PROYECTO: Por una mayor conciencia en torno a la importancia de reducir el desperdicio de alimentos: sensibilización aprovechando la celebración de la Copa Mundial de Futbol y otros eventos de gran envergadura

---

1. **Duración: 27 meses**
2. **Presupuesto (en dólares canadienses): $425,000**
3. **Descripción breve de la problemática o necesidad detectada (y vacíos o rezagos conocidos); objetivos del proyecto; actividades con las que se abordará la cuestión, y resultados, beneficios o beneficiarios previstos:**

Los eventos públicos de gran magnitud —como las competiciones deportivas, los conciertos de música y las celebraciones culturales que se llevan a cabo en estadios u otros espacios públicos de gran afluencia— ofrecen una oportunidad única tanto para generar mayor conciencia sobre el desperdicio de alimentos como para sensibilizar, involucrar y motivar a un público diverso que antes podría no haber sentido la obligación de actuar frente a esta problemática. Al mismo tiempo, los eventos públicos a gran escala requieren la coordinación y ejecución de operaciones masivas en relación con alimentos, y las municipalidades en donde este tipo de reuniones se organizan suelen enfrentar los desafíos asociados con el manejo de los residuos y materiales asociados. La CCA podría desempeñar un papel importante en este sentido proporcionando fondos para elaborar materiales de difusión dirigidos a sensibilizar y crear conciencia en torno al desperdicio de alimentos. Tales materiales servirán a entidades socias y aliadas, entre las que figuran gobiernos locales y municipales, responsables de la coordinación y organización de eventos, recintos públicos y deportivos, y otras organizaciones.

La escala de la Copa Mundial de Futbol 2026 (CMF26) y su alcance subcontinental (por cuanto a sedes del evento) presentan una oportunidad única para lograr los objetivos del proyecto y elaborar materiales auxiliares a someter a pruebas piloto. A manera de recursos dirigidos al público en general, acompañados por una guía de implementación para que las personas y entidades colaboradoras en el proyecto los utilicen antes y durante la CMF26, estos materiales pondrán de relieve no solo la problemática del desperdicio de alimentos, sino también las oportunidades para que tanto las personas aficionadas como la población en general adopten medidas en su vida cotidiana a efecto de reducir la cantidad de alimentos desperdiciados. Los resultados de esta iniciativa piloto permitirán perfeccionar las herramientas producidas, para su utilización futura en otro tipo de eventos públicos a gran escala en los tres países de América del Norte. Un resultado secundario del proyecto consistirá en un conjunto de herramientas de promoción social —con materiales de orientación y mensajes destinados a promover conductas sociales positivas— que colaboradores y entidades socias podrán emplear para lanzar campañas eficaces en favor de la sustentabilidad aprovechando el contexto y entorno local de grandes eventos públicos. De esta manera, como resultado del proyecto, se podrán generar recursos y contenidos adicionales, de gran visibilidad y perdurables.

4. **Pilares estratégicos conforme al Plan Estratégico 2021-2025 que el proyecto aborda:**

- ☒ Aire, agua y suelo limpios
- ☐ Prevención y reducción de la contaminación en el entorno marino
- ☒ Economía circular y manejo sustentable de materiales
- ☐ Ecosistemas y especies compartidos
- ☒ Economías y comunidades resilientes
- ☐ Aplicación efectiva de la legislación ambiental

5. **En qué forma el proyecto recurre a enfoques estratégicos transversales (es decir, soluciones innovadoras y eficaces, y participación sectorial y ciudadana diversa e incluyente, teniendo en cuenta aspectos como efectos y oportunidades por cuanto a género y diversidad, y juventud) para su instrumentación:**

La Copa Mundial de Futbol es uno de los eventos deportivos con mayor audiencia y alcance a escala internacional: atrae a espectadores y asistentes de todas las edades, géneros, grupos étnicos y nacionalidades, por lo que ofrece una oportunidad única para crear, utilizar y someter a prueba materiales y recursos dirigidos al público en torno al desperdicio de alimentos, así como una guía de implementación a elaborarse en el marco de este proyecto.

