

ИВРАХ

belomg
communication lab

beaumont

DEI Trends

2025

DEI Trends 2025

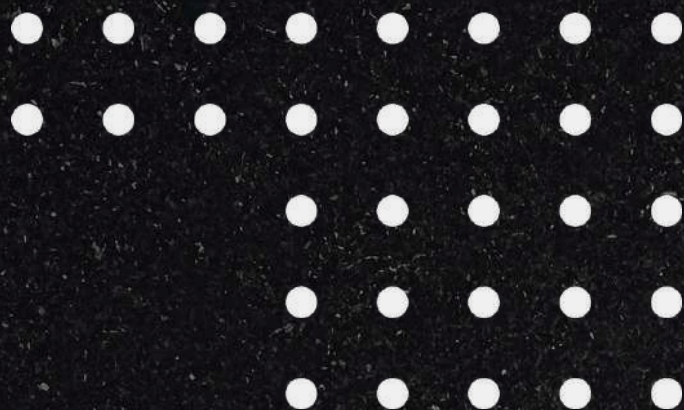
1. Diversidad, inclusión y el poder transformador de las comunicaciones.
2. **Empatía algorítmica:** Inclusión en la era de la inteligencia artificial
3. El Poder de las narrativas locales
4. **Diversidad vivencial:** Más allá de los indicadores tradicionales
5. Cultura de la escucha activa
6. De la regulación a la inspiración: ESG como pivote DEI
7. **Equidad creativa:** Diseñando para todos
8. **Compromiso de liderazgo:** De la visión a la acción
9. **Fatiga de la diversidad:** Cómo evitar el diversity washing
10. **Generación z:** Impulsores de un futuro inclusivo
11. **El Derecho a la Inclusión:** Transparencia como motor del cambio
12. Fuentes bibliográficas

belong

DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EL PODER TRANSFORMADOR DE LAS COMUNICACIONES.

Vivimos en una era de transformación acelerada, donde las organizaciones ya no pueden permitirse el lujo de ser observadoras pasivas frente a los cambios sociales, culturales y económicos que están redefiniendo el mundo. La diversidad, la equidad y la inclusión (DEI) han dejado de ser conceptos aspiracionales para convertirse en pilares estratégicos imprescindibles. Sin embargo, no basta con levantar estas banderas como una declaración de intenciones: es necesario integrarlas profundamente en el ADN de las empresas, en sus procesos, sus líderes y, sobre todo, en sus decisiones.

En Belong Lab, entendemos la diversidad no como un indicador aislado, sino **como una experiencia viva que atraviesa cada interacción, cada diálogo y cada decisión organizacional**. Porque la diversidad no es solo lo que se ve, sino también lo que se siente, lo que se escucha y lo que se respira en una cultura corporativa. Hablamos de una **diversidad vivencial, que va mucho más allá de los indicadores tradicionales y que abarca historias, contextos y realidades interseccionales que moldean la forma en que las personas se relacionan con su entorno laboral.**



DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EL PODER
TRANSFORMADOR DE LAS COMUNICACIONES.

Las tendencias que abordamos en este informe no son solo predicciones; son un llamado a la acción. Hablamos de la empatía algorítmica, donde la inteligencia artificial deja de ser un código frío y se convierte en una herramienta de justicia social. Reflexionamos sobre el poder de las narrativas locales, entendiendo que **ninguna estrategia global puede triunfar si no respeta las historias y contextos regionales.**

Discutimos la cultura de la escucha activa, una práctica a menudo subestimada, pero que tiene el potencial de desbloquear innovación y cohesión en los equipos.

Y aquí es donde la interseccionalidad cobra un papel central. Ninguna persona es una sola cosa. Somos género, somos origen, somos edad, somos experiencias y somos contextos. Cada uno de nosotros lleva consigo una combinación única de factores que influyen nuestras oportunidades, barreras y formas de interactuar con el mundo. Las organizaciones que entienden y respetan esta complejidad no solo son más inclusivas, **sino también más innovadoras, resilientes y exitosas.**

La sostenibilidad y el impacto social ya no son opcionales; son la piedra angular de la relación entre las marcas y sus consumidores. Las nuevas generaciones, lideradas por la Generación Z, han dejado claro que eligen conscientemente a las organizaciones que están genuinamente comprometidas con la diversidad, la equidad y la inclusión. Ya no basta con decir; hay que hacer, medir, ajustar y, sobre todo, ser transparentes.



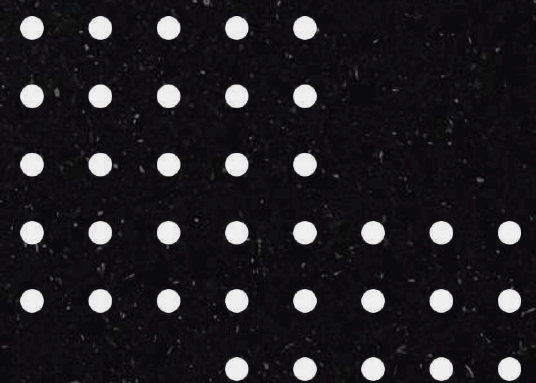
belomq >>>

DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y EL PODER
TRANSFORMADOR DE LAS COMUNICACIONES.

Las empresas que siguen viendo la DEI como un "nice to have" están destinadas al fracaso. No se trata solo de cumplir con regulaciones o de evitar crisis reputacionales; se trata de construir una narrativa coherente que atraviese cada rincón de la organización. **Se trata de liderar con el ejemplo**, de poner a las personas en el centro de la estrategia y de entender que la inclusión no es un destino, sino un viaje continuo.

Hoy, hacemos un llamado a los CEOs, a los líderes de recursos humanos, marketing y comunicación: **no den la espalda a la diversidad y la inclusión**. No lo vean como un proyecto aislado, sino como una forma de ser y de hacer negocios.

Porque en un mundo donde los consumidores tienen cada vez más claro lo que quieren y lo que esperan de las marcas, la verdadera ventaja competitiva no está en los productos, sino **en las historias que contamos y en los valores que defendemos**.





belong

Las próximas páginas no son solo un informe de tendencias; son una invitación a liderar con coraje, a transformar con empatía y a crear un futuro donde la diversidad no sea una casilla por llenar, sino el motor que impulse cada decisión estratégica. Está en nuestras manos. Y el momento es ahora.

CAROLINA PINHEIRO

CEO y Fundadora de la agencia de publicidad "Inbrax".
Founder Belong Communication Lab.
Abogada, brasileña con estudios en Chile y el extranjero.
Mamá de Caetano.

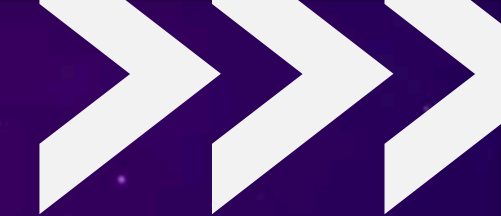




EMPATÍA ALGORITMICA

Inclusión en la era
de la inteligencia artificial

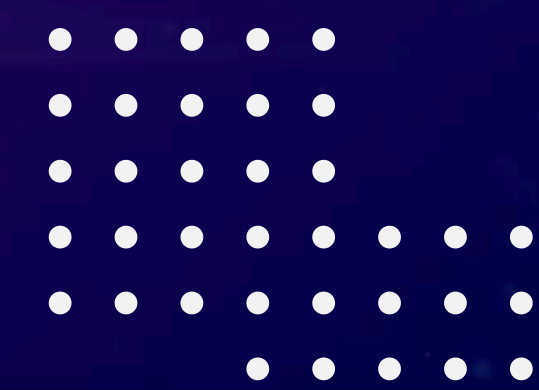




En un mundo donde los algoritmos influyen en nuestras oportunidades laborales, experiencias de consumo e incluso relaciones personales, la inteligencia artificial (IA) emerge como un actor clave para promover la inclusión. Aunque la neutralidad algorítmica es cuestionada por muchos expertos, **el diseño ético de estas tecnologías tiene el potencial de eliminar barreras históricas que antes parecían insuperables.**

