

GENERACIÓN DIAMANTE

La IA no nos quita el trabajo sino la
escuela donde se forma el talento



Nicolas Fritis C.
CEO Ipsos Chile

27 Julio 2026





¿Por qué Diamantes?

1. LA ESTRUCTURA CRISTALINA PERFECTA
2. FORMACIÓN BAJO PRESIÓN EXTREMA
3. EL CENTRO ES LO MÁS VALIOSO (Y LO MÁS ESCASO)
4. LOS DIAMANTES SON ESCASOS POR NATURALEZA
5. EL DIAMANTE SINTÉTICO VS. EL NATURAL
6. UN DIAMANTE MAL TALLADO PIERDE HASTA 50% DE SU VALOR

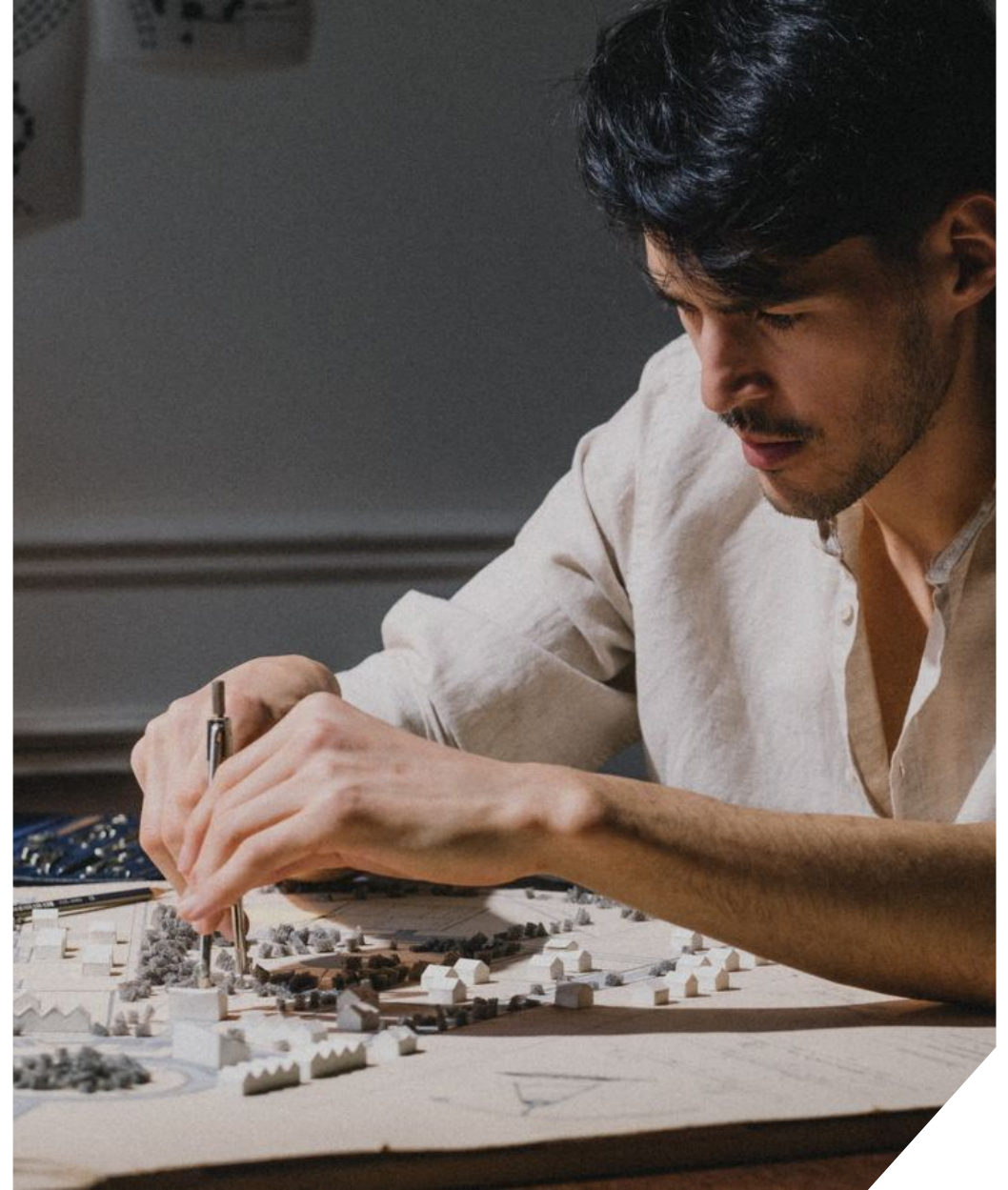
¿QUIÉN ENTRENARÁ A LOS LÍDERES DEL MAÑANA?