El proyecto también tiene por objeto crear recursos y materiales genéricos sobre el tema que tanto gobiernos locales y municipales como organizadores de eventos, recintos públicos y deportivos y otras organizaciones puedan utilizar en todo tipo de eventos públicos a gran escala, teniendo en cuenta las lecciones derivadas de la Copa Mundial.

6. **Cómo el proyecto puede lograr un mayor impacto a partir de la cooperación trinacional:**

Canadá, Estados Unidos y México serán sede de los numerosos partidos de la CMF26 y eventos asociados. Además, al margen de la Copa Mundial, en los tres países se celebran eventos públicos a gran escala que brindan oportunidades de sensibilizar y crear conciencia en materia de sustentabilidad y desperdicio de alimentos, así como de impulsar medidas para su reducción, lo mismo durante los propios eventos que, en general, en la vida cotidiana de las personas que asisten a ellos. En particular, los eventos relacionados con la CMF26 atraerán asistentes de toda América del Norte (y de otras partes del mundo), y en este periodo muchas personas aficionadas podrían viajar a más de un país para ver los partidos. El hecho de disponer de temas y llamados a la

acción comunes en cada ciudad y país (lo que se conoce como "efecto de exposición repetida")[1] contribuiría a generar mayor conciencia y a que el público adopte conductas más sustentables.

Asimismo, al facilitar un conjunto de herramientas de promoción social, junto con recursos dirigidos al público personalizables —de manera que puedan respaldar la planificación y ejecución de campañas de sensibilización en torno a la reducción del desperdicio de alimentos en otros eventos públicos a gran escala— y directrices uniformes para gobiernos locales y municipales, coordinadores y organizadores de eventos o personal de recintos públicos y deportivos en las ciudades anfitrionas, se impulsará la cooperación y se logrará mayor coordinación en el fomento de prácticas sustentables de manejo de alimentos, aprovechando la Copa Mundial como evento catalizador para crear una comunidad de práctica más amplia, tanto a escala nacional como de América del Norte en su conjunto.

7. **Cómo el proyecto complementa o evita la duplicación de otras iniciativas nacionales o internacionales:**

Este trabajo no sólo complementa el trabajo que la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) está realizando al respecto, sino que también evitará duplicar esfuerzos y respaldará los compromisos de sustentabilidad de la Federación. En cualquier caso, el conjunto de herramientas y los materiales servirán directamente a las ciudades sede de los partidos de la Copa Mundial y contribuirán a apuntalar sus propias iniciativas en favor del medio ambiente. Organizaciones como la Fundación Rockefeller, por ejemplo, han creado otros conjuntos de herramientas en materia de sustentabilidad, aunque están diseñados expresamente para eventos a gran escala y no se centran de manera exclusiva en eventos deportivos. Del mismo modo, varias ciudades anfitrionas de la CMF26 han puesto en marcha iniciativas o campañas específicas orientadas a fomentar la sustentabilidad y reducir el desperdicio de alimentos, por lo que la difusión y comunicación de mensajes elaborados por especialistas en relación directa con la Copa Mundial aportará valor a las iniciativas ya en pie en dichas ciudades. Con la elaboración y difusión de mensajes uniformes en torno a la sustentabilidad en el ámbito deportivo, el proyecto proporcionará recursos complementarios a las entidades socias (gobiernos locales y municipales de las ciudades anfitrionas, instalaciones deportivas y otras organizaciones) que participan en la planificación y realización de los eventos programados para la Copa Mundial. Por último —aprovechando la naturaleza adaptable de los materiales y con la orientación de la correspondiente guía de implementación—, las ciudades sede podrán utilizar los recursos dirigidos al público como complemento de sus capacidades locales para lograr un manejo sustentable de los alimentos en otros eventos públicos a gran escala.

---

1. La exposición repetida produce una sensación de comodidad o seguridad. El *efecto de mera exposición* es un fenómeno por el que las preferencias de las personas se moldean o forman como resultado de haber estado expuestas a un estímulo en repetidas ocasiones, por breve y fugaz que sea dicha exposición.

