



BUAP

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Comunicación pública de la
Ciencia, Medicina Estética y
Reconstructiva en México**

**Tesis para obtener para el Título de
Licenciado en Comunicación**

Presenta

Roberto Ezequiel Oaxaca Zamudio

Director/a de tesis

.Mtra. Olivia Castillo Castillo

H. Puebla de Z. Septiembre de 2025

ÍNDICE

Capítulo 1, Antecedentes de la Comunicación Pública de la Ciencia en Medicina Estética y Reconstructiva	4
1.1 Comunicación Pública de la Ciencia	
1.2 Aplicación de la Comunicación Pública de la Ciencia en la sociedad	
1.3 La Medicina Estética y Reconstructiva	
1.4 El paciente como audiencia de la comunicación pública en salud *	
1.5 Riesgos de la desinformación en medicina estética y reconstructiva	
Capítulo 2, Marco Teórico	12
2.1. La Comunicación Pública de la Ciencia: fundamentos teóricos y funciones	
2.2 La Comunicación Pública de la Ciencia y la Gestión de la Opinión	
2.3 Alfabetización Científica y Toma de Decisiones Informadas	
2.4 Consentimiento Informado y Relación Médico-Paciente *	
2.5 Desinformación en Salud: Riesgos y Repercusiones *	
2.6 Comunicación Médica Efectiva y Toma de Decisiones Compartidas *	
Capítulo 3, Casa by Linda Recovery Guesthouse y su impacto en la Medicina Estética y Reconstructiva	21
3.1 Infraestructura	
3.2 Capital humano, el equipo de enfermeras calificado y certificado de CBL	
3.3 Posicionamiento, reconocimiento y expansión de Casa by Linda Recovery Guesthouse	
3.4 Surgical Connection	

3.5 Testimonios (traducidos al español)

Conclusión	63
Referencias bibliográficas	65

Comunicación pública de la Ciencia:

Medicina Estética y Reconstructiva en México

El siguiente proyecto hablará sobre cómo es imprescindible aplicar la Comunicación Pública de la Ciencia en las estrategias que el sector médico y específicamente el del turismo médico, construyen en términos de información.

Su objetivo es encontrar las herramientas necesarias para transmitir conocimiento, en caso de que el paciente o quien consulta información podría estar pasando por un proceso de elección. Y los canales de comunicación son responsables de que los mensajes distribuidos sean procesados e interpretados de manera oportuna, o de otro modo agregando **información errónea** - que se difunde sin la intención de engañar, pues quienes lo comparten consideran que es cierta, útil o interesante -, o promover la **desinformación** - con pleno conocimiento de su falsedad, básicamente - (OMS, 2024).

En los últimos años la Medicina Estética y Reconstructiva en México ha ido en aumento. “Los principales destinos para el Turismo Médico en México son: Baja California, Chihuahua, Tamaulipas. CDMX, Nuevo León, Quintana Roo, Jalisco, San Luis Potosí, Puebla y Querétaro. En estas ciudades, las instituciones de salud y Hospitales privados cuentan con las especialidades de mayor demanda” (Médica Sur, 2024).

Según información de Global Health Intelligence (2024), el total de turistas que viaja a México es de 1.4 a 3 millones de personas al año. De los cuales el 40 y 60% provienen de Estados Unidos.

Ingresos por Turismo Médico en México:

2006 - 1.5 mil millones de dólares

2016 - 4.8 mil millones de dólares

2021 (estimado) - 6.75 mil millones de dólares.

Global Health Intelligence (2024).

“México tiene una ubicación geográfica excepcional y precios bajos en comparación con Estados Unidos, pero no se ha aprovechado todo ese potencial”, Jorge Azpiri, Director de Desarrollo y Expansión de TecSalud (Forbes, 2023).

En las Estrategias de Comunicación Pública de la Ciencia recae una responsabilidad vital al momento de presentar información, ya que el paciente tomará una decisión sobre el procedimiento médico que necesita. El propósito de este proyecto es realizar un diagnóstico sobre las estrategias de Comunicación Pública de la Ciencia en Medicina Estética y Reconstructiva aplicadas en *Casa by Linda Recovery Guesthouse* y dirigidas a pacientes provenientes de la costa oeste de Estados Unidos (San Diego, Los Angeles, San Francisco, San José y Sacramento California; Portland, Oregon; Las Vegas, Nevada; Seattle, Washington) y Canadá (Vancouver, British Columbia; Calgary, Alberta) antes, durante y después del procedimiento médico.

A partir de ello, se analizará la calidad de tal información con el fin proponer una estrategia de comunicación eficiente y que contribuya a que la sociedad interesada en alguna especialidad, tome una decisión informada sin poner en riesgo su vida.

¿Cómo influyen las estrategias de Comunicación Pública de la Ciencia empleadas por *Casa by Linda Recovery Guesthouse* en la toma de decisiones informadas por parte de los pacientes en la medicina estética y reconstructiva?

Cuando se emplean estrategias claras, verificadas y accesibles en materia de información, los pacientes tienen mayor probabilidad de comprender los beneficios y riesgos de los procedimientos que están consultando, promoviendo una decisión informada, segura y autónoma.

La demanda de la medicina estética y reconstructiva ha crecido significativamente, y los pacientes, en muchos casos, no cuentan con información científica clara y accesible que les permita tomar decisiones sobre cualquier procedimiento estético, quirúrgico o reconstructivo (Pico, A. 2022). Dicho esto, la Comunicación Pública de la Ciencia es una herramienta indispensable para transmitir de manera ética, transparente y efectiva toda la información relacionada a la especialidad y al especialista.

Así como el seguimiento de la recuperación que implica cualquier cirugía. Y resulta importante analizar si existen vacíos informativos o estrategias comunicativas que no priorizan el bienestar y la seguridad del paciente.

Por ello, el siguiente proyecto de tesis busca desarrollar una propuesta que promueva buenas prácticas y líneas de mejora que fortalezcan el derecho a la información, disminuyan los riesgos médicos que derivan de la desinformación, así como una cultura de salud fundamentada en el conocimiento científico a través de los canales de comunicación en *Casa by Linda Recovery Guesthouse*.

Un proyecto que no solo es vital por su contribución al campo de la comunicación científica y médica, lo es también por su impacto en la salud pública, ya que una comunicación deficiente puede tener consecuencias graves e incluso irreversibles para los pacientes. Así, este proyecto busca aportar una visión crítica y propositiva que coloque al paciente en el centro de la comunicación, generando una interacción eficiente entre la ciencia y el paciente.

A continuación se presentarán tres capítulos. En el primero sentará las bases de este proyecto y hablará desde la raíz de la Comunicación Pública de la Ciencia, su importancia y el impacto que ha generado y evolucionado en todo el mundo. En el capítulo dos, se hablará del marco teórico de la Comunicación Pública de la Ciencia, cómo se entiende idealmente, cómo se aplica y cómo es interpretado, por lo que resulta crucial, pues involucra al paciente y sus creencias, ideales, entorno, etc. Y por último, en el capítulo tres, se presentará el trabajo aplicado basado en la Comunicación Pública de la Ciencia.

Capítulo 1, Antecedentes de la Comunicación Pública de la Ciencia en Medicina Estética y Reconstructiva

El propósito de este capítulo es el de sentar las bases de esta investigación, a través de la exposición de los antecedentes en la Comunicación Pública de la Ciencia y cómo ha evolucionado a lo largo de los años en el sector médico, especialmente en los procedimientos que ofrece la Medicina Estética y Reconstructiva.

Abordando también los enfoques, objetivos, avances y retos que este tipo de comunicación requiere y hablando de la importancia en informar con precisión sobre los procedimientos y especialidades, en cualquier caso.

1.1 Comunicación Pública de la Ciencia

“Leonardo da Vinci, y más cercano a nosotros, Niels Bohr, físico del periodo de entreguerras afirmaron, de manera parecida, que no hay ciencia que no sea comunicable” (Fayard, 2004).

Históricamente, la Comunicación Pública de la Ciencia ha buscado acercar el conocimiento científico a públicos no especializados a través de diferentes canales, estrategias y formatos. Y su función no es solo la de transmitir información, también promueve la comprensión, el diálogo y la apropiación del conocimiento individual y colectivo. La CPC es la conexión entre los avances científicos y la comprensión pública de los mismos.

Practicar y entender la comunicación pública de la ciencia implica comprender y profundizar previamente su materia prima: la ciencia. Por lo que se vuelve indispensable que la sociedad participe de manera informada en la toma de decisiones individuales y colectivas, especialmente en el área de la salud.

En diversos estudios algunos autores han tratado de analizar cómo la opinión pública ha recibido e interpretado a la ciencia a lo largo de los años. Y Neidhardt explicó en su momento que el público es un constructo formado por entes o sujetos empíricos que son fácilmente perceptibles: los actores, medios de comunicación

masivos y los mensajes que estos ponen en circulación. El Público, como una construcción, es una realidad en sí misma, y funciona con cierta fiabilidad (Neidhart, 1993: 339). También destacó que la participación del público en la comunicación está motivada por intereses de carácter práctico. Un ejemplo, es la preocupación por las consecuencias de los actos de otras personas, instituciones o autoridades. (p.341).

1.2 Aplicación de la Comunicación Pública de la Ciencia en la sociedad

‘Las ciencias transforman a la sociedad: es normal que la sociedad quiera comprender su lógica. La divulgación representa uno de los medios para esta adaptación (...)

La divulgación se refiere a procedimientos de difusión unidireccional acompañados de esfuerzos de simplificación, definición de términos y adaptaciones para elaborar un lenguaje sencillo y accesible’ (Fayard, 2004: 33).

La Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) en el ámbito de la salud es uno de los campos más sensibles e importantes hablando de comunicación, pues involucra directamente el bienestar y la vida de las personas. A diferencia de otras ramas de la ciencia, la comunicación en salud no solo busca informar, también genera hábitos, reduce riesgos, genera confianza y fomenta decisiones responsables.

Por otro lado, la Comunicación para la Salud ha evolucionado a través del uso más y mejores de medios masivos y la facilidad de acceder a formatos de participación. Además, es definida como: el empleo sistemático de medios de comunicación individuales, de grupo, masivos y mixtos, así como tradicionales y modernos, como herramienta de apoyo al logro de comportamientos colectivos funcionales (Beltrán, 2021).

El desarrollo de la CPC en salud ha estado históricamente ligado a campañas de salud pública, prevención de enfermedades y difusión de avances médicos. Sin embargo, su aplicación se ha diversificado con el tiempo, abarcando desde la comunicación entre médicos y pacientes, hasta la divulgación científica en medios de comunicación masiva y redes sociales. En ese sentido, los principios a

considerar como fundamentales de la CPC son: veracidad, accesibilidad, pertinencia y transparencia.

No obstante uno de los desafíos más destacados es la **traducción del lenguaje técnico a un lenguaje comprensible**, sin perder el rigor científico. Los pacientes, principalmente, no suelen estar familiarizados con los términos médicos o con los niveles de evidencia detrás de un procedimiento, lo que los hace vulnerables a la desinformación o a decisiones impulsadas más por cuestiones ideológicas que por el conocimiento informado.

Además, se ha identificado que los mensajes se reciben según el modo de comprensión del receptor, según emociones, creencias y valores culturales que influyen considerablemente en cómo se recibe e interpreta tal información. Por ello, una CPC efectiva en este campo requiere comprender no sólo qué se comunica, sino también **cómo, por qué y desde dónde se comunica**, considerando el contexto sociocultural del paciente y el entorno mediático en el que circula la información (Fayard, 2004: 35).

Y si hablamos de la Medicina Estética y Reconstructiva, también representa un reto importante por varios factores:

- La **información que circula en redes sociales y medios digitales**, donde los contenidos suelen priorizar resultados estéticos sobre explicaciones médicas rigurosas.
- La **presencia de publicidad disfrazada de información científica**, donde se promocionan procedimientos sin detallar riesgos, efectos secundarios o el perfil ideal del paciente.
- La **falta de regulación clara** sobre quién puede comunicar en salud, lo cual da lugar a testimonios sin base científica, influencers sin formación médica o clínicas que difunden datos manipulados con fines comerciales.

Frente a este panorama, la CPC en salud estética debe asumir un **enfoque ético y educativo** que promueva no solo la difusión de información correcta, sino también la interpretación acertada del paciente antes de someterse a un procedimiento.

Saber cuáles son los riesgos, la importancia de acudir con profesionales certificados, los efectos a largo plazo y los límites realistas de la intervención médica, forma parte de una estrategia de comunicación centrada en el bienestar del paciente, no en el consumo.

El éxito de esta comunicación no solo se mide por su alcance, sino por su impacto en la toma de decisiones conscientes, informadas y seguras por parte de quienes buscan mejorar su salud o apariencia a través de la medicina.

1.3 La Medicina Estética y Reconstructiva

Esta rama especializada de las ciencias médicas cuyo propósito abarca tanto la restauración funcional como la mejora estética del cuerpo humano. Aunque comparte fundamentos con la cirugía plástica, se distingue por su alcance terapéutico y su dimensión psicológica, ya que responde a necesidades que pueden ir desde la reconstrucción de tejidos tras accidentes o enfermedades, hasta el tratamiento de aspectos físicos que impactan directamente en la autoestima y calidad de vida de las personas.