La transformación silenciosa de la pirámide del talento en Marketing

Pirámide tradicional normalmente se compone de:

- 60% juniors
 - 30% mandos medios
 - 10% seniors/directivos
-
- El junior aprendía haciendo: errores, repetición, mentoría informal
 - Tiempo promedio de junior a mid-level: 2-3 años
 - El "trabajo pesado" el primer trabajo era la "universidad" real de quienes trabajan en Marketing
 - Dato específico: En 2019, nosotros contratábamos 12 juniors por cada senior. El ratio que vemos va hacia: 4 a 1.



El disruptor silencioso (o no tan silencioso)

Lo que la IA realmente está reemplazando o automatizando:

- Redacción de copias básicas ChatGPT/Jasper
- Diseño de variantes para A/B testing → Midjourney/Canva AI
- Reportería y dashboards → Herramientas de BI con IA
- Investigación de keywords → SEMrush AI, Surfer SEO
- Programación de contenido Herramientas con auto-scheduling
- Primeros filtros de análisis de datos → Automated insights/VisuaChecklist on cada tarea tachada por un robot/IA



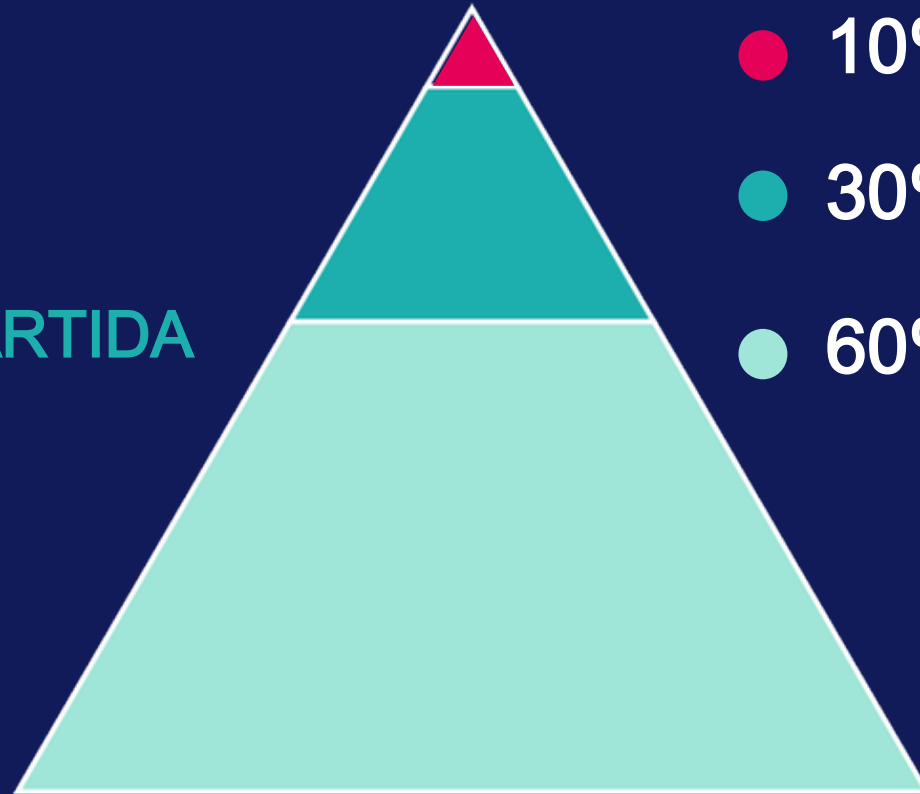


No estamos reemplazando personas. Estamos eliminando el gimnasio donde se entrenaban.

La nueva Pirámide

La mutación estructural ya comenzó y va a tener un costo.

