**De "GRWM" a "BTS": Por qué la Generación Z y los Millennials prefieren videos auténticos y con historias**

Nuevos hallazgos revelan que las audiencias más jóvenes esperan más que anuncios: quieren historias reales, contenido honesto y formatos de video que se sientan personales y con los que puedan identificarse.

**Santiago de Chile – 22 de abril de 2025.-** El contenido en video continúa dominando el panorama digital, especialmente entre los consumidores de la Generación Z y los Millennials, quienes buscan activamente contenido que se sienta auténtico, identificable y emocionalmente atractivo.

Según investigaciones de VisualGPS de iStock, plataforma líder de comercio electrónico que ofrece contenido premium a pymes, equipos creativos y estudiantes de todo el mundo, el 76% de la Generación Z y Millennials afirman disfrutar ver videos cortos en redes sociales. Curiosamente, el 43% de los consumidores jóvenes también reporta que los videos largos los inspiran, lo que destaca un fuerte interés por formatos de video diversos y enfoques narrativos variados.

Aunque plataformas como YouTube, TikTok e Instagram han moldeado la forma en que se consume video, el punto central sigue siendo el mismo: las personas quieren ver contenido que refleje la vida real, no publicidad demasiado pulida. Un impresionante 98% de los espectadores dice valorar la autenticidad en las imágenes que consumen. Esta preferencia es aún más fuerte entre los más jóvenes, quienes se sienten atraídos por formatos como “Get Ready With Me” (GRWM o "Arréglate conmigo") y los videos detrás de cámaras (BTS), que ofrecen una mirada honesta a rutinas diarias, procesos creativos y el funcionamiento interno de un negocio.

“Para las PyMEs, estos formatos de video accesibles pueden marcar la diferencia. No se necesita un gran equipo de producción, solo una historia convincente y la disposición a mostrar lo que sucede detrás del telón. Desde empacar cuidadosamente pedidos en una tienda hasta usar ingredientes frescos en una cafetería o intercambiar ideas, los videos que capturan el lado humano de tu negocio ayudan a generar confianza y aumentar el compromiso”, dice Jacqueline Bourke, directora senior de Creatividad en iStock.

**La personalidad de tu negocio como ventaja**

Los datos de VisualGPS de iStock muestran que las audiencias jóvenes buscan entretenimiento y conexión personal en los negocios. A nivel mundial, casi la mitad de los Millennials (55%) y la Generación Z (53%) dicen que usan plataformas centradas en video para entretenerse.

Según los expertos en video de iStock, esta es una oportunidad para que las PyMEs aprovechen su personalidad de marca. Ya sea que la imagen de tu negocio sea divertida y desenfadada, o elegante y premium, el video permite mostrar no solo lo que haces, sino quién eres. Por ejemplo, una panadería local podría grabar una prueba de sabores entre el personal, mientras que una marca de ropa a medida podría exhibir su artesanía con videos visualmente ricos y en cámara lenta de la confección de prendas.

“Tu historia como negocio es tu superpoder. Usa el video para mostrar lo que te motiva, ya sea resolver un problema de tus clientes, entregar calidad o construir una comunidad”, agrega Bourke.

**Estrategias específicas por industria para un video impactante**

No todo el contenido en video funciona igual en todos los sectores. Los datos de iStock muestran que distintos rubros deben abordar la narrativa visual con matices:

* **Viajes y hospitalidad:** El 94% de las personas a nivel global dice que viajar les ayuda a romper con la rutina, por lo que los videos inmersivos y reales de destinos pueden ser herramientas poderosas para generar interés y reservas.
* **Salud y bienestar:** El 87% de las personas prefiere ver a individuos reales mejorando activamente su bienestar en lugar de imágenes aspiracionales. Las rutinas personales, historias honestas y metas alcanzables tienen más resonancia.
* **Retail y comercio electrónico:** El 67% prefiere videos para demostraciones de productos. Los unboxings, tutoriales y testimonios de clientes ayudan a los consumidores a visualizar los productos en la vida real, aumentando la confianza y la conversión.

Ya sean videos cortos o largos, educativos o entretenidos, el video permite a las PyMEs amplificar su mensaje sin necesidad de un gran presupuesto. Lo más importante es contar historias que se sientan reales, útiles y humanas.

“Con una mezcla de contenido real de tus clientes, tu smartphone y material de archivo de alta calidad, la creación de video es más accesible que nunca”, concluye Bourke. “El video no solo aumenta la visibilidad, también construye credibilidad. Y esa credibilidad puede traducirse en relaciones más sólidas con los clientes, mayor participación y verdadero crecimiento para tu negocio.”

Para inspirarte y llevar tu estrategia visual al siguiente nivel con videos exclusivos, premium y accesibles, visita <https://www.istockphoto.com/>.