La Medicina Reconstructiva surgió como respuesta a las secuelas físicas provocadas por la guerra, los traumatismos y ciertas enfermedades congénitas. Su desarrollo se ha consolidado como una especialidad de alta complejidad que combina conocimientos de anatomía, fisiología, biomateriales y técnicas quirúrgicas avanzadas. Por su parte, la Medicina Estética, aunque más reciente, ha experimentado un crecimiento exponencial desde finales del siglo XX, impulsada por los avances tecnológicos, la influencia mediática y la creciente demanda social por mejorar la apariencia física en contextos no patológicos (Glicenstein, 2010).

Ambas vertientes —la estética y la reconstructiva— requieren un riguroso enfoque científico y ético, ya que sus intervenciones tienen un impacto directo sobre el cuerpo, la salud y la identidad de los pacientes. Sin embargo, en la práctica contemporánea, mientras esta especialidad se sustenta en evidencia médica y formación profesional altamente especializada, su representación pública muchas veces se ve distorsionada por narrativas comerciales, idealizadas o superficiales que reducen la medicina estética a una “solución rápida” o un “capricho de vanidad”.

En México, el ejercicio de esta disciplina está regulado por la Norma Oficial Mexicana NOM-016-SSA3-2012 (DOF, 2013) que establece los requisitos mínimos de infraestructura, equipamiento y personal médico especializado para la práctica de cirugía plástica, estética y reconstructiva. Dicha norma también subraya la necesidad de garantizar el consentimiento informado del paciente y la obligación ética de proporcionar información clara, completa y veraz sobre los procedimientos. No obstante, la aplicación real de esta regulación enfrenta dificultades, particularmente por el auge de clínicas irregulares, la práctica de procedimientos por personal no calificado, y la desinformación en redes sociales (Cofepris, 2022).

En este contexto, la relación entre Medicina Estética y Reconstructiva y la Comunicación Pública de la Ciencia se vuelve crucial. La CPC desempeña un papel central en informar y empoderar a los pacientes con conocimiento objetivo para que puedan tomar decisiones responsables y seguras. Esta necesidad es aún más urgente cuando muchos procedimientos no son imprescindibles, es decir, no tienen que ver con una urgencia médica sino a una motivación personal, lo que hace que la información disponible influya en la decisión del paciente.

Dicho esto, a partir de un análisis de cómo se comunica actualmente el contenido médico-científico relacionados con cualquier especialidad, en clínicas y especialistas, además de evaluar si las estrategias que se utilizan cumplen con su función ética, científica y social. Y así sentar las bases para exigir una comunicación pública basada en evidencia, profesional, objetiva y centrada en el bienestar del paciente, en materia de salud.

1.4 El paciente como audiencia de la comunicación pública en salud

En la Comunicación Pública de la Ciencia (CPC), el paciente es un receptor de información y participante activo en la toma de decisiones y en los procesos de salud. A diferencia de otras audiencias que pueden acceder a contenidos científicos con fines educativos, el paciente consulta la información sabiendo que esta influye directamente en su cuerpo, su salud y en su identidad.

La importancia del consentimiento informado (Simon, P. 2006), está en respetar las decisiones autónomas del paciente. Es un derecho de los pacientes y un deber en los médicos. En este sentido, el paciente necesita comprender, cuestionar, evaluar y

comparar la información médica que recibe, lo que coloca a la comunicación en un lugar estratégico para garantizar su empoderamiento.

En el caso específico de la Medicina Estética y Reconstructiva, el paciente es un perfil complejo en la comunicación pública de la ciencia, pues solo busca restaurar o mejorar su salud física, también su percepción estética, emocional y social. Muchos pacientes acuden a redes sociales, influencers, foros, testimonios o sitios web de clínicas privadas antes de consultar con un profesional certificado, lo que genera una brecha entre el conocimiento científico y la percepción del riesgo.

Además, la alfabetización científica en los pacientes no ocurre de la misma manera. Algunos cuentan con herramientas para identificar fuentes confiables, evaluar la veracidad de un procedimiento o interpretar riesgos, y otros donde lo que importa no es tanto la evidencia científica sino la persuasión del mensaje. Este fenómeno es más grave en contextos de alta exposición mediática como la medicina estética, donde las promesas de: "rejuvenecimiento sin dolor", "transformaciones seguras" o "resultados garantizados" suelen subestimar las advertencias sobre efectos secundarios, condiciones médicas previas o requisitos postoperatorios.

Por lo tanto, el paciente en medicina estética debe ser entendido como una audiencia informada pero también confundida por el acceso a datos, y no necesariamente sean conocimientos. Esta condición lo expone a una comunicación deficiente, sesgada o incompleta, lo que puede derivar en decisiones médicas que no solo son poco informadas, sino también riesgosas para su integridad física y emocional.

He ahí la urgencia de que las estrategias de Comunicación Pública de la Ciencia en salud sean diseñadas considerando necesidades cognitivas, ideología, contexto cultural, emociones, y la diversidad de canales por los que se accede a tal información.

La CPC debe proporcionar no solo datos técnicos, sino también información verificada comprensible, para interpretar todo lo que implica un procedimiento médico.

Entender al paciente como una audiencia activa, pero no necesariamente crítica, implica una gran responsabilidad para los emisores de información: clínicas, profesionales de la salud, comunicadores y medios. Este enfoque es esencial para el diagnóstico de las estrategias actuales de comunicación en clínicas de medicina estética y reconstructiva en México, y para proponer nuevas vías que guíen la toma de decisiones informadas y seguras.

1.5 Riesgos de la desinformación en medicina estética y reconstructiva

La desinformación en salud es una de las problemáticas más graves en la era de la sobreexposición digital. Según Porroche, A. (2017), 'puede definirse como la provisión de información errónea utilizando titulares alarmistas o morbosos, información científica confusa, creación de estereotipos o etiquetas, frivolidad de términos, imágenes erróneas y poca información preventiva. Así como la omisión de información válida y relevante'.

Su impacto se multiplica en áreas como la medicina estética y reconstructiva, donde la demanda creciente, el atractivo y la influencia personal son determinantes para los pacientes que consultan la información en internet y basan sus decisiones en celebridades o influencers, en ese sentido la ausencia de evidencia científica en redes sociales influye en los comportamientos y creencias de los pacientes. Interfiriendo en la capacidad crítica de tomar una decisión (Porroche, A. 2017).

Por tanto, el margen de error en la información puede tener consecuencias graves. La desinformación puede inducir al paciente a minimizar los riesgos, a subestimar la necesidad de un especialista certificado, o incluso a confiar en procedimientos sin aval científico ni regulatorio, realizados en condiciones inseguras.

Entre los riesgos más documentados de la desinformación en este campo se encuentran:

- La normalización de prácticas médicas irregulares, como intervenciones realizadas por personal no certificado o en instalaciones no autorizadas.

- El incremento de procedimientos clandestinos, que ponen en peligro la vida del paciente.
- La distorsión de expectativas, que genera frustración emocional, afectaciones psicológicas o problemas de salud cuando los resultados no corresponden con las promesas de la publicidad.
- La minimización de riesgos postoperatorios, que pueden derivar en complicaciones graves si el paciente no recibe la información adecuada sobre cuidados y seguimiento.

Asimismo, el lenguaje empleado en muchos canales de comunicación prioriza una narrativa aspiracional, emocional o de éxito garantizado, dejando de lado aspectos técnicos, las condiciones médicas necesarias para cada procedimiento, y los límites reales de la intervención. Este fenómeno ha sido llamado por diversos autores como “Cosmetización del riesgo” (Lupton, 2012), es decir, la tendencia a encubrir los peligros bajo discursos de belleza, empoderamiento o bienestar, sin proporcionar información científica que permita una evaluación crítica por parte del paciente.

El problema no existe únicamente en la existencia de desinformación, sino en la falta de herramientas del público para identificarla. Muchas personas no cuentan con la alfabetización científica o mediática necesaria para distinguir entre fuentes confiables y no confiables, o para cuestionar un mensaje visualmente atractivo pero científicamente infundado. Esta situación convierte al paciente en un receptor vulnerable ante discursos persuasivos que pueden comprometer su salud, integridad física e incluso su vida.

Por ello, el combate contra la desinformación en medicina estética y reconstructiva no puede recaer solamente en la voluntad del paciente o en su capacidad de búsqueda crítica. Debe plantearse como un desafío en materia de comunicación que involucre a las clínicas, profesionales de la salud, autoridades regulatorias y comunicadores científicos, mediante estrategias claras, éticas y fundamentadas en evidencia.

Capítulo 2, Marco Teórico

2.1. La Comunicación Pública de la Ciencia: fundamentos teóricos y funciones

La Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) desde mediados del siglo XX, evolucionó con el objetivo de acercar el conocimiento científico a un público que, en su momento, no estaba especializado al respecto de ciertos temas. Comenzó a utilizarse por primera vez, a través de formulaciones entendidas bajo el modelo de déficit, que parte del supuesto de que la sociedad ignora conocimientos científicos y que la solución consiste en llenar ese vacío mediante la transmisión unidireccional de información (Bucchi y Trench, 2014). Un modelo que fue cuestionado por las maneras en que la información se transmitía y por el contexto social y cultural en el que se vivía.

A partir de analizar su funcionamiento, así como el nivel receptivo de las audiencias, se desarrollaron modelos alternativos como el modelo de diálogo y el modelo participativo, que reconoce el papel activo de la opinión pública en la construcción del conocimiento y que además, proponen la creación de espacios de interacción horizontal entre expertos y ciudadanía (Fayard, 2004; Lewenstein, 2003). Según estos enfoques, el conocimiento científico se concibe no como una verdad absoluta a transmitir, sino como un saber constante influido por valores sociales, percepciones individuales y experiencias previas.

Fayard (2004) menciona que la Comunicación Pública de la Ciencia, debe entenderse no solamente como una herramienta que difunde datos, también es un acto estratégico que gestiona el conocimiento que recibe e interpreta la opinión pública. Por lo tanto, en la Medicina Estética y Reconstructiva esto se vuelve sumamente relevante pues las decisiones clínicas no solo dependen del conocimiento científico, sino también de valores, expectativas estéticas y construcciones culturales sobre el cuerpo.

Dicho esto, el papel de la Comunicación Pública de la Ciencia en el ámbito médico, no solo puede limitarse a la divulgación de información. Implica una responsabilidad ética y comunicativa que favorece al diálogo, la comprensión mutua y la toma de decisiones informadas, especialmente en escenarios donde el consentimiento del

paciente debe fundarse en el entendimiento real de los riesgos, beneficios y alternativas terapéuticas (González, 2016)

Finalmente, el enfoque de la Comunicación Pública de la Ciencia no solo consiste en 'transmitir' información, está más en la perspectiva. Entender que comunicar implica reconocer la diversidad ideológica, lenguajes y emociones que intervienen en los procesos médicos.

2.2 La Comunicación Pública de la Ciencia y la Gestión de la Opinión

La Comunicación Pública de la Ciencia (CPC) no es solamente una herramienta que transmite información científica de manera objetiva, se trata de un proceso que tiene que ver con ideologías, creencias y comportamientos, influenciada por aspectos demográficos como la ubicación geográfica y el contexto sociopolítico. El enfoque principal es entender cómo la ciencia se presenta, interpreta y también se utiliza.

Esta forma de comunicación va más allá de la difusión de conocimientos. El objetivo principal no es solamente el de informar, es también la generación de ciertos efectos en el público: influir en la percepción, construir consensos y orientar su conducta (Fayard, 2004). Dicho esto, la Comunicación Pública de la Ciencia funciona para gestionar la opinión pública. Se informa para influir, no para abrir un debate, lo que genera una ilusión de objetividad que en realidad podría estar ocultando ciertas intenciones.

En ese sentido, cuando se presentan ciertos temas científicos de una manera determinada, la forma en que la sociedad entiende e interpreta al mundo se configura, lo que facilita la aceptación de algunas mientras otras son rechazadas. La selección de los temas que se comunican, la manera de explicarlos y las audiencias a las se dirigen no es accidental. El objetivo es lograr un impacto específico en una audiencia concreta (Fayard, 2004) Esto en algunos casos se acerca a lo que entendemos como desinformación, pues no siempre se comunica con transparencia, responsabilidad y prudencia.

La desinformación no se limita solo a la manipulación de datos o hacer declaraciones falsas de forma directa. También puede ser una omisión estratégica, en donde no consideran ciertos aspectos o se presenta solo una parte de la

información con la intención de provocar un efecto en las audiencias que reciben los mensajes.

“Nosotros no hablamos para decir algo, sino para producir un efecto”. (Fayard, 2004). Lo que es clave para entender cómo los discursos científicos, sobre todo en temas de salud, medicina o vacunas, son usados en medios de comunicación y redes sociales. La ciencia funge como mediador que genera confianza, dirige conducta e incluso, es usada para legitimar decisiones sociopolíticas.

2.3 Alfabetización Científica y Toma de Decisiones Informadas

La OMS menciona:

Se entiende por alfabetización en materia de salud la capacidad de acceder a la información y los servicios y de comprenderlos, evaluarlos y utilizarlos de maneras que promuevan y mantengan una buena salud y bienestar.

Según la definición de la OMS la alfabetización en materia de salud representa «el conocimiento y las competencias personales que se acumulan por medio de las actividades cotidianas, las interacciones sociales y entre generaciones. En los conocimientos y las competencias personales influyen las estructuras institucionales y la disponibilidad de recursos que permitan a las personas acceder a la información y los servicios y de comprenderlos, evaluarlos y utilizarlos de maneras que promuevan y mantengan una buena salud y bienestar para sí mismos y para su entorno».