2019 · PUNTO DE PARTIDA

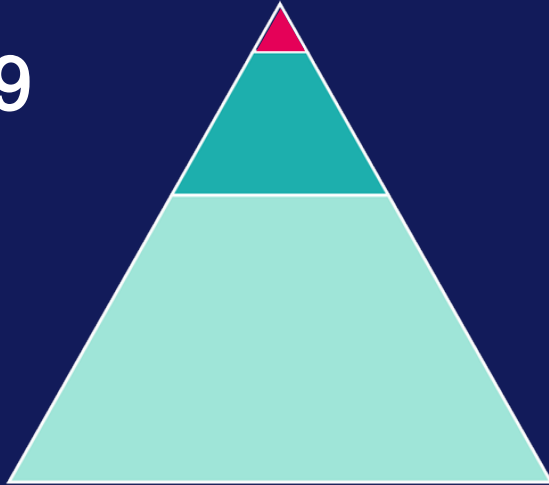


- 10% Senior · Strategic
- 30% Mid · Collaborator
- 60% Junior · Learner

La nueva Pirámide

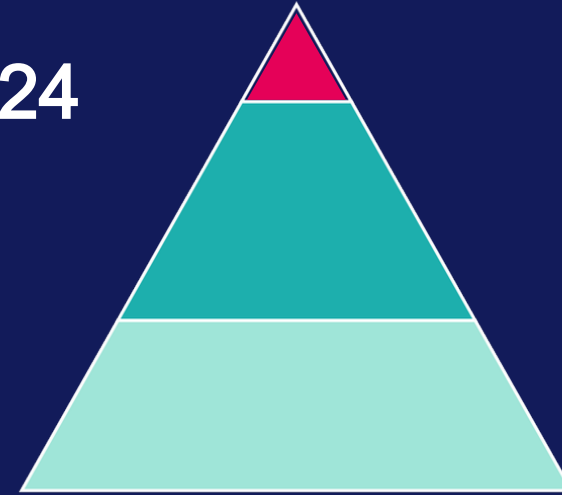
Las primeras señales

2019



- 10% Senior
- 30% Mid
- 60% Junior

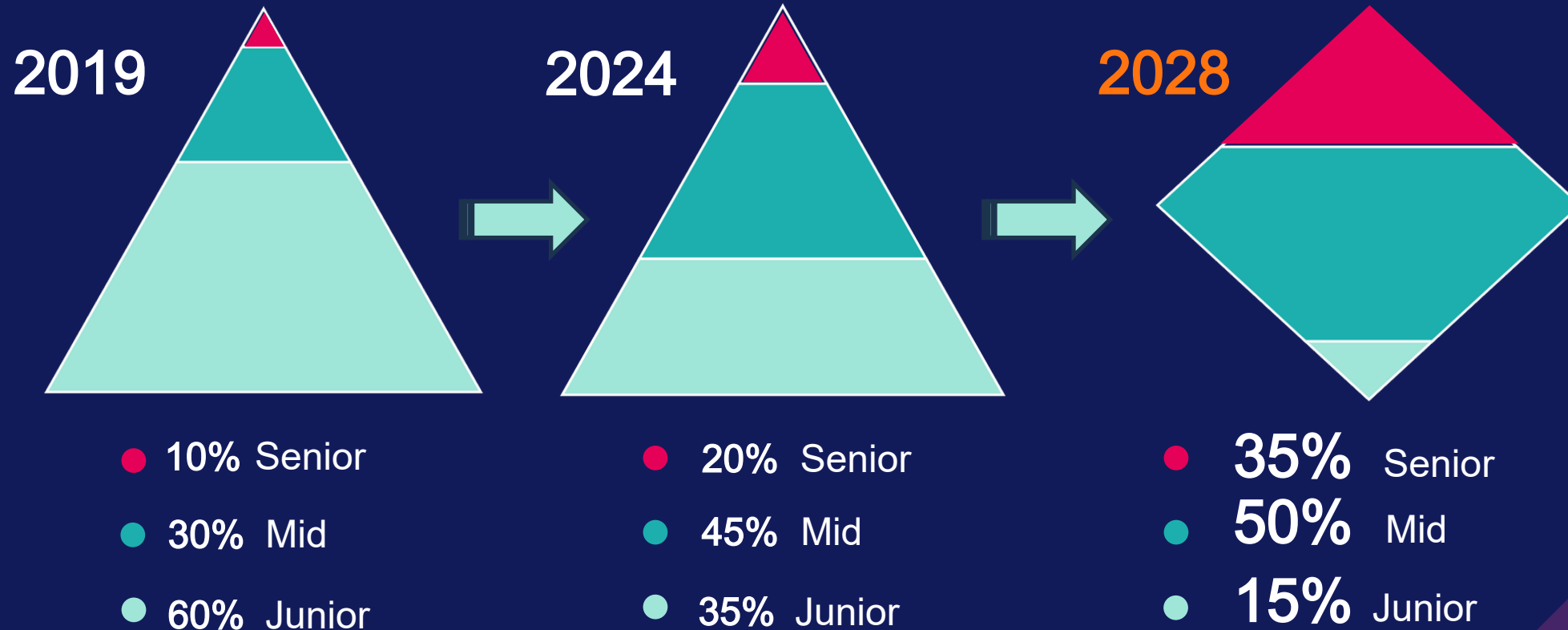
2024



- 20% Senior
- 45% Mid
- 35% Junior

La nueva Pirámide

De pirámide a Diamante, un Diamante de más costo



LA PARADOJA: EL PROBLEMA QUE NADIE ESTÁ VIENDO VENIR

Si hoy no entrenamos juniors...
¿de dónde saldrán los mid-levels
de 2028?



La Paradoja Explicada:

- Las empresas celebran reducir costos de personal junior
- La IA resuelve las tareas operativas con más rapidez y menos errores

Lo que no estamos mirando:

- El conocimiento tácito, el criterio, la intuición de mercado... se aprenden **HACIENDO**

El conocimiento no se puede automatizar

- Lo que la IA NO puede enseñar, habilidades que solo se aprenden en la trinchera:
- Leer el lenguaje corporal de un cliente insatisfecho
- Saber cuándo un brief está incompleto (aunque parezca perfecto)
- Intuir que una campaña "técnicamente correcta" va a fracasar
- Manejar la presión de una entrega a las 3am
- Negociar con un proveedor que te conoce hace años
- Detectar cuando los datos mienten



Lo que ya estamos viendo: Síntomas actuales

Impacto en la Industria - CORTO PLAZO
(1-3 años)

- Guerra por talento mid-level (salarios +40% en 2 años)
- Burnout en mandos medios (ahora hacen su trabajo + supervisar IA)
- Clientes exigiendo "seniors" en sus cuentas
- Menos trabajo para los Juniors: Hay menos actividades "reales" que hacer



El escenario que nadie quiere imaginar

- Escasez crítica de talento con criterio formado
- “Caza de talentos” agresiva entre agencias (espiral de costos)