Desafío

Muchos sistemas de IA heredan sesgos implícitos de sus programadores y los datos con los que son entrenados. Esto ha provocado casos documentados de discriminación, como algoritmos de reclutamiento que favorecen a ciertos géneros o razas, o sistemas de crédito que penalizan a grupos históricamente desfavorecidos. Según un informe de WeCreateSpace, el 65% de los especialistas en diversidad, equidad e inclusión (DEI) consideran que las herramientas tecnológicas actuales no capturan adecuadamente las complejidades de una fuerza laboral diversa (WeCreateSpace, 2024)

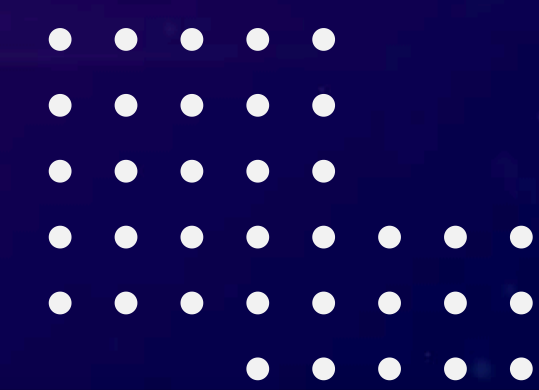




El potencial de la empatía algorítmica

Diseñar IA con "empatía" no se limita a eliminar sesgos existentes. También implica programar algoritmos que **comprendan contextos culturales, se adapten a necesidades específicas y tomen decisiones alineadas con valores inclusivos.**

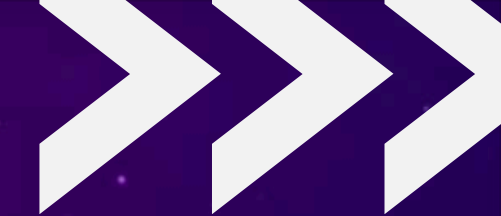
Por ejemplo, Microsoft ha desarrollado herramientas que evalúan la accesibilidad en tiempo real dentro de aplicaciones, demostrando cómo la tecnología puede incorporar principios de equidad digital. Ahora bien, ¿qué sucedería si estas tecnologías avanzaran para enfrentar inequidades económicas o educativas? Imaginemos una IA capaz de evaluar candidatos no solo por su experiencia previa, sino también por su potencial de aprendizaje y resiliencia en contextos adversos.





EMPATÍA ALGORÍTMICA

Inclusión en la era de la inteligencia artificial

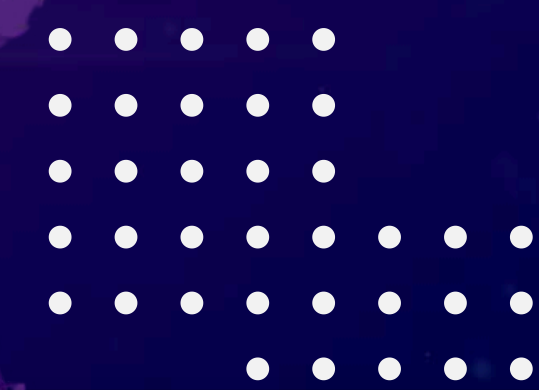
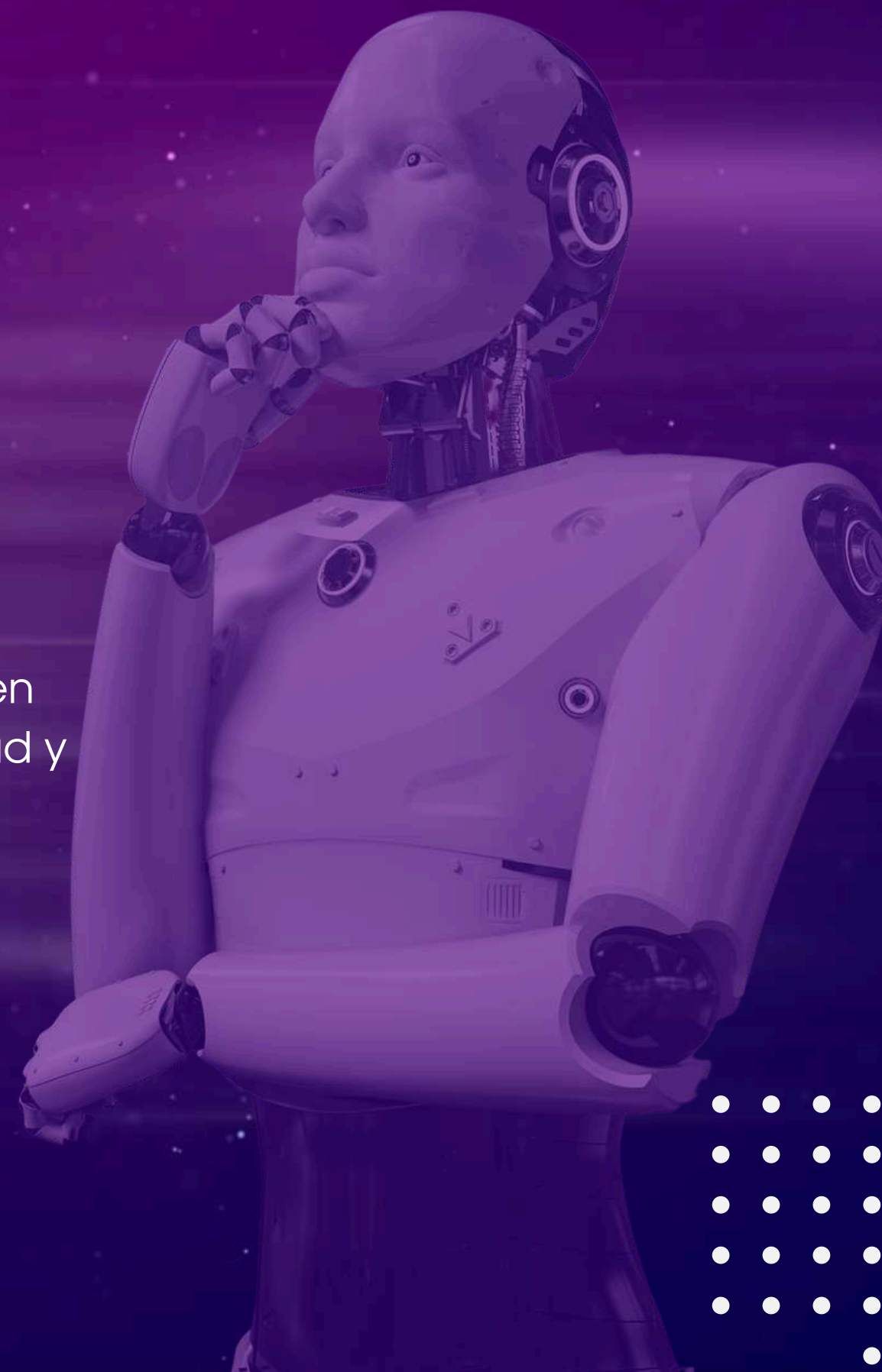


Un paso hacia el futuro

La implementación de IA empática requiere transparencia y colaboración. Esto incluye la co-creación de marcos éticos junto con comunidades diversas.

Según tendencias de Fundación Adecco, las empresas que lideren este cambio estarán impulsando tecnología que fomente equidad y justicia hacia 2025.

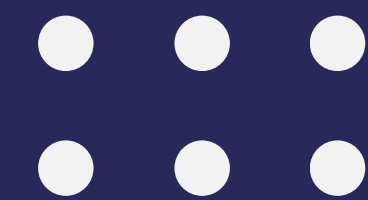
(Fundación Adecco, 2024).





“La inteligencia artificial tiene el potencial de ser el mayor nivelador de oportunidades, pero solo si la diseñamos con el corazón y no solo con códigos”

(Fundación Adecco, 2024)





EL PODER DE LAS NARRATIVAS LOCALES





EL PODER DE LAS NARRATIVAS LOCALES



En un mundo globalizado, las marcas buscan resonar con audiencias internacionales, pero el verdadero impacto ocurre cuando se conectan con las historias únicas de cada región. Esta tendencia refleja la necesidad de traducir valores globales de diversidad, equidad e inclusión (DEI) en prácticas tangibles y relevantes para contextos locales.