La Alfabetización científica, va más allá de memorizar contenidos o repetir definiciones. Es la capacidad de comprender y aplicar conceptos científicos en situaciones reales de la vida cotidiana, lo que significa que una persona alfabetizada científicamente conoce términos/teorías y también puede usar tal conocimiento para tomar decisiones responsables e informadas frente a problemas que involucran cuestiones técnicas, tecnológicas y en este caso principalmente médicas (Jose Luis Córdova Frunz, 2005).

Dicho esto, la alfabetización científica está vinculada directamente con actitudes personales, valores sociales y el contexto en el que cada persona vive. Esta

desarrolla una mirada crítica sobre la información, entender de dónde proviene y cómo puede generar un impacto en la vida diaria.

Uno de los aspectos más importantes de la alfabetización es reconocer que el conocimiento científico no es absoluto ni determinante. Nada es más contrario a la ciencia que asumirla como verdad universal e inmutable. Por ello, la tolerancia - valor esencial del humanismo - también debe ser esencial en la ciencia. La comprensión profunda del conocimiento científico implica aceptar su carácter provisional y contextual (Heisenberg, W. 1987).

La alfabetización científica, también significa reconocer que el conocimiento cambia según el contexto, y que la mayoría de las veces hay una forma válida de interpretar un fenómeno.

Otro factor importante es entender que la ciencia no es ajena a la sociedad. Todo lo contrario, sin embargo el entorno social, económico e ideológico influyen directamente en cómo se produce, comunica y utiliza el conocimiento científico. Incluyendo desde las líneas de investigación financiadas hasta discursos científicos que llegan a los medios de comunicación. Por eso, una verdadera alfabetización científica debe incluir un análisis crítico sobre tales procesos: preguntarse quién produce la información, de dónde provienen los recursos, bajo qué intereses y con qué intención se difunde (Heisenberg, W. 1987).

Este enfoque es vital cuando se trata del ámbito de la salud y las decisiones médicas individuales (por ejemplo: aceptar o rechazar un tratamiento, aplicarse una vacuna o ciertas recomendaciones sanitarias), no se toman a la ligera, están influenciadas por diversos rasgos demográficos como: el nivel académico, el acceso a servicios de salud, el acceso a información de calidad según las condiciones sociales y económicas de cada persona.

En este sentido, la alfabetización científica no tiene que ver con un solo individuo. Se trata de un tema social que permite que las personas participen activamente en decisiones que afectan su bienestar, desde una base de información crítica y razonada.

Y por otro lado, algunas personas suelen quedar al margen de decisiones que afectan directamente su bienestar, ya sea por falta de información, estigmas sociales, entre otros factores.

En estos casos, el rol de la salud debe ser aún más activo. No es suficiente brindar información general: es necesario implementar estrategias específicas de comunicación ética, clara y accesible, que permitan incluir a todas las personas, sin importar sus capacidades o situación social. Promover la alfabetización en salud, entonces, no es solo una cuestión educativa, es también un compromiso ético con la equidad, la inclusión y la justicia sanitaria.

2.4 Consentimiento Informado y Relación Médico-Paciente

El consentimiento informado es uno de los pilares de la ética médica contemporánea y representa de manera concreta el respeto por la autonomía del paciente (Camacho, P. 2020). Es un proceso de comunicación constante entre el profesional de la salud y el paciente. Es un diálogo que debe estar basado en la confianza, la claridad y la honestidad, cuyo objetivo es que la persona pueda comprender de forma completa lo que implica cualquier intervención médica a la que se someta.

Este proceso incluye dos componentes fundamentales: el derecho a la información y la libertad de elección. El primero implica que el paciente debe recibir información clara, completa y comprensible sobre el procedimiento médico, sus beneficios, sus riesgos, sus posibles efectos secundarios, y también sobre las alternativas disponibles, incluyendo la opción de no hacer nada (Conbioetica, 2015). Esa información debe ser entregada de manera oportuna y adaptada al nivel de comprensión del paciente, evitando tecnicismos innecesarios o explicaciones ambiguas que puedan generar confusión.

El segundo componente, la libertad de elección, se entiende como la capacidad del paciente de aceptar o rechazar la propuesta médica, sin presiones externas ni internas. Esto garantiza que el paciente cuente con el tiempo necesario para pensar y tomar una decisión, que pueda expresar sus dudas y que su voz sea escuchada y

valorada. Es decir, que pueda ejercer su autonomía en condiciones reales, no solo teóricas (Conbioetica, 2015).

Cuando el consentimiento informado se da de manera adecuada, sus beneficios son múltiples. Por un lado, reduce la incertidumbre y la ansiedad que muchas veces acompañan a una intervención médica. Por otro lado, mejora la adherencia a los tratamientos, ya que el paciente entiende el porqué de cada paso y se siente parte activa del proceso. Además, fortalece la relación médico-paciente, al generar un vínculo de confianza basado en el respeto mutuo y la escucha.

Para que esto suceda, es importante que el lenguaje utilizado en la comunicación sea asequible y fomente la participación activa del paciente. No solo se trata solo de que reciba información, también que pueda interactuar con él, plantear preguntas, compartir sus emociones, valores y expectativas, y que ello sea tomado en cuenta. La buena comunicación no solo tiene impacto en los resultados clínicos, sino también en la experiencia emocional del paciente y en su percepción de la calidad del cuidado recibido.

El consentimiento informado es una práctica ética que humaniza la atención médica y permite que las personas sean protagonistas de las decisiones que afectan su cuerpo y su salud (Conbioetica, 2015).

2.5 Desinformación en Salud: Riesgos y Repercusiones

La desinformación en salud que circula a través de redes sociales y plataformas digitales es uno de los principales desafíos actuales para los sistemas de salud y la salud pública en general (Espinoza, E. y Mazuelos, C, 2020). La desinformación implica la difusión de contenidos que podrían interpretarse como creíbles o estar bien presentados, y contener información falsa, engañosa o fuera de contexto. Impactando directamente en la manera en que las personas interpretan la información y la utilizan para tomar una decisión.

El uso de encabezados sensacionalistas, términos mal empleados o afirmaciones sin respaldo científico vulnera el derecho de las personas a recibir información clara, objetiva y completa sobre su salud. Esto no solo dificulta la toma de decisiones

informadas, sino que además distorsiona creencias, genera ansiedad e incertidumbre y puede llevar a generar hábitos dañinos.

Digitalmente hablando, el acceso a la información es casi ilimitado, sin embargo eso no garantiza que sea confiable o útil. La inmediatez con la que se comparte contenido en redes sociales, sumada a los algoritmos que priorizan las necesidades informativas de cada uno, crea un escenario en el que la desinformación se propaga rápidamente. Una problemática en temas de salud, donde las decisiones individuales como automedicarse, evitar una vacuna o seguir consejos sin respaldo médico pueden tener consecuencias graves tanto para la persona como para su comunidad.

El acceso limitado a evidencia confiable, la escasa participación de los pacientes en las decisiones que los involucran y, en algunos casos, la falta de herramientas por parte de los profesionales de salud para acompañar su proceso, son factores que complican la posibilidad de tomar decisiones saludables.

Dicho lo anterior, la comunicación en salud implica transparencia. Además, busca promover la autonomía de los pacientes con las herramientas necesarias para evaluar la información que reciben, y entonces tomar decisiones bien fundamentadas.

2.6 Comunicación Médica Efectiva y Toma de Decisiones Compartidas

Del Campo et al. (2019) Algunos autores han mencionado lo siguiente:

La relación médico-paciente se reduce a una simple transferencia de información técnica. Esta interacción debe ser entendida como un proceso dinámico de comunicación, donde ambas partes participan activamente. La comunicación médica efectiva no solo se trata de hablar con claridad, sino de establecer un verdadero diálogo que incluya empatía, comprensión de los valores del paciente, escucha activa y una disposición genuina a compartir el proceso de toma de decisiones.

Este enfoque comunicativo se aleja del modelo tradicional o paternalista de la medicina en donde el médico asume el control total de las decisiones clínicas. Al

contrario se propone una toma de decisiones compartida donde el profesional de la salud aporta su conocimiento científico y experiencia técnica; mientras que el paciente aporta sus valores, creencias, objetivos personales y circunstancias particulares (Mandell, 2020).

La autonomía del paciente no solo implica la capacidad de entender tecnicismos o repetir información médica, es más complejo que eso: claridad sobre las diferentes opciones del tratamiento, comprender las consecuencias y poder elegir libremente.

Una buena comunicación mejora la adherencia al tratamiento y también fortalece la confianza, reduce la ansiedad, previene errores y mejora la experiencia del paciente.

Capítulo 3, *Casa by Linda Recovery Guesthouse* y su impacto en la Medicina Estética y Reconstructiva

Casa by Linda Recovery Guesthouse es un proyecto dedicado al cuidado postoperatorio en Tijuana, Baja California (México). Llevado a cabo por Linda Jewitt, empresaria canadiense quien desde hace más de diez años, ha venido impactando en la vida de las personas a través de los cuidados y amenidades que sus casas de recuperación ofrecen.

Ubicadas en: Punta Bandera, 22550 Tijuana, B.C. En los fraccionamientos de Punta Bandera y Punta del Mar (Figura A) Linda y el equipo de enfermeras alojan a lo largo del año, pacientes en la costa oeste de Estados Unidos y Canadá (Figura B), a quienes les dan un seguimiento constante, certificado y personalizado.



Figura A | Mapa de Ubicación CBL

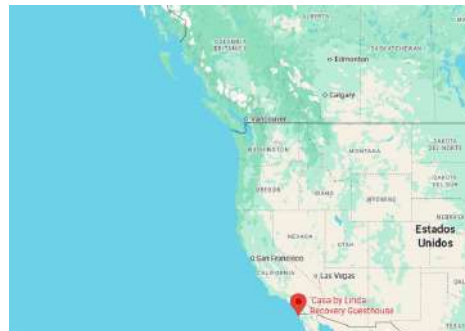


Figura B | Lugar de procedencia pacientes

(Google Maps, 2025).

Esta tesis siguió una metodología de tipo cualitativa que conforman los elementos de estudio, con el objetivo de mostrar cómo opera y funciona *Casa by Linda Recovery Guesthouse*. Hablando desde su Infraestructura y qué es lo que se le ofrece a los pacientes durante su estadía (3.1). El Capital Humano (3.2) que está al pendiente de los pacientes las veinticuatro horas del día y qué tipo de acompañamiento llevan durante los días de recuperación. Los Canales de Comunicación utilizados (3.3) y la justificación de su utilización con base a análisis y diagnósticos, así como el proyecto *Surgical Connection* (3.4) que busca promover la Comunicación Pública de la Ciencia.

3.1 Infraestructura

A continuación las facilidades que ofrecen ambas casas:

Punta Bandera:



Figura 3.1.1 | Lobby



Figura 3.1.2 | Elevador



Figura 3.1.3 | Vista desde cocina



Figura 3.1.4 | Sala



Figura 3.1.5 | Terraza



Figura 3.1.6 | Cocina

(Casa by Linda, 2025).

A continuación las fotografías del recorrido desde donde los pacientes entran acompañados por sus enfermeras asignadas, en dirección hacia su habitación.

Punta Bandera cuenta con un elevador (Figura 3.1.2) que facilita la movilidad de pacientes que, en ocasiones son de la tercera edad, llegan en silla de ruedas, muletas, etc. Esto para llegar al segundo piso o bien a la cocina (Figura 3.1.6), comedor, sala o terraza respectivamente.

En la sala (Figura 3.1.4) los pacientes suelen pasar su tiempo de recuperación en este lugar donde pueden encender la televisión, leer algún libro, dibujar/pintar o inclusive platicar con algún otro paciente que esté pasando por algún otro proceso de recuperación.

Una de las ventajas competitivas con las que cuenta Punta Bandera, es su vista al océano (Figura 3.1.3). En ocasiones los pacientes optan por comer afuera, leer o simplemente contemplar la vista y los sonidos de las olas.

Habitaciones

Punta Bandera cuenta con cinco habitaciones y el equipo necesario para que la estadía sea cómoda y promueva, además, una óptima recuperación para los pacientes según sus necesidades y presupuesto. Todas las habitaciones cuentan con un frigobar, las camas son reclinables, tienen un teléfono en el que pueden contactar al equipo de enfermeras, televisión con plataformas de streaming; además de estar sanitizadas y limpias.

La habitación número uno (Figura 3.1.7) cuenta con cuarto privado, cama ajustable y baño; La habitación número dos (Figura 3.1.8) cuenta con cama Queen y Full size, así como un sofá reclinable. Un baño dentro de la habitación que puede ser reservada en privado o de manera compartida; La habitación número tres (Figura 3.1.9) que cuenta con cama Queen size con sofá reclinable, baño y una terraza al océano; La habitación número cuatro (Figura 3.1.10) cuenta con cama Queen size, terraza con vista al océano y baño privado; Por último, la habitación número cinco (Figura 3.1.11), cuenta con cama King size, sofá reclinable, terraza con vista al océano y baño privado.



Figura 3.1.7 | Habitación 1



Figura 3.1.8 | Habitación 2



Figura 3.1.9 | Habitación 3



Figura 3.1.10 | Habitación 4



Figura 3.1.11 | Habitación 5

(Casa by Linda, 2025).

Punta del Mar

La fotografía está tomada desde la entrada a la casa. Esta es la vista que tienen los pacientes cuando llegan. Normalmente, primero llegan a Punta del Mar, en espera de que una de las habitaciones en Punta Bandera se desocupe. Pasan unas horas o un par de días en este lugar donde de igual forma reciben toda la atención necesaria, y luego son trasladados a Punta Bandera.

