

Grabación: *Ponderings from the Perch* – Kristin Luck

Hola, y bienvenidos a *Ponderings from the Perch*, el podcast de la compañía de mercadotecnia Little Bird. Yo soy Priscilla McKinney, como siempre, pero hoy tengo una de mis mejores amigas. Bienvenida al show, Kristin.

Gracias. Gracias por tenerme de vuelta.

Sabes que ésta es la tercera vez, y creo que en este momento, la gente simplemente me está escribiendo preguntas y diciendo, "Aquí está mi pregunta, ¿podrías hacerle esto a Kristin?"

Perfecto. Estoy aquí. Pregúntame lo que sea.

Pregúntame lo que sea. Bueno, te pedí que vinieras específicamente por una razón de que, para ser honesto, tengo preguntas. Así que éste es mi show, así que puedo hacer lo que yo quiera.

Perfecto.

Así que hace un par de años, cuando tú y yo nos conocimos, las dos estábamos compartiendo escenario en un evento de la industria. Y fue mi primer evento de la industria en investigación de mercado, y tú tomaste el tiempo para venir a conectarte conmigo e invitarme a hablar realmente sobre lo que yo estaba haciendo, lo que tú estabas haciendo. Y poco después, me trajiste a tu proyecto de pasión, que es Women in Research (Las mujeres en la investigación), WIRe. Y eso ha cambiado absolutamente mi vida. Pero hoy quiero hablar de otro momento que cambió mi vida, y te involucra a ti también. Así que hace un par de años en ILEX para GreenBook, me invitaste a un almuerzo para ESOMAR. Y realmente me estabas animando a hacer el tipo de cosas que tú y yo estábamos haciendo, que estamos tratando de devolver a la comunidad que realmente ha sido tan buena con nosotras, me invitaste a ese almuerzo, y yo tuve la oportunidad de conocer a Joaquim Bretcha en ese momento, que era el presidente de ESOMAR. Así que cuando me enteré de que te postulas para presidenta de ESOMAR, pensé que tenía que tenerte de vuelta en *Ponderings from the Perch* y quiero oír todo sobre eso. Así que dale a todo el mundo una idea de lo que estás haciendo en este momento con ESOMAR y luego lo que estás buscando hacer y de qué se trata toda la campaña.

Claro. Bueno, yo soy una especie de entusiasta de la marca ESOMAR, evangelista de la marca. He sido miembro durante casi 11 años. La asociación ha sido probablemente una de las piezas más críticas para sacar adelante mi carrera a nivel mundial. Estoy basada en la costa oeste de los Estados Unidos, y por lo general, estoy pasando alrededor de la mitad del año en Europa, aunque gracias a esta pandemia, he estado en tierra aquí en los Estados Unidos desde el pasado abril ahora, creo. Pero ha sido realmente fundamental para ayudarme no sólo a desarrollar mi red a nivel global y

tener acceso a investigadores de todo el mundo que yo no hubiera conocido de otra manera, sino que también me ha dado una mejor comprensión de cómo las personas trabajan a nivel mundial, los diferentes tipos de investigación que se llevan a cabo y diferentes formas de resolver problemas. Para mí, ha sido una parte tan instrumental de mi carrera que me postulé para el consejo por primera vez hace seis años. Así que llevo seis años en el consejo. En las últimas elecciones me postulé para vicepresidenta, así que he servido como vicepresidenta durante los últimos dos años. Y como es un proyecto de pasión para mí, decidí que era hora de lanzarme a la rueda para presidenta.

Bueno, cuéntame un poco sobre los eventos que llevaban a eso. Cuando estás en el consejo, cuando eres la vicepresidenta, ¿cuáles son los tipos de cosas que estás haciendo? ¿Cuáles son los tipos de cosas por las que abogas?

