

Herramientas de inteligencia artificial para la igualdad de género en las oportunidades empresariales y de emprendimiento

Nombre de los estudiantes (en lista vertical)

Erick Alexander Barrios Guerrero.
Janileth Paola Ochoa Osorio.
Johan Javier Sanabria Sanchez.
Daniel Francisco Acuña Méndez.

Trabajo de Investigación del Programa de Ingeniería de Sistemas

Tutores

Paola Andrea Sánchez Sánchez

RESUMEN

Este artículo científico expone la desigualdad de género que se manifiesta en las oportunidades de emprendimiento para desarrollar una empresa o negocio, y en las ofertas laborales de empresas o industrias ya establecidas. Con ayuda de una investigación exhaustiva se demuestran las brechas salariales del hombre y la mujer, así como también las diferencias que existen en los cargos trabajo. A partir de esta problemática, el presente documento también detalla y analiza estadísticos e información clave extraída del banco mundial de la mujer como herramienta para exponer los comportamientos en el tiempo, además expone como la inteligencia artificial, el marketing digital, y las páginas web pueden ser una solución a la presente problemática.

En la actualidad se han realizado múltiples estudios sobre la desigualdad de género esto con el fin de contribuir a la emancipación económica de la mujer, existen diferentes puntos de vista con respecto a esta temática por lo que existe abundante información sobre los temas principales como son el empoderamiento e independencia financiera de la mujer, a continuación, se referencia la información en materia.

Nuestra propuesta tiene por objetivo proponer alternativas de solución mediante el uso de las tecnologías con el fin de apoyar en la disminución de la brecha de género en la costa del caribe colombiano, esto por medio del uso de la tecnología que aborde la temática de desigualdad de género.

Se determinó que es apropiado seguir una investigación cualitativa de tipo proyectiva, ya que nace de la necesidad real del contexto de la implementación de un método para mitigar la desigualdad de género en las oportunidades laborales.

El método de investigación llevado a cabo es el sistémico estructural o también conocido como holístico debido a que el proyecto actual comprende un análisis de estudios, artículos, bases de datos o material científico realizados con anterioridad, para así realizar un desarrollo futuro como acción proyectiva. Busca el desarrollo de un proceso continuo e integrador, el método busca explorar, describir, comparar, analizar, proponer, modificar, y evaluar como ciclo holístico de investigación, en el área de emprendimiento y oportunidad laboral.

Los Sistemas de evaluación de desempeño son importantes para las compañías, permitiendo llevar un control sobre el rendimiento de los trabajadores esta es una de las pocas opciones de herramientas existentes que son por decirlo así neutras en cuanto a desigualdad de género se refiere pues se encarga de darnos indicadores relacionados con el desempeño tanto individual como colectivo por lo que es posible hacer uso de esto para la realización de una herramienta aún más avanzada que permita examinar los datos no solo de los trabajadores y su empeño si no también del entorno mismo del trabajo, esto con la intención de usar estos datos a través de un sistema de inteligencia artificial para predecir de qué forma es posible mejorar las condiciones dentro del entorno laboral de acuerdo con cada persona, independientemente de si es un hombre o una mujer.

Gracias a la investigación realizada en el presente proyecto podemos concluir que la desigualdad de género y las oportunidades empresariales y de emprendimiento aun es una realidad muy marcada en la actualidad, gracias a los estudios se puede evidenciar que aún hay mucho por avanzar a pesar de los pasos que se han dado, y que, si son necesarias herramientas digitales de inteligencia artificial, o como páginas web para ir disminuyendo la brecha entre el hombre y la mujer.

Palabras clave: Desigualdad de género, emprendimiento, oportunidades empresariales, brechas salariales, marketing digital, inteligencia artificial, inequidad.

ABSTRACT

This scientific article exposes the gender inequality that is manifested in the entrepreneurial opportunities to develop a company or business, and in the job offers of already established companies or industries. With the help of an exhaustive investigation, the salary gaps for men and women, as well as the differences that exist in job positions, are demonstrated. Based on this problem, this document also details and analyzes key statistics and information extracted from the World Bank of Women as a tool to expose behaviors over time, it also exposes how artificial intelligence, digital marketing, and web pages can be a solution to the present problem.