EL PODER DE LAS NARRATIVAS LOCALES

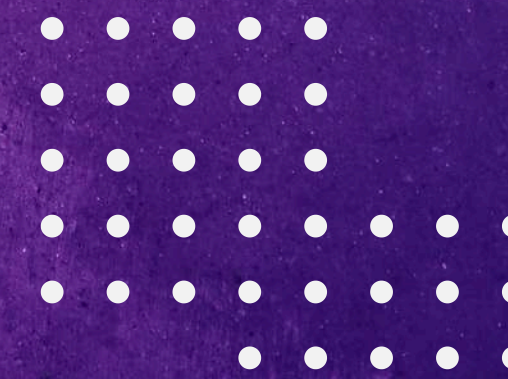


El desafío de lo local en lo global

Algunas iniciativas bien intencionadas fracasan por ignorar las dinámicas culturales. Una campaña sobre igualdad de género que tiene éxito en Europa Occidental podría ser malinterpretada en sociedades más conservadoras si no se contextualiza adecuadamente. Según el informe de Blend Edu (2024), las empresas en Brasil han destacado por desarrollar programas de inclusión que integran tradiciones locales con objetivos globales.

Estrategias efectivas:

- **Modelo de embajada interna:** Crear espacios seguros dentro de oficinas locales para que los empleados se sientan valorados y representados, incluso frente a las presiones externas.
- **Voces locales al centro:** Involucrar a líderes comunitarios en el diseño de políticas DEI. Por ejemplo, el gigante de bienes de consumo Unilever colaboró con comunidades indígenas en México para alinear sus campañas con los valores culturales de estas comunidades.

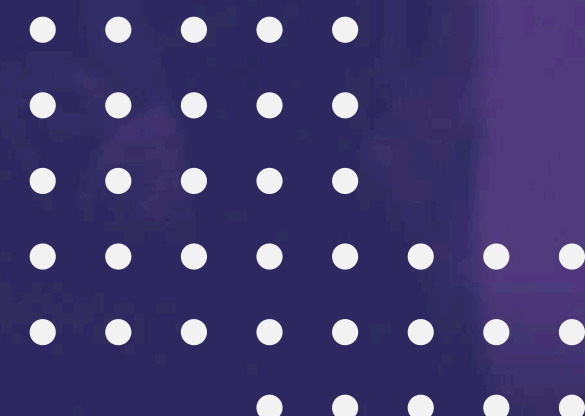
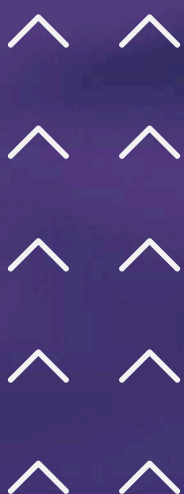




EL PODER DE LAS NARRATIVAS LOCALES



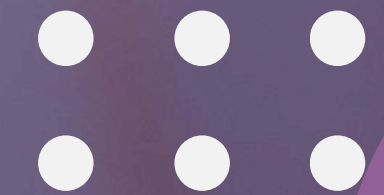
La inclusión no debe ser solo una meta corporativa, sino una invitación a formar parte del tejido social. Las marcas que priorizan las narrativas locales no solo venden productos; construyen puentes entre culturas y comunidades.





DIVERSIDAD VIVENCIAL

Más allá de los indicadores tradicionales





DIVERSIDAD VIVENCIAL

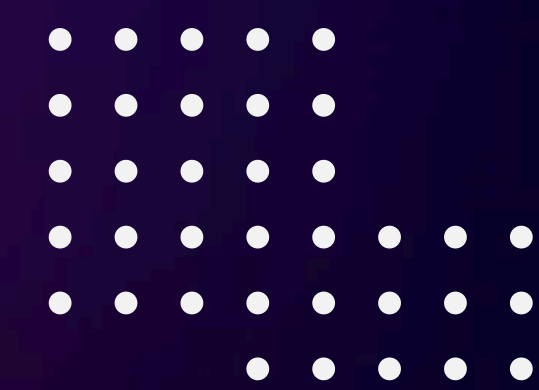
Más allá de los indicadores tradicionales



Durante años, las métricas de diversidad se han enfocado en categorías visibles como género, raza y edad. Sin embargo, en 2025, la atención está virando hacia la **diversidad vivencial**: una exploración profunda de las historias, experiencias y formas de pensar que las personas aportan a los espacios laborales. Este enfoque incorpora elementos interseccionales, reconociendo cómo diferentes identidades y circunstancias influyen en las oportunidades y barreras que cada individuo enfrenta

Desafío

Aunque muchas empresas miden la diversidad demográfica, estas métricas no capturan la riqueza de las experiencias humanas. Según el informe de WeCreateSpace (2024), "la diversidad vivencial exige una comprensión más holística de las trayectorias personales, incluyendo factores como la intersección de género, orientación sexual, estatus socioeconómico y otras identidades". Por ejemplo, dos empleados del mismo género y edad pueden haber vivido realidades completamente distintas: uno enfrentó barreras económicas, mientras que el otro tuvo acceso ilimitado a oportunidades.





DIVERSIDAD VIVENCIAL

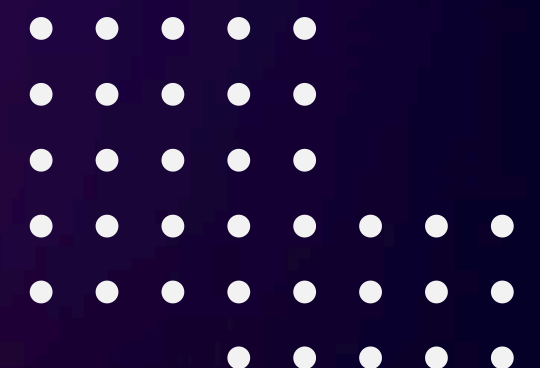
Más allá de los indicadores tradicionales



Innovación en acción

Empresas líderes como Accenture están evaluando la **diversidad cognitiva** mediante análisis de cómo las experiencias de vida influyen en la resolución de problemas dentro de los equipos (WeCreateSpace, 2024).

Herramientas como encuestas vivenciales y talleres de narrativa personal permiten explorar estas dinámicas en profundidad. Este enfoque también permite a las organizaciones integrar la interseccionalidad en sus estrategias, promoviendo la creación de equipos más diversos y colaborativos.





DIVERSIDAD VIVENCIAL

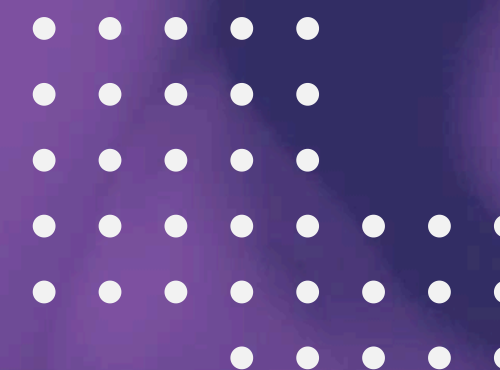
Más allá de los indicadores tradicionales



Reflexión

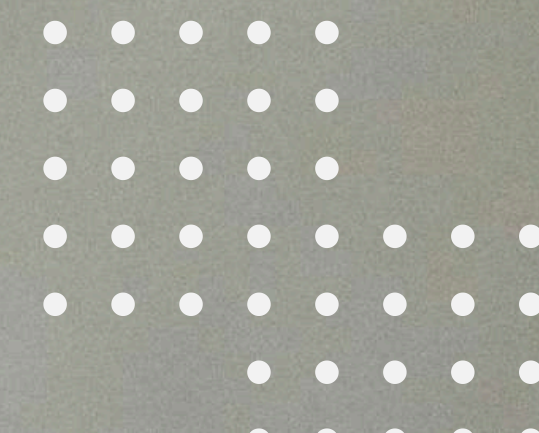
La diversidad vivencial no solo amplía los horizontes organizacionales; también redefine la empatía y la colaboración. Como señala el informe de WeCreateSpace (2024), "cada experiencia trae consigo una solución única; nuestra tarea es descubrirla y permitir que florezca".