8. **En qué forma el proyecto propicia la participación de especialistas en conocimiento ecológico tradicional (CET) y comunidades indígenas, Primeras Naciones o grupos autóctonos:**

Es importante que, en los lugares donde se llevan a cabo estos grandes eventos públicos con presencia de comunidades o poblaciones indígenas extensas, los mensajes, materiales y recursos elaborados por la CCA —junto con las guías correspondientes para su implementación— guarden consonancia con el conocimiento ecológico tradicional (CET) compartido por integrantes de estas comunidades. La celebración de eventos respetuosos del medio ambiente y organizados de manera sustentable tiene que beneficiar a todas las personas pertenecientes a la comunidad, para lo cual debe garantizarse que la producción de dichos eventos no cause daños ambientales adicionales.

9. **Cómo el proyecto procura la participación de nuevas personas o entidades destinatarias, socias o aliadas:**

Este proyecto permitirá a la CCA aprovechar relaciones previamente establecidas y entablar nuevas colaboraciones con otras personas o entidades. La Comisión ha trabajado con diferentes gobiernos y organismos públicos en proyectos de la propia organización relacionados con muy diversos temas sobre medio ambiente (por ejemplo, con *Metro Vancouver*; la ciudad de Toronto; el condado de Clallam, en el estado de Washington, y la ciudad de Mérida, en México). Al crear recursos dirigidos al público en general en el marco de la CMF26 y una guía para su implementación, junto con un conjunto de herramientas de promoción social y recursos complementarios con la opción de adecuarse para su aplicación en otros eventos, este proyecto facilitará la colaboración en actividades de difusión y hará posible el fomento de la participación con un alcance mayor al registrado en el pasado. Cabe destacar que, a la fecha, la CCA no ha emprendido actividades centradas en la reducción del desperdicio de alimentos en eventos públicos masivos, por lo que este empeño involucrará a nuevas personas y entidades socias o aliadas y audiencias. Más aún, todo el material generado en el marco de este proyecto llegará a nuevos públicos con los que la CCA hasta ahora no se había comunicado: asistentes a eventos deportivos, públicos, culturales o de otra índole a gran escala.

10. **Dependencias asociadas designadas u organizaciones comprometidas en la instrumentación del proyecto, así como otras instancias (dependencias federales y otros órdenes de gobierno, académicos, organizaciones no gubernamentales, el sector privado, la sociedad civil y la juventud, por mencionar algunos ejemplos), que podrían participar en el mismo o beneficiarse de éste, entre otras cosas mediante tareas de difusión, trabajo conjunto o alianzas o asociaciones):**

Dependencias u organizaciones líderes	País
Ministerio de Medio Ambiente y Cambio Climático de Canadá (*Environment and Climate Change Canada*, ECCC)	Canadá
Agencia de Protección Ambiental (*Environmental Protection Agency*, EPA)	Estados Unidos

Departamento de Estado (*US Department of State*)	
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat)	México

Otras organizaciones e individuos	País
Operadores de estadios locales en las ciudades anfitrionas de la CMF26	Canadá, Estados Unidos y México
Entidades e instalaciones locales colaboradoras de la CMF26 en ciudades sede	Canadá, Estados Unidos y México
Gobiernos locales en las ciudades anfitrionas de la CMF26	Canadá, Estados Unidos y México
Alianza por el Deporte Verde (*Green Sports Alliance*) u organizaciones similares	Canadá, Estados Unidos y México
Oficinas regionales de la FIFA	Canadá, Estados Unidos y México
Organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan para reducir el desperdicio de alimentos (BAMX, entre otras)	Canadá, Estados Unidos y México

11. **Objetivos del proyecto y actividades y subtareas programadas para su consecución; productos o resultados esperados y cómo se medirán (indicadores de desempeño); situación actual (a manera de referente) y metas a alcanzar al término del proyecto, así como cronograma y presupuesto correspondientes:**