De frente queda el comedor del lado derecho y la sala del izquierdo (Figura 3.1.12); luego la sala (Figura 3.1.13); Cocina (Figura 3.1.14); Comedor (Figura 3.1.15); Habitación número 1 (Figura 3.1.16) que cuenta con dos camas individuales ajustables; Habitación número 2 (Figura 3.1.17) que cuenta con una habitación con vista al océano y una cama *king size*.



Figura 3.1.12 | Entrada



Figura 3.1.13 | Sala de estar



Figura 3.1.14 | Cocina



Figura 3.1.15 | Comedor



Figura 3.1.16 | Habitación uno



Figura 3.1.17 | Habitación dos

(Casa by Linda, 2025).

3.2 Capital humano, el equipo de enfermeras calificado y certificado de CBL

Atención Profesional 24/7

En *Casa by Linda Recovery Guesthouse* el equipo de enfermeras certificadas está disponible las veinticuatro horas del día, los siete días de la semana, brindando una atención especializada y constante durante todo el proceso de recuperación postoperatorio. Su labor no solo garantiza la seguridad y bienestar del paciente, también genera confianza y tranquilidad en los momentos más delicados tras una cirugía.

Asistencia Integral y Personalizada

El equipo de enfermería realiza un monitoreo rutinario de signos vitales y se encarga de ayudar a los pacientes con tareas esenciales que, tras una cirugía, pueden ser complejas o dolorosas de realizar por sí mismos. Esto incluye:

- Apoyo con el baño y cambio de ropa.
- Limpieza y cuidado de heridas.
- Manejo de drenajes quirúrgicos.
- Administración de medicamentos conforme a las indicaciones médicas.
- Asistencia en la movilidad y posicionamiento para mayor confort.
- Cambio de prendas de compresión post quirúrgicas.

Cada una de estas tareas se realiza con precisión, empatía y profesionalismo, siguiendo los más altos estándares de cuidado.

Educación y Acompañamiento en el Autocuidado

Además de atender físicamente a los pacientes, las enfermeras guían al paciente (y sus acompañantes, si los hay) sobre las responsabilidades de autocuidado postoperatorio, preparando el terreno para una recuperación más autónoma y efectiva una vez que regresen a casa. También se aseguran de mantener limpios y organizados los espacios personales, reforzando un ambiente de sanación.

Apoyo en Tareas Diarias

El equipo también se encarga del lavado y cambio de prendas personales y de compresión, asegurando que el paciente siempre se sienta limpio, cómodo y bien cuidado.

Nutrición Terapéutica para una Recuperación Óptima

La alimentación es clave en la recuperación. Nuestros menús son preparados de manera saludable, según las necesidades del paciente y cocinados con ingredientes seleccionados específicamente para apoyar el proceso de sanación.

Durante tu estancia disfrutarás de:

- Desayuno, comida y cena caseros preparados a diario
- Snacks saludables y bebidas incluidas.
- Ingredientes antiinflamatorios y funcionales que ayudan a reducir el dolor, el estreñimiento, y a minimizar el riesgo de infecciones.

El equipo de enfermeras se adapta a necesidades dietéticas especiales como dietas veganas, vegetarianas, keto, pescetarianas, sin gluten, con restricciones alimenticias por alergias o por indicación médica. Además, el paciente puede elegir dónde disfrutar sus alimentos: en el comedor con vista al mar, en nuestro patio al aire libre, o en la privacidad de su habitación.

Accesibilidad y Conexión Constante

Durante la estancia de cada paciente, existe el acceso a intercomunicadores para solicitar ayuda cuando se requiera, así como a sillas de ruedas y andaderas si así lo requiere tu recuperación.

Equipo de enfermeras

El equipo de Joselyn Galaz, más de dos años de experiencia (Figura 3.2.1). Araceli Dozal, más de 4 años de experiencia (Figura 3.2.2). Ámber Molina, más de cuatro años de experiencia (Figura 3.2.3). Priscila Aguilar, Coordinadora de Enfermeras, más de diez años de experiencia (Figura 3.2.4).



Figura 3.2.1



Figura 3.2.2



Figura 3.2.3



Figura 3.2.4

(Casa by Linda, 2025).

3.3 Posicionamiento, reconocimiento y expansión de *Casa by Linda Recovery Guesthouse*

A inicios del año 2024, *Casa by Linda Recovery Guesthouse* comenzó una nueva etapa enfocada en el posicionamiento estratégico y reconocimiento de marca.

Esto a partir del diagnóstico de la marca. Se desarrollaron proyectos con duración entre seis y doce, basados en el análisis del sector, cuáles son los canales que los pacientes consultan con mayor frecuencia, los rasgos demográficos de la audiencia, así como los indicadores de desempeño de CBL en el último par de años.

La estrategia comenzó por expandir los canales de comunicación existentes, con el fin de abarcar todos los formatos posibles para distribuir información. Basado en los principios de la Comunicación Pública de la Ciencia, como se mencionó en el capítulo dos.

A través de los canales de comunicación (Instagram, Facebook, WhatsApp, el blog y, principalmente, el sitio web. www.casabylinda.com), se informó sobre los atributos de *Casa by Linda Recovery Guesthouse*, resaltando la oferta de valor: una recuperación postoperatoria, atención, cuidado y acompañamiento de calidad.

Además de un proceso con vista al océano, el sonido relajante de las olas desde habitaciones, terrazas y áreas comunes, una propuesta gastronómica rica en proteína, con recetas balanceada, siempre en porciones adecuadas a las necesidades médicas y nutricionales. Y sobre todo,

3.3.1 Canales de Comunicación

La toma de decisiones para desarrollar cada uno de ellos siempre se basó en realizar un diagnóstico sobre la marca y determinar qué estrategia era la óptima en ese momento. Analizando a los competidores de la zona, así como las tendencias en el sector, los indicadores de desempeño, en qué canal consultaban más información, en cuál no, etc. A partir del análisis de datos. Las interacciones y la construcción de una comunidad nueva.

Sitio web

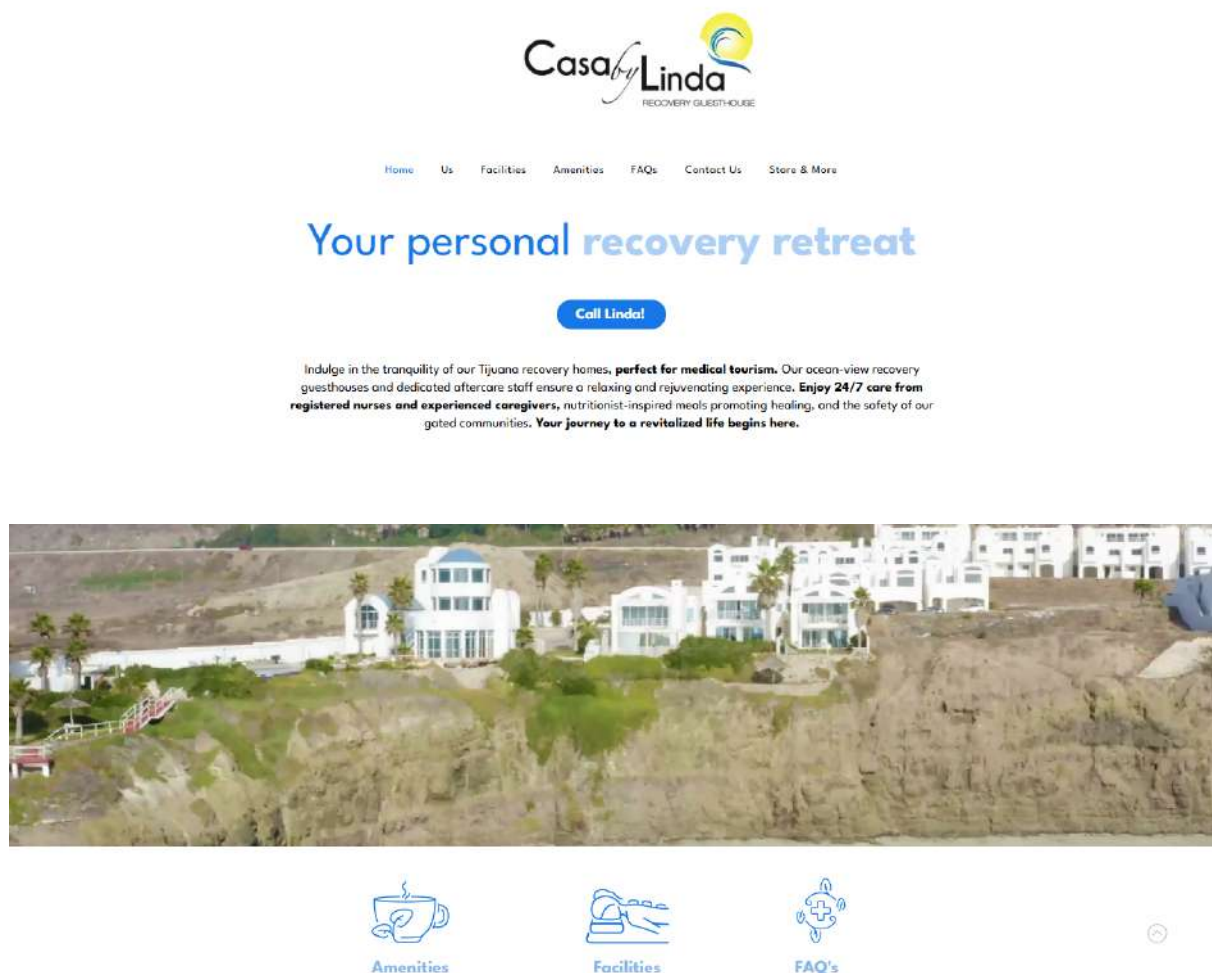




Figura 3.3.2 | Página principal (Google Earth, 2025).

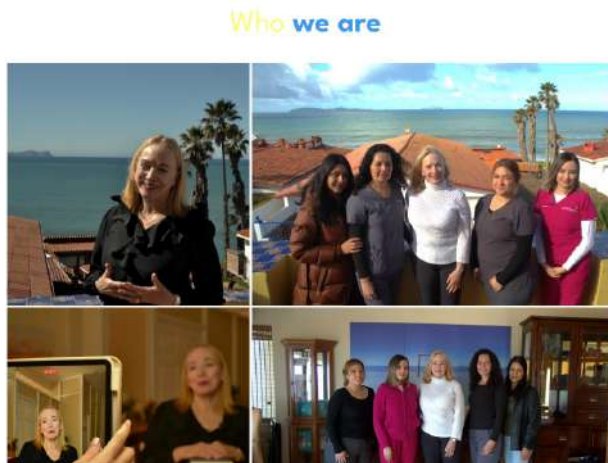


Figura 3.3.3 | Sección Nosotros



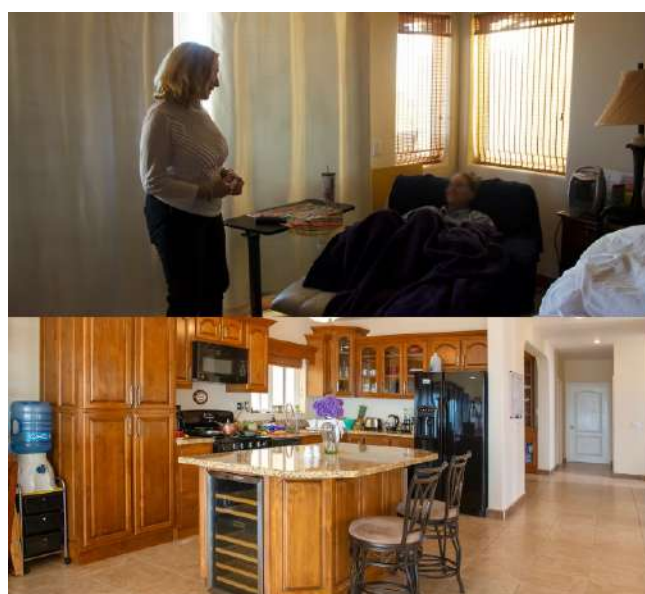
Figura 3.3.4 | Galería



Figura 3.3.5 | Sección Facilidades Punta Bandera



Figura 3.3.6 | Sección Facilidades Punta Bandera



Aftercare

Benefit from 24/7 support provided by certified and experienced nurses and caregivers.

Our comprehensive aftercare includes routine monitoring of vital signs, assistance with showering, clothes changing, wound dressing, and surgical drains care. **We manage medications, offer mobility assistance, and ensure comfort positioning.**

Our team aids in changing post-surgery compression garments, reports aftercare responsibilities, and maintains cleanliness in personal spaces. Laundry services extend to post surgery compression garments and personal clothing.

A personal care attendant service and access to wheelchairs and walkers are available throughout your stay.

Nutrition

Indulge in nutrition-inspired meals crafted with ingredients specifically chosen to support your recovery journey.

Your stay features homemade daily breakfast, lunch, and dinner, complemented by healthy snacks and beverages. Our meals prioritize high-quality, fresh foods, incorporating ingredients known to reduce and control inflammation, coagulation, and pain, while minimizing infection risks.

Enjoy the flexibility of having meals served wherever you feel most comfortable—whether it's in our oceanview dining room, outdoor patio, or the privacy of your own bedroom. **We cater to special dietary needs, including allergies, vegan, keto, vegetarian, pescatarian, and more.**

Figura 3.3.7 | Sección Amenidades



Transportation

Experience a professional, friendly, and discreet transportation service with drivers dedicated to ensuring your safe and comfortable travel.

