratégicos que integraban investigación, analítica, audiencias, journey mapping, medición y soluciones holísticamente conectadas entre ecosistemas digitales y offline.

Uno de mis logros más relevantes fue transformar la estructura de trabajo de Warner, llevándola de una dinámica fragmentada por país a un modelo plenamente regional. Este cambio permitió unificar procesos de planeación, herramientas, reporting y criterios de evaluación, generando mayor eficiencia, control estratégico y consistencia en la toma de decisiones.

HEAD OF PLANNING LATAM – *NOBOX. 2021 – 2022 | México.*

Integré pensamiento estratégico, creatividad, analítica y cultura para desarrollar plataformas de comunicación que conectaran marca, consumidor y shopper a través de momentos y canales relevantes. Coordiné la planificación regional en mercados como Miami, Colombia, Argentina, Guatemala y México, trabajando con marcas como Pepsico (drinks y snacks), PlayStation, Netflix y Ocean Spray, entre otras.

Mi liderazgo en planificación y estrategia permitió retener cuentas clave como Netflix, Ocean Spray y Crunchyroll, al mismo tiempo que impulsó la obtención de nuevos negocios como KFC y Pepsico Galletería (Gamesa). Este desempeño consolidó la posición de la agencia en la región y reforzó un modelo de trabajo centrado en data-driven creativity, insights culturales profundos y diferenciadores competitivos claros entre mercados.

Perfil profesional.

Soy una líder regional en estrategia y planificación con experiencia en el diseño, ejecución e implementación de modelos estratégicos orientados al crecimiento de marca, optimización de inversión, integración omnicanal y uso avanzado de data para la toma de decisiones.

He dirigido equipos multidisciplinarios en México y LATAM, desarrollando soluciones basadas en analítica, consumer insights, tecnología publicitaria, tendencias de mercado, innovación y metodologías de alto impacto.

Me especializo en transformar información compleja en decisiones estratégicas claras que generen crecimiento, eficiencias y diferenciación competitiva.

He ganado premios internacionales como Cannes Lions, Cristal Awards y Festival of Media y he colaborado con marcas globales, regionales y locales en sectores dinámicos.

Mi estilo combina pensamiento estratégico, visión integral, liderazgo, rigor analítico y orientación absoluta a resultados.

HEAD OF STRATEGY – Dentsu. 2015 – 2021 | México.

Lideré la adopción, estandarización y ejecución de metodologías estratégicas de medios para diversas industrias, asegurando cohesión entre datos, insights, creatividad y medición a través de diferentes equipos y categorías. Durante este periodo coordiné propuestas clave para pitches locales y globales, logrando la obtención de cuentas estratégicas como Heineken, Beiersdorf (BDF), Blue Buffalo, Hershey's y San Marcos.

Capacité a más de cien colaboradores en la metodología de trabajo de Dentsu, fortaleciendo el nivel estratégico de las áreas de medios y elevando la consistencia operativa. Además, incrementé en un 35% la generación de propuestas de innovación para General Motors, especialmente en contenidos exclusivos y creación de propiedades, lo que mejoró la relación con agencias creativas y elevó la participación de la marca en festivales con un enfoque en efectividad como los Effies. Maneje marcas como General Motors, Adidas, BDF, Spin Master, Hershey's, Little Caesars y Hermès, integrando soluciones estratégicas basadas en tendencias, análisis de consumidor y evolución tecnológica.

2007 – 2015 Havas Media. Ocupando las siguientes posiciones: **ACCOUNT DIRECTOR.** 2013 – 2015 | México.

Dirigí la operación estratégica del Grupo Danone —principalmente Danone y Bonafont— administrando un equipo de dieciocho personas y gestionando un presupuesto superior a los 400 millones de pesos anuales. Impulsé la integración de la planificación on/offline, alineando metas comerciales con estrategias de eficiencia y rendimiento. Bajo mi liderazgo, incrementé en 20% la participación de medios digitales, lo que permitió mejorar las métricas de awareness en un 15%.

Optimicé el media mix en un 35%, logrando mejores eficiencias de costo y mayor contribución incremental por medio, especialmente en Open TV y OOH. Bonafont fue reconocida como una de las marcas con mayor compromiso con la sustentabilidad, lo que se reflejó en premios como Crystal Awards, Eagle Awards y Effies por la campaña “Manglares”, donde la estrategia de medios jugó un papel clave en la creación de comunidad, acción social y posicionamiento.

STRATEGY DIRECTOR – 2008 – 2013 | México.

Desarrollé e implementé metodologías de innovación, investigación y análisis orientadas a impulsar el crecimiento de diversas marcas. Logré capacitar al 100% de la compañía en la metodología de pensamiento estratégico, transformándola en el estándar utilizado por todos los clientes para su proceso de planeación. Gestioné marcas como Ab InBev, Liverpool, Danone, LVMH, Telcel, Telmex, Mars y Nike, diseñando estrategias integradas basadas en data, insights y comportamientos del consumidor.

Uno de mis proyectos más relevantes fue el desarrollo de una metodología para medir el incremento de alcance entre medios on y off, basada en el uso de video online y segmentaciones diferenciadas. Esto permitió entender la contribución específica de cada medio y optimizar la planificación de forma más precisa.

NEW BUSINESS MANAGER – 2007 – 2008 | México.

Identifiqué oportunidades comerciales, desarrollé propuestas de comunicación integradas y contribuí al crecimiento del portafolio mediante análisis de marca, consumidor y potencial de mercado. Participé activamente en modelos de P&L y optimización de inversión, coordiné unidades de negocio y aseguré que las propuestas fueran eficientes, sólidas y alineadas con los objetivos de la agencia y del cliente.

Objetivo profesional.

Busco integrarme a una organización donde pueda liderar estrategias de marketing, comunicación, omnicanalidad o medios desde una visión analítica, innovadora y orientada a negocio, aportando dirección estratégica, gobernanza, liderazgo regional y enfoque en crecimiento y eficiencia de inversión.

Mi objetivo es generar impacto medible a través de modelos basados en datos, frameworks estratégicos robustos, gestión de talento y transformación organizacional.

Formación, Idiomas, Certificaciones.

Licenciatura en Mercadotecnia – Tecnológico de Monterrey (2006).

Associate Degree en Retail Marketing – University of San Diego (2011).

Inglés avanzado y español nativo.

Cursos:

Google Geek

Excel avanzado

Herramientas: TGI, Google

Analytics, Brandwatch