

PREMIOS EIKON CHILE 2026

A la Excelencia en la Comunicación Institucional

Categoría 2.6: Sustentabilidad en Salud

Capítulo: General



Título del caso: Naturaleza integrada al sistema de salud

Nombre de la empresa: Fundación Cosmos

Nombre de la agencia: EK

Departamento: Comunicaciones

Personas responsables del plan de comunicación: Ángel Fondón, Diego Urrejola, Camila Pascual, Felipe Bittner, Carolina Castro, Damián Trivelli y Josefina Orrego.

1. Introducción (planteamiento y diagnóstico)

Un paciente puede pasar semanas o incluso meses dentro de un hospital sin acceso cotidiano a la naturaleza, en espacios diseñados principalmente desde la lógica clínica y operativa. En gran parte de los establecimientos de salud del país, las áreas exteriores cumplen un rol secundario dentro de la experiencia hospitalaria, pese al impacto que el entorno tiene sobre el bienestar emocional, la recuperación y la salud mental de pacientes, familias y equipos clínicos.

Esta realidad se vuelve especialmente visible en unidades de larga estadía, salud mental y procesos complejos de rehabilitación, donde una parte importante de la experiencia terapéutica ocurre dentro del propio establecimiento de salud. Según datos de la Dirección de Estadísticas e Información de Salud (DEIS) del Ministerio de Salud, el tiempo de estadía de los pacientes es un indicador clave en la gestión de camas, lo que implica que una parte relevante del proceso de atención ocurre dentro de estos espacios.

A partir de esta necesidad nace Jardines Sanadores, una iniciativa que transforma patios y áreas exteriores en infraestructura terapéutica orientada al descanso, la rehabilitación y la contención emocional. Desarrollado por Fundación Cosmos a partir de su experiencia en regeneración de socioecosistemas y diseño de espacios naturales de uso público, el **programa incorpora una metodología participativa y un enfoque interdisciplinario que considera variables clínicas, sociales y territoriales en cada intervención.**

Como parte de esta iniciativa, Fundación Cosmos desarrolló **el estudio “Estudio de impacto social de los Jardines Sanadores”, una medición aplicada en hospitales públicos orientada a generar evidencia sobre los efectos de estos espacios en el bienestar físico y emocional de pacientes, funcionarios y usuarios.**

Cada intervención se trabaja a partir de un diagnóstico clínico, social y físico del lugar. A partir de ese levantamiento, los jardines se estructuran en distintas zonas que responden a necesidades concretas: espacios de contemplación, áreas de terapia comunitaria, sectores de actividad física y zonas de contención emocional, entre otros. A diferencia de otras áreas verdes, estos espacios **se diseñan desde su uso**, permitiendo que funcionen como parte activa de las distintas dimensiones del cuidado y recuperación de las personas.

En estos espacios se desarrollan terapias psicológicas, kinesiológicas, sensoriales y ocupacionales, al mismo tiempo que se generan condiciones para el descanso, la socialización y la conexión personal. **Esta combinación amplía las posibilidades de atención e incorpora el entorno como parte de la experiencia terapéutica.**

2. Propuesta / Enunciado de campaña

Uno de los principales desafíos del programa es instalar la relación entre naturaleza y salud dentro de la conversación pública, posicionando los **Jardines Sanadores como una solución con potencial de escalabilidad e incidencia en políticas públicas vinculadas al bienestar y la infraestructura hospitalaria.**

La estrategia comunicacional buscó ampliar la conversación sobre salud y bienestar, **visibilizando los beneficios terapéuticos** de estos espacios para **fortalecer su proyección y financiamiento**, a fin de posicionar los Jardines Sanadores como **una solución aplicada capaz de integrar**

infraestructura, salud mental y naturaleza dentro de los espacios de atención. A través de evidencia científica, experiencias territoriales y difusión en medios de comunicación, el proyecto buscó **instalar el entorno como una dimensión relevante dentro de la experiencia terapéutica.**

Entre diciembre de 2024 y mayo de 2026, Fundación Cosmos ha desarrollado 9 proyectos de Jardines Sanadores, alcanzando a más de 70.000 beneficiarios directos anuales.

3. Estrategia

Bajo la premisa de que **la naturaleza forma parte de la experiencia de salud**, la estrategia comunicacional se estructuró en torno a **dos pilares orientados a posicionar los jardines terapéuticos como infraestructura integrada a la experiencia hospitalaria y relevar su impacto en bienestar y recuperación:**

- **Diseño, arquitectura y recuperación de espacios en desuso:** Visibilizar la transformación de espacios subutilizados dentro de centros de salud en infraestructura terapéutica integrada a la experiencia hospitalaria, incorporando criterios de diseño participativo, arquitectura y uso terapéutico.
- **Beneficios de la naturaleza en la salud y bienestar:** Abordar la relación entre naturaleza, salud y bienestar desde una dimensión aplicada y medible, evidenciando el impacto que tienen los jardines terapéuticos en bienestar emocional, salud mental y recuperación de pacientes, funcionarios y familias dentro de espacios de atención.

Objetivo general: Posicionar los Jardines Sanadores como un modelo de infraestructura terapéutica capaz de integrar la naturaleza, bienestar y salud dentro de centros de atención, visibilizando su impacto en la experiencia hospitalaria y fortaleciendo su proyección como una solución escalable para el sistema de salud.

