

Actividad Evaluativa 3: Creación de artículo de opinión sobre el uso de modelos generativos de IA en el campo de trabajo.

Por Maria Andrea Leyva

Parte 1.

La IA en como herramienta para potencializar la educación a lo largo de la vida



La inteligencia artificial ha transformado la manera en que llevamos a cabo nuestras actividades cotidianas y laborales. Desde tareas sencillas, como elaborar una lista de compras basada en nuestras preferencias y hábitos alimenticios, hasta decisiones complejas en ámbitos políticos o la elección de aprender algo nuevo. Si lográramos utilizar la IA para guiar a las personas hacia decisiones educativas más informadas o para comprender mejor a las poblaciones y sus necesidades, no solo incrementaríamos los ingresos de las universidades (recursos que podrían destinarse a investigación), sino que también podríamos diseñar programas de gran impacto para empresas y el país.

En este contexto, si entendemos las demandas de las organizaciones, podríamos responder a preguntas esenciales de nuestros estudiantes, como: ¿Qué debo aprender para mejorar mi perfil laboral? ¿Cuáles son las competencias más demandadas en la industria X o Y? ¿Qué habilidades incrementarán mi salario o facilitarán mi búsqueda de empleo? Aunque en Colombia existe información para responder a estas cuestiones, está dispersa y no está sistematizada.

Por otro lado, el bienestar se ha convertido en un área de creciente interés tras la pandemia. Personas alrededor del mundo están estudiando por el simple placer de aprender, y esto es especialmente notable en la generación de 65 años en adelante. Al llegar a la pensión, muchos aún poseen vitalidad, poder adquisitivo y una esperanza de vida que ha aumentado significativamente. Ante esto, surgen interrogantes que la inteligencia artificial puede ayudar a comprar: ¿Qué servicios o cursos deberíamos ofrecer a este segmento de la población? ¿Cómo podemos conectar con ellos de manera efectiva?

La inteligencia artificial (IA) es esencial para potenciar la investigación de mercado. Es capaz de procesar grandes volúmenes de datos, identifica patrones y ofrece perspectivas basadas en información actual y pertinente.

Utilizando análisis de texto y procesamiento de lenguaje natural (NLP), se pueden analizar descripciones de trabajo y perfiles laborales en plataformas de empleo para identificar las

habilidades y competencias más demandadas en un sector. También se podrían realizar análisis de grandes bases de datos de salarios y descripciones de empleo, la IA puede correlacionar ciertas habilidades con rangos salariales más altos o con una mayor demanda laboral con el fin de saber las habilidades mejor pagadas.

Así mismo, mediante el análisis de comportamiento en línea y encuestas dirigidas a segmento específicos de población, la IA puede identificar intereses, hobbies y necesidades de aprendizaje. También puede analizar tendencias globales relacionadas con la educación y bienestar de personas.

Por otra parte, la IA puede ser efectiva en la segmentación de mercado, utilizando algoritmos de segmentación y análisis de audiencia, puedes identificar los canales de comunicación más efectivos para cada grupo demográfico, todo esto de forma automatizada.

Adicionalmente, la inteligencia artificial (IA) no solo mejora nuestro entendimiento de la industria y de los potenciales estudiantes, sino que también optimiza la eficiencia de los equipos de Educación Continua. Puede construir de forma rápida guiones para los asesores de venta adaptando este, a cada curso que ofrecemos, puede crear publicaciones en redes sociales acorde a los intereses del público, diseñar contenidos gráficos en segundos con el uso de herramientas como Dalle , o mejorar de forma automatizada la recomendaciones en nuestra página web.

Sin embargo, es esencial entender que, aunque la IA puede ser una herramienta valiosa para potenciar la eficiencia de los equipos y mejorar nuestra comprensión del público, no sustituye la interacción humana. En cambio, redefine y enriquece los roles que desempeñamos. En el ámbito comercial, a pesar de que la IA puede interactuar con los usuarios, las relaciones humanas, la empatía y la conexión genuina siguen siendo necesarias, como en el caso de visitas empresariales o presentaciones de licitaciones. En la investigación de mercado, la IA puede proporcionar datos predictivos, pero el diseño de estos modelos, la selección de datos y las decisiones finales recaen en el equipo humano.



Además, aunque la IA puede sugerir la pertinencia de programas, la concepción y creación de cursos sigue siendo responsabilidad de nuestros docentes, quienes son los encargados de impartir las clases y transferir conocimientos.