ESOMAR como asociación es realmente el defensor a nivel mundial de la privacidad de los datos y la ética de los datos. Así que para los que no han estado involucrados mucho con las asociaciones, lo que probablemente no se dan cuenta, y éste es también el caso de la Asociación Insights aquí en los EE.UU. y casi todas las asociaciones locales en todo el mundo que están en el país, es que hay una increíble cantidad de cabildeo y trabajo de asuntos gubernamentales que continúa a asegurar, A, que nuestra industria sigue siendo capaz de hacer lo que hace, que es recopilar datos de manera ética y socialmente responsable. Pero la asociación también es responsable de realmente mirar y validar nuevos métodos de investigación, y lo más importante es que creo que también está expandiendo y trayendo nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas. Y eso es parte de uno de los tres pilares de la plataforma por la que estoy abogando. Creo que ha habido, particularmente con la cantidad de dinero de capital privado y el número de nuevas empresas que entran en este espacio, que ha habido muchas empresas que están trabajando con datos auxiliares o de segunda o de terceros que para muchos investigadores, no estamos realmente seguros de A, cómo trabajar con esos datos, dónde encajan estos jugadores en nuestro ecosistema, y cómo trabajamos con esos datos de manera ética y responsable. Y cómo nos aseguramos de que esas empresas también adopten nuestras mejores prácticas de privacidad, datos y ética. Creo que parte del objetivo de la asociación es realmente tomar una visión holística en toda la industria a nivel global y asegurarnos de que estamos tomando las medidas correctas para preservar la longevidad de nuestra industria.

[00:05:03] Bueno, quiero volver a un par de esas ideas y hablar mucho sobre cuánto dinero está inundando la industria de investigación de mercado en este momento.

Sí, y es una tonelada.

Hemos tenido un montón de grandes conversaciones allí, pero quiero volver a esa cosa que acabas de decir acerca de que es global, porque te voy a decir sólo una cosa personal de mi lado. Cuando estuve por primera vez en todas las

diferentes asociaciones, no sé de dónde lo conseguí, pero era sólo mi sensación de que ESOMAR era para un consejo europeo. Realmente no lo vi como global. Y estoy segura de que a lo mejor no lo oí correctamente. ¿Por qué tuve esa sensación, o es algo común que has oído de la gente aquí en los Estados Unidos?

Bueno, históricamente, ESOMAR comenzó como una asociación europea. Pero en los últimos 10, 15 años nos hemos convertido en una asociación global donde tenemos representación y trabajamos con asociaciones de todo el mundo. Así que creo que probablemente es como la marca heredada de cuando la 'E' en ESOMAR representaba europea. Dicho esto, hemos rediseñado nuestro eslogan, mucho de nuestro posicionamiento, para que realmente seamos una asociación global. Pero es algo que siento que paso mucho tiempo saltando en conversaciones que escucho en el lado, y digo, "No, no, es global. Somos una asociación global. Trabajamos con gente de todo el mundo." "Sí. Una de las razones por las que te convencí de que te unieras, Priscilla, también creo que -- y esto es particularmente si estás en un país como los Estados Unidos, que tiende a ser muy insular o trabajas en un negocio donde no estás viajando mucho y particularmente a nivel internacional, creo que lo único que ESOMAR proporciona a la gente es este acceso a personas, presentaciones, contenidos de todo el mundo para que tengas una perspectiva más global y entiendas cómo la gente está resolviendo fundamentalmente problemas en regiones que tal vez no estás familiarizado.

Me encanta eso, me encanta eso. Pero lo que he visto claramente es que has estado abogando para que más gente se una, porque constantemente golpeas el tambor de, si hay más gente en la mesa, hay mejores ideas en la mesa.

Absolutamente. He sido muy afortunada a través de los últimos – bueno, los últimos seis años. También he servido en el consejo de la Fundación ESOMAR. Y me apasionaba particularmente esa fundación, que se trata de ayudar a los investigadores necesitados, es que hacen mucho trabajo con organizaciones sin fines de lucro. Ahora algunas de las presentaciones más interesantes que he visto en el Congreso de ESOMAR, y si eres miembro de ESOMAR puedes volver a través de ANA y ver todas estas presentaciones en línea y leer los periódicos. Pero esa pista durante el Congreso de ESOMAR durante nuestra conferencia anual para mí es una de las investigaciones más interesantes e innovadoras de las que jamás leerás o escucharás, por ejemplo, cómo la gente está investigando en Sudán del Sur o en estos mercados de conflictos en todo el mundo, donde hablar con la gente sobre temas sociales no sólo es peligroso mucho tiempo para los investigadores, pero es peligroso para los encuestados también y tratar de recopilar datos que son procesables e interesantes y relevantes y obtener las perspectivas de la gente donde a veces han sido los lugares más difíciles del mundo para recopilar datos y hacer medición. Ése es mi discurso para la Fundación ESOMAR. Si nunca has visto una de esas sesiones o pistas, entra en ANA, que es nuestro repositorio de datos grandes en ESOMAR y comprueba algunas de ellas porque son realmente deslumbrantes.