OBJETIVO	**Brindar a gobiernos locales, comunidades, figuras clave y partes interesadas herramientas para el diseño y la implementación de campañas de sensibilización y promoción social con miras a reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos durante eventos públicos a gran escala en ciudades de América del Norte.**
Actividad 1 **Presupuesto: $250,000** **(año 1: $105,000; año 2: $145,000)**	**Elaborar y poner en marcha una campaña de sensibilización y concientización para reducir el desperdicio de alimentos en el marco de la CMF26.**
Productos	1. Preparar recursos dirigidos al público y una guía de implementación con ocasión de la CMF26:

	a. Elaborar un conjunto de recursos y materiales personalizables (contenido digital o para imprimir y anuncios para exteriores) destinados a crear conciencia y motivar a la acción con miras a reducir el desperdicio de alimentos, a utilizarse en los partidos de la CMF26, ya sea en forma de carteles, anuncios, redes sociales, infografías u otros. b. Integrar una guía complementaria sobre cómo implementar los recursos y materiales a que se hace referencia en el inciso 1a. 2. Establecer un grupo técnico asesor de la CMF26 integrado por entidades socias y aliadas clave de las esferas internacional, regional, estatal, municipal y local (gobiernos, ONG, sector privado) que ofrecerá observaciones sobre los recursos dirigidos al público; sugerirá portavoces y otras entidades con quienes colaborar, y contribuirá en la prueba piloto de dichos recursos durante la Copa Mundial de Futbol. 3. Establecer contacto con las partes interesadas (gobiernos locales y municipales, coordinadores y organizadores de eventos, recintos deportivos y demás organizaciones) en las 16 ciudades anfitrionas de los partidos de la Copa Mundial para compartir los recursos elaborados y la correspondiente guía de implementación. 4. Preparar un informe de síntesis en el que se evalúe la implementación de la campaña de sensibilización en el marco de la CMF26, que incluya indicadores para medir los resultados de su puesta en marcha (por ejemplo, cantidad de recursos y materiales elaborados, medios, ubicación, participación, visualizaciones y demás).
Resultados esperados e indicadores de desempeño	1. Los recursos dirigidos al público y la guía de implementación contemplados en la actividad 1, así como el conjunto de herramientas de promoción social (con materiales de orientación y mensajes destinados a promover conductas sociales positivas) detallado en la actividad 2, se habrán utilizado en por lo menos una decena de ciudades durante la Copa Mundial (se aspira a la participación de cuando menos una ciudad por país de América del Norte). 2. Mayor conocimiento y sensibilización sobre el desperdicio de alimentos por parte de la afición mundialista. 3. Mayor conocimiento y sensibilización de la población en las localidades donde se realicen las iniciativas y campañas educativas locales sobre prevención del desperdicio de alimentos. 4. Datos y hechos indicativos de la eficacia de la campaña puestos a disposición de las partes interesadas.

Situación actual (referente), si se conoce	1. Nunca se ha llevado a cabo una campaña para reducir el desperdicio de alimentos en el marco de un mundial de futbol. 2. Al 8 de octubre de 2024 se han reunido varios grupos de trabajo fragmentados con ambiciones diversas en materia de sustentabilidad para los eventos de la Copa Mundial, a saber: comités locales de la FIFA en las ciudades anfitrionas (difusión local e internacional) y el Subgrupo de Trabajo sobre Sustentabilidad dependiente del Consejo de la Casa Blanca para Asuntos Deportivos Mundiales (USGOV).	
Metas (a alcanzar al término del proyecto)	Preparar, promover e implementar una campaña de sensibilización y concientización sobre reducción del desperdicio de alimentos durante la Copa Mundial de Futbol.	
Subtarea 1.1	Crear un grupo de trabajo para la CMF26, integrado por representantes de gobiernos locales y municipales, coordinadores y organizadores de eventos y otras partes involucradas en la educación y promoción en torno a los eventos de la Copa Mundial.	Año 1
Subtarea 1.2	Crear recursos digitales con ocasión del campeonato mundial de futbol, elaborar una guía de implementación y publicar ambos —recursos y guía— en el sitio web de la CCA.	Año 1
Subtarea 1.3	Ofrecer actividades de difusión y asistencia a las partes interesadas (gobiernos locales y municipales, coordinadores y organizadores de eventos, instalaciones deportivas y otras) en las ciudades anfitrionas en torno a la utilización de los recursos digitales y las oportunidades de participación de personas o entidades colaboradoras.	Años 1 y 2
Subtarea 1.4	Elaborar un informe de síntesis con los resultados de la campaña, a publicar en el sitio web de la CCA.	Año 2
Actividad 2 Presupuesto: $C110,000	**Crear un conjunto de herramientas de mercadotecnia social —con materiales de orientación y mensajes destinados a promover conductas sociales positivas— y recursos dirigidos al público personalizables, que**	

