GrupoOmint

EL LADO B DEL ÉXITO

Historias que resignifican el éxito desde la salud mental y el deporte

CATEGORÍAS

- **14.01 Campaña Social Media**
- **14.02 Campaña de Influencer**
- **2.06 Sustentabilidad en Salud**

Grupo Omint

Consultora de Relaciones Públicas:
Burson Argentina

Agencia Digital:
TombrasNiña

Persona responsable de la presentación del caso:

Florencia Maure
Jefa de Comunicaciones Corporativas
del Grupo Omint

Porque detrás de cada éxito, hay una historia que merece ser contada.

INTRODUCCIÓN

Durante años, el deporte de alto rendimiento nos enseñó a mirar siempre el mismo lado de la historia: el del triunfo, la medalla, el récord y la ovación. Admiramos cuerpos fuertes, mentes aparentemente invencibles y trayectorias que parecen perfectas, lineales y sin fisuras.

Pero detrás de cada logro existe una dimensión mucho menos visible: la presión constante, la autoexigencia extrema, el miedo al fracaso, la ansiedad y el desgaste emocional que atraviesan quienes viven bajo la lógica del rendimiento permanente.

En una cultura donde el éxito suele mostrarse sin grietas, las vulnerabilidades quedan ocultas. Y esa invisibilización tiene consecuencias. No solo impacta en la salud mental de quienes atraviesan esas experiencias, sino también en la manera en que la sociedad construye modelos aspiracionales, especialmente entre los jóvenes, que muchas veces aprenden a vincular el valor personal únicamente con el rendimiento y los resultados.

Desde Grupo Omint entendemos que hablar de salud, también implica **hablar de salud mental**. Y que, como compañía vinculada al bienestar integral de las personas, tenemos la oportunidad —y también la responsabilidad— de impulsar conversaciones relevantes que ayuden a abordar estos temas sin tabúes.

Así nació **El Lado B del Éxito**, una serie de entrevistas íntimas y profundas con grandes referentes del deporte argentino, creada para visibilizar aquello que rara vez se muestra: *las dudas, las caídas, la presión, los miedos y el costo emocional que muchas veces conviven con el éxito.*

Más allá del desarrollo de esta cápsula de contenidos, el proyecto **buscó abrir una conversación social necesaria sobre bienestar emocional y salud mental.**

PROBLEMA

En el universo del deporte de alto rendimiento, la presión por sostener resultados deja muchas veces poco espacio para hablar del agotamiento emocional, la ansiedad, la frustración o la depresión.

A esto se suma una construcción cultural que suele romantizar el éxito y mostrar únicamente la versión triunfal de quienes admiramos. La consecuencia es una mirada parcial que genera ideales inalcanzables y dificulta conversaciones más honestas sobre bienestar emocional.

Desde Grupo Omint, a partir del análisis de tendencias en comunicación digital, la escucha activa de nuestra comunidad y el trabajo cotidiano con nuestros profesionales de la salud, identificamos una señal clara y transversal: **la salud mental se había convertido en una de las principales preocupaciones sociales, especialmente entre los jóvenes.**

El contexto post pandemia profundizó aún más esta realidad: ansiedad, autoexigencia, miedo al fracaso, presión constante y dificultades para redefinir la identidad cuando cambian los roles o termina una etapa de vida.

Y ahí surgieron interrogantes incómodos pero **necesarios: ¿qué pasa con las personas cuando el éxito deja de ser el centro? ¿Quiénes son cuando se apagan las luces, cuando el cuerpo ya no rinde igual, cuando la carrera termina y la identidad deja de estar sostenida por un rol, un título o una medalla?**

En el deporte de alto rendimiento, estas preguntas adquieren una dimensión aún más profunda. Porque detrás del ídolo hay una persona que durante años vivió bajo presión extrema, exposición constante y expectativas ajenas difíciles de sostener. **Y de eso, históricamente, casi no se habla.**

De esta forma identificamos el verdadero problema: la falta de espacios honestos, empáticos y accesibles para hablar de salud mental desde experiencias reales y humanas, y no desde discursos teóricos o lejanos.

DESAFÍO

El principal desafío fue desarrollar una propuesta verdaderamente relevante en un contexto de sobreinformación y saturación de contenidos digitales.