Bueno, somos muy buenas amigas, así que no te importará que diga también que aprovechas nuestra relación también para hacerme dar a la Fundación ESOMAR, que creo que es muy impresionante de tu parte.

Lo hago y personalmente también doy. Así que no te pido que hagas nada que no hago yo mismo, Priscilla.

Es justo. Eso me encanta. Lo digo en broma, pero es un placer hacer este tipo de cosas cuando hemos recibido tanto de la industria. Pero creo que la gente realmente aboga por ello; de lo contrario, simplemente se tira por un lado. Y hasta ese punto, ese almuerzo al que me invitaste a hablar y estar expuesto a ESOMAR, creo que fui yo y cuarenta de tus otros amigos más cercanos.

Sí. Soy muy buena armando a la gente para que venga a estos eventos, porque creo que obtendrás mucho valor. Tienes que conocer a Joaquim Bretcha, que ha sido nuestro presidente los últimos dos años. Joaquim y yo hemos servido en el consejo de nuevo durante seis años juntos. Y creo en la plataforma que él estableció. Y aún queda trabajo por hacer. Creo que nuestro objetivo es poner a tantas personas en el autobús como sea posible para que todos nos sigamos en la dirección correcta, en la misma dirección.

Correcto. Eso me encanta. Así que déjame decirle a mi público si no te conocen muy bien otra cosa sobre ti. Cualquiera que realmente te conoce sabrá que tú estás allí no sólo para guiar a las mujeres, sino también para patrocinar a las mujeres en posiciones como ésta. Y siempre estás en la búsqueda de abogar realmente por la diversidad en los paneles, en los escenarios, en las asociaciones, me refiero a todos los ámbitos. Es muy emocionante para mí tener una mujer que se postuló para presidenta de ESOMAR. Cuéntame un poco sobre lo que ves en el futuro para ESOMAR, cómo vamos a seguir adelante, seas tú la presidenta o no. ¿Cómo vamos a seguir adelante con la diversidad y cómo vamos a traer voces más diversas a la mesa? Háblame de tu cuenta.

[00:10:13] Me complace mucho que si nos fijamos en la lista de candidatos a la Alcaldía este año, que es nuestra junta directiva en ESOMAR, es probablemente uno de los grupos más diversos de personas que hemos tenido que presentarse a la alcaldía. Estamos viendo más candidatos de África, más candidatos de las Américas, más candidatos de Asia-Pacífico porque creo que al menos desde que estoy en el consejo, ha sido bastante ponderado hacia el Reino Unido y Europa. Por supuesto, ésa es una enorme cantidad de gasto en las investigaciones que sale de esas asociaciones, y entonces es importante tener representación allí. Pero si nos fijamos en las Américas, por ejemplo, entre América del Norte y del Sur, el 56 por ciento del gasto en investigación sale de allí y, sin embargo, hemos tenido menos del 10 por ciento de representación en el consejo en los últimos años. Del mismo modo, no hemos tenido una presidenta en más de 12 años, y nadie de las Américas también o de ninguna región fuera de Europa. Así que creo que la diversidad es una gran parte de ella. Creo que una de las plataformas de Joaquim en la que hemos estado trabajando en los

últimos años ha sido esta idea de construir puentes. Entonces, ¿cómo hacemos realmente una asociación global de tal manera que independientemente de dónde estés en la zona horario o de qué idioma hables, que puedas acceder a la plataforma y servicios de ESOMAR de la misma manera que alguien en los Países Bajos o en Francia es capaz de hacerlo. Y eso es muy importante. He hablado de esto antes, pero he tenido un par de personas que me preguntan: "Bueno, ¿cómo vas a servir como presidenta de una asociación cuya oficina está en Holanda cuando estás en la costa oeste de los Estados Unidos?" Y mi respuesta a eso es: "Oye, si realmente somos una asociación global, entonces absolutamente tenemos que ser capaces de apoyar eso". Así como tendríamos que apoyar a un presidente en Nueva Zelanda o Australia o en Tokio. Creo que eso es fundamental para lo que somos como asociación. Creo que los otros dos pilares de mi campaña han estado realmente alrededor de traer investigadores más jóvenes a ESOMAR. Hemos estado hablando de eso durante algún tiempo, y no estamos haciendo un gran trabajo de traer a la próxima generación de investigadores. Creo que hay mucha tecnología y una especie de empresas de investigación no tradicionales que están llegando a este espacio, debido a la cantidad de dinero de capital privado que fluye en. Así que están atrayendo a algunos de esos talentos más jóvenes, pero no creo que muchos de los proveedores de investigación de servicio completo hayan estado haciendo el mayor trabajo en una especie de plantear esa próxima generación, y definitivamente queremos promover eso como una asociación.