- Concentración: solo las grandes podrán pagar seniors
- Pérdida de conocimiento institucional (nadie documentó lo que "se aprendía haciendo")
- Posible offshoring de decisiones estratégicas (ironía: buscando donde Sí entrenaron gente)

TAL VEZ ESTAMOS MIRANDO CON OJOS VIEJOS

Quizás el nuevo "junior" entra directamente a tareas más estratégicas

- La IA como "acelerador": 1 año de experiencia = 3 años antes
- Nuevos roles emergentes: AI Trainers / Prompt Strategists
- Menos tiempo en tareas mecánicas = más tiempo pensando

Pero...

- Los estudios muestran que sin la base operativa, falta contexto
- El "criterio" requiere haber visto fallar las cosas muchas veces
- Saber usar IA no es lo mismo que saber QUÉ pedirle a la IA
- El cliente no paga por prompts, paga por resultados y confianza

Preguntas para hacernos como Industria

- ¿Estamos dispuestos a invertir en formar talento que quizás se vaya a la competencia?
- ¿Quién asume el costo de entrenar a la próxima generación?
- ¿Puede una industria completa "tercerizar" su semillero y sobrevivir?
- ¿Qué pasa si TODOS pensamos que "otro" los va a entrenar?



Algunas ideas para hacer desde hoy

Estrategia	Implementación	Inversión
IA + Humano como modelo de entrenamiento	J unior trabaja CON la IA, no es reemplazado por ella. Aprende a supervisar, corregir, mejorar outputs	Media 
Rotación acelerada intencional	En lugar de 2 años en un rol, 6 meses en 4 áreas distintas	Baja 
Proyectos "sandbox"	Cuentas pequeñas o proyectos internos donde juniors pueden fallar "seguros"	Media 
Mentoría estructurada (no casual)	2 horas semanales obligatorias senior-junior, documentadas	Baja 
"Reverse mentoring "	J uniors enseñan herramientas de IA a seniors, seniors enseñan criterio	Baja 

