



HOJA INFORMATIVA

PROYECTO DE TOMA DE DECISIONES AUTOMATIZADA REGLAMENTO DE TECNOLOGÍA (ADMT)



ADMT

La Ley de Privacidad del Consumidor de California (CCPA por sus siglas en inglés) ordena a la Agencia que establezca reglas sobre los derechos de acceso y exclusión voluntaria relacionados con el uso de la tecnología de toma de decisiones automatizada (ADMT por sus siglas en inglés) por parte de las empresas. La Agencia ha redactado regulaciones sobre ADMT, pero aún no ha iniciado el proceso formal de elaboración de reglas. Esta hoja informativa explica las regulaciones provisionales para ayudar a las personas a comprender y participar en el proceso de elaboración de reglas. Estas reglas provisionales *no* están vigentes y están sujetos a cambios.

¿QUÉ es ADMT?

ADMT es tecnología que toma decisiones, o en la que una persona confía para tomar una decisión. Incluye la “creación de perfiles”, que generalmente se refiere a la evaluación de los consumidores por medios automatizados (por ejemplo, utilizando tecnología para analizar su personalidad, intereses, comportamiento o ubicación). La inteligencia artificial (IA) puede ser ADMT, pero no toda la IA es ADMT.

Ejemplos de ADMT incluyen:

- Herramientas de selección de currículums que utilizan las empresas para decidir qué solicitantes contratarán;
- Tecnología de reconocimiento facial que utilizan las empresas para verificar la identidad de los consumidores cuando ingresan a un lugar de trabajo; y
- Herramientas que ubican a los consumidores en grupos de audiencia para orientarles anuncios.

¿QUIÉN tendría que cumplir con los requisitos de ADMT?

Una “empresa” que debe cumplir con la CCPA¹ y realiza cualquiera de las siguientes acciones:

- 1 Utiliza ADMT para tomar una **"decisión importante"** con respecto a un consumidor.



Las “decisiones significativas” son decisiones que tienen consecuencias importantes para consumidores (por ejemplo, decisiones de proporcionar o negar servicios financieros, vivienda, seguros, oportunidades educativas o laborales, servicios de atención médica o bienes o servicios esenciales como comestibles, medicinas o combustible).



2 Utiliza ADMT para la “creación de perfiles extensiva”.



La “elaboración de perfiles exhaustiva” incluye el análisis de la personalidad, los intereses, comportamiento o ubicación en su lugar de trabajo, en la escuela (“perfil laboral/educativo”), o en lugares públicos (por ejemplo, usar tecnología de reconocimiento facial en una tienda para identificar potenciales ladrones) (“perfiles públicos”), o para dirigir anuncios a ellos (“perfiles para publicidad conductual”).

3 Utiliza información personal para **entrenar ADMT** que podría usarse de las siguientes maneras:

- Para identificar personas (por ejemplo, tecnología de reconocimiento facial);
- Para identificación o elaboración de perfiles físicos o biológicos (p. ej., análisis de la cara de las personas, expresiones o gestos para inferir su estado emocional);
- Para tomar decisiones importantes; o
- Generar deepfakes (por ejemplo, imágenes falsas de personas reales que se presentan como auténticas).

¿QUÉ tendría que hacer un negocio si utiliza ADMT de una de las formas mencionadas anteriormente?

La empresa tendría que proporcionar al consumidor:

1 Un **aviso previo sobre el uso** de ADMT.



Un aviso previo debería incluir:

- Por qué la empresa quiere utilizar ADMT;
- Cómo funcionaría el ADMT (como los factores clave que afectan su producción, y cómo la empresa utilizaría el resultado para tomar una decisión sobre el consumidor); y
- Que el consumidor tiene derechos bajo la CCPA (para optar por no participar en ADMT y para acceder a información sobre el ADMT), cómo pueden ejercerlos y que el negocio no puede tomar represalias contra ellos por ejercer esos derechos.

2 Una manera fácil para que el consumidor **opte por no participar** en el uso de ADMT por parte de la empresa, a menos que se aplica la excepción.



3

Si un consumidor no opta por no participar, la empresa también tendría que brindarle una manera fácil de acceder a información sobre cómo la empresa utilizó el ADMT con respecto a ellos. (Este requisito no se aplicaría al uso de información personal por parte de una empresa para capacitar a ADMT).

La respuesta de una empresa a la solicitud de acceso de un consumidor debería incluir:

- Por qué la empresa utilizó el ADMT;
- Cómo funcionó el ADMT con respecto a ese consumidor, como los factores clave que afectó la producción del ADMT y cuál fue la producción; y cómo la empresa utilizó el salida para tomar una decisión sobre ese consumidor.
 - *Por ejemplo, si una empresa utilizó tecnología de evaluación de emociones durante un trabajo entrevista del solicitante para calificar su desempeño previsto en el trabajo y luego utilizó esa puntuación para decidir si contratar a ese solicitante, la empresa proporcionaría la puntuación de ese solicitante y explicaría cómo la puntuación influyó en la decisión de la empresa de contratarlos; y*
- Cómo podría el consumidor ejercer sus otros derechos CCPA (por ejemplo, su derecho a corregir información inexacta), y que la empresa no puede tomar represalias contra ellos por ejercer sus derechos.



¿QUÉ tendría que hacer una empresa si un consumidor optara por no participar de su uso de ADMT?

Si un consumidor opta por no participar, la empresa no recopilará, usará, divulgará, retendrá ni procesará de otra manera la información personal del consumidor utilizando ese ADMT.

