

La inteligencia artificial espía la comida que tiramos a la basura



Tiempo de lectura: 5 min.

[Somini Sengupta](#)

Una cadena de hoteles instaló una cámara en sus contenedores de basura para espiar y saber qué tiran los huéspedes. Resulta que sus cruasanes del desayuno son demasiado grandes. Muchos terminan en la basura... y consigo parte de las ganancias.

Un supermercado puede ver de repente, oculto en sus propios datos de venta, que las cebollas amarillas no se venden tan rápido como las moradas y es más probable que terminen en la basura.

El cerebro detrás de estos dos esfuerzos: la inteligencia artificial.

Esto es parte de una industria emergente que intenta ganar dinero con un problema humano sin sentido: la enorme cantidad de alimentos sin consumir que va de los supermercados y restaurantes al basurero. La mayoría del alimento, si no es compostado, termina en tiraderos donde se descompone y envía a la atmósfera potentes gases de efecto invernadero que calientan el planeta.

Aquí nace una nueva oportunidad de negocio. Una compañía llamada Winnow ha desarrollado la herramienta de inteligencia artificial que espía la basura de los

restaurantes. Otra empresa, Afresh, resume datos de los supermercados para buscar diferencias generadoras de desperdicio entre lo que una tienda abastece y lo que la gente compra.

La inteligencia artificial tiene una huella ambiental propia. Analizar cantidades enormes de datos requiere cantidades enormes de electricidad. Ni siquiera la inteligencia artificial puede (todavía) alterar las expectativas del cerebro humano en las sociedades modernas e industriales: una abundancia de aguacates frescos en el supermercado durante todo el año, una variedad cada vez mayor de diminutos vasos de plástico de yogur y bandejas repletas de nachos en los menús de la hora feliz.

El desperdicio de alimentos es un gran problema

Las dos compañías son parte de una industria emergente que intenta abordar un problema generado por la industria alimentaria moderna. En Estados Unidos, un tercio del alimento que se cultiva nunca se consume.

Globalmente, 1.000 millones de toneladas métricas de alimento se desperdiciaron en 2022, según el Programa de las Naciones Unidas para el Medioambiente. El desperdicio de comida representa entre el 8 y el 10 por ciento de las emisiones de gases de efecto invernadero, casi equivalente a las emisiones de las industrias de la aviación y los envíos combinadas.

Marc Zornes, cofundador de Winnow, organización que trabaja con restaurantes, hoteles y servicios de comida institucionales, señaló: “Es un problema que literalmente desaparece de nuestra vista”.

También contribuyen al problema las etiquetas confusas de “fecha de caducidad” y “fecha de consumo preferente” en los productos alimentarios, pues al final provocan que alimentos perfectamente comestibles sean tirados a la basura.

Algunos supermercados hacen la diferencia

Algunas señales de progreso surgen de un grupo de cadenas de supermercados que voluntariamente asumieron el compromiso de reducir el desperdicio de alimentos en sus operaciones en el oeste de Estados Unidos y Canadá. Entre 2019 y 2022, las ocho cadenas que son parte del Proyecto de Compromiso de Desperdicio de Alimentos de la Costa del Pacífico reportaron una reducción del 25 por ciento en sus

volúmenes totales de comida no vendida.

También reportaron que donaron más alimento a organizaciones benéficas y enviaron más de sus desperdicios a plantas de compostaje, que son escasas, en lugar de vertederos.

Dana Gunders, directora ejecutiva de Refed, una organización de investigación y activismo que rastrea los datos del proyecto voluntario, expresó: “Eso demuestra que la meta nacional de recortar a la mitad el desperdicio de alimento para 2030 de verdad podría ser posible, pero necesitaríamos un aumento dramático en las acciones en todos los sectores del sistema de alimentos para que eso ocurra”.

En la actualidad, hay muchas herramientas nuevas para ayudar a los minoristas a disminuir el desperdicio. Algunas empresas emergentes, como Apeel y Mori, ofrecen recubrimientos para frutas y verduras frescas que impiden que se echen a perder tan rápido. Una aplicación llamada Flashfood conecta a clientes con alimentos rebajados en tiendas de abarrotes, parecido a Too Good to Go, la cual pone en contacto a clientes con restaurantes y bodegas que venden el sobrante de comida a un precio con descuento.

¿Cuántos huevos esta semana?

La tecnología de Afresh procesa alrededor de seis años de datos de ventas de cada producto en la sección de alimentos frescos de una tienda de víveres con la que trabaja. Su herramienta de inteligencia artificial puede predecir cuando la gente compra aguacates y a qué precio. Puede combinar eso con datos sobre qué tan rápido se echan a perder los aguacates y además aconsejar cuántos aguacates tener en existencia.

Si la temporada de pintar huevos de Pascua suele generar mayores ventas de huevos, puede calcular cuántas cajas más de huevos la tienda debería ordenar y también cuántos pimientos más, ya que los compradores generalmente preparan tortillas con los huevos adicionales que tienen en casa.

Matt Schwartz, cofundador de Afresh, comentó que, aunque es probable que un gerente de tienda experimentado sepa esto, la inteligencia artificial ofrecería información más precisa sobre muchos más productos. Por ejemplo, podría recomendar que el gerente ordene 105 cajas de huevo la semana previa a la Pascua, en lugar de 110. Schwartz puntualizó: “Cada caja importa”.

Suzanne Long, la directora de sustentabilidad y transformación de Albertson's, compañía que usa la tecnología de Afresh, manifestó que, además, los gerentes experimentados son cada vez menos comunes. Long mencionó: "Lo que la inteligencia artificial está haciendo es darnos precisión. No solo dice: 'Necesito hacer un pedido de cebolla', sino 'de este tipo de cebolla'".

Long relató que la cadena ha reducido el desperdicio de comida, pero declinó dar a conocer qué tanto.

Este robot no hurga en los basureros

Winnow instala cámaras arriba de los contenedores de basura en las cocinas de los restaurantes. Las imágenes son ingresadas a un algoritmo que puede reconocer la diferencia entre media cacerola de lasaña (valiosa) y una cáscara de plátano (no tanto). Un grupo de hoteles Hilton que implementó hace poco la herramienta se dio cuenta de que muchas de las piezas de panadería de los desayunos eran demasiado grandes, y también que es común que los comensales no se terminen los frijoles horneados.

Refed, el grupo de investigación, descubrió en sus cálculos de 2022 que el 70 por ciento de la comida desperdiciada en los restaurantes es la que se queda en los platos, lo que demuestra la necesidad de reconsiderar los tamaños de las porciones.

Zornes, de Winnow, trabaja principalmente con hoteles y cafeterías. Calcula que los restaurantes desperdician entre el 5 y el 15 por ciento de los alimentos que compran. "Este es un problema obvio que todos conocen. Es evidentemente un problema que no estamos solucionando", concluyó.

9 de abril 2024

NY Times

<https://www.nytimes.com/es/2024/04/09/espanol/inteligencia-artificial-desperdicio-alimentos.html>

[ver PDF](#)

[Copied to clipboard](#)