**Respetar la comida es esencial para este negocio**

Cada año, el Día Mundial de la Alimentación inicia un debate sobre la producción, la distribución y el consumo de alimentos. En tiempos como estos, en los que se desperdician cientos de toneladas de alimentos al año, aún queda mucho por hacer, especialmente en el segmento de la restauración. AmRest, un operador de marcas globales de restaurantes como KFC, Pizza Hut y Starbucks, ha demostrado que es posible ahorrar comida poniendo en práctica un par de programas de prevención de desperdicio de alimentos: Harvest y Too Good To Go.

Harvest es un programa de donación de alimentos desarrollado en los EE. UU., que pone en contacto restaurantes con organizaciones benéficas. Los productos de restaurantes que no se han vendido se envían a organizaciones que ayudan a quienes más lo necesitan, como personas sin hogar o con discapacidades. AmRest fue una de las primeras empresas de restauración de Europa en introducir el programa Harvest en las marcas con las que opera la empresa:  KFC (en 2017), Pizza Hut (en 2018) y Burger King (en 2020). Hoy en día, AmRest es el líder gracias a los más de 350 restaurantes de cuatro países que participan activamente en el programa. Estas acciones se han traducido en la donación de más de 650 toneladas de alimentos, lo que supone alrededor de 2 millones de comidas.

Evitar el desperdicio alimentario también significa salvar la Tierra. El perjuicio para la Tierra es doble cuando los alimentos terminan en la basura: por un lado, se generan emisiones adicionales de CO2 resultantes de la descomposición de esos productos y, por otro, hay un elevado derroche en las emisiones que acompañan a todo el proceso de producción. De acuerdo con los cálculos de AmRest, desde la puesta en marcha de los programas Harvest y Too Good To Go, la empresa ha ahorrado al menos 5.500 toneladas de CO2.