Este enfoque nos recuerda que las estrategias de diversidad deben **trascender lo visible para integrar las complejidades interseccionales de las experiencias humanas.**





CULTURA DE LA ESCUCHA ACTIVA





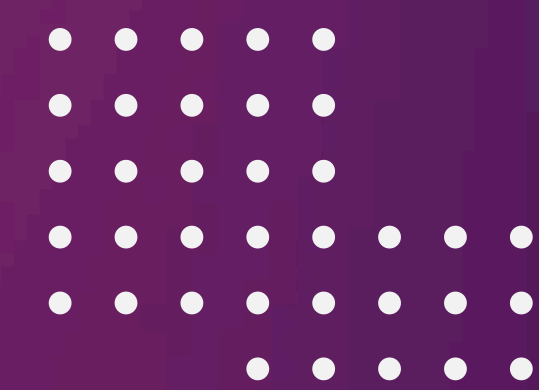
CULTURA DE LA ESCUCHA ACTIVA



En un mundo cada vez más saturado de información, la escucha activa se posiciona como un elemento crucial para fomentar una verdadera inclusión. Este enfoque permite a las empresas no solo recopilar opiniones, sino también construir puentes hacia un diálogo genuino donde todas las voces sean valoradas.

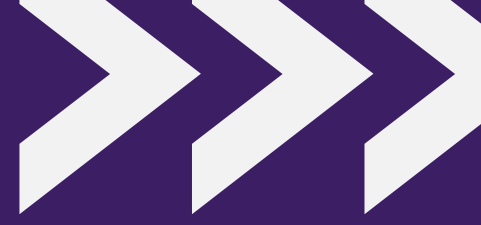
Desafío

Aunque muchas empresas declaran fomentar una comunicación abierta, la realidad es que, con frecuencia, los empleados evitan expresar sus verdaderos pensamientos por temor a represalias. Según el Brand Inclusion Index 2024, un 46% de las personas en mercados emergentes han reportado discriminación en entornos laborales o comerciales, lo que subraya la importancia de crear espacios seguros para el intercambio de ideas (Kantar, 2024).



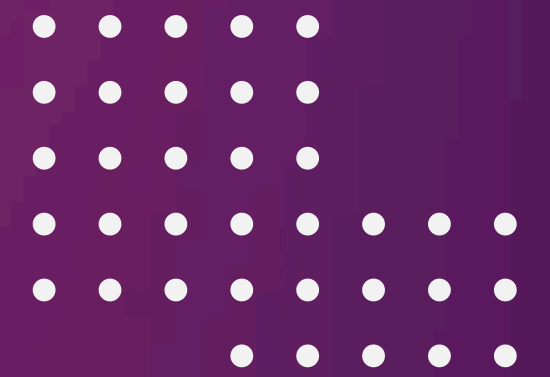


CULTURA DE LA ESCUCHA ACTIVA



Solución

Organizaciones líderes como Google han desarrollado estrategias efectivas, como los "círculos de diálogo seguro". Estas reuniones periódicas fomentan la comunicación abierta en un ambiente libre de juicios, donde cada participante tiene la oportunidad de compartir sus perspectivas. Este enfoque no solo fortalece la cohesión interna, sino que también impulsa la innovación al abordar problemas desde múltiples puntos de vista. (Kantar, 2024).

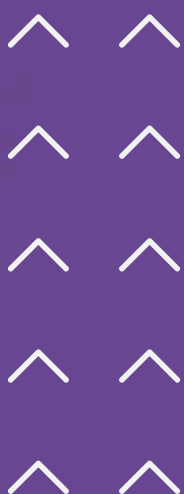




CULTURA DE LA ESCUCHA ACTIVA



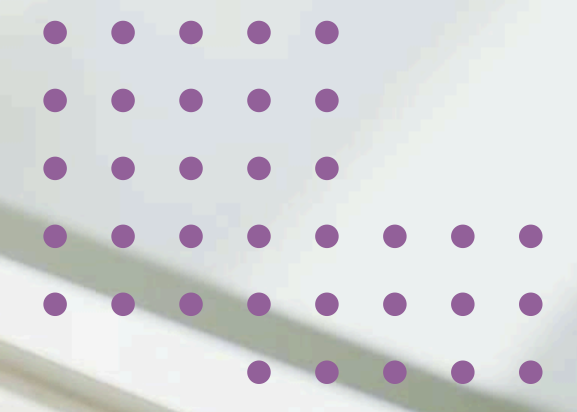
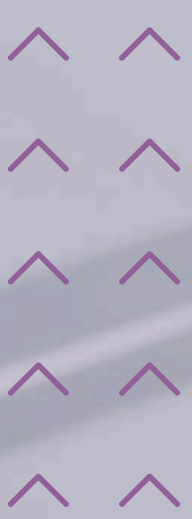
Imagina una reunión en la que cada participante, desde el practicante hasta el CEO, se siente escuchado. Este acto simple pero poderoso transforma la dinámica organizacional, empoderando a todos los involucrados y promoviendo un entorno de colaboración auténtica.





DE LA REGULACIÓN A LA INSPIRACIÓN

ESG como pivote DEI





DE LA REGULACIÓN A LA INSPIRACIÓN

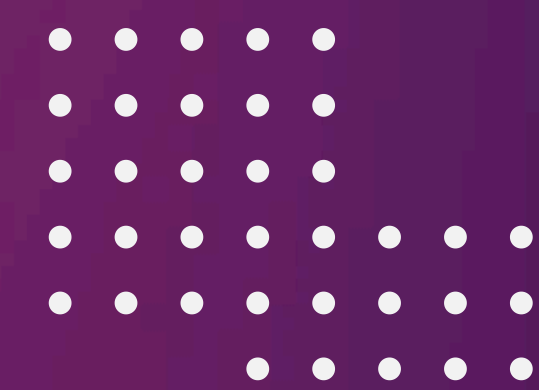
ESG como pivote DEI



La creciente importancia de las normativas ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) está llevando a las empresas a superar el mero cumplimiento normativo. En el horizonte de 2025, aquellas organizaciones que logren integrar los principios de diversidad, equidad e inclusión (DEI) en sus estrategias ESG **destacarán no solo por su impacto corporativo, sino también por su competitividad en el mercado.**

Desafío

En Europa, regulaciones como la Ley de Información no Financiera obligan a las empresas a reportar métricas relacionadas con DEI. Sin embargo, muchas organizaciones aún perciben estas exigencias como trámites administrativos, limitando su potencial para generar un impacto significativo.





DE LA REGULACIÓN A LA INSPIRACIÓN

ESG como pivote DEI

Caso Nestlé

Nestlé ha demostrado cómo es posible convertir los principios inclusivos en ventajas competitivas al vincular sus objetivos de equidad salarial con estrategias ESG.

Este enfoque no solo ha contribuido a fortalecer la retención de talento, sino que también **ha mejorado la confianza de los inversores**, reflejando un modelo donde el éxito empresarial y los valores inclusivos están alineados. (Kantar, 2024).