En un país donde el deporte ocupa un lugar central en la agenda pública, mediática y social, el reto consistía en encontrar una forma distinta de acercarse a figuras ampliamente conocidas: no desde sus logros, sino desde aquello que nunca habían contado.

El proyecto debía construir una atmósfera íntima, emocional y honesta, sin perder capacidad de atracción dentro de las dinámicas actuales de redes sociales y consumo digital.

Además, el contenido requería un equilibrio especialmente delicado:

- generar cercanía sin caer en lo invasivo,
- emocionar sin dramatizar,
- y abordar la salud mental con sensibilidad, responsabilidad y respeto.

Así nació **El Lado B del Éxito**: una serie de entrevistas pensada para mostrar lo que casi nunca se ve: el costado más humano, vulnerable y real de quienes alguna vez estuvieron en la cima.

La propuesta fue clara desde el inicio: no hablar de trofeos, medallas o resultados. Sino hablar de emociones. De identidad. De presión. De caídas. De miedo. Del "después". Conversaciones profundas, donde figuras admiradas se animan a compartir qué les pasó cuando dejaron de ser "el/la deportista" y tuvieron que reconstruirse.

El proyecto se desarrolló en el marco del Mes de la Salud Mental, para celebrar la efeméride que tiene lugar cada 10 de octubre.

Bajo este concepto, se creó una cápsula de entrevistas que se corrió del discurso épico del deporte para poner el foco en lo humano. Un espacio de conversación honesto y profundo, donde deportistas retirados —referentes admirados por millones— se animaron a hablar de lo que no suele verse: la presión sostenida durante años, la exposición mediática, el miedo al fracaso y el impacto emocional del retiro.

Elegimos hablar con ellos cuando ya no estaban bajo los reflectores, porque es ahí donde aparecen las preguntas más difíciles, y más universales. **Porque, en definitiva, todos atravesamos momentos en los que el rol que nos define cambia y tenemos que volver a encontrarnos con nosotros mismos.**

Desde Omint entendimos que, como marca de salud, teníamos una responsabilidad clara: no solo hablar de bienestar, sino acompañar también cuando el éxito deja de ser el centro. Darle voz a una problemática poco visibilizada y contribuir a ampliar la conversación sobre salud mental en el deporte, con sensibilidad y respaldo profesional.

AUDIENCIAS

El **Lado B del Éxito** fue concebido para conectar con públicos diversos a través de una problemática transversal: la salud mental.

La estrategia contempló tres grandes audiencias:

Fanáticos del deporte

Personas interesadas en conocer una faceta distinta y más humana de sus ídolos.

Personas atravesadas por problemáticas de salud mental

Usuarios que pudieran verse reflejados en experiencias vinculadas a la ansiedad, la autoexigencia, el agotamiento emocional o la presión cotidiana, más allá del ámbito deportivo.

Audiencia general

Personas interesadas en contenidos relevantes, humanos y emocionalmente cercanos, incluyendo familiares y entornos cercanos de quienes atraviesan dificultades vinculadas a la salud mental.

La premisa fue simple y poderosa: **alguien a quien admirás también atravesó lo mismo que vos.**

ESTRATEGIA

La estrategia creativa se apoyó en una narrativa basada en la empatía y la identificación emocional.

El proyecto se desarrolló como una serie de entrevistas de aproximadamente 40 minutos, conducidas por Julieta Puente —comunicadora social, entrenadora personal y embajadora digital de Grupo Omint— cuya sensibilidad y capacidad de escucha fueron claves para generar un clima de confianza genuino.

Los testimonios estuvieron a cargo de referentes de distintas disciplinas, generaciones y trayectorias:

- Gabriel Batistuta (fútbol)
- Luciana Aymar (hockey)
- Paula Pareto (judo)

- José Meolans (natación)
- Aldana Vaulet (danza clásica)

La diversidad de perfiles permitió mostrar que el impacto emocional del alto rendimiento atraviesa disciplinas, géneros y edades por igual.

Dichos deportistas fueron elegidos porque representan, cada uno desde actividad, historias reales de esfuerzo, presión, exposición pública y superación. Son figuras que trascendieron el deporte y se convirtieron en referentes positivos para la sociedad. Su testimonio tiene una fuerza especial porque no proviene del discurso teórico, sino de la experiencia vivida en primera persona.

