



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE ESTOMATOLOGÍA**

Uso de las redes sociales en la práctica dental de Cirujanos  
Dentistas de Trujillo, 2022

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Cirujano Dentista**

**AUTORA:**

Martinez Espinoza, Beatriz Nerida ([orcid.org/0000-0002-6370-8343](https://orcid.org/0000-0002-6370-8343))

**ASESOR:**

Dr. CD. Arbildo Vega, Heber Isaac ([orcid.org/0000-0003-3689-7502](https://orcid.org/0000-0003-3689-7502))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Promoción de la Salud y Desarrollo Sostenible

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

**PIURA – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar este trabajo a Dios por ser el pilar de mi vida quién me dio salud y fuerzas para poder hacer posible este sueño. A mis padres y hermanas que siempre me apoyaron durante este largo camino de mi formación profesional. A mis abuelitas Lucy y Constantina y mi tío Walter que hoy gozan de los cielos pero que en vida siempre estuvieron pendientes de mí.

## **Agradecimiento**

Gracias a mis padres Nérida Espinoza B. y José Martínez A. por darme siempre el apoyo que necesité durante toda mi preparación universitaria, por ser el ejemplo en vida de lo que significa ser profesional y perseverante; gracias a ellos hoy puedo terminar esta tesis.

Gracias a mis hermanas Rocío y María José Martínez que estuvieron siempre dándome la sostenibilidad emocional que necesité en este largo camino. Un agradecimiento especial a Carmen y Jese, primos que considero hermanos, que siempre se dieron un tiempo para poder apoyarme en este proceso.

Gracias a mi asesor el Dr. Heber Arbildo por compartir sus conocimientos y enseñanzas durante la realización de este trabajo.

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen .....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	8
II. MARCO TEÓRICO.....	11
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	18
3.2. Variables y operacionalización .....	18
3.3. Población, muestra y muestreo .....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	19
3.5. Procedimientos.....	20
3.6. Método de análisis de datos .....	20
3.7. Aspectos éticos .....	21
IV. RESULTADOS .....	22
V. DISCUSIÓN .....	35
VI. CONCLUSIONES.....	39
VII. RECOMENDACIONES .....	40
REFERENCIAS .....	41
ANEXOS.....	47

## Índice de tablas

Tabla 1. Uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo 2022, y su relación según edad y sexo.....	22
--	----

## Resumen

**Objetivo:** Determinar el uso de las redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo, 2022. **Metodología:** Investigación de tipo cuantitativa, básica, descriptiva y correlacional, prospectiva, transversal, de campo y no experimental. La muestra fue de 333 Cirujanos Dentistas, 47.7% mujeres y 52.3% hombres de grupos etarios de 22 a 29 años, 30 a 59 años y 60 a más años. El cuestionario fue de 14 preguntas. **Resultados:** La herramienta de comunicación preferida por los odontólogos fueron las redes sociales, la plataforma más usada fue WhatsApp en los tres grupos etarios alcanzando un 92.3% en el grupo de 30 a 59 años. El 65.2% de los odontólogos piensan que las redes sociales ayudan al mejoramiento de conocimientos y habilidades relacionadas a la práctica dental, el grupo de 30 a 59 años fue el que más estuvo de acuerdo con dicha afirmación (68.4%). La opinión sobre el uso de redes sociales en la captación de pacientes fue alta (45.6%) tanto en hombres (43.7%) como mujeres (47.8%). **Conclusiones:** El uso de redes sociales está presente en la práctica dental, además existe una relación entre el uso de redes sociales y la edad más no con respecto al sexo.

**Palabras clave:** Redes sociales, cirujanos dentistas, práctica dental.

## Abstract

**Aim:** To determine the use of social networks in the dental practice of Dental Surgeons of Trujillo, 2022. **Methodology:** Quantitative, basic, descriptive and correlational, prospective, cross-sectional, field and non-experimental research. The sample consisted of 333 Dental Surgeons, 47.7% women and 52.3% men in age groups from 22 to 29 years, 30 to 59 years and 60 years and over. The questionnaire consisted of 14 questions. **Results:** The preferred communication tool for dentists was social networks, the most used platform was WhatsApp in the three age groups, reaching 92.3% in the group from 30 to 59 years. 65.2% of dentists think that social networks help to improve knowledge and skills related to dental practice, the group from 30 to 59 years of age was the one that most agreed with this statement (68.4%). The opinion about the use of social networks in recruiting patients was high (45.6%) in both men (43.7%) and women (47.8%). **Conclusions:** The use of social networks is present in dental practice, there is also a relationship between the use of social networks and age, but not with respect to sex.