VISITAR SITIO WEB NESTLÉ



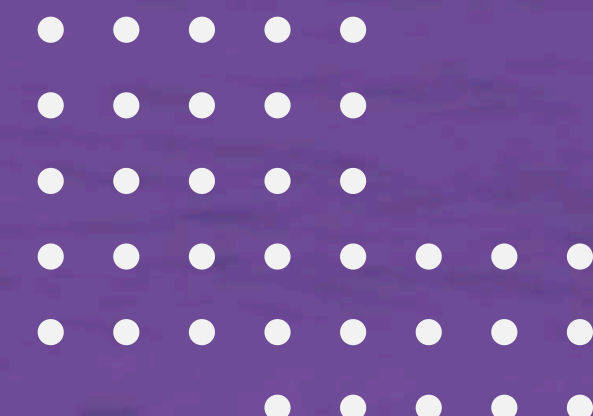


DE LA REGULACIÓN A LA INSPIRACIÓN

ESG como pivote DEI



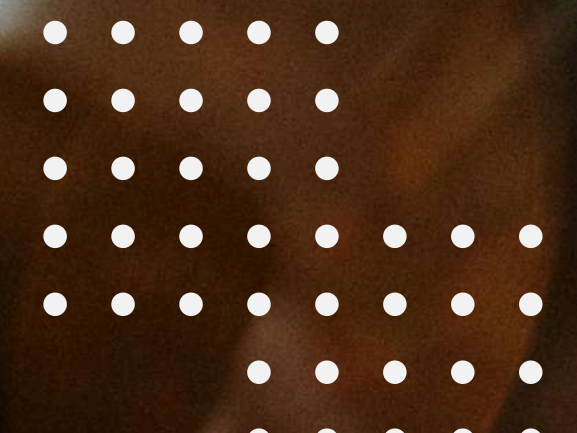
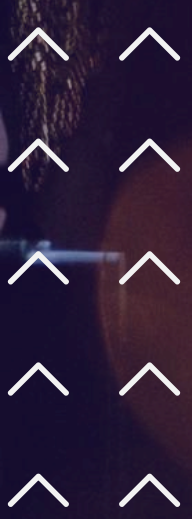
*Las regulaciones pueden ser el punto de partida,
pero es la capacidad de liderazgo y visión lo que
transforma las reglas en movimientos capaces de
redefinir industrias enteras.*





EQUIDAD CREATIVA

Diseñando para todos



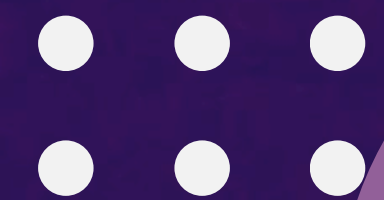
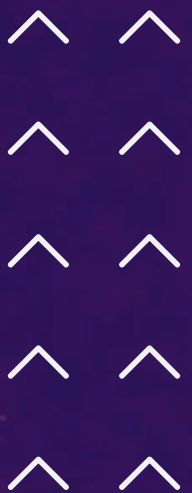


EQUIDAD CREATIVA

Diseñando para todos



La equidad implica crear condiciones que permitan a cada persona alcanzar su máximo potencial, reconociendo que no todos parten de las mismas circunstancias. En diseño, esto significa desarrollar productos, servicios y experiencias adaptados a las necesidades únicas de cada usuario, fomentando inclusión y relevancia.

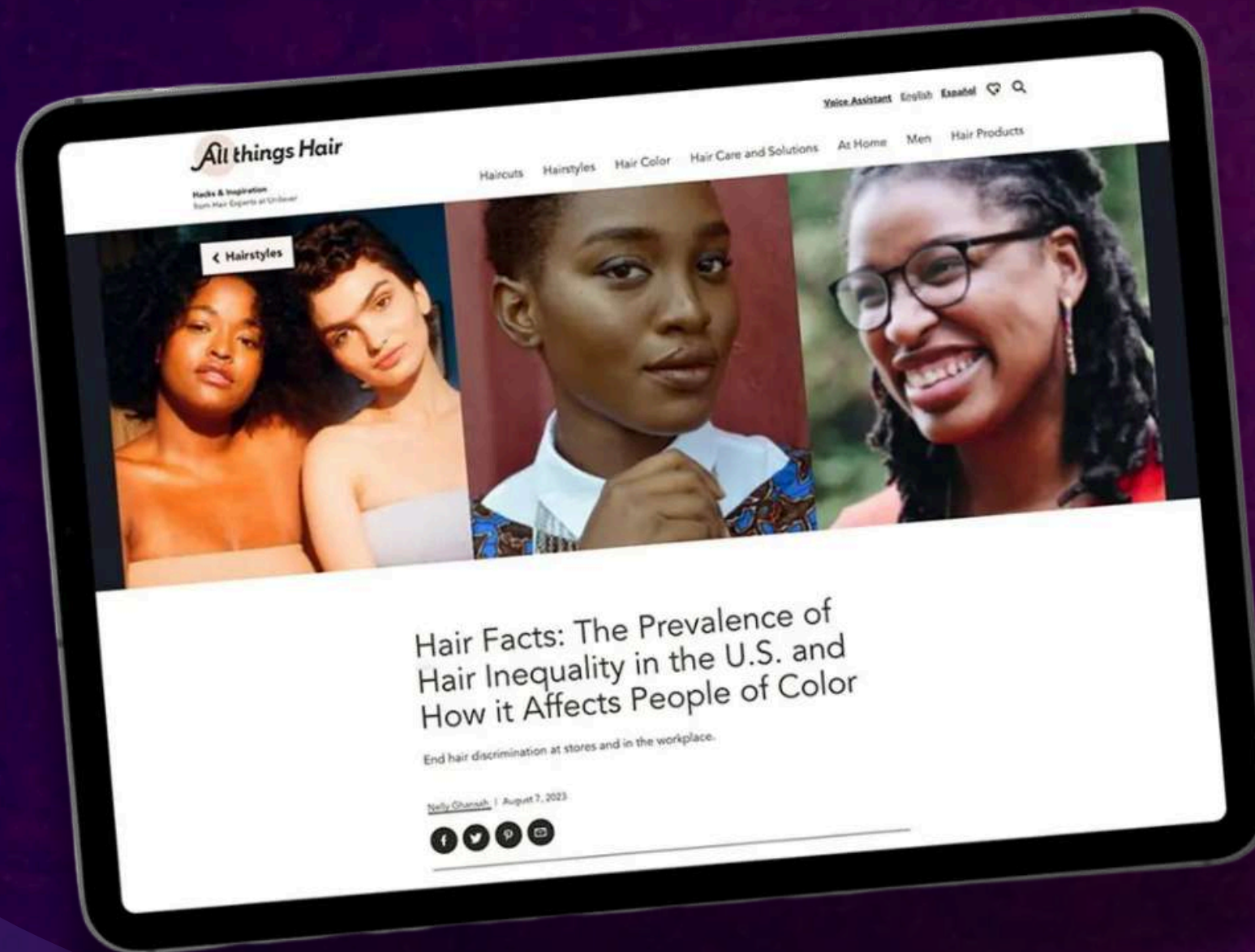




EQUIDAD CREATIVA

Diseñando para todos

Caso Unilever



Unilever presentó una línea de cuidado capilar específicamente pensada para cabello rizado y afrodescendiente. Este proyecto, desarrollado en colaboración con comunidades locales, no solo celebró la diversidad cultural, sino que también fortaleció el vínculo con sus consumidores al atender directamente sus necesidades.



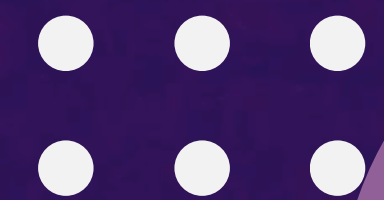
EQUIDAD CREATIVA

Diseñando para todos



Beneficios organizacionales

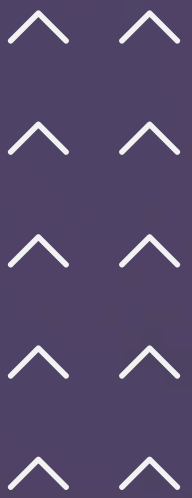
Adoptar un enfoque de equidad en el diseño impulsa la innovación al integrar diversas perspectivas desde las primeras etapas de desarrollo. Este proceso enriquece las soluciones y garantiza que los productos respondan a una variedad de realidades, fortaleciendo tanto el impacto social como los resultados empresariales.