Your stay includes:

Roll-up from the surgery location to the recovery suite/room.
Transport to and from follow-up doctor's appointments.
Emergency care transportation, if necessary.

Please note that the stay does not include the following fee-based transportation services:

Air port transport (\$150 USD / one way)
Additional appointment transport
Recreational transport (shopping, restaurants, etc.)

Activities & Entertainment

Indulge in various options for activities and entertainment during your stay, complementing the mesmerizing ocean views.

Your stay includes:

Spa service

Flat screen television in each bedroom
Wi-Fi, books, and games
Books and magazines

Board games, puzzles, and playing cards

Please note that the stay does not include sightseeing trips. However, if you have a specific place in mind, transportation can be arranged at an additional cost.

Explore our discounted rates for pre-surgery stays and make the most of your time with us.

Figura 3.3.8 | Sección Amenidades

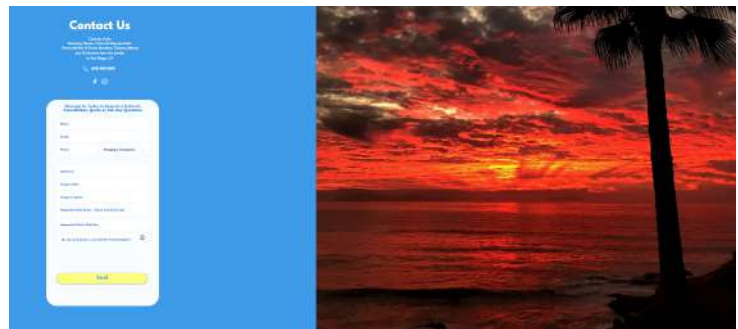


Figura 3.3.10 | Sección Contáctanos

Figura 3.3.9 | Preguntas frecuentes



Figura 3.3.10 | Sección Tienda online

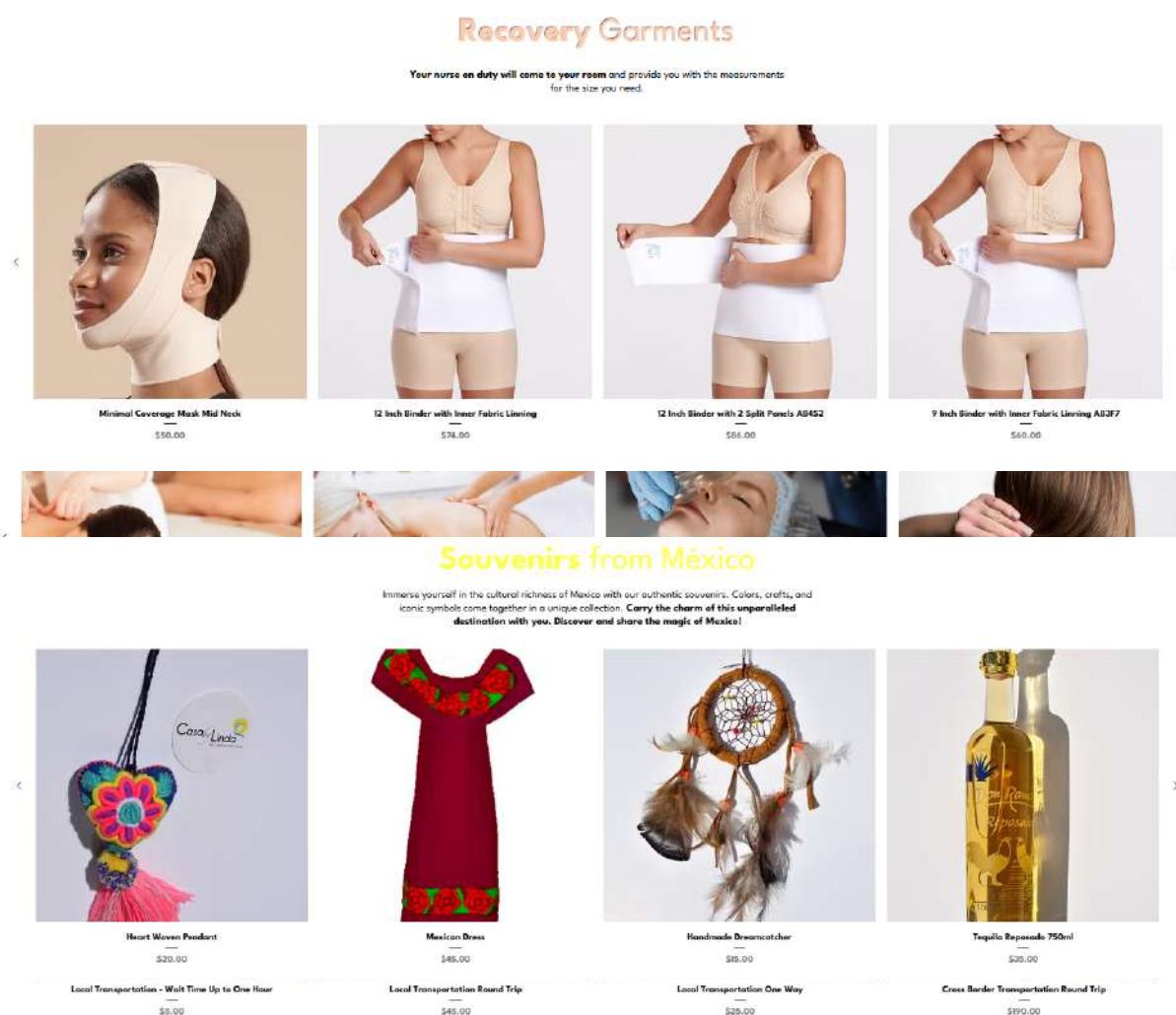


Figura 3.3.11 | Sección Tienda online

(Casa by Linda, 2025).

En el caso del sitio web, este se reconstruyó con el objetivo de mejorar la composición del mismo, aplicación de nuevos colores, nuevas tipografías, la actualización y verificación de la información, así como su sintetización.

El diseño de la experiencia en el sitio web es vital. El propósito es brindar un sitio web dinámico, en el que el paciente pueda explorar y encontrar toda la información que necesita saber y consultar, como se mostró con antelación cada una de las secciones.

Productos editoriales digitales

Publicados periódicamente a lo largo del mes. Diseñados para generar interacciones, conocer a la audiencia y fortalecer la relación médico-paciente, como se menciona en el capítulo dos.





Esta información fue diseñada considerando la importancia del mensaje. El uso correcto de los términos y fomentar las buenas prácticas en la comunicación con el los pacientes.

Productos editoriales impresos



Toda la información presentada ha sido diseñada y las fotografías han sido tomadas por Joselyn Galaz y Maria Agostina Valdez Lucero que fue contratada, y con la autorización de Linda Jewitt se han utilizado.

Este es el registro de las actividades que se realizan a lo largo de la semana para llevar una comunicación clara y constante, considerando que Linda Jewitt reside en Tijuana y yo, en Puebla.

Google Sheet titled "Casa by Linda's Master file 2025". The sheet contains a text entry in cell A1:

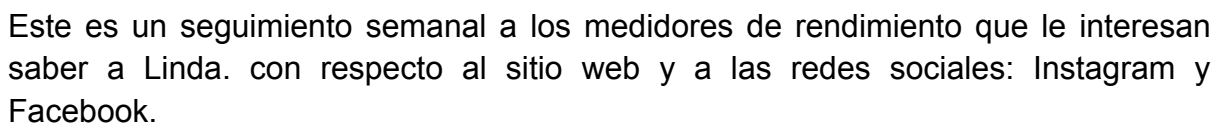
FINDINGS // This is just like a board where we can write our ideas. First of all, you and Joselyne can post any information about the daily there. And, by my end, I can publish the information from the approach of Surgical Connection, something like give functional information, importante activity. Anyway I will design content each month, and you the daily, the real part... I need to

Como la idea es que este archivo se revise cada semana, en esta sección se dejan ideas, sugerencias, propuestas que pueden discutirse en las reuniones semanales.

Google Sheet titled "Casa by Linda's Master file 2025". The sheet contains a table with the following data:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Name	Date	Mail	Contact phone	Social media	Campaigns ADS	Quote, comment or message	Law, in touch, Follow	Notes	Conversion (yes/no)	Conversion date	Amount generated (USD)	
1	Fernando Padilla	08/24/2025	fer_padilla002@hotmail.com	6242644136	Meta business	NA	Message	New					
2	Samantha Vasquez	08/22/2025	nodesammy2114@gmail.com	2145071537	Website	NA	Quote	Follow us					
3	Amor Gimes	08/22/2025	gimesamor72213@gmail.com	5107199957	Website	NA	Quote	Follow us					
4	Wesley Gonzalez	08/20/2025	wesleygonzalez@gmail.com	9268812234	Website	NA	Quote	Follow us					
5	Naren Razonne Flans	08/20/2025	meiarenpons@gmail.com	4158173026	Website	NA	Quote	Follow us					
6	Joselyn Perez	08/20/2025	josyperez207@gmail.com	7143609186	Website	NA	Quote	Follow us					
7	Ricardo Zazueta	08/19/2025	rfz919@gmail.com	6199710673	Website	NA	Quote	Follow us					
8	Jessica Cervera	08/25/2025	jessicacervera20214@gmail.com	0616024561	Website	NA	Quote	New					
9	Shoony Hernandez	08/25/2025	Shoony1391H@gmail.com	5758881200	Website	NA	Quote	New					
10	Maria Kouri	08/31/2025	marial888@gmail.com	40046879103	Website	NA	Quote	New					
11	Maggie Lopez	09/01/2025	maggie.lopez20@icloud.com	7604207594	Website	NA	Quote	New					

En este caso específico, utilizamos Excel para llevar un seguimiento de los posibles pacientes, mostrando principalmente de dónde provienen: sitio web, campañas publicitarias, promociones, etc. Y en el caso de Notion, una recopilación de información más detallada sobre el paciente y lo que requiere.



Esta es la planeación de *Surgical Connection*, dividido en etapas mensuales con una duración de tres meses.

Identification and Classification of Expenses									
1	Identification and Classification of Expenses		USD		Goal	Year 1			
2	Fixed Expenses				Total revenue	\$16,848			
3		Salaries (Linda and Rob: \$195 USD)	\$370	2 hours per week	Total expenses	\$6,952			
4		Salaries Prospecting (Gabby)	\$155	1 route per week	Net income	\$7,896			
5		Fixed advertising and marketing	\$236						
6	Variable Expenses								
7		Printing costs							
8		Tire and transportation expenses	\$45.00	1 route per week					
9									
10			\$746						
11	Our goal		Prices per specialist/month	Minimum goal	USD				
12	Premium Plan Specialty (\$)	\$390	\$1,290	Expenses	\$746				
13	Basic plan (\$0)	\$70	\$2,100	Income	\$2,100				
14					\$1,404				
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21	Potential customers								
22	Premium plan potential clients	Basic plan potential clients							
23	Neurosurgeons	Cosmetic Surgery Clinics							
24	Urologists	Wellness and Spa Brands							
25	Orthopedists	Nutritional Supplements							
26	Cardiologists	Medical Equipment Suppliers							
27	Psychiatrists	Beauty and Skincare Brands							
28	Bariatric surgeon	Transportation Services							
29	Oncologists	Local Tourism							
30	Dermatologists	Insurance Providers							
31	Dentists	Aesthetic and fashion brands							

Y todo lo relacionado a los gastos, ingresos, sueldos que el proyecto de *Surgical Connection* contempla.

3.4 Surgical Connection

Este proyecto nace con la intención de complementar el servicio y la atención de CBL con un enfoque informativo, que es justamente el objetivo de esta tesis. Una ventaja competitiva que guía a los pacientes en la toma de decisiones con respecto al procedimiento quirúrgico que están buscando. Promoviendo el Consentimiento informado (Camacho, P. 2020).

La idea principal de *Surgical Connection* es ser una plataforma de herramientas informativas certificadas, verificadas y fidedignas sobre diferentes especialidades, en este caso: medicina estética y reconstructiva. Haciendo alusión a la Alfabetización Científica (Jose Luis Córdova Frunz, 2005).

Este, también con el objetivo de ser un modelo de negocio, busca crear una conexión entre el paciente y los especialistas más confiables en Tijuana. Promoviendo sus procedimientos, su expertise, seguridad y atención, a través de productos audiovisuales con información funcional.

Surgical Connection busca adaptarse a las especialidades y los especialistas, comenzando con:

Prospección de especialistas y servicios

El procedimiento a seguir es el de trazar rutas ubicando los centros médicos más importantes que alojan un número de especialistas basado en una segmentación con la que buscamos abarcar el mayor número de especialidades, así como servicios en el ámbito de la salud respectivamente:

- Neurocirujanos
- Urólogos
- Ortopedistas
- Cardiólogos
- Psiquiatras
- Cirujanos bariátricos
- Oncólogos
- Dermatólogos
- Dentistas
- Podólogos
- Ginecólogos
- Oftalmólogos
- Cirujanos plásticos

Servicios en el sector médico:

- Clínicas de cirugía estética
- Marcas de bienestar y spa
- Suplementos nutricionales
- Proveedores de equipos médicos
- Marcas de belleza y cuidado de la piel
- Servicios de transporte
- Turismo local
- Proveedores de seguros
- Marcas de estética y moda
- Asesoramiento y salud mental
- Medicina alternativa
- Servicios de maternidad y posparto

Visitas según la agenda:

Acercamiento con el especialista donde mostramos qué es *Surgical Connection*. Donde recopilamos la información necesaria para poder realizar una propuesta que impulse ambos proyectos gracias a su experiencia y la calidad de nuestra información, aumentando la audiencia, y canalizando pacientes de la parte oeste en Estados Unidos y Canadá a los especialistas.