El análisis detallado de grandes conjuntos de datos relacionados con empleo, salarios y sectores económicos requiere un enfoque meticuloso. Sin el cuidado adecuado, se pueden generar interpretaciones inexactas o sesgadas. Es conocido que algunos sectores ya tienen sesgos inherentes. Si la IA se nutre de datos imprecisos o incompletos, existe el riesgo de exacerbar estos sesgos en lugar de mitigarlos. Por ello, es vital ser rigurosos y críticos al evaluar la información proporcionada por la IA, abordando el tema con integridad y responsabilidad. Para reducir los sesgos en la IA, es esencial: Utilizar datos diversificados y representativos al entrenar los modelos, comparar los datos locales con fuentes regionales o globales para identificar sesgos particulares,

como los presentes en el contexto colombiano o en ciertos sectores, contar con la supervisión de equipos multidisciplinarios, incluyendo especialistas en género y ética, para detectar y corregir cualquier sesgo.

En conclusión, La Inteligencia Artificial (IA) ha emergido como una herramienta revolucionaria, transformando no solo la forma en que abordamos la investigación de mercado, sino también cómo comprendemos y atendemos las necesidades educativas de diferentes segmentos de la población. A través de su capacidad para analizar grandes conjuntos de datos y detectar patrones, la IA ofrece insights valiosos que pueden guiar decisiones educativas y responder a demandas específicas del mercado laboral. Sin embargo, junto con sus beneficios, también se presentan desafíos éticos, especialmente en lo que respecta a la privacidad de los datos y la autonomía de las decisiones individuales. Mientras que la IA puede proporcionar herramientas y perspectivas, es esencial que se utilice con responsabilidad, respetando siempre la interacción y el juicio humano. En última instancia, la IA no reemplaza, sino que complementa y enriquece, las capacidades humanas en el ámbito educativo y comercial.¹

- **Texto en Inglés:**

AI as a Tool to Enhance Lifelong Education



Artificial intelligence has transformed the way we conduct our daily and work-related activities. From simple tasks, such as creating a shopping list based on our preferences and eating habits, to complex decisions in political realms or choosing to learn something new. If we could harness AI to guide people towards more informed educational decisions or to better understand populations and their needs, we would not only increase university revenues (resources that could be allocated to research), but we could also design high-impact programs for businesses and the country.

In this context, if we understand the demands of organizations, we could answer essential questions from our students, such as: What should I learn to enhance my job profile? What are the most sought-after skills in industry X or Y? Which skills will increase my salary or facilitate my job search? Although there is information in Colombia to answer these questions, it is scattered and not systematized.

On the other hand, well-being has become an area of growing interest after the pandemic. People around the world are studying for the sheer pleasure of learning, and this is especially noticeable in the generation aged 65 and over. Upon retirement, many still have vitality, purchasing power, and a life expectancy that has increased significantly. This raises questions that artificial

¹ Puede usarse para compartir las ideas principales del artículo

intelligence can help answer: What services or courses should we offer to this segment of the population? How can we effectively connect with them?

Artificial intelligence (AI) is essential to enhance market research. It can process large volumes of data, identify patterns, and provide insights based on current and relevant information. Using text analysis and natural language processing (NLP), job descriptions and job profiles on employment platforms can be analyzed to identify the most demanded skills and competencies in a sector. Also, by analyzing large databases of salaries and job descriptions, AI can correlate certain skills with higher salary ranges or higher job demand to identify the highest-paid skills. Likewise, through online behavior analysis and surveys targeted at specific population segments, AI can identify interests, hobbies, and learning needs. It can also analyze global trends related to the education and well-being of people.

Furthermore, AI can be effective in market segmentation. Using segmentation algorithms and audience analysis, you can identify the most effective communication channels for each demographic group, all in an automated way.

Additionally, artificial intelligence (AI) not only improves our understanding of the industry and potential students but also optimizes the efficiency of Continuing Education teams. It can quickly build scripts for sales advisors, adapting them to each course we offer, create social media posts according to the public's interests, design graphic content in seconds using tools like Dalle, or automatically improve recommendations on our website.

However, it is essential to understand that, although AI can be a valuable tool to enhance team efficiency and improve our understanding of the audience, it does not replace human interaction. Instead, it redefines and enriches the roles we play. In the commercial field, even though AI can interact with users, human relationships, empathy, and genuine connection remain necessary, as in the case of business visits or tender presentations. In market research, AI can provide predictive data, but the design of these models, data selection, and final decisions fall on the human team. Also, although AI can suggest the relevance of programs, the conception and creation of courses remain the responsibility of our teachers, who are in charge of teaching and transferring knowledge.



The detailed analysis of large data sets related to employment, salaries, and economic sectors requires a meticulous approach. Without proper care, inaccurate or biased interpretations can be generated. It is known that some sectors already have inherent biases. If AI is fed with imprecise or incomplete data, there is a risk of exacerbating these biases instead of mitigating them. Therefore, it is vital to be rigorous and critical when evaluating the information provided by AI, addressing the issue with integrity and responsibility. To reduce biases in AI, it is essential to: Use

diversified and representative data when training models, compare local data with regional or global sources to identify specific biases, such as those present in the Colombian context or in certain sectors, and have the supervision of multidisciplinary teams, including specialists in gender and ethics, to detect and correct any bias.