COMPROMISO DE LIDERAZGO

De la visión a la acción





DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN COMPROMISO DE LIDERAZGO

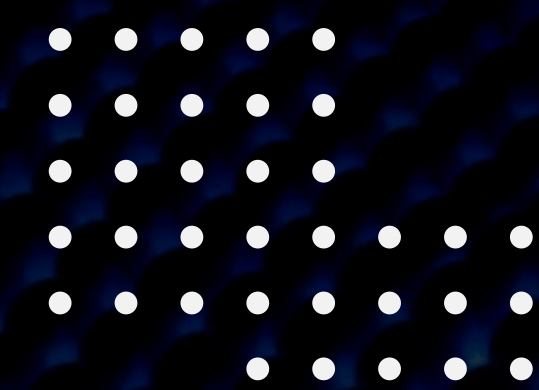
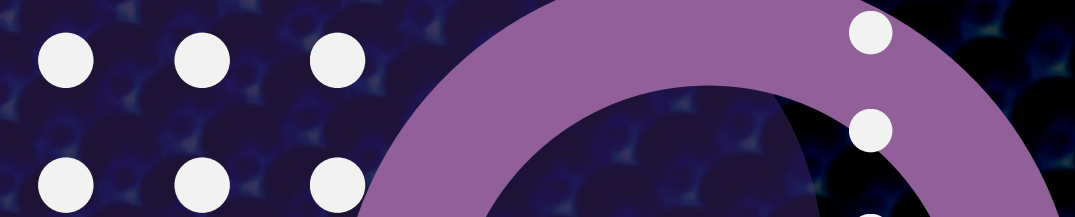
De la visión a la acción



Para 2025, los líderes que asumen un rol activo como impulsores de la diversidad, equidad e inclusión (DEI) destacarán por sus acciones concretas y medibles, superando la mera retórica. Su ejemplo será clave para transformar organizaciones y generar un impacto sostenible.

Desafío

Aunque un 70% de los líderes globales abordan la DEI en sus discursos, menos de la mitad ha implementado estrategias con métricas claras que permitan evaluar resultados de manera efectiva.





DE LA VISIÓN A LA ACCIÓN COMPROMISO DE LIDERAZGO

De la visión a la acción

Empresas como Salesforce han dado un paso adelante al incluir indicadores de DEI en las evaluaciones de desempeño de sus líderes.

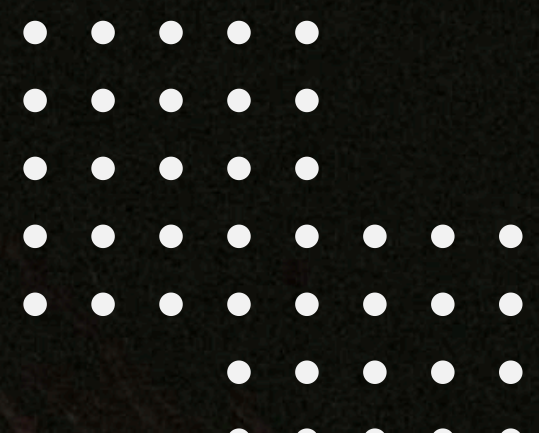
Este enfoque garantiza que el progreso hacia una cultura inclusiva sea monitoreado y que quienes ocupan posiciones clave rindan cuentas sobre sus compromisos.





FATIGA DE LA DIVERSIDAD

Cómo evitar el diversity washing





FATIGA DE LA DIVERSIDAD

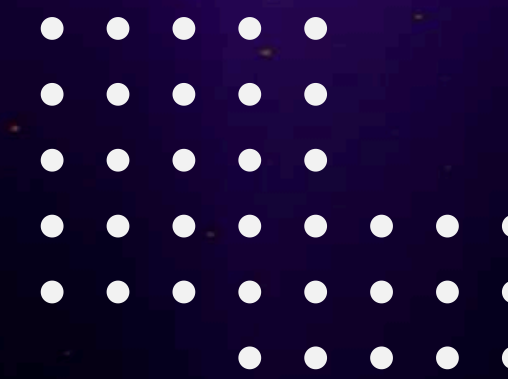
Cómo evitar el diversity washing



El "diversity washing" se refiere a iniciativas superficiales que carecen de autenticidad y, en lugar de promover la inclusión, generan desconfianza. En 2025, abordar este desafío será fundamental para fortalecer el compromiso con la diversidad, equidad e inclusión (DEI) y recuperar la credibilidad.

Contexto reciente

En 2023, empresas como Google fueron criticadas por recortar presupuestos destinados a la diversidad después de implementar estrategias poco realistas. Este tipo de situaciones pone de manifiesto la necesidad de establecer objetivos que sean tanto sostenibles como alcanzables, evitando acciones que puedan ser percibidas como simbólicas.





FATIGA DE LA DIVERSIDAD

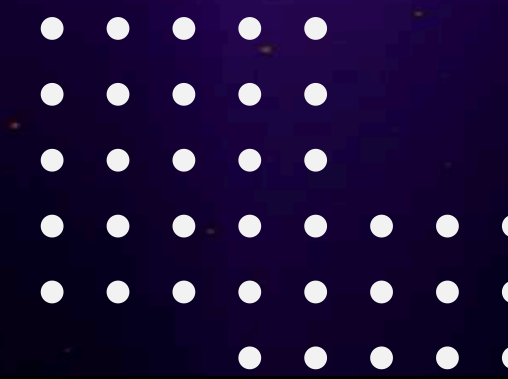
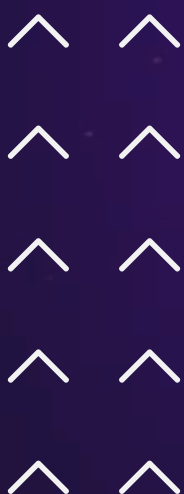
Cómo evitar el diversity washing



Estrategias para evitar el "diversity washing"

Establecer metas alcanzables: Diseñar programas con objetivos claros y realistas que puedan ser medidos a lo largo del tiempo.

Involucrar a las comunidades impactadas: Incorporar a grupos afectados en el diseño y la ejecución de estrategias, asegurando que las iniciativas respondan a sus necesidades reales.





^ ^
^ ^
^ ^
^ ^
^ ^

GENERACIÓN Z

Impulsores de un futuro inclusivo





Nacida en un entorno digital e hiperconectado, la Generación Z ha transformado las expectativas que tienen sobre las marcas y empresas. Para este grupo, la inclusión no es opcional ni un valor agregado; es un estándar esencial. Este cambio plantea un desafío importante para las organizaciones: ¿cómo captar la atención y la lealtad de un segmento tan influyente?

Contexto

De acuerdo con el Brand Inclusion Index 2024, ocho de cada diez jóvenes consumidores consideran que las percepciones sobre diversidad e inclusión impactan directamente sus decisiones de compra. Además, este grupo no duda en cuestionar públicamente a las marcas que perciben como inauténticas en su compromiso con la DEI (Kantar, 2024).





Estrategias innovadoras

Narrativas auténticas: Las marcas pueden conectar mejor con este público al incorporar historias reales de inclusión. Por ejemplo, TikTok ha resaltado a creadores diversos que representan una amplia gama de culturas, géneros y habilidades, lo que ha resonado profundamente con la Generación Z.

Colaboraciones con impacto: Empresas como Nike han trabajado junto a atletas trans y comunidades LGBTQ+ para lanzar campañas inclusivas que no solo fomentan el diálogo, sino que también fortalecen la fidelidad del cliente.



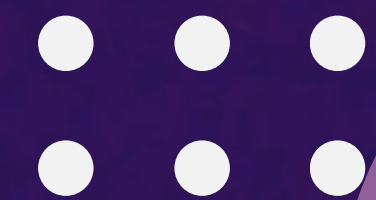
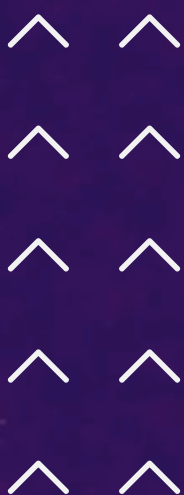
[VISITAR SITIO WEB TIKTOK](#)





El futuro de la inclusión con la Generación Z

Conectar con esta generación exige algo más que campañas puntuales: las marcas deben mostrar autenticidad en cada interacción, desde su publicidad hasta sus políticas internas. El compromiso integral y sostenido será clave para construir relaciones significativas y duraderas con este grupo.