Además, poseen trayectorias muy diferentes —campeones olímpicos, íconos mundiales, atletas históricos, artistas y nadadores de élite— **lo que amplía la identificación posible con la audiencia y enriquece la conversación.**

Las entrevistas fueron publicadas en los canales oficiales de Grupo Omint en YouTube y Spotify, acompañadas por una estrategia de marketing 360° que integró:

- Redes sociales
- Prensa
- Publicidad

Como parte de nuestro plan de medios, logramos estar en más de 20 ubicaciones en vía pública dentro de los principales centros comerciales (Dot, Unicenter, Distrito Arcos). Además contamos con salidas en los programas más vistos de las principales radios streaming (Luzu, Olga y Urbana Play).

El abordaje integral permitió sostener un mensaje coherente, auténtico y amplificado desde todos los puntos de contacto.

OBJETIVOS

Ese proyecto tuvo por objetivo:

- Visibilizar la salud mental como parte fundamental de la salud integral.
- Desestigmatizar conversaciones sobre vulnerabilidad emocional.
- Generar identificación emocional con audiencias amplias y diversas, a partir de la selección de figuras tan queridas y legítimas.
- Construir contenido relevante con impacto social.
- Fortalecer el posicionamiento de Grupo Omint como una marca cercana, humana y comprometida con el bienestar integral.

RESULTADOS

La campaña logró generar conversación, visibilidad y repercusión orgánica alrededor de una temática sensible y socialmente relevante.

La cobertura en prensa sobre Grupo Omint generó una presencia sostenida en medios online como Mercado, Todo Riesgo, Total Medios y Marketing Registrado. En total, se registraron 12 impactos/menciones de distinto nivel, incluyendo medios Tier 1 y Tier 2, con picos de alcance destacados: una publicación en Mercado alcanzó 264.150 personas y otra en Total Medios llegó a 318.490.

La cobertura en Marketing Registrado aportó visibilidad en un medio altamente especializado en marketing deportivo, alcanzando una audiencia calificada y alineada con los objetivos de posicionamiento de marca y sponsoreo.

Pero los resultados más relevantes aparecieron en la **respuesta de las audiencias en nuestras redes sociales.** Solo durante la primera semana, el proyecto alcanzó:

- +20.000 nuevos seguidores en Instagram
- +2.000 nuevos seguidores en TikTok
- +105.000 reproducciones entre YouTube y Spotify
- ingresar al top 10 de podcasts más escuchados de Spotify Argentina.

Métricas totales del proyecto:

- Cantidad total de reproducciones en YT y Spotify: **+1.000.000 reproducciones.**
- Cantidad total de visualizaciones en todas nuestras redes sociales: **+10.800.000 visualizaciones.**
- Cantidad total de seguidores: **33.154 seguidores**, lo que representa el 48 % del crecimiento anual de nuestras comunidades durante el 2025, que **superó en un +193,37% al crecimiento del 2024.**
- Cantidad total de interacciones: **+293.000 interacciones**, permitiendo que cerremos el 2025 **siendo la prepaga con el mayor nivel de engagement en Instagram (3%).**

Los resultados confirmaron algo fundamental: **había una conversación esperando ser escuchada.**

Más allá de los números, el proyecto logró:

- Humanizar el discurso sobre salud mental.
- Generar identificación genuina con nuevas audiencias.
- Reforzar el posicionamiento de Grupo Omint como una marca cercana, responsable y socialmente comprometida.

CONCLUSIÓN

El Lado B del Éxito no habla solamente de deportistas. **Habla de todos nosotros.**

De lo que pasa cuando el éxito deja de definir quiénes somos. De la presión que muchas veces sentimos por sostener expectativas. Y de la importancia de entender que cuidar la salud mental también es parte del verdadero bienestar.

A través de historias reales y testimonios profundamente humanos, Grupo Omint logró trascender el rol tradicional de una empresa de salud para convertirse en impulsor de una conversación social relevante y necesaria.

En un contexto donde el éxito suele mostrarse sin fisuras, El Lado B del Éxito eligió mostrar aquello que casi nunca se ve: la vulnerabilidad detrás de quienes admiramos. Y justamente ahí estuvo su mayor impacto.