Creo que eso es súper importante. No es sólo un equilibrio de género o de raza o etnia o simplemente voces divergentes, sino que también hay un factor de edad aquí y lo que es –

Claro que sí.

– el futuro de esta industria. Sí, me encanta. Así que te voy a llevar al pasado por un momento. Érase una vez cuando empezaste Women in Research.

Vaya.

Pero ahora es obviamente una organización global muy grande, que también vamos a darle un poquito de promoción. Siempre es gratis unirse.

Sí.

Así que no hay costo para las mujeres. Pero lo interesante y lo que realmente quiero preguntarte, sobre tu plataforma con ESOMAR es que siempre ha hecho una declaración muy clara de que Women in Research no es sólo para mujeres en investigación.

Eso es correcto.

Eso también es para hombres que apoyarían eso. Y trajiste a Joaquim que en realidad tiene una plataforma que ha tratado de reconocer también estos temas, ya sea diversidad en raza o en voz o en cultura o en género, sea lo que sea. Y cuéntame un poco sobre cómo ves ESOMAR, la organización donde ahora están apoyando eso y qué trabajo todavía hay que hacer allí.

Somos afortunados en WIRe porque hemos tenido una relación muy fuerte con ESOMAR desde hace años. Son un socio estratégico nuestro. Así que colaboramos con ellos en contenidos y programación. Creo que la diversidad también da un paso más. Estamos viendo la diversidad de género, la diversidad étnica y racial, pero creo que también tenemos que estar mirando la diversidad en términos de conjunto de habilidades. Y una de las áreas en las que creo que como investigadores hemos estado un poco distantes o que se mantienen al alcance de la mano son las empresas de datos como servicio, en segundo lugar, y los proveedores de datos de terceros, los científicos de datos, la inteligencia empresarial, donde es como si tal vez no fueran del todo investigadores o no fueran como hacer investigaciones primarias estándar. Así que tienen todos estos conjuntos de datos aterradores y no estamos muy seguros de qué hacer con ellos. Creo que en algunos casos ha habido opiniones o perspectivas de que tenemos que retroceder en eso. Desde mi punto de vista, necesitamos abrir los brazos y traer a esas personas a nuestra comunidad, para que entiendan la importancia de la ética de los datos, la privacidad, la satisfacción de los encuestados, y que los estamos trayendo al centro en lugar de excluirlos. Para mí, siempre estoy tratando de unir a la gente en lugar de excluirla. Siempre pienso que es mejor trabajar juntos, y también creo que realmente asegura el futuro de nuestra industria a medida que empezamos a familiarizarnos cada vez más con diferentes tipos de datos y diferentes proveedores de servicios. Y una vez más, debido a todo el dinero que entra en la industria de las empresas de capital privado y capital de riesgo, creo que es fundamentalmente un tipo de cambiar la cara de la investigación tal como la conocemos, pero para el bien de todos.

[00:15:16] Es interesante, porque aquí soy la CEO de una agencia de mercadotecnia, pero cuando nos estamos moviendo a una era en la que la gente no sólo dice que quiere mensajes de mercadeo basados en datos y decisiones basadas en datos, sino que tal vez realmente podrían dar el paso para ello, de nuevo, invitando a más personas a ello para aquellos de nosotros que realmente no creamos la investigación, pero la usamos, ¿cuál es la ética detrás de cómo la vamos a usar? Y estoy totalmente de acuerdo con eso, y obviamente me invitaste a eso. Y creo que termino en conversaciones muy interesantes en las que hace que la gente diga: "Oh, ¿es así cómo se utilizan nuestros datos? Eso es interesante para mí." Ése es el tipo de conversación que veo sucediendo.