In conclusion, Artificial Intelligence (AI) has emerged as a revolutionary tool, transforming not only how we approach market research but also how we understand and address the educational needs of different population segments. Through its ability to analyze large data sets and detect patterns, AI offers valuable insights that can guide educational decisions and respond to specific labor market demands. However, along with its benefits, ethical challenges also arise, especially regarding data privacy and individual decision autonomy. While AI can provide tools and insights, it is essential to use it responsibly, always respecting human interaction and judgment. Ultimately, AI does not replace but complements and enriches human capabilities in the educational and commercial fields.

Parte 2.

Dilemas Éticos con el Uso de Modelos Generativos de AI en la investigación de mercados

Caso

Continuando con el artículo propuesto, he decidido analizar los dilemas éticos de la investigación de mercados con el uso de modelos generativos. Las instituciones de Educación Superior, tienen información detallada de sus estudiantes y en ocasiones sus egresados, la cual puede ser usada con el fin de estudiar su interés y definir patrones. Esta información podrá ser utilizada también, para la segmentación y mejorar la recomendación de educación a lo largo de la vida.

Actores Involucrados: Instituciones de Educación superior (IES), estudiantes, egresados, industrias.

Análisis de Dilemas

Al adentrarnos en el análisis de mercado y en el estudio detallado de los patrones de comportamiento de nuestros estudiantes o egresados, nos encontramos frente a un dilema ético intrínsecamente ligado a la utilización de la Inteligencia Artificial (IA). La cuestión central radica en determinar los límites de nuestra intervención: ¿hasta qué grado es ético influir en las decisiones de nuestros estudiantes basándonos en la información que la IA nos proporciona? Además, cuando utilizamos sus preferencias, gustos e inclinaciones para guiar o moldear esas decisiones, ¿no estamos, de alguna manera, usurpando su autonomía?

Adicionalmente, la gestión de los datos que recopilamos es otro aspecto crítico. Es necesario que reflexionemos sobre las metodologías y protocolos que empleamos para recoger, almacenar y analizar estos datos. La privacidad de nuestros estudiantes no es simplemente un derecho; es un valor que debe ser respetado y protegido. Cualquier mal uso de esta información no solo podría dañar nuestra reputación, sino que también podría tener consecuencias legales.

Posibles soluciones:

La implementación de la Inteligencia Artificial (IA) en el ámbito educativo ha abierto un abanico de posibilidades en cuanto a la personalización del aprendizaje y la toma de decisiones basadas en datos. Sin embargo, es crucial delimitar con precisión el alcance y uso de la información proporcionada por estas herramientas. La IA no debe ser vista ni utilizada como un sustituto de la autonomía y capacidad de decisión de los estudiantes y egresados. En lugar de eso, debe actuar como un aliado que proporciona insights y datos adicionales que, sumados a su criterio personal, les permitan tomar decisiones más informadas.

La transparencia en este proceso es esencial. Los estudiantes y egresados tienen el derecho de conocer en profundidad cómo opera la IA, qué tipo de datos utiliza, cómo los procesa y cuál es la lógica detrás de las recomendaciones que ofrece. Esta comprensión les permitirá tener una perspectiva crítica y decidir si desean o no seguir las sugerencias proporcionadas.

Adicionalmente, es necesario que antes de implementar cualquier recomendación basada en la IA, se obtenga el consentimiento explícito de los estudiantes. Esto no solo garantiza el respeto a su autonomía, sino que también fomenta la confianza en el sistema y en las instituciones que lo implementan. La IA debe ser una herramienta que enriquezca la experiencia educativa.

Para garantizar la seguridad y privacidad de los datos recopilados, es esencial adoptar protocolos de seguridad robustos. Es fundamental ser transparente con estudiantes y egresados, informándoles sobre qué datos se recolectan, su uso y finalidad. Además, es crucial contar con una política clara acorde a las normativas de tratamiento de datos personales y privacidad. Dicha política debe ser aceptada por estudiantes, egresados o cualquier grupo específico del que se obtenga la información. Las Instituciones de Educación Superior (IES) deben designar un oficial encargado de la protección de datos, quien será responsable de auditar la gestión de la información, su uso y brindar recomendaciones constantes sobre las políticas y protocolos relacionados.

Reflexión

La respuesta a los dilemas éticos en la IA se encuentra en la transparencia, responsabilidad y formación continua de los equipos de trabajo. Es necesario adoptar protocolos y prácticas sólidas que resguarden los derechos y bienestar de estudiantes y egresados. Un equipo interdisciplinario, con sólida formación en derecho, diversidad y ética, es esencial para prevenir y abordar posibles riesgos.