EL DERECHO A LA INCLUSIÓN

Transparencia como motor del cambio





En un entorno cada vez más exigente, la transparencia se posiciona como el elemento clave en las estrategias de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI). Tanto consumidores como empleados buscan no solo conocer las iniciativas inclusivas de las empresas, **sino también entender cómo se implementan y qué impacto generan.**

Contexto

Aunque muchas organizaciones establecen metas relacionadas con la diversidad, carecen de mecanismos claros y medibles para evaluar el progreso. Esto, según el informe de WeCreateSpace, genera desconfianza y puede disminuir el valor percibido de sus esfuerzos (WeCreateSpace, 2024).

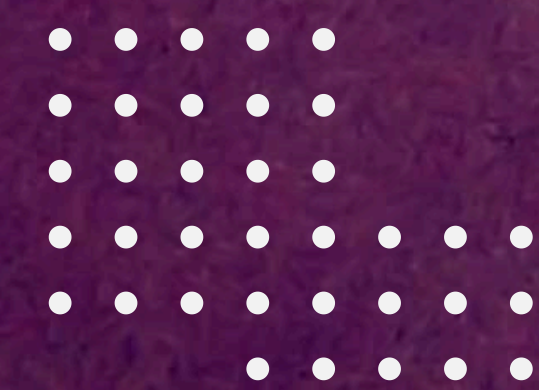




Soluciones prácticas

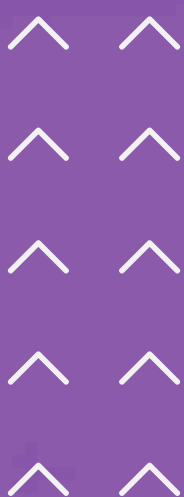
Herramientas de diagnóstico continuo: Las empresas que integran sistemas de análisis en tiempo real para medir el ambiente laboral inclusivo han logrado aumentar la retención de talento en un 25%, según datos del estudio de WeCreateSpace (2024).

Paneles de seguimiento público: Microsoft, por ejemplo, publica informes semestrales que detallan su progreso en equidad salarial y diversidad en la contratación. Este enfoque no solo fomenta la confianza, sino que también establece un estándar de transparencia para otras organizaciones (WeCreateSpace, 2024).



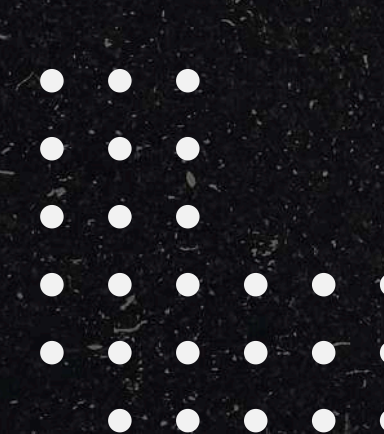


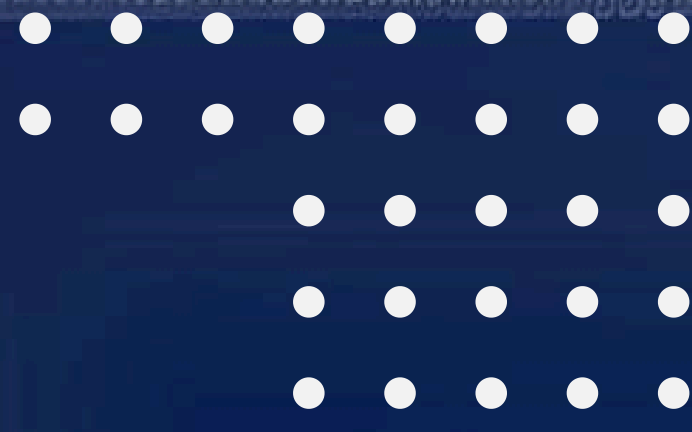
La transparencia no es solo una herramienta para construir confianza; también inspira a otras empresas a adoptar prácticas similares. En un mundo que exige rendición de cuentas, ser transparente no solo es necesario, sino también valiente.





FUENTES

- WeCreateSpace. "Reports: DEI Insights & Trends in 2025." Disponible en el documento PDF proporcionado.
 - Fundación Adecco. "Tendencias y claves de diversidad, equidad e inclusión 2024." Consultado en el documento PDF proporcionado.
 - Blend Edu. (2024). Pesquisa Benchmarking: Panorama das Estratégias de Diversidade no Brasil e Tendências para 2025.
 - WeCreateSpace. (2024). DEI Insights & Trends in 2025: A Practitioner-Centric Perspective.
 - Accenture. (2024). Integración de diversidad cognitiva en equipos multidisciplinarios. Informe interno citado en WeCreateSpace (2024).
 - Kantar. (2024). Brand Inclusion Index 2024: How Inclusion Grows Your Brand.
- 

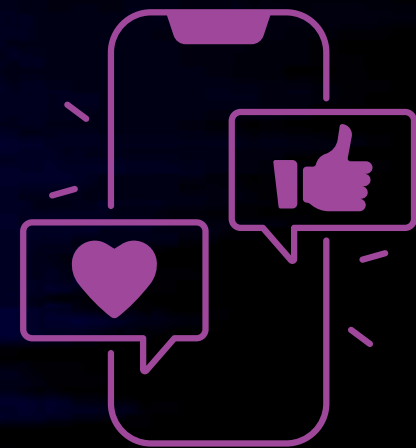


ECCOSYSTEMA

belong
communication lab



ECOSISTEMA



SOCIAL MEDIA



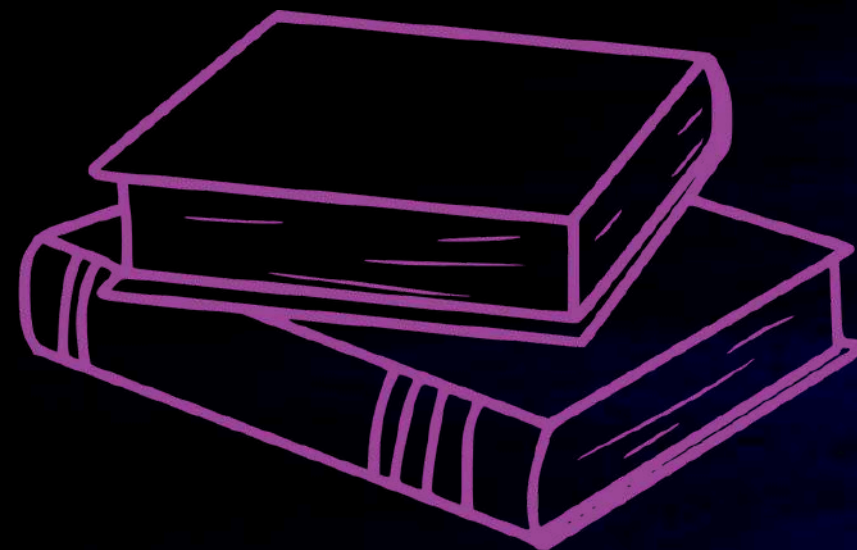
CORTOMETRAJE



WEBSITE



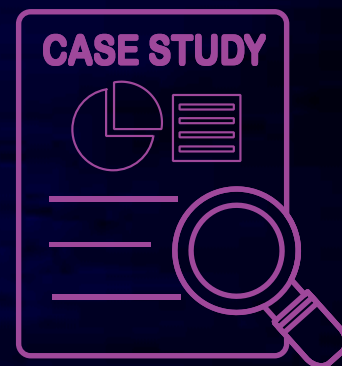
CAMPAÑAS PUBLICITARIAS



DICCIONARIOS DEI



VIDEO PODCAST



ESTUDIOS E INVESTIGACIONES



CHARLAS

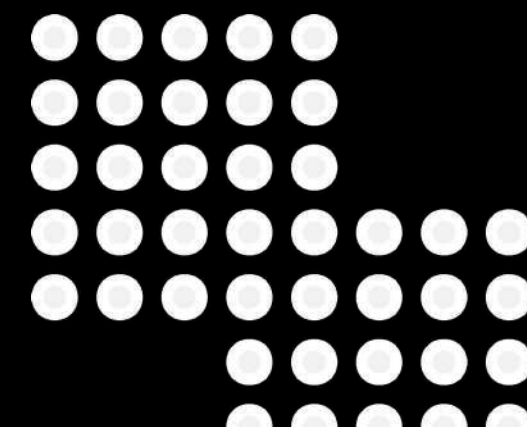


belong
communication lab



**TE INVITAMOS SER PARTE DE
NUESTRO ECOSISTEMA DIGITAL
EN DONDE ENCONTRARÁS
MAYOR INFORMACIÓN SOBRE
DIVERSIDAD, INCLUSIÓN Y
REPRESENTATIVIDAD**