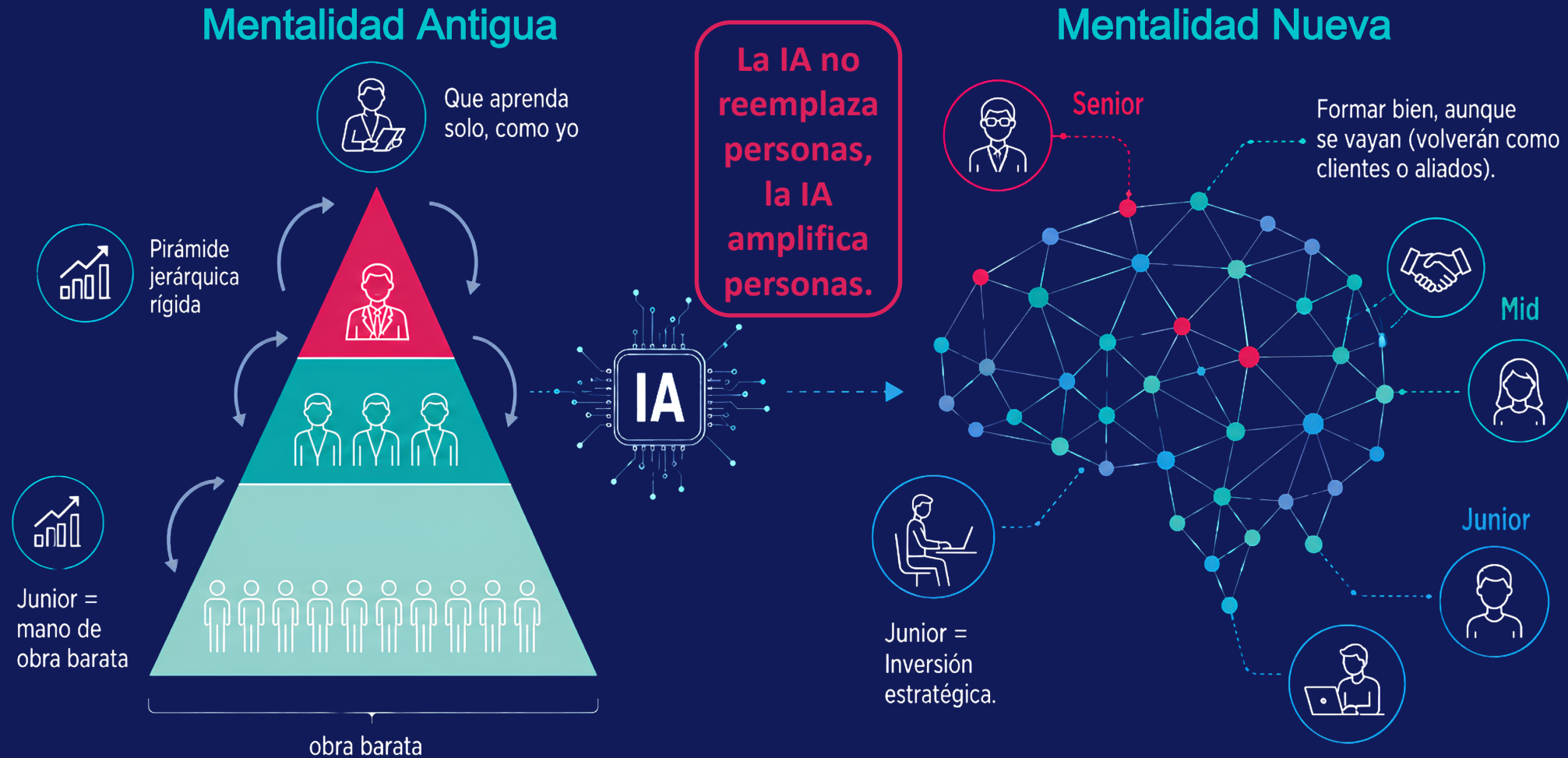


Nivel Industria: Lo que debiéramos hacer juntos

Iniciativas colectivas:

- Programas de rotación inter-agencias: "Préstamo" de juniors entre empresas no competidoras directas
- Certificaciones de industria: Estándar común de competencias (no depender solo de universidades)
- Observatorio de talento: Data compartida sobre necesidades futuras
- Alianzas con universidades: Rediseño curriculares en conjunto