Primer acercamiento es a través del siguiente brochure:



En este brochure hablamos de lo que es *Surgical Connection*, cómo funciona, cuáles son sus valores/principios, objetivos, cuáles son los servicios que se ofrecen.

Presentación de cotizaciones:

Ejemplo de cotización:

surgicalconnection.com



surgical
connection

Our newsletter
Networking and informed decision making



Call us!
+1 (415) 802-0215
medcalpathnew@gmail.com

NEWSLETTER PLAN	PERIOD	EXPENSE
Deliverables per month Access to the social media (postings) Access post, video, video for YouTube Articles in our website Spots in our newsletter Special advice of the specialty (biweekly) Spots on our campaigns Consultation and marketing advice	6 months	\$710 USD per month
EMERGENCY Personalized File, Electronic Medical Record, Patient Medical Prescription, Medical Notes Online Booking Portal, Income Control, File Storage, Administration, Medical Staff, Medical Assistant User, Receptionist User	6 months	\$22.5 USD per month
SUBTOTAL		\$242.5 USD
TAX (10%)		
TOTAL		\$242.5 USD

surgicalconnection.com



surgical
connection

Call us!
+1 (415) 802-0215
medcalpathnew@gmail.com
July 5, 2024

Package Example
Date of stay: 1-10 - Winter 2024
Purpose: Endoscopic Surgery in Tijuana, Mexico
Dr. Eric / Certificates

Hospital
New City Hospital, Paseo del Centenario 9580, Piso-3, Tijuana, Baja California

Package Includes
USD
1. 1st visit, DND, X-Ray - chest and hip \$ 200.00
2. 1st visit, exam and review of pre-surgery tests \$ 125.00
3. Stay and Transport \$ 750.00

Return from San Diego To Tijuana and Back
Round Trip Airfare \$ 100.00 for 2 days

Transportation - pre-hab week
-to hospital for surgery and return
-to pharmacy
-Return up with us to airport

Surgery, Prehab, Hospital costs
\$8,200.00

Preoperative \$200.00
Medical fees \$68.00

TOTAL PACKAGE \$9,468 USD ENDOSCOPIC BACK SURGERY

surgicalconnection.com

Estrategia en funcionamiento:

Por otro lado, cuando se adquiere alguno de los planes, comienza la distribución de la información, luego de haber hecho un diagnóstico sobre la especialidad y lo que el especialista busca, hablado en reuniones en línea con: el especialista, Linda Jewitt y un servidor, y solo una vez que se apruebe la información por todas las partes, se distribuye con las bases de datos nuestra y del especialista (Fayard, 2004).

Newsletter

Share this information with your family, friends, and acquaintances to promote and create healthy habits in everyone who receives it.

Interactive Newsletter
February, 2023



Medical Tourism A \$5.5 Billion Opportunity for Mexico

Medical tourism is Mexico's booming industry, generating an impressive economic impact of \$2.5 to \$3.5 billion annually, as reported by Roberto Caballero, president of the Mexican Association of Medical Specialists for Medical Tourism.

This figure is significantly higher—up to five times—than the average revenue from a typical tourist, highlighting the growing appeal of Mexico as a medical care destination.

Mexico comes to Mexico in medical tourism, a combination of high-quality specialists, world-class hospitals, advanced clinics, and attractive tourist destinations.

Patients traveling to Mexico often bring companions and stay in extended periods for post-operative care, further boosting the local economy.

Spain stands out as the global capital of beauty surgery, particularly plastic surgery procedures, while Puerto Vallarta and Bucerot Hospital excel in dermatology and orthopedics.

Cost savings of 35-75% on these services draw international patients, without compromising on the quality of care.

Low Gaudin, Director of Hospital Quality, emphasizes the need for continuous staff training, strict adherence to regulations, and leveraging technology for patient compliance.

Additionally, understanding cultural nuances of patients from diverse regions, such as Europe, the U.S., or Latin America, is essential for creating a seamless experience from arrival to recovery.

Medical tourism not only elevates healthcare standards but also strengthens Mexico's position as a leader in the dynamic and lucrative industry.



Tourism GDP grew by 3.8% in the second quarter of 2023; Sector.

Copyright 2023 Casa Linda

Share this information with your family, friends, and acquaintances to promote and create healthy habits in everyone who receives it.

Our experts



Dr. Quintino

How Biocompatible Materials Enhance Oral and Overall Health



A Few Notes To Remember

Disruption Your Well-Being
Your journey begins with self-care. Whether you're preparing to surgery or focusing on recovery, small daily habits like staying hydrated, eating balanced meals, and practicing mindfulness can make a significant difference.

Follow Your Specialist's Advice
Trust the expertise of your doctor and follow all pre and post-operative instructions carefully.

Personalized guidance is key to achieving the best outcomes and a smooth recovery.

Plan Ahead
Organize your schedule to include rest and relaxation. Clear your calendar, prepare meals, or arrange for loved ones to help when needed. Staying organized during recovery.

Stay Informed
Knowledge empowers you. Explore the latest advancements, techniques, and tips shared by our experts. Keeping up-to-date will help you make confident decisions about your care.

Lean on Your Support System
Recovery isn't just physical. It's emotional too. Don't forget yourself with loved ones, ask for help when needed, and never hesitate to reach out to your care team with any concerns.



Dra. Sigler

The Importance of Plastic Surgery for Physical and Emotional Health



Dra. Meneses

Embracing Healthtech and Healthmed in Daily Practice



Copyright 2023 Casa Linda

Share this information with your family, friends, and acquaintances to promote and create healthy habits in everyone who receives it.

Explore our content

On our platform channel you will find more about lifestyle tips to stay fit and active, Casa Linda is doing for her patients.



Your medical Guide
@casalinda



Get your package!



Coupon 100 dls
Book 5 nights
Your room, your spa day, your gifts, your meal plan, etc...

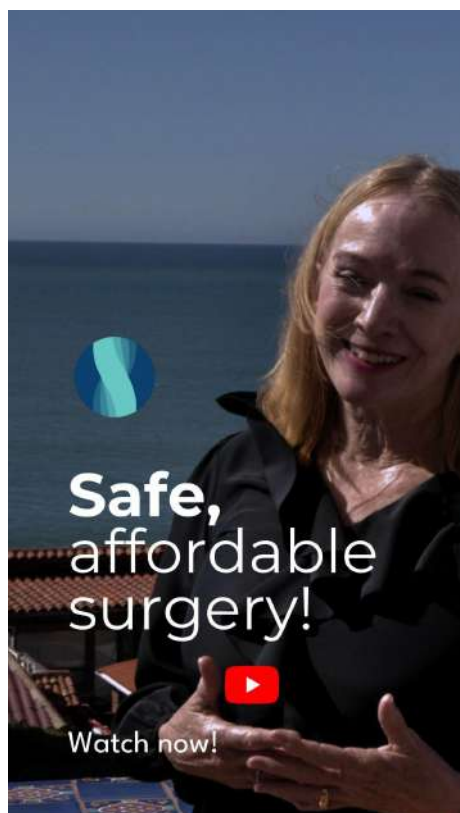
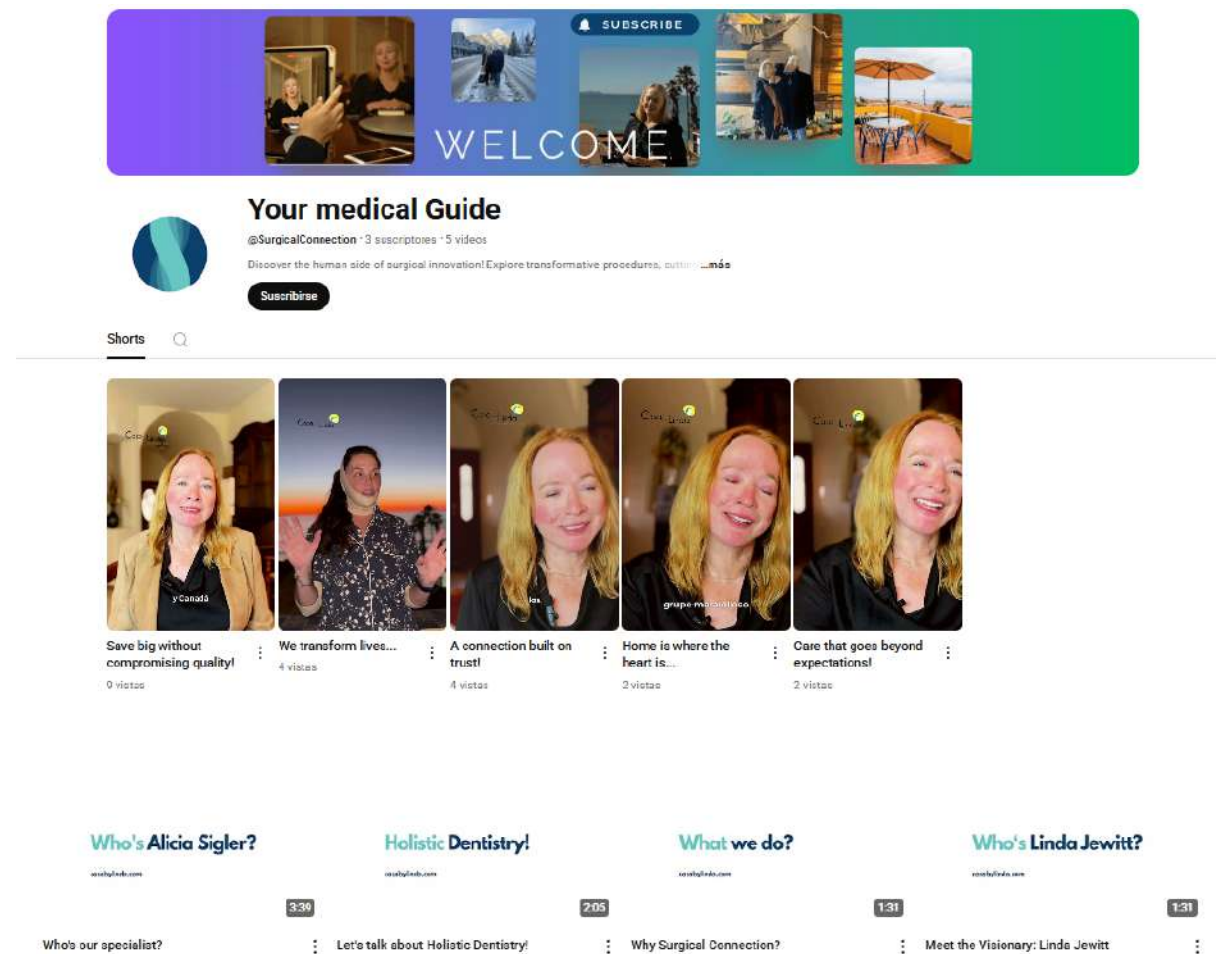
Copyright 2023 Casa Linda

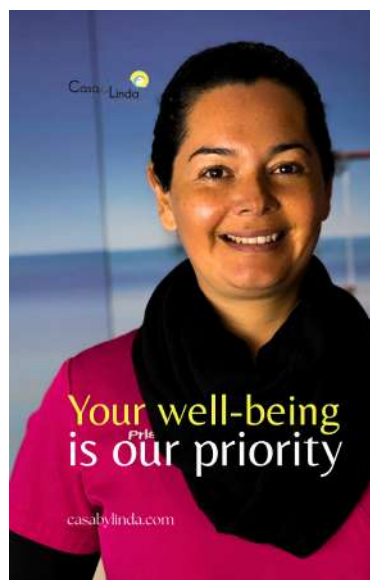
Share this information with your family, friends, and acquaintances to promote and create healthy habits in everyone who receives it.

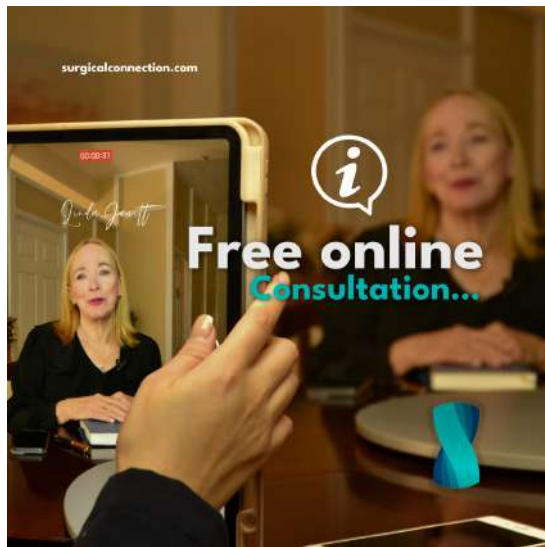


El newsletter se publica quincenalmente y es distribuido con las bases de datos vía correo electrónico y además a través de redes sociales donde aparece el enlace en el que se puede descargar la edición (en formato PDF).