VISITAR BELONGLAB.CL



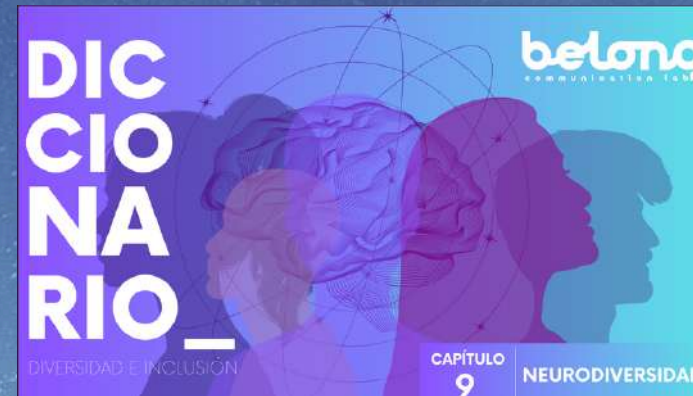
Diccionarios DEI.

Hemos desarrollado una serie de diccionarios dedicados a la diversidad, equidad e inclusión (DEI) con el objetivo de **educar y sensibilizar a profesionales de la comunicación, publicidad y áreas afines.**

Estos diccionarios son herramientas esenciales que buscan **mejorar la representatividad** y **evitar el uso de estereotipos** perjudiciales en la comunicación.

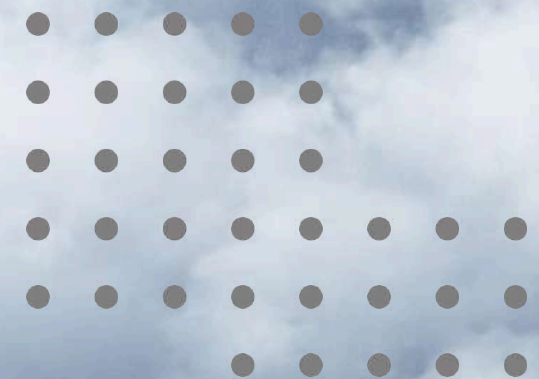
DESCARGAR DICCIONARIOS



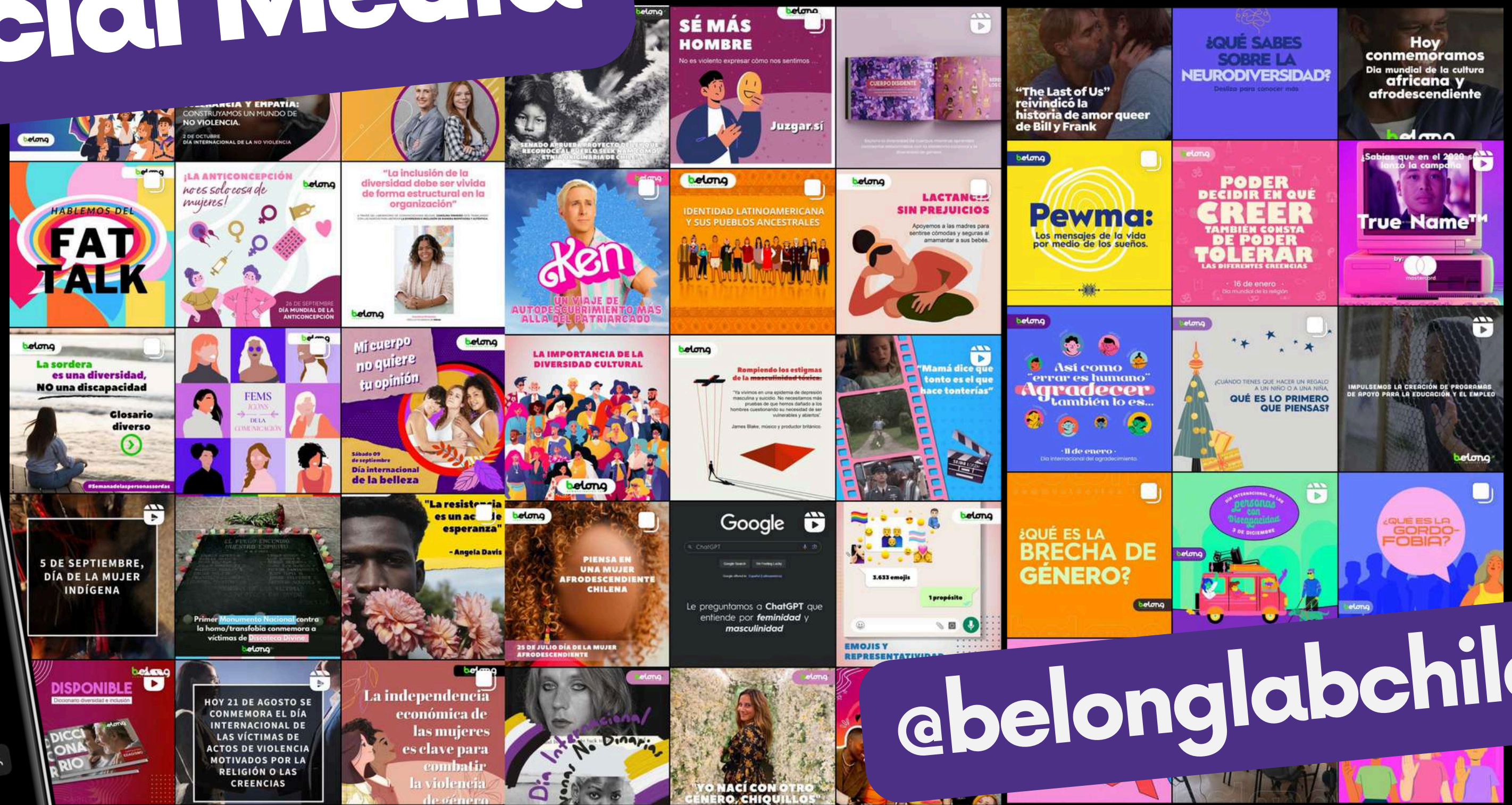


belong
communication lab

DESCARGAR DICCIONARIOS




Social Media



@belonglabchile

Cortometrajes

deiccionari



[VER CORTOMETRAJE](#)



belong >>>

VIDEOPODCAST



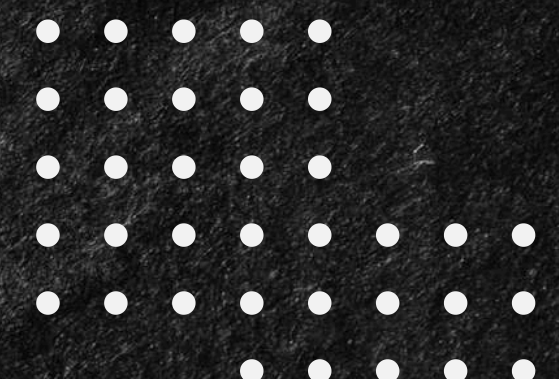
BELONG #DEICLUB es un podcast que explora temas de diversidad, igualdad e inclusión en el ámbito empresarial y social. **A través de entrevistas a líderes de pensamiento, activistas y profesionales, el podcast busca educar, inspirar y provocar cambios positivos.**

En cada episodio se invita a oyentes al a explorar temas como género, orientación sexual, discapacidad y edadismo. BELONG #DEICLUB no solo es una plataforma para compartir historias poderosas y estrategias efectivas, sino también un llamado a la acción para construir un futuro más inclusivo y equitativo.

Únete a la comunidad #DEICLUB y forma parte del cambio.



[VER #DEICLUB VIDEOPODCAST](#)



ИВРАХ

belomg
communication lab