



## Tejedores se capacitan para conquistar nuevos mercados en el mundo digital

**Comerciantes del rubro contaron cómo se preparan para expandir sus negocios en el marco del Día del Tejido que se celebrará el próximo 9 de agosto**

En Valle Hermoso, cuna textil de La Liga, se está gestando una transformación silenciosa pero profunda. Tras el golpe económico que dejó la pandemia y la competencia de productos importados, los tejedores de la zona han comenzado a capacitarse para vender en el mundo digital, apostando por la calidad, la tradición y nuevas herramientas tecnológicas para abrirse camino en un mercado cada vez más virtual.

"Después de la pandemia comenzamos a trabajar de manera colaborativa con los textiles, especialmente de Valle Hermoso. Hoy se están capacitando en redes sociales, marketing digital moderno y todo lo que conlleva también inteligencia artificial", explica Hernán Romero, jefe de Desarrollo Económico de la Municipalidad de La Liga.

La meta es que los artesanos puedan ser autosuficientes en el diseño y comercialización de sus productos. "Queremos que compitan de igual a igual en redes sociales y más adelante en un marketplace especializado en textiles de la zona", agrega Romero, quien adelanta que ya se piensa en retomar un proyecto de plataforma digital surgido durante la pandemia.

Sin embargo, el paso a lo digital no es fácil, especialmente

para quienes no crecieron con la tecnología. "Nos cuesta, no somos jóvenes, necesitamos que nos repitan las cosas varias veces, pero tenemos ganas", reconoce Eliana Reinoso, presidenta de la Agrupación Textil Cultural y Turística de Valle Hermoso, formada hace unos meses para reimpulsar el rubro.

Con más de 40 socios activos, Eliana asegura que el interés por aprender existe: "Algunos manejan redes sociales, otros venden por WhatsApp. Pero ahora, con el apoyo del municipio, estamos aprendiendo a usar mejor estas herramientas".

Desde el municipio, los talleres han incluido alfabetización digital, redes sociales y ofimática. "La semana pasada participaron más de 35 personas. Hay interés, pero también conciencia de que esto requiere tiempo y recursos", comenta Romero.

### SELLO DIFERENCIADOR

A pesar del contexto adverso, los tejedores tienen claro que los distingue. "Aquí lo que se vende es calidad. Eso es lo que nos diferencia", afirma Gustavo Vega, vocero de la agrupación. "No queremos competir con productos importados baratos. Queremos que la gente vuelva a confiar en lo nuestro".

Desde el municipio, también se está trabajando en una certificación de origen para los productos textiles de La Liga. "No es una denominación exclusiva, pero sí un sello que permita identificar y preferir lo local", explica Romero, quien proyecta concretarlo en 2025.

Además, se busca reactivar vínculos con universidades para fomentar la innovación en los diseños. "Nos interesa cruzar la tecnología con el diseño. Ya se han usado motivos indígenas y elementos patrimoniales loca-

les. Eso le da identidad a los productos", comenta.

### PRIMEROS PASOS DIGITALES

Herminda Robles, dueña de Tejidos Gente Fashion, es una de las emprendedoras que ha comenzado a avanzar por su cuenta en lo digital. "Empecé por necesidad. Primero WhatsApp, luego Facebook, Instagram y ahora estoy probando TikTok. Aprendí sola", cuenta.

Aunque sus ventas aún son mayoritariamente presenciales, reconoce que las redes le han

permitido ampliar su alcance. "Hoy la gente quiere comodidad, que le mandes fotos. Tengo dos tiendas, pero a veces no entra nadie, por eso subir imágenes es una alternativa".

Para Herminda, vender por internet también permite ahorrar en costos. "Es mejor que pagar sueldos si no hay movimiento. Hay que adaptarse. Todo el mundo vende online, y nosotros no podemos quedarnos atrás".

Gustavo Vega lo resume con claridad: "Antes llenaba un bolso con chalecos, me iba al norte

o al sur y volvía con las manos vacías. Hoy la idea es hacer eso mismo, pero desde el celular. No tenemos la fuerza de antes, pero sí la experiencia y las ganas de seguir".

A futuro, se espera avanzar hacia un marketplace local, participar en eventos como Cyber Day o Black Friday y consolidar la venta digital como pilar de la actividad textil. "Queremos estar en las vitrinas virtuales, competir con tiendas grandes, para eso estamos trabajando", cierra Romero.



Hernán Romero, jefe de Desarrollo Económico de la Municipalidad; Marcela Fazio, encargada de gestión Día del Tejido 2025; Herminda Robles, Eliana Reinoso, presidenta de la Agrupación Textil Cultural y Turística de Valle Hermoso, Gustavo Vega y Miriam Pérez.