La Metamorfosis del Modelo Mental: Pirámide a Ecosistema

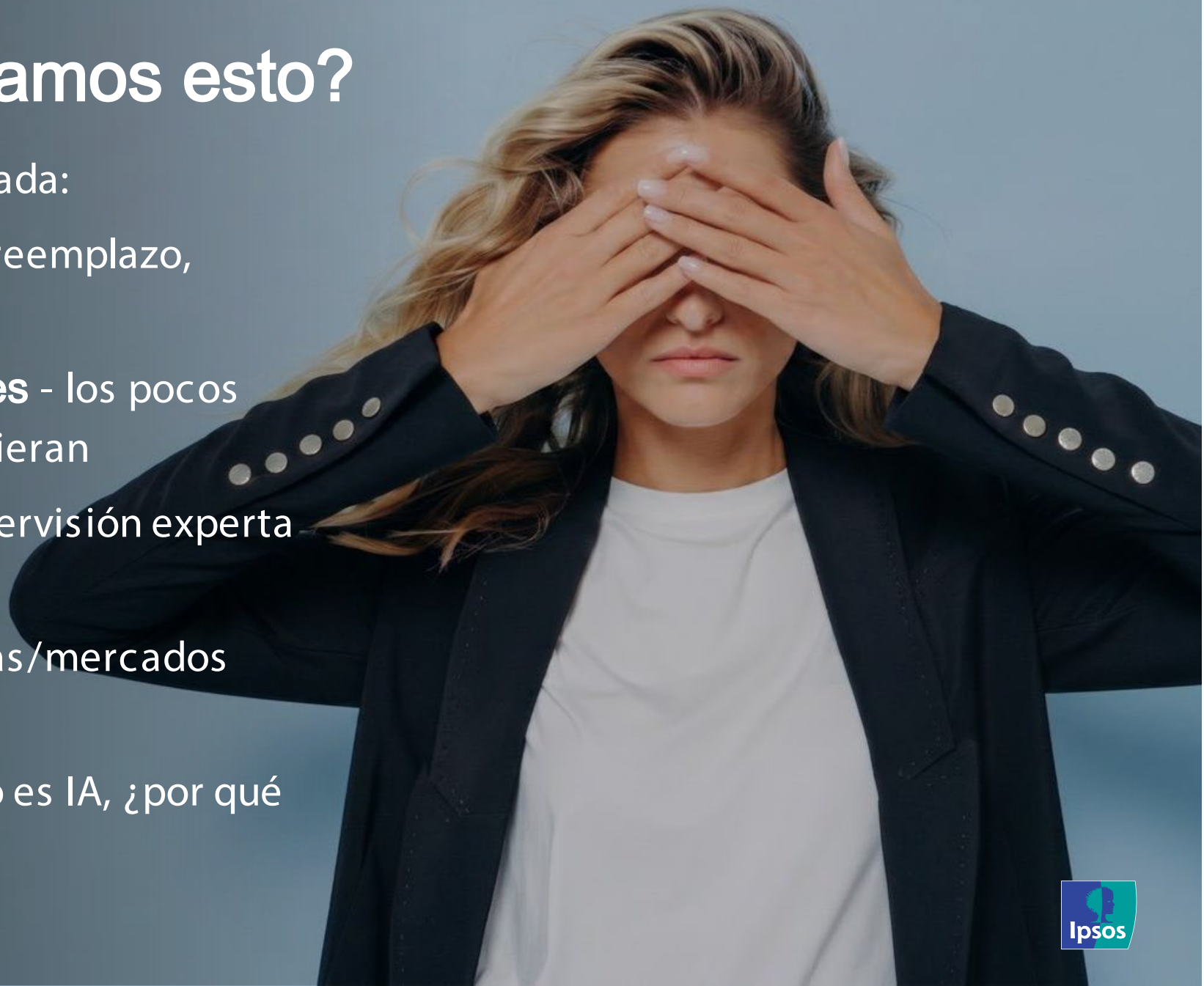


El **junior** de hoy no necesita aprender a **HACER** lo que hacíamos.
Necesita aprender a **PENSAR** por qué lo hacíamos.

¿Qué pasa si ignoramos esto?

Escenario 2030 si no hacemos nada:

- **Talento senior agotado** - sin reemplazo, burnout masivo
- **Costos laborales insostenibles** - los pocos mid-levels cobrarán lo que quieran
- **Calidad en picada**- IA sin supervisión experta = mediocridad escalada
- **Cientes migrando** - a agencias/mercados donde SÍ hay talento formado
- **Comoditización total** - si todo es IA, ¿por qué pagar agencia?



Call to Action

Este es un problema real, que esta a la vuelta de la esquina.

Tres acciones simples para realizar al salir esta sala:

MAÑANA Auditar: ¿Cuántos juniors tenemos? ¿Qué están aprendiendo realmente?

ESTE MES Crear un programa piloto de formación IA+Humano en un equipo

ESTE AÑO Abrir la conversación con otras agencias/empresas del sector



GRACIAS



Nicolas Fritis C.
CEO Ipsos Chile

nicolas.fritis@ipsos.com