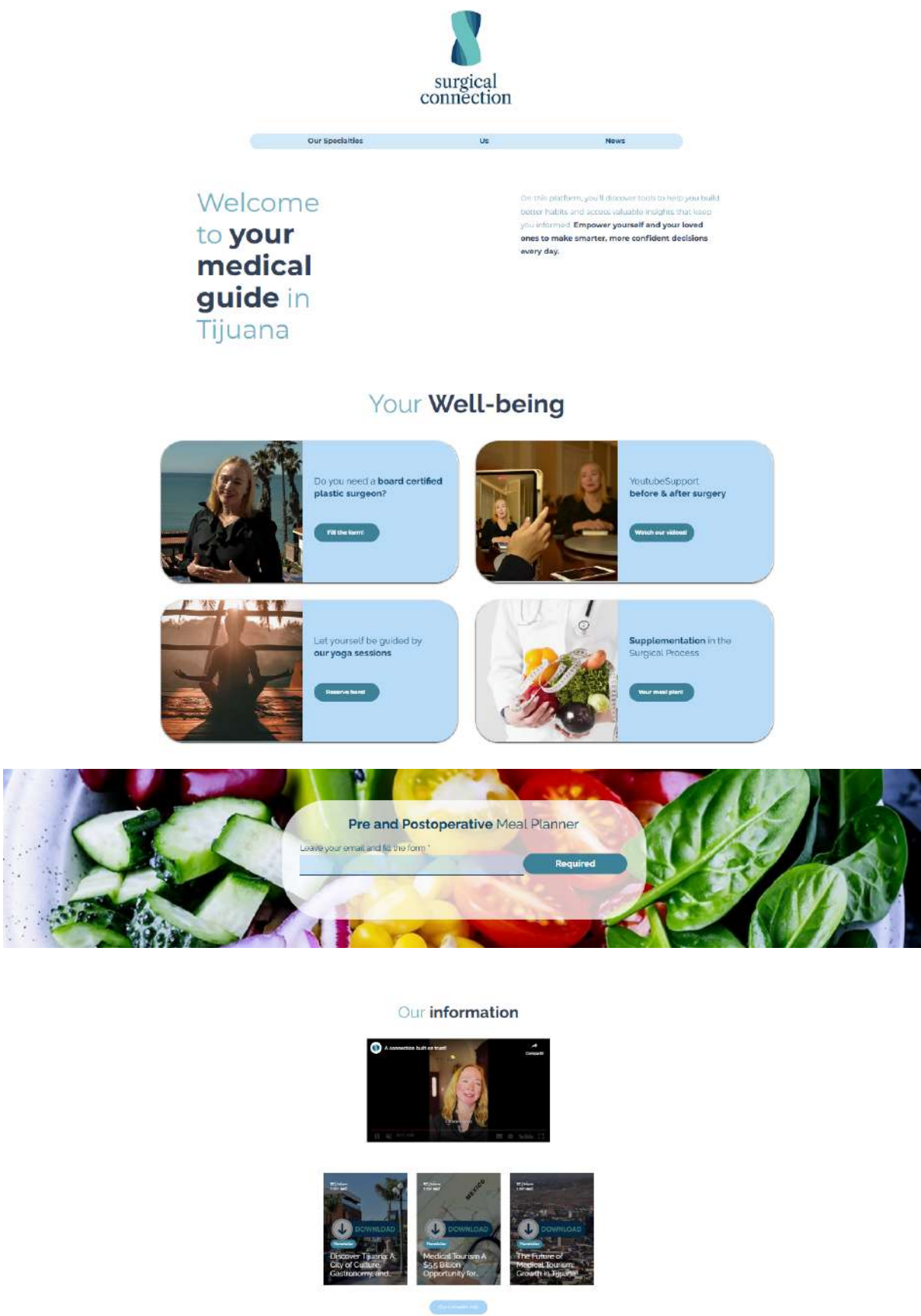
Contenido informativo







El diseño de la información está desarrollado pensando en el derecho a la información y a la libertad de elección como lo menciona Conbioética (2015). Todo el contenido tiene el objetivo de ser instructivo y lo más detallado posible a través del asesoramiento en línea guiado, la información escrita y los tutoriales que pueden encontrarse en diferentes videos.



Our specialists



Epigenetic & medical digitalization
Mariana Cáceres

Mariana is the first specialist to believe in the Surgical Connection project.



Excellence and Ethics in Plastic Surgery
Dr. Alicia Sigler

With over a decade of experience, Dr. Sigler stands out as a certified specialist in plastic and reconstructive surgery, renowned for her focus on empathy, safety, and natural results.



About Bio Holistic Dentistry
Dr. Ismael Quintino

We use biocompatible materials, eliminate toxins, and promote detoxification techniques to ensure that your smile and body work in harmony.

Latest Editions



[DOWNLOAD](#)

Discover Tijuana: A City of Culture, Gastronomy, and World-Class Healthcare

Tijuana, the largest city in the Baja California peninsula, has earned its place as one of the top medical tourism destinations. Known...



[DOWNLOAD](#)

Medical Tourism A \$5.5 Billion Opportunity for Mexico

Medical tourism in Mexico is flourishing, generating an impressive economic impact of \$3.5 to \$5.5 billion annually, as reported by Humberto...



El propósito de este sitio web es que los pacientes lo perciban como una plataforma en la que puedan encontrar información funcional con respecto a especialidades y especialistas. Esto en diferentes formatos, llámese artículos científicos, contacto directo con Linda Jewitt para recibir información específica y en tiempo real sobre tratamientos y procedimientos.

Un programa alimenticio para antes, durante y después de la cirugía. *Surgical Connection* cuenta con un canal de Youtube, en donde se publican videos instructivos e informativos sobre la importancia en la toma de decisiones, el impacto

del Turismo Médico en México, tendencias, etc. Ediciones de newsletter distribuidas cada dos semanas y la actualización en nuestra lista de especialistas.

Del Campo et al. (2019)

Gestión de la información recibida de los pacientes

Notion

Como se mostró con antelación, se utiliza esta plataforma, que es monitoreada por Linda Jewitt, la Coordinadora de Enfermeras, Priscila Aguilar y un servidor; para darle seguimiento a los pacientes, gestionar el transporte, revisar detalles de la estadía y usar la información de los pacientes para la segmentación de nuestras campañas, respectivamente.

A continuación un ejemplo de nuestra primera base de datos, en donde se consideran los siguientes datos:

Nombre del paciente

Tipo de cirugía y fecha

Días de estancia para la recuperación

Checkout

Habitación solicitada

Compañía

Transporte

Teléfono

Correo electrónico

Alergias

Comida

Fecha de cotización

Conforme se recibe información de los pacientes, se agrega a esta base de datos. Información recopilada entre 2021 - 2024.

Wix (sitio web)

En el caso del sitio web, el alcance ha sido orgánico y con base a estrategias y al comportamiento de los pacientes. A continuación la información con respecto a:



Sessions by country



Estos datos también son analizados para la toma de decisiones. En este punto, el estado de *Casa by Linda Recovery Guesthouse* no es apto para destinar un presupuesto y se ponga en circulación una campaña de Google ADS para

incrementar nuestra audiencia, sin embargo, todos los días recibimos formularios de posibles pacientes a los que se les da seguimiento y se les envían cotizaciones según la cirugía que están buscando.

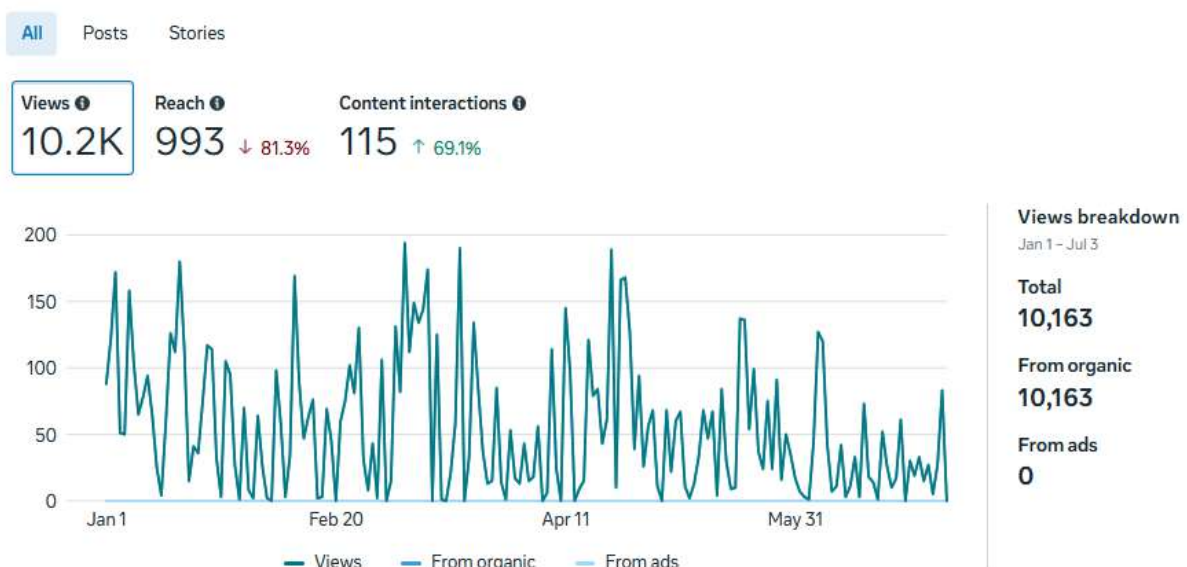
Redes Sociales

Facebook e Instagram son las plataformas utilizadas para dar a conocer los servicios y amenidades de *Casa by Linda Recovery Guesthouse*. El alcance a falta de presupuesto, ha sido orgánico. En su momento se lanzaron campañas publicitarias en las cuales se detectó que los posibles pacientes solicitando cotizaciones, eran falsos, pues en todos los casos que se les dio seguimiento por correo electrónico o número telefónico, no respondieron.

Se apeló tal situación pues se gastó el presupuesto destinado y la campaña no funcionó. El equipo de Meta Business nunca respondió los correos y entonces se tomó la decisión de parar ese tipo alcance y buscarlo de otras maneras.

A continuación, el alcance orgánico en el último año:

Instagram



Facebook



3.5 Testimonios (traducidos al español)

April Rondinone

Después de mi cirugía en Tijuana me he estado quedando en *Casa by Linda Recovery Guesthouse* durante los últimos 7 días ¡y ha sido una experiencia realmente buena! La ubicación está un poco alejada de la ciudad, pero eso también te da la oportunidad de ver más de la zona, y las vistas desde los balcones son absolutamente impresionantes.

Esta fue la situación perfecta porque Linda me recogió en el aeropuerto de San Diego, me permitió quedarme en la casa de recuperación la noche anterior a mi cirugía, además proporcionó todo el transporte y tenía mi habitación lista para mí al ser dada de alta. No me preocupé de nada excepto de recuperarme cómodamente.

El personal de enfermería, Priscilla, Paloma, Amber y Celene, fueron todas amables, puntuales y serviciales. Me trataron muy bien mientras estuve aquí. ¡La comida ha sido muy buena y muy saludable! ¡Va a ser difícil volver a casa mañana y no tener desayuno, comida y cena preparados!

Recomiendo mucho hospedarse aquí... Además, ¡las habitaciones con balcón con vista al océano valen totalmente la pena! Yo pude quedarme una noche en una y ojalá hubiera podido quedarme ahí todo el tiempo.

Nicole Saksa

Me quedé aquí por segunda vez en febrero de 2025, y la estancia fue tan buena como la primera. Incluso un poco mejor porque vine acompañada. Recomendando totalmente esta casa de recuperación si estás en el área de Tijuana. ¡Sentirás el cuidado de Linda y su equipo! ¡Ah! Y vimos delfines otra vez, además caminamos a la playa.

Si estás buscando un lugar donde hospedarte en el que puedas ver el océano y observar a los delfines todos los días en su “ruta”, este es el lugar para estar.

Trataré de hacer una reseña detallada para cualquiera que esté buscando dónde quedarse... y como lo único que tuve fue una Circular TT (levantamiento de espalda baja + abdominoplastia), estaba un poco más móvil de lo que estaría si me hubiera hecho más procedimientos.

Relación enfermera/paciente: Trabajé con 5 en total. La dinámica de la casa es que hay 2 enfermeras por día, algo que no supe hasta casi terminar mi estancia. Después, una se queda hasta las 8 de la mañana. ¡Esto es una relación fabulosa entre paciente y cuidador considerando que la casa solo tiene 4 habitaciones!

Comida: ¡Deliciosa! Diría que cada vez que era hora de comer ya estaba más que lista, no sé si era porque estaba sanando y mi cuerpo lo pedía, pero siempre tenía hambre. Solo me preguntaron si quería un snack con mi té en la mañana (por cierto, si amas el té como yo, tráete tus favoritos. Aquí solo tienen tés para sanar, dormir o té verde para despertar). Adjunto fotos de mis comidas para que vean. Fueron increíbles. Definitivamente comí más aquí de lo que como en casa, aunque sí fue un poco más de carbohidratos de lo que acostumbro porque en casa casi no consumo.

Habitación: Me quedé en la del tercer piso con cama King y baño privado, lo cual fue muy cómodo y privado. No es cama de hospital, pero ¡esas almohadas son increíbles! Tanto que estoy tratando de averiguar cuáles son para pedir unas. ¡Dormir en casa fue imposible después de la comodidad de esa cama!

Masaje linfático: Ojo, tu cirujano debe autorizarlo antes de recibirlo, así que asegúrate de que lo firme antes de venir. La enfermera principal, Pris, me hizo los

masajes ¡y es adorable! Aunque no es un masaje muscular, sí relaja mucho porque ayuda al cuerpo a liberar toxinas. También da masajes completos si tu doctor lo aprueba.