At present, multiple studies on gender inequality have been carried out in order to contribute to the economic emancipation of women, there are different points of view regarding this issue, so there is abundant information on the main issues such as empowerment and financial independence of women, the information on the matter is referenced below.

Our proposal aims to propose alternative solutions through the use of technologies in order to support the reduction of the gender gap on the Colombian Caribbean coast, this through the use of technology that addresses the issue of gender inequality. gender.

It was determined that it is appropriate to follow a qualitative projective research, since it arises from the real need of the context of the implementation of a method to mitigate gender inequality in job opportunities.

The research method carried out is the structural systemic or also known as holistic because the current project comprises an analysis of studies, articles, databases or scientific material carried out previously, in order to carry out a future development as a projective action. It seeks the development of a continuous and integrative process, the method seeks to explore, describe, compare, analyze, propose, modify, and evaluate as a holistic cycle of research, in the area of entrepreneurship and job opportunity.

Performance evaluation systems are important for companies, allowing control over the performance of workers this is one of the few options of existing tools that are, so to speak, neutral in terms of gender inequality as it is responsible for give us indicators related to both individual and collective performance so that it is possible to make use of this for the realization of an even more advanced tool that allows us to examine the data not only of the workers and their commitment but also of the work environment itself, This with the intention of using this data through an artificial intelligence system to predict how it is possible to improve the conditions within the work environment according to each person, regardless of whether it is a man or a woman.

Thanks to the research carried out in this project, we can conclude that gender inequality and business and entrepreneurship opportunities is still a very marked reality today, thanks to the studies it can be shown that there is still much to advance despite the steps that have been taken, and that, if digital artificial intelligence tools are necessary, or such as web pages to gradually reduce the gap between men and women.

Keywords: Gender inequality, entrepreneurship, business opportunities, wage gaps, digital marketing, artificial intelligence, inequity.

REFERENCIAS

1. Género - Datos de libre acceso del Banco Mundial. Disponible en: <https://datos.bancomundial.org>.

2. Revista Empresarial & Laboral. “El emprendimiento entre mujeres en Colombia aumentó en un 10%”. Disponible en: <https://revistaempresarial.com/actualidad-empresarial/empleo/emprendimiento-mujeres-colombia-aumento-10/>
3. Pastor, N. (16 de 12 de 2019). Cuando emprender es poder: la brecha del emprendimiento femenino se acorta. La Vanguardia. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/economia/20191216/472201403588/emprender-brecha-emprendimiento-femenino-acorta.html>
4. Arboleda, M. E. (2014). Emprendimiento y tecnología, una oportunidad de Vida para la mujer colombiana.
5. Ahl, H. y Marlow, S. (2012). Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end? Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1350508412448695>.
6. Burba, D. (2010). Equal ground? They earn less. They're stereotyped. They have to fight for respect. Are women faring any better in project management? PM Network, 24(9), 38-42
7. ¿desigualdades en el mundo digital? Brechas de género en el uso de las tic. Disponible en: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Desigualdades_en_el_mundo_digital_Brechas_de_g%C3%A9nero_en_el_uso_de_las_TIC.pdf
8. Cruz, A. (2019). Empoderamiento femenino y económico por medio de la. Revista de la Universidad de La Salle. Disponible en: <https://doi.org/10.19052/ruls.vol1.iss82.5>
9. Cosima Friedle (2020). Una nueva brecha de género en la era digital: Análisis de aplicaciones con inteligencia artificial en las políticas de gestión de personas. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11531/36969>
10. Tallon, P. (8 de Marzo de 2020). La mujer en el mundo del emprendimiento. El Diario Responsable. Disponible en: <https://diarioresponsable.com/opinion/28927-la-mujer-en-el-mundo-del-emprendimiento>
11. Torns, T. (1995). Mercado de trabajo y desigualdades de género. Cuadernos de relaciones laborales, 6(0), 81. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/CRLA9595120081A>
12. Márquez Vázquez, I. (2020). Estudio de la desigualdad de género en el mercado laboral. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11531/38135>