Objetivos específicos:

- **Relevar** el rol del entorno físico y la infraestructura terapéutica en la experiencia hospitalaria.
- **Difundir** evidencia aplicada sobre el impacto de los Jardines Sanadores en bienestar emocional y recuperación.
- **Generar** validación institucional y territorial para fortalecer la proyección y escalabilidad del programa.

Públicos objetivos

1. **Pacientes y usuarios** de centros de salud, residencias y casas de acogida.
2. **Funcionarios** de salud, equipos clínicos y familias de pacientes.
3. **Instituciones** públicas, **tomadores de decisión**, municipios y organizaciones sociales.

Canales y herramientas que se utilizaron:

- **Internos:** Página web y redes sociales de la Fundación Cosmos, tanto como de las organizaciones e instituciones respectivas de cada uno de los Jardines.
- **Externos:** Medios de comunicación nacionales, regionales y especializados, incluyendo prensa escrita, radio, medios digitales y televisión.

4. Desarrollo y ejecución (tácticas y acciones)

La ejecución de la campaña se desarrolló entre **diciembre de 2024 y diciembre de 2025**, articulando gestión de prensa, vocerías especializadas, difusión territorial y relacionamiento institucional.

El primer paso fue visibilizar el desarrollo de nuevos Jardines Sanadores a través de **anuncios de convenios y alianzas junto a los centros de salud respectivos**. Esto permitió posicionar el modelo como una iniciativa aplicada de infraestructura terapéutica y abrir conversaciones sobre bienestar y calidad de vida en contextos hospitalarios.

Posteriormente, el plan acompañó el avance de los proyectos mediante **difusión de hitos asociados a construcción, inauguraciones y aperturas oficiales de jardines terapéuticos**. Estas instancias contemplaron comunicados de prensa, convocatorias a medios y actividades coordinadas con los recintos de salud, buscando trasladar la conversación desde el diseño del proyecto hacia su impacto concreto en pacientes, funcionarios y comunidades hospitalarias.

En paralelo, se desarrollaron **entrevistas y vocerías** de Diego Urrejola, director ejecutivo de Fundación Cosmos, y Valentina Schmidt, Coordinadora de proyectos, orientadas a relevar la relación entre naturaleza, bienestar emocional y experiencia hospitalaria.

Como parte de la estrategia, también se **difundieron los resultados del estudio “Estudio de Impacto social de los Jardines Sanadores”**, utilizado como **respaldo técnico y científico** para fortalecer la gestión de prensa y aportar evidencia aplicada sobre el impacto de los jardines terapéuticos en bienestar emocional y recuperación. La difusión del estudio contempló gestión con exclusividad con El Mercurio, que dio a conocer los resultados del estudio, donde destaca la disminución de la frecuencia cardíaca desde 82,42 a 76,47 lpm durante la exposición al jardín, retornando posteriormente a 81,75 lpm al volver al entorno hospitalario. Asimismo, se registró un aumento significativo en 8 de 10 indicadores de emociones positivas y una disminución significativa en 8 de 10 indicadores de emociones negativas tras la exposición a los jardines terapéuticos.

5. Resultados

La campaña de comunicaciones ha permitido consolidar a **Jardines Sanadores como una iniciativa de infraestructura terapéutica que integra naturaleza, bienestar y salud** dentro de centros médicos, articulando diseño, evidencia aplicada y experiencia territorial para instalar la relación entre entorno y recuperación en la conversación pública.

Durante el período de ejecución del plan se han **concretado 37 publicaciones en medios nacionales y regionales**, incluyendo televisión, radio, prensa escrita y medios digitales, **instalando progresivamente el concepto** de Jardines Sanadores en conversaciones vinculadas a bienestar, infraestructura hospitalaria, salud mental y calidad de vida en espacios de atención.

Entre las principales publicaciones destacó la **nota en exclusiva en El Mercurio** titulada “Los jardines sanadores en hospitales reducen el estrés y aceleran la recuperación”, enfocada en los resultados del “Estudio de impacto social de los Jardines Sanadores” y en la incorporación de evidencia aplicada sobre bienestar y recuperación en espacios hospitalarios. Como parte de la **amplificación** de estos resultados, **los hallazgos del estudio también fueron exhibidos durante un mes en las pantallas de Metro de Santiago y del Aeropuerto de Santiago**, a través de una alianza con Ladera Sur, ampliando el alcance público de la conversación sobre naturaleza, salud y bienestar.

La estrategia también logró **presencia en televisión abierta y programas especializados a través de coberturas en TVN y CNN Chile**. Estas apariciones incorporaron vocerías de equipos médicos, especialistas y pacientes, permitiendo acercar la conversación sobre naturaleza y salud a audiencias masivas desde experiencias concretas de uso terapéutico.

A nivel regional y territorial, el programa obtuvo cobertura en medios como El Proa y El Mercurio de Valparaíso, fortaleciendo el **posicionamiento territorial de los Jardines Sanadores y su proyección en distintos contextos hospitalarios**.

Como parte de los **resultados institucionales del programa**, Fundación Cosmos concretó un **convenio con el Gobierno Regional Metropolitano para el desarrollo de 17 futuros Jardines Sanadores en la Región Metropolitana**, fortaleciendo el posicionamiento del modelo como una solución escalable y con potencial de integración en políticas públicas vinculadas a bienestar e infraestructura hospitalaria.

Finalmente, en redes sociales, la campaña contempló **12 publicaciones** asociadas a Jardines Sanadores, **superando las 12.500 interacciones y alcanzando a más de 98.000 cuentas**, ampliando la visibilidad del programa y fortaleciendo la conversación digital sobre naturaleza, bienestar y salud.