

Tradición que se adapta

En medio de un escenario marcado por la incertidumbre y la transformación del comercio, la confirmación de continuidad de La Covadonga en el centro de Los Ángeles no es solo una buena noticia para sus trabajadores o clientes habituales. Es, sobre todo, una señal que invita a reflexionar sobre el valor —y el futuro— del comercio local en nuestras ciudades.

Por más de ocho décadas, esta multitienda ha sido parte de la identidad de la capital provincial de Biobío. Su historia no se explica únicamente por la permanencia en el tiempo, sino por una capacidad constante de adaptación: desde sus orígenes como tienda de textiles hasta su actual diversificación de productos y servicios. Hoy, una vez más, ese espíritu se pone a prueba en un contexto adverso, marcado por la contracción del consumo, los cambios en los hábitos de compra y una competencia cada vez más agresiva.

Sin embargo, lo verdaderamente relevante no es solo la resistencia, sino la estrategia. La Covadonga ha optado por ajustar su tamaño, optimizar su inventario y fortalecer su relación con proveedores para contener costos, evitando trasladar —al menos por ahora— el impacto de la inflación a sus clientes. A ello suma un atributo que, en tiempos de automatización y compras digitales, cobra renovado valor: la atención personalizada, ese vínculo humano que difícilmente puede ser reemplazado por plataformas o grandes cadenas.

Este caso ilustra una realidad más amplia, el comercio local debe reinventarse para sobreponerse a nuevos

formatos como los llamados “malls chinos”, o el auge del comercio electrónico. Pretender competir únicamente desde la tradición sería insuficiente; hacerlo incorporando innovación, eficiencia y cercanía con el cliente, en cambio, abre nuevas posibilidades.

En ese equilibrio —entre identidad e innovación— se juega buena parte del futuro de nuestros centros urbanos, ya que no se trata de oponerse al progreso, sino de integrarlo sin perder aquello que da sentido de pertenencia a una comunidad.

Apoyar el comercio local, entonces, no debe entenderse solo como un gesto nostálgico, sino como una decisión consciente con impacto económico y social. Cada compra en una tienda tradicional contribuye a sostener empleos, dinamizar la economía local y preservar una identidad que no puede ser replicada por modelos estandarizados.

Pero ese apoyo también debe ser correspondido, los negocios locales tienen el desafío de seguir evolucionando, incorporando herramientas digitales, mejorando su propuesta de valor y entendiendo a un consumidor cada vez más exigente e informado.

La experiencia de La Covadonga demuestra que incluso en tiempos complejos, la combinación de historia, adaptación e innovación puede sostener proyectos que parecían amenazados.

En definitiva, no basta con que estas tiendas resistan, sino que sigan siendo protagonistas de nuestras ciudades y comunidades.