(año 1: $0; año 2: $110,000)	**sirvan de apoyo a la planificación y ejecución de campañas de sensibilización en torno a la reducción del desperdicio de alimentos en el marco de eventos públicos a gran escala.**
Productos	1. Conjunto de herramientas de mercadotecnia social para fomentar conductas sociales positivas en favor de reducción del desperdicio de alimentos en eventos públicos masivos. a. Orientación sobre cómo aprovechar la celebración de eventos masivos para llegar a las personas asistentes con mensajes que contribuyan a sensibilizar, crear conciencia y motivar la adopción de medidas con el fin de reducir el desperdicio de alimentos. b. Orientación sobre cómo elaborar una campaña de sensibilización relacionada con un evento masivo, teniendo en cuenta mensajes, materiales, alianzas o asociaciones y la realización de pruebas piloto, entre otros aspectos. c. Ejemplos de mensajes dirigidos a sensibilizar, crear conciencia y fomentar acciones por parte de las personas consumidoras. d. Recursos digitales adaptables o personalizables —como carteles, anuncios digitales, redes sociales, infografías y anuncios para exteriores—, que contribuyan a sensibilizar y generar conciencia en torno a la importancia de reducir el desperdicio de alimentos, junto con directrices para su implementación. e. Pautas de evaluación, incluidos indicadores clave para medir el desempeño. f. Orientación sobre elaboración de presupuestos y estimación de costos relacionados con la mercadotecnia social (con materiales de orientación y mensajes destinados a promover conductas sociales positivas) en el marco de eventos públicos a gran escala.
Resultados esperados e indicadores de desempeño	Un mayor número de grupos de interés (gobiernos locales y municipales, y coordinadores y organizadores de eventos, entre otros) se valdrán de herramientas y procesos de promoción social para diseñar campañas e intervenciones destinadas a sensibilizar, crear conciencia y motivar la adopción de medidas que contribuyan a reducir el desperdicio de alimentos entre el público asistente y la población de ciudades anfitrionas de eventos públicos masivos.
Situación actual (referente), si se conoce	En la actualidad, el grado de sensibilización, conciencia y educación en torno al desperdicio de alimentos, así como la disponibilidad de herramientas de promoción social —con materiales de orientación y mensajes destinados a promover conductas sociales positivas— de uso en el marco de grandes eventos, varían de una ciudad a otra.

Metas (a alcanzar al término del proyecto)	Publicar y promover el conjunto de herramientas de mercadotecnia social y los recursos asociados.	
Subtarea 2.1	Consultar los conjuntos de herramientas y recursos disponibles (guía verde de la Fundación Rockefeller o herramientas de la EPA, por mencionar algunos ejemplos), a efecto de asegurarse de no duplicar esfuerzos y sí, en cambio, contribuir al trabajo ya realizado.	Año 2
Subtarea 2.2	Elaborar un conjunto de herramientas de mercadotecnia social y recursos asociados para el fomento de conductas sociales positivas en relación con el desperdicio de alimentos, y publicarlos en el sitio web de la CCA.	Año 2
Actividad 3 **Presupuesto: $C65,000** **(año 1: $C40,000; año 2: $C25,000)**	**Seguir difundiendo, promoviendo y dando a conocer los diversos productos de la CCA en materia de reducción de la pérdida y el desperdicio de alimentos.**	
Productos	Difusión continua y aprovechamiento de recursos y contenidos —nuevos y previamente elaborados por la CCA— en materia de pérdida y desperdicio de alimentos (PDA), así como asistencia o apoyo a protagonistas y partes con interés en impulsar el uso y adopción de tales materiales (se dará prioridad a los gobiernos y las comunidades locales, en particular a las poblaciones indígenas).	
Resultados esperados e indicadores de desempeño	Mayor conocimiento, sensibilización y conciencia en torno a la problemática de la PDA en América del Norte; fomento de la difusión y uso de materiales elaborados por la CCA en apoyo a la reducción de la PDA, y atención a solicitudes de apoyo por parte de personas y entidades interesadas en aprovechar los recursos de la CCA en materia de PDA con miras a generar mayor conciencia y sensibilización a escala local.	