Excepciones a la opción de exclusión voluntaria: Un negocio no estaría obligado a proporcionar una exclusión voluntaria de su uso de ADMT bajo ciertas circunstancias.

Excepción de seguridad, prevención de fraudes y seguridad: la empresa utiliza el ADMT únicamente para seguridad, prevención de fraude o seguridad necesarias.

- Esto solo se aplicaría al uso de ADMT por parte de una empresa para dos tipos de elaboración de perfiles extensos: laboral/educativo.

Excepción de apelación: la empresa ofrece a los consumidores la posibilidad de apelar a los aspectos importantes de una decisión a un tomador de decisiones humano calificado.

- Esto solo se aplicaría al uso de ADMT por parte de una empresa para decisiones importantes.

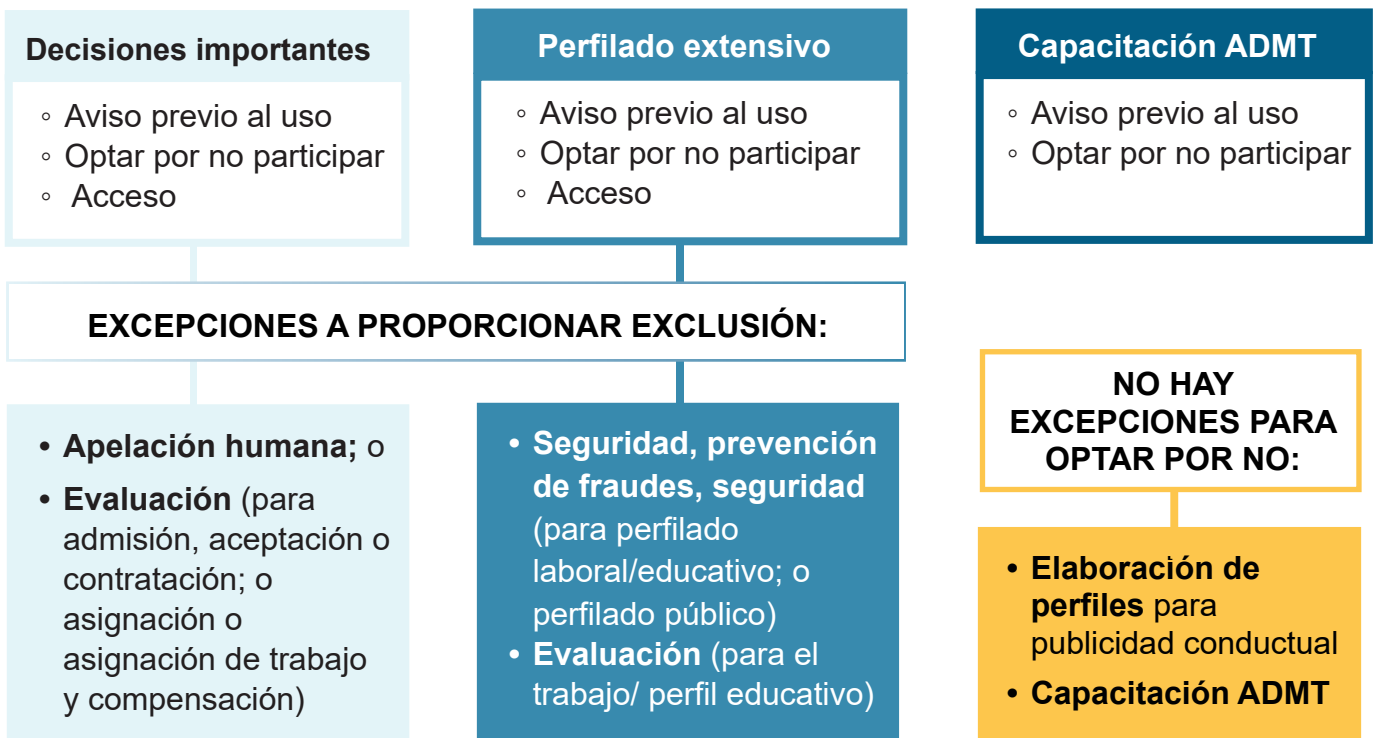


Excepción de evaluación: la empresa (1) evaluó el ADMT para garantizar que funcionara según lo previsto y no fue discriminatorio, y (2) implementó salvaguardias para garantizar que el ADMT funcionara como estaba previsto y no fuera discriminatorio.

- Esto solo se aplicaría al uso de ADMT por parte de una empresa para ciertos tipos de decisiones importantes (admisión/aceptación/contratación, asignación/asignación de trabajo); o perfiles laborales/educativos.

Estas excepciones no se aplicarían al uso de ADMT para la elaboración de perfiles para publicidad conductual, ni a el uso de la información personal de los consumidores para la capacitación de ADMT (vea el #3 en la página 2).

En resumen, una empresa que utiliza ADMT para decisiones importantes, elaboración de perfiles extensos o capacitación en ADMT tendría que cumplir con los requisitos de ADMT:



¹ La CCPA generalmente no se aplica a organizaciones sin fines de lucro o agencias gubernamentales. Para más información, ver "¿Mi empresa debe cumplir con la CCPA?" hoja informativa en <https://cppa.ca.gov/resources.html>.

Recursos: Código Civil § 1798.185(a)(16); Borrador del Reglamento sobre evaluación de riesgos y tecnología de toma de decisiones automatizada, marzo de 2024, disponible en https://cppa.ca.gov/meetings/materials/20240308_item4_draft_risk.pdf.