

# Las canchas de fulbito

“La idea base es usar las famosas canchas de fulbito, o equivalentes, para ubicar ahí pequeños puestos de mercado. Por supuesto que esto implica varios problemas a resolver”

20 de Abril de 2020



## Hernán Chaparro

Psicólogo social. Forma parte del núcleo asesor del Área de Estudios de Opinión del Instituto de Estudios Peruanos. Es profesor/investigador de la Universidad de Lima.

Los mercados son uno de los espacios donde la afluencia de personas se mantiene no solo por el hábito de comprar a diario (que tiene múltiples razones) sino porque es probable que, en la cultura de 1,000 oficios que tenemos grabada en nuestro disco duro de respaldo cultural, muchas personas vean en la comercialización de alimentos una forma de ganarse la vida... a diario.

Habría que comprobarlo o medirlo hoy, pero por lo menos en el análisis que hicimos en la crisis del 2009 no solo vimos que la gente tenía un umbral alto para juzgar qué es crisis y qué no (“crisis, las del primer García” nos decían) sino que muchas mujeres y jóvenes aumentaban sus labores para poder colaborar con algún ingreso al hogar. Además, los varones que se quedaban sin trabajo inmediatamente salían a buscar otra actividad donde conseguir un ingreso alternativo. ¿Se puede disminuir la concentración en los mercados?

Cambiar hábitos es algo que la psicología social sabe bastante bien que es muy difícil. Toma tiempo, implica entender las motivaciones y ayudar dando alternativas en el entorno donde la persona tiene que decidir. Solo campañas “motivacionales” o medidas restrictivas tienen, como vemos, limitaciones. Informes recientes (basados en datos de Google) indican que las medidas tomadas por el gobierno estarían bajando la asistencia a los mercados, pero habría que revisar el perfil de quienes tienen activado su geolocalizador en el celular.

Planteo una propuesta que apunta a darle alternativas de compra a las personas para que, combinadas con campañas de sensibilización y control, la concentración en estos espacios se disperse. La idea base es usar las famosas canchas de fulbito, o equivalentes, para ubicar ahí pequeños puestos de mercado. Por supuesto que esto implica varios problemas a resolver, pero la idea es pensar fuera de la caja y ver alternativas. Seguro la propuesta se puede mejorar, pero hay que ponerla sobre la mesa. La ejecución y supervisión tendría que depender del alcalde local en coordinación con la dirigencia del mercado que se

---

Cómo citar:

Chaparro M., H. (20 de abril de 2020). Las canchas de fulbito. *La República*.  
<https://larepublica.pe/opinion/2020/04/20/las-canchas-de-fulbito-hernan-chaparro/>

vaya a descentralizar. Eso implica que el ministerio que corresponda desarrolle primero un documento de políticas, procedimientos y protocolos que se pueda testar primero en dos o tres mercados de prueba.

De acuerdo con el censo de mercados de abastos del 2016 (INEI) había aprox. 2,600 mercados, 43% ubicados en Lima. Seguro habrá problemas, pero si solo es en tres sitios la situación debería ser manejable. Cada canchita/minimercado tendría que contar con alumbrado, sistema de agua/desagüe, recojo de desperdicios, entre otros aspectos a precisar. Además, tendrían que organizarse para tener al menos tres puestos de los rubros más frecuentes (abarrotes, verduras, frutas, carne de res, aves, pescado, limpieza y especería). Quien va a comprar busca precio y necesita alternativas. El puesto que se va a una canchita no podrá seguir en el “mercado base”. Con los pilotos se podría recibir la opinión de los usuarios y así ajustar el modelo. Difícil, sí, ¿pero hay algo que no lo sea en este momento? ¿No hay capacidad estatal para hacerlo? Es una oportunidad para construirla, de a pocos, comenzando con pilotos. Tenemos para un buen rato