Sí.

Pero quiero terminar con esto. Sé que te hago todo tipo de preguntas y tú y yo, en realidad esta conversación nos ahorró a ti y a mí mucho tiempo de usar los pulgares para enviarnos mensajes de texto la una a la otra. Pero estoy súper

emocionada de que estés postulándote. ¿Pero qué no te pregunté? ¿Qué debe saber la gente sobre lo que quieres hacer si eres presidenta de ESOMAR? ¿Qué es algo que crees que es diferente de lo que traes a la mesa?

Soy una empresaria en serie, es decir, probablemente voy a divulgar mi edad ahora. Empecé mi primera compañía en 1999. He estado en la industria mucho tiempo y he usado un montón de sombreros diferentes para todo, desde investigadora, a estratega, a jefe de ventas y mercadeo, a CEO. Y he pasado por momentos tumultuosos como los que estamos pasando ahora. Creo que esta pandemia realmente ha restablecido las expectativas de mucha gente para sus negocios en el último año. Y ha sido una verdadera lucha para algunas personas. Y creo que en algunos casos, las asociaciones han tenido dificultades para dar consejos empresariales reales frente a consejos de investigación. Hay mucha gente que sufrió mucho este último año. Estoy orgullosa de que mis negocios sobrevivieron al desplome de las punto com, sobrevivieron a la recesión en 2007 y 2009 y ahora una pandemia. Así que creo que tengo una perspectiva única sobre cómo crecer en tiempos turbulentos y formas en que realmente podemos modernizar nuestras asociaciones y los servicios de membresía que ofrecemos, para que sean relevantes no sólo para los investigadores, sino también para los propietarios de negocios y, de nuevo, para este nuevo tipo de empresas que están entrando en la industria.

Me encanta eso, me encanta eso. Así que mencionaste una palabra que usas para describirte a ti mismo, es ese tipo de persona "inclusiva". Pero también yo usaría, creo que la primera palabra que viene a la mente es 'generosa'. Y creo que siempre has sido generosa con tu tiempo, generosa con tus consejos, y sí, por supuesto que tienes clientes que te pagan como estratega. Pero he estado en tantas conversaciones en las que has sido generosa con la gente, con igual que realmente llegar a lo que es el problema que tienen y tratar de ser genuinamente útil. Así que aprecio eso y creo que tú y yo estamos completamente vendidas con la idea de que cuanto más colaboración tengamos, mejor será la industria, mejor seremos. Aparecemos mejor cuando trabajamos juntos.

Absolutamente.

Así que realmente aprecio eso de ti.

Te lo agradezco. Gracias. Creo que la generosidad del espíritu es algo que es muy importante para mí. "Dios, estás tan ocupado y estás en este consejo y ese consejo y estás asesorando a esta compañía. ¿Cómo vas a tener tiempo para ser presidenta de ESOMAR?" "Si quieres que se haga algo, dáselo a alguien que esté ocupado".

Exactamente.

Soy muy eficiente. La cosa es haber estado en el consejo durante seis años, tengo la suerte de conocer la asociación por dentro y por fuera ahora y veo las oportunidades reales de crecimiento, y particularmente en los mercados donde no hemos sido tan

fuertes, América del Sur, África, Asia-Pacífico, enormes oportunidades de crecimiento para nosotros allí. Así que estoy emocionado de tener la oportunidad de seguir avanzando las cosas.

Me encanta, y si no te has unido a ESOMAR y a tú estás escuchando, porque de alguna manera estás en la investigación de mercado, entonces ve y compruébalo. Eso sería genial. Y obviamente va a haber un montón de grandes voces diversas para todos nosotros para elegir en la votación de este año. Kristin, gracias por siempre darme humor y venir a este programa cada vez que te pregunto.

Gracias por tenerme siempre, Priscilla.

Eres uno de los favoritos de los fans, así que no es tan difícil.

Te lo agradezco.

Impresionante. De todos nosotros aquí en mercadotecnia Little Bird, que tengan un gran día y manténganse felices con su mercadeo.

[20:00:00]

Este podcast es parte de la red C-Suite Radio [ph]. Para más podcasts de grandes negocios, visite c-suiteradio.com.