13. Galvis–Aponte, L. A. (2010). Diferenciales salariales por género y región en Colombia: Una aproximación con regresión por cuantiles. Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana; No. 131. DOI: 10.32468/dtseru.131
14. (S/F de S/F de S/F). ONU MUJERES. Disponible en: <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/rural-women>.
15. Carreño, F., Vargas, A. y Giraldo, G. (2017). Caracterización del rol actual de la mujer en la gerencia de proyectos en Colombia. Disponible en: <https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1823>
16. Burba, D. (2010). Equal ground? They earn less. They're stereotyped. They have to fight for respect. Are women faring any better in project management? PM Network, 24(9), 38-42
17. Mujeres en el sector tecnológico en Colombia no son más del 30%, Revista Semana (2021), Disponible en: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/mujeres-en-el-sector-tecnologico-en-colombia-no-son-mas-del-30/202146/>
18. Arenas Ramiro, M. (2011). Brecha digital de género: la mujer y las nuevas tecnologías.
19. Cosima Friedle (2020). Una nueva brecha de género en la era digital: Análisis de aplicaciones con inteligencia artificial en las políticas de gestión de personas
20. Arenas Ramiro, M. (2011). Brecha digital de género: la mujer y las nuevas tecnologías.
21. Prieto, Carlos, Pérez de Guzmán, Sofía Desigualdades laborales de género, disponibilidad temporal y normatividad social. Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas [en línea]. 2013, (141), 113-131 [fecha de Consulta 30 de febrero de 2021]. ISSN: 0210-5233. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99728050005>
22. González García, M. I. (2002). Ciencia, tecnología y género.
23. Abuchar, A., & Cañón, N. P. (2019). El caminar de la mujer hacia el empoderamiento en la tecnología. Revista Avenir, 3(2), 48-55.
24. Fonseca Barrado, P. (2020). Importancia del marketing digital.
25. Hernández Camacho, D. Y. Importancia del marketing digital para las pymes colombianas orientadas a los negocios internacionales.

26. Valencia, A., Palacios, I., Cedeño, J., & Collins, N. (2014). Influencia del marketing digital en el proceso de decisión de compra. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 2(1).
27. Rodríguez Bosquez, D. E. (2016). Importancia del marketing digital como estrategia de posicionamiento de un producto o una marca.
28. Cruz Castillo, A. L., Rodríguez Uricechea, É. L., González Lugo, É. L., & Arévalo Lozano, L. V. (2019). Empoderamiento femenino y económico por medio de la alfabetización digital: conformar territorio a través de la sororidad. *Revista de la Universidad de La Salle*, 2019(82), 69-90.
29. Velázquez, S. C. A., & Amador, E. M. P. (2020). La brecha digital de género como factor limitante del desarrollo femenino. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca*, 5(10), 22-27.
30. Basco, A. I., & Garnero, P. La brecha digital de género en América Latina. *DESAFÍOS DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA EN EL CONTEXTO DE LA REVOLUCIÓN 4.0*, 119.
31. Foru, B. (2016). Bizkaia. Obtenido de: https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO8/Temas/Informes%20y%20Publicaciones/Manual_buenas_practica_es.pdf?hash=1f937263f9679274aa3d5289a64f4bf1&idioma=CA
32. Suarez. J. (2018). Los beneficios de la inteligencia artificial en el sector empresarial. Bogota. Colombia.
33. Martínez & Lozada. (2020) Aplicaciones de la inteligencia artificial en la estrategia empresarial. Perú.
34. Casadesus-Masanell. (2010). From Strategy to Business Models and onto Tactics. Extraído de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630110000051>
35. Torres O. (2020). La internet industrial de las cosas & la inteligencia artificial, el impacto en la economía y las oportunidades de nuevos negocios. Extraído de: <https://www.escolme.edu.co/revista/index.php/cies/article/view/301>