

REM Media se integra como nuevo socio de OTIC de la Cámara Chilena de la Construcción

La alianza busca acelerar la adopción de programas de formación y fortalecer el desarrollo del capital humano en el sector de la construcción.

REM Media & Consulting anunció su incorporación como nuevo socio estratégico de OTIC de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC). Esta alianza tiene como propósito visibilizar el valor de la formación continua en el contexto actual y facilitar que más empresas accedan a herramientas concretas para capacitar a sus equipos.

«Para nosotros, esta

alianza es profundamente estratégica. Se trata de conectar a más organizaciones con oportunidades reales de formación, impactando en el desarrollo del talento y en el crecimiento del país», destacó Carlos Machicao, CEO de REM Media & Consulting.

El rol de REM será actuar como habilitador y amplificador a la hora de generar campañas de comunicación efectivas, traducir

la propuesta de valor de OTIC en mensajes claros y activar estrategias digitales que logren mayor adopción y adherencia. «Si las empresas no comprenden los beneficios, no invertirán en formación. Por eso, nuestra labor es simplificar, distribuir y conectar el contenido con quienes más lo necesitan», añadió Machicao.

En industrias como la construcción, donde aún existen importantes brechas, la digitalización de la capacitación permite derribar barreras geográficas, mejorar la equidad y facilitar la reconversión laboral. «La tecnología nos permi-

te personalizar, escalar y medir procesos de formación, pero antes de eso, debe haber adopción. Y eso se logra comunicando bien, con foco en las personas y en sus necesidades reales», explicó el ejecutivo.

El plan contempla el desarrollo de campañas educativas que expliquen qué es OTIC, cómo funciona y qué beneficios concretos ofrece a las empresas. «Queremos ampliar la base de empresas adheridas y activar una nueva forma de entender la capacitación, viéndola como una inversión estratégica y no como un gasto», afirmó Machi-

cao.

REM Media aportará su experiencia en automatización, segmentación avanzada y estrategias de contenido multiplataforma para lograr que los programas lleguen de forma eficaz a operarios, supervisores y personal administrativo, con rutas de aprendizaje diferenciadas. En proyectos anteriores, la agencia ya ha demostrado cómo el uso de variables geográficas y psicográficas puede mejorar significativamente el impacto de campañas de formación.

«Las herramientas existen, pero no basta con crearlas. Nuestro compromiso es que lleguen a las personas correctas, en el momento correcto y de la manera más accesible posible. Una industria más informada es una industria que crece, y ahí queremos estar», puntualizó el CEO de REM Media. Con ese enfoque, la alianza también busca ser un aporte al ecosistema laboral nacional, no solo desde lo comunicacional, sino desde la ejecución concreta.

CLUB SOCIAL SAN JAVIER