

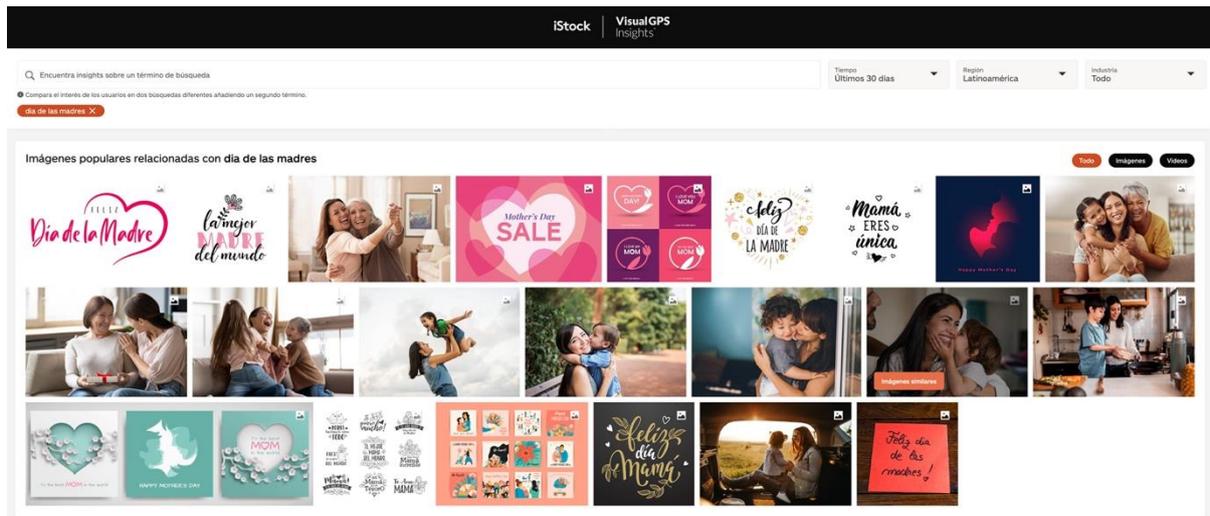
## Día de las Madres: Cómo las Pymes pueden vender más con campañas más reales



*Nueva investigación de iStock revela que 8 de cada 10 mujeres aún siente que no está representada de forma real en la publicidad.*

Cada mayo, las redes sociales y las vitrinas comerciales se llenan de flores, mensajes emotivos, y campañas que buscan celebrar el Día de las Madres. Aunque la intención puede ser positiva, una nueva investigación de [iStock](#), la plataforma líder en imágenes, videos e ilustraciones premium, revela que la mayoría de estos contenidos siguen anclados en estéticas idealizadas: tonos pastel, escenas perfectas y representaciones poco realistas de la maternidad.

Según datos de [VisualGPS](#), la herramienta de investigación de iStock, las imágenes y videos más utilizados para representar esta fecha en la región, suelen mostrar a madres jóvenes con hijos pequeños, limitados a ciertos grupos socioeconómicos y alejados de la multiculturalidad visible en nuestro país. Solo un pequeño porcentaje de las imágenes y videos muestra a madres mayores de 60 años, y la representación de madres queer o con discapacidad, no alcanza ni el 1%.



De hecho, 8 de cada 10 mujeres en México aún siente que no está representada de forma real en la publicidad. Y para los consumidores de la región, “ver personas como yo” es uno de los factores más importantes al tomar una decisión de compra. Además, las mujeres usan las redes sociales con más frecuencia que los hombres para conocer nuevos productos, marcas, lugares, etc.

### ¿Cómo aplicar esto en tu próxima campaña?

En fechas con alto potencial comercial, como el Día de las Madres, la investigación puntualiza que las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) que opten por narrativas visuales más realistas y cotidianas, no solo tienen la oportunidad de mejorar la conexión emocional con sus clientes sino que también pueden mejorar el desempeño de sus campañas.

Aquí te dejemos unos consejos prácticos de los expertos de iStock:

- **Muestra lo real:** Usa imágenes y videos que reflejen la vida cotidiana y con los que tu audiencia se sienta identificada.
- **Usa video con intención:** Reels, TikToks o clips breves conectan mejor si son auténticos y humanos.
- **Adapta el formato al canal:** Cada red social tiene su lenguaje visual. Ajusta tus contenidos según la plataforma.
- **Crea con empatía:** Piensa cómo se sentirá tu audiencia al ver ese contenido, no solo en cómo se ve.