Situación actual (referente), si se conoce	• Como resultado de proyectos anteriores, la CCA ha creado y promovido diversos recursos y contenidos en apoyo a actividades dirigidas a reducir la PDA en América del Norte, entre los que se incluyen estudios de base, el kit de acción 'Los alimentos importan' y la guía *Por qué y cómo cuantificar la PDA*. • Los proyectos previos de la CCA en materia de PDA, así como las acciones y campañas de sensibilización al respecto, han tenido éxito; la organización ha logrado liderazgo y visibilidad en la materia, y con sus actividades apoya a quienes formulan políticas, a comunidades y otras partes en el ámbito local con interés en el diseño e implementación de campañas orientadas a estimular cambios de conductas para reducir la PDA entre el público en general. • Se presentan oportunidades para dar continuidad al apoyo que la CCA presta a la difusión y adopción de contenidos —nuevos y elaborados con anterioridad— dirigidos a promover la reducción de la PDA a lo largo y ancho de América del Norte, y en ese sentido el proyecto responde al interés expresado por protagonistas y grupos de interés, permitiendo a la CCA aprovechar el impulso actual, su liderazgo y la creciente demanda de recursos en la materia.	
Metas (a alcanzar al término del proyecto)	Asegurar que los grupos de interés conozcan los recursos de la CCA en materia de PDA —nuevos y elaborados con anterioridad—, y que puedan acceder a sus contenidos, comprenderlos y utilizarlos (por ejemplo, mediante capacitación, traducción de contenidos, impresión de materiales y otras medidas).	
Subtarea 3.1	Prestar servicios de edición, traducción y de otra índole en apoyo a la publicación y difusión de productos pertinentes de la CCA.	Años 1 y 2
Subtarea 3.2	Promover materiales y recursos de la CCA en materia de PDA —nuevos y elaborados con anterioridad— mediante reuniones, seminarios web y talleres organizados por la propia Comisión (con interpretación simultánea, de ser necesario), eventos de terceras partes y el uso de las redes sociales, según corresponda.	Años 1 y 2
Subtarea 3.3	Asegurar el apoyo necesario a las solicitudes de partes interesadas en relación con el uso de los recursos de la CCA sobre PDA, con atención prioritaria a las solicitudes de gobiernos y comunidades locales (incluidas las indígenas).	Años 1 y 2

Subtarea 3.4	Imprimir y enviar por correo materiales de la CCA sobre el tema, previa solicitud.	Años 1 y 2

12. **Efectos previstos posteriores a la instrumentación del proyecto:**

Efecto esperado (para cuándo: marzo de 2027)	Indicadores de desempeño conforme a los criterios SMART
Al término del primer año del proyecto, el conjunto de herramientas de promoción social —con materiales de orientación y mensajes destinados a promover conductas sociales positivas— estará terminado y se fomentará su utilización.	La CCA ha fomentado el conjunto de herramientas de promoción social mediante publicación en su sitio web y difusión a través de sus redes.
Al término del proyecto (año 2), los recursos dirigidos al público se habrán creado y utilizado en las ciudades de los tres países que participan en la Copa Mundial de Futbol.	La CCA ha promovido los recursos preparados con ocasión de la CF26, publicándolos en su sitio web y difundiéndolos a través de sus redes.
Al término del proyecto (año 2) se habrá finalizado un documento de síntesis sobre la eficacia de los recursos utilizados durante la Copa Mundial.	La CCA dispone de datos de referencia sobre la eficacia de los recursos utilizados en los eventos de la CMF26.
Al término del proyecto (año 2), un grupo de trabajo habrá utilizado el conjunto de herramientas de promoción social, probado los recursos en el marco la Copa Mundial y creado una red en la que se compartirán las mejores prácticas sobre planificación y uso de recursos y herramientas en futuros eventos a gran escala.	Se ha creado un grupo de trabajo en el que participan representantes de las ciudades anfitrionas de partidos de la Copa Mundial. Este grupo habrá utilizado el conjunto de herramientas, probado los recursos dirigidos al público en sus respectivas ciudades y creado una red en la que se compartirán las mejores prácticas para futuros eventos a gran escala posteriores a la CMF26.