Amenidades: ¡La vista es preciosa! La tv permite entrar a tu Netflix (recuerda cerrar sesión al salir). Internet super rápido, perfecto para trabajar desde la cama. En el segundo piso tienen algunos libros, incluso dejé uno. También cuentan con artículos básicos, souvenirs, fajas y hasta urinarios femeninos.

Idioma: Las enfermeras hablan español —tiene sentido porque estamos en México—. Gabby habla inglés, las demás lo manejan poco, pero siempre sonríen incluso si no entienden. Usan una app, pero recomiendo aprender algunas palabras básicas o descargar una antes de venir. Linda y Kim hablan inglés perfectamente.

Lavandería: Te lavan la faja diario y también lo que traías puesto.

Marilou Cruz

Me quedé aquí una semana y estoy muy feliz de haber elegido esta casa de recuperación. Linda fue muy comunicativa y amable. Las enfermeras fueron excelentes, atentas e informativas. Jocelyn fue mi favorita, cuando llegué me recibió de una manera muy cálida y reconfortante. Tenía 30 minutos para comer antes de ayunar para la cirugía y ella me trajo comida de inmediato. ¡La comida fue deliciosa! Tenía miedo de que fuera insípida, pero estuvo llena de sabor, tal vez incluso mejor que la comida casera. La extraño. Gracias por una recuperación tranquila y sin problemas, regresaré y la recomiendo mucho.

Marom Salgado

Me quedé aquí en junio 2025. Estaba algo nerviosa porque me había hospedado en otra casa de recuperación hace 3 años y no me fue bien.

Al llegar a la casa de Linda sentí algo increíble. Una vez que conocí a Linda y a su equipo, supe que estaba en el lugar correcto. Desde que llegué hasta que me fui, Linda y su personal me cuidaron al 100%.

Linda pasaba por la casa, me preguntaba cómo estaba, cómo iba mi recuperación y si necesitaba algo. Una cosa que definitivamente necesitaba eran pinzas porque me las quitaron en el aeropuerto y ya me estaban creciendo pelitos. Linda no tenía en esa casa, pero se tomó la molestia de traer unas pinzas y un espejo de su otra casa. Ella no tenía por qué hacerlo, pero lo hizo.

Linda va más allá para asegurarse de que los pacientes tengan todo lo que necesitan. Y la comida es increíble y muy sabrosa.

Las enfermeras son muy serviciales y puntuales con los signos vitales y la medicación. Fueron muy dulces y solidarias.

Regresaré en agosto, ¡faltan solo unas semanas y estoy muy emocionada!

La casa de recuperación de Linda está a unos minutos de la ciudad, pero esa es la idea: estar lejos del bullicio del centro de Tijuana. Hay que manejar un poco para tener una vista tan hermosa como la que ofrece esta casa. Les prometo que vale totalmente la pena.

Dina Reyes

Si pudiera dar 10 estrellas, lo haría. Me he quedado en esta casa de recuperación más de una vez a lo largo de los años y cada vez ha sido increíble. Linda, la dueña, es verdaderamente el corazón de este lugar. Es cálida, cariñosa y genuinamente atenta. Te hace sentir segura, escuchada y apoyada desde el inicio. Su comunicación previa a la estancia fue muy tranquilizadora y su atención hizo toda la diferencia.

Las enfermeras son maravillosas. Hablan inglés y español, son compasivas, profesionales y muy amables. Incluso si eres tímida o nerviosa, te hacen sentir cómoda. Atienden cada necesidad, sin importar cuán pequeña, y hacen todo lo posible para que te sientas bien.

La comida es deliciosa y el ambiente es pacífico, con una hermosa vista a la playa que aporta energía sanadora. Es el lugar perfecto para descansar y recuperarse, o incluso para escapar unos días en paz.

He visto algunas reseñas negativas y honestamente no entiendo de dónde vienen. Mi experiencia siempre ha sido increíble, y regresé después de ocho años para encontrar los mismos altos estándares, cariño y servicio impecable.

Incluso los choferes fueron fantásticos: organizados, profesionales y puntuales en el aeropuerto. Todo el transporte fue fluido y me sentí acompañada de principio a fin.

Gracias, Linda, por crear un lugar tan especial. Siempre regresaré, ya sea para recuperarme o simplemente para descansar. Has creado algo realmente hermoso.

Edie Gibson

Me encanta esta casa de recuperación. Es mi segunda vez aquí y siempre regresaré cuando necesite recuperarme en el futuro. Son amables, compasivos y atentos. Las enfermeras son maravillosas, la casa está limpia, bien equipada con todo lo que puedas necesitar y el servicio de transporte al aeropuerto o a las citas con los doctores es igual de excelente.

Si estás leyendo esta reseña, no lo dudes: no te decepcionarás. Gracias Linda por este increíble hogar lejos de casa.

Ricardo Rivera

Gracias Linda por una estancia tan maravillosa en tu casa. Tú y tu equipo, Priscilla y el resto de las enfermeras, hicieron que la recuperación de la cirugía de mi esposa fuera mucho más sencilla. Quiero que sepas que realmente se aprecia el cuidado que tienes con tus pacientes.

Me alegra que existan lugares como el tuyo y personas como tú y tu equipo en este mundo.

¡Ah! Y esa vista al océano... Dios mío, la voy a extrañar.

4. Conclusión

Este proyecto ha estado en constante evolución porque a pesar de que se ha mostrado por qué es vital la aplicación de la Comunicación Pública de la Ciencia en cualquier estrategia en el sector de salud por razones evidentes, la interpretación y atención de las audiencias implican un presupuesto o una inversión que pueda estar al nivel de expansión y difusión que podrían estar otras marcas que por lo mismo acaparen la mayor parte de la audiencia. Lo que es favorable independientemente de *Casa by Linda Recovery Guesthouse* pues finalmente se está promoviendo una buena práctica en el uso de la Comunicación Pública de la Ciencia, como se sustentó en la teoría y los fundamentos en los capítulos anteriores.

Representa un reto el encontrar las herramientas óptimas para audiencias extranjeras, pues el análisis de las tendencias no solo es aquí en México, sino en Estados Unidos y Canadá, ya que también es importante entender qué llama la atención de un posible paciente. Sin embargo, la expansión y el posicionamiento de la información ha sido regular.

Por otro lado, *Surgical Connection* a lo largo de un año, ha estado en constante evolución con tal de llegar a ser una herramienta indispensable para los especialistas, independientemente de si cuentan o no, con un equipo en términos de mercadotecnia, principalmente. Porque a fin de cuentas, este proyecto está basado netamente en promover la ciencia, y que sea entendida y bien recibida por la audiencia que está consultando la información.

Es un proyecto que ha sido validado por especialistas al notar la importancia de lo que hace, sin embargo no ha sido considerado como imprescindible. En ese sentido, lo que se requiere con *Surgical Connection* en primer lugar, es construir paulatinamente una audiencia que abarque la costa oeste de Estados Unidos y Canadá.

Contar con un equipo de trabajo más amplio también es indispensable. Ya que si nos basamos en las estrategias que algunos competidores (hablando de Casas de Recuperación) aplican, es importante ser constantes con las visitas a especialistas,

con la generación de contenido e innovación según las tendencias en el sector. El equipo de trabajo que se ha considerado es en las áreas de: Relaciones públicas, Administración, Información y Comunicación. Cada una enfocada en las etapas planteadas.

Finalmente, considero que este tipo de proyectos no tienen que ser vistos como una opción. Es prioridad en toda estrategia de comunicación, cuando se trata de promover el conocimiento compartido e implica tomar una decisión. Siempre y cuando sea veraz, claro y responsable.

No obstante, pensando en un impacto masivo, es necesario contar con un equipo multidisciplinario al que se le puedan delegar tareas según el área, constancia e involucramiento en todas las partes, así como inversión que pueda ser utilizada para mejorar la calidad de la información, hallar nuevas y mejores herramientas para proporcionar la información, alternativas de investigación.

Y para el comunicólogo representa una responsabilidad, no solo por el hecho de distribuir información, sino por la preparación que ello implica. Por la especialización que debe ser llevada a cabo para entender qué es útil y qué no. Qué es real, qué no, qué información puede estar manipulada y saber identificarla, el empleo correcto del lenguaje para que los mensajes estén claros, el análisis demográfico acertado de los pacientes. Siendo un proceso individual y comunitario, en el que la información médica debe ser interpretada y pueda ser consultada por cualquier persona, en cualquier comunidad.

5. Referencias bibliográficas

Beltrán, L. (Octubre, 2021). Salud Pública y comunicación social. Public Health and Social Communication. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112021000200145

Bucchi, M. y Trench, B. (2014) Repensar la comunicación científica como la conversación social en torno a la ciencia. *Jcom*. https://jcom.sissa.it/article/pubid/JCOM_2003_2021_Y01/.

Cofepris. (2022). Informe anual sobre vigilancia sanitaria en clínicas estéticas. Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios.

Comisión Nacional de Bioética (2015). *Consentimiento informado*. https://www.conbioetica-mexico.salud.gob.mx/interior/temasgeneral/consentimiento_informado.html

Córdova Frunz, J. (2005) Educación química, ISSN 0187-893X, Vol. 16, N°. 3, 2005, págs. 398-403

Diario Oficial de la Federación (2012). *Que establece las características mínimas de infraestructura y equipamiento de hospitales y consultorios de atención médica especializada*. NORMA Oficial Mexicana NOM-016-SSA3-2012, https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5284306&fecha=08/01/2013#gsc.tab=0

Díaz, J., & Ortega, M. (2017). Comunicación médico-paciente: hacia una atención centrada en la persona. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 10(2), 87-93.

Espinoza, E. y Mazuelos, C. (2020). Desinformación sobre temas de salud en redes sociales. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132020000200002.

Estrada, M. Crecimiento del turismo médico en el país. CREA. https://creasoluciones.com.mx/sector-inmobiliario/crecimiento-del-turismo-medico-en-el-pais/#elementor-toc__heading-anchor-0

European Journal of Public Health (2015). *Health literacy in Europe: comparative results of the European health literacy survey*.

<https://academic.oup.com/eurpub/article/25/6/1053/2467145>

Casa by Linda Recovery Guesthouse (2025) *Facilities*.
<https://www.casabylinda.com/facilities>

Fayard, P. (2004) *Comunicación pública de la ciencia hacia la sociedad del conocimiento*. Divulgación para Divulgadores.

Fernández, A., & Sáenz, M. (2020). Medicina estética y redes sociales: una mirada crítica desde la comunicación en salud. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(1), 75-88.

Fischhoff, B. (2013). The sciences of science communication. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 110(Supplement 3), 14033-14039.

Global Health Intelligence (2024). *Un análisis más detallado del Turismo Médico en América Latina*.
<https://globalhealthintelligence.com/es/analisis-de-ghi/un-analisis-mas-detallado-del-turismo-medico-en-america-latina/>

Heisenberg, W.(1987). *El humanismo en la filosofía de la ciencia. Ley natural y estructura de la materia. Seminario de problemas científicos y tecnológicos*. UNAM, 1987.

Kahan, D. M., Jenkins-Smith, H., & Braman, D. (2011). Cultural cognition of scientific consensus. *Journal of Risk Research*, 14(2), 147-174.

López Pérez, L. (2018). Ética y comunicación médica en tiempos de redes sociales. *Revista Bioética y Salud*, 14(2), 45-58.

Lupton, D. (2012). *Medicine as Culture: Illness, Disease and the Body in Western Societies*. SAGE Publications.

Mandell, B. (2025). Introducción a la toma de decisiones médicas.
<https://www.msmanuals.com/es/professional/temas-especiales/toma-de-decisiones-m%C3%A9dicas/introducci%C3%B3n-a-la-toma-de-decisiones-m%C3%A9dicas?query=introducci%C3%B3n%20a%20la%20toma%20de%20decisiones%20m%C3%A9dicas>

Médica Sur (s.f.) Turismo médico de Médica Sur.
<https://medicasurmexico.com/turismo-medico.html>

Neidhardt, F. (1993), "The Public as a Communication System", *Public Understanding of Science*, núm. 2, pp. 339-350.

Organización Mundial de la Salud (5 de agosto de 2024). *Alfabetización en materia de salud*.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/health-literacy>

Organización Mundial de la Salud (2024). *Desinformación y salud pública*.
<https://www.who.int/es/news-room/questions-and-answers/item/disinformation-and-public-health>

Pico, A. y Vega, N. (25 de agosto de 2022). La comunicación en el consentimiento informado. *Revista Colombiana de Cirugía*.
<https://www.revistacirugia.org/index.php/cirugia/article/view/2147>.

Porroche-Escudero A. Problematicando la desinformación en las campañas de concienciación sobre el cáncer de mama. *Gac Sanit*. 2017;31(3):250-2

Rodriguez, M. y Leandro, G. (2022). El Modelo de Déficit en Comunicación Pública de la Ciencia: miradas desde el estructuralismo metateórico. Universidad Nacional de Quilmes.

Del Campo et al. (2019). *Manual de la relación médico-paciente*. Foro de la Profesión Médica de España.

Sáez, M. & Montero, E. (2021). Desinformación en salud estética: riesgos sociales y desafíos éticos. *Revista Latinoamericana de Comunicación en Salud*, 9(1), 33-47.

Sullivan, W. (2020). *Promoviendo la capacidad de tomar decisiones sobre el cuidado de la salud*. Declaración de consenso del 9º Coloquio Internacional de la IACB. *National Catholic Bioethics Quarterly*.