**Keywords:** Social networks, dental surgeons, dental practice.

## I. INTRODUCCIÓN

La invención del Internet ha desencadenado una revolución digital y la aparición de nuevas tecnologías para la comunicación e intercambio de información accesible a todos, dando paso también a la creación de nuevas herramientas tecnológicas como las redes sociales.(1) En poco más de diez años han pasado de ser de un medio de entretenimiento a una parte integrada de casi todos los ámbitos de nuestra vida diaria.(2) Estas hoy en día son consideradas importantes debido a esas diversas finalidades como la de conectar personas, establecer comunicación en tiempo real, así como otros fines que se le atribuyen actualmente.(3)

Si bien es cierto, muchas de las plataformas de redes sociales son usadas para el ocio, en estos tiempos se ha demostrado que se le puede dar otro tipo de usos como por ejemplo académicos, así como Alhumaid K., nos dice que el uso de las redes sociales se consideran importantes en el proceso educativo porque brindan un entorno virtual donde el estudiante puede comunicarse libremente y adaptarse a nuevos modelos educativos basados en innovadoras estrategias, obteniendo nuevo conocimiento e ideas diferentes que los ayudan en el camino del aprendizaje.(4,5)

Irbo M, et al, nos da una perspectiva diferente sobre otra manera de utilización de las redes sociales caracterizándola como una alternativa de uso innovadora y un medio para promover el marketing digital, demostrando tener un impacto positivo tanto para las empresas como para los clientes, donde lo beneficioso es la inversión mínima y el conocimiento de las necesidades del cliente. Así mismo, se ha podido conocer que las redes también están presentes en el sistema financiero alternativo, un nuevo sistema económico. (6)

En otras palabras, podemos decir que las redes sociales se han vuelto fundamentales para millones de personas al rededor del mundo por medio de la conexión virtual (2), y nuestro país no es la diferencia, puesto que las estadísticas que obtuvo la encuestadora IPSOS en el año 2021 con respecto a la cantidad de personas que usan redes sociales nos muestra que alrededor de 13.8 millones de peruanos de entre 18 y 70 años son usuarios de las redes, siendo esta cifra un 80% del Perú urbano.(7)



Por lo antes dicho, podemos decir que las redes han extendido su uso cada vez más para ingresar a todos los ámbitos y áreas de la vida cotidiana como el de la salud, con diferentes propósitos como las campañas de salud, educación médica, vigilancia de enfermedades y promoción de la salud. Además de ello, entre los años 2013 y 2020 las redes sociales han recibido una creciente atención por parte de investigadores. Con usos que le atribuyeron como la difusión de información sanitaria, el análisis de datos divulgados en redes para predecir la aparición de nuevas enfermedades y de brotes de enfermedades infecciosas como lo fue ahora el brote de COVID-19.(8–14)

Así mismo, la facilitación de investigación en el campo médico gracias a las redes sociales ha permitido el desarrollo profesional mediante el aprendizaje de fácil acceso a hallazgos médicos y la colaboración en proyectos e intercambio de experiencias y prácticas relacionado al sector salud, otros usos como la interacción médico-paciente, los servicios de atención en línea y las fuera de línea como la información sobre resultados de exámenes, además de fomentar el seguimiento y cumplimiento de la medicación.(8,15–17)

Uno de los campos de la salud donde las redes sociales han ganado rápido la atención de los profesionales es la Odontología, convirtiéndose en una herramienta que beneficia a la práctica mediante la comunicación que es parte fundamental de la clínica dental además del aprendizaje y enseñanza mediante formatos audiovisuales e informativos para la constante actualización del profesional odontólogo a través de un ordenador o un Smartphone.(18)

Gracias a la popularidad de las redes, otro beneficio que ha generado a la práctica dental es la promoción y comercialización de los servicios y especialidades de la carrera, así como también los establecimientos de atención, convirtiéndose en punto de partida del marketing digital que hoy en día se utiliza para beneficio de la consulta en el que un paciente puede decidir y elegir donde atenderse. (19,20)

Por consiguiente, debido a su importancia en la actualidad se ha visto la necesidad de estudiar las redes sociales en la práctica dental, por eso se planteó el siguiente problema: ¿Cuál es el uso de las redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo, 2022?

El presente trabajo se justifica por el aporte de estadística que se genera sobre el uso de las redes sociales en la práctica odontológica y con ello poder contribuir a una accesibilidad de la información sobre este tema, dado que no se han encontrado suficientes investigaciones desarrolladas en nuestro país. Por tal motivo, esta investigación beneficia el intercambio de datos referente al uso de las redes sociales en el campo de la Odontología en el Perú.

El objetivo de la investigación fue determinar el uso de las redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo, 2022. Los objetivos específicos fueron: Determinar la relación entre el uso de las redes sociales en la práctica dental de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, según edad; determinar la relación entre el uso de las redes sociales en la práctica dental de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, según sexo.

## II. MARCO TEÓRICO

Ghandhi D, et al (21), en el año 2022 en Pakistán, realizaron un estudio que tuvo como objetivo evaluar el uso de las redes sociales por parte de los dentistas con fines profesionales. Fue un estudio de tipo transversal en el que se evaluó a 404 dentistas donde el 49,5% fueron hombres y 50,5% mujeres, los cuales fueron separados en tres grupos etarios de 18 a 30 años, de 31 a 40 años y de 41 a 50 años, la mayoría de participantes se encontraban en el grupo de edad entre 18 a 30 años. Se realizó una encuesta donde se evaluó el uso de redes con fin profesional. Los resultados mostraron que 68,3% si usan las redes con fines profesionales mientras que un 11,9% decían que no. Con respecto a la plataforma más usada, un 46,5 % prefirió Facebook, 39,6% Instagram; un 44,6% usaban las redes entre 2 y 4 horas al día. El 74,3% piensa que las redes sociales si ayudan a compartir información y la solución a casos clínicos mientras que 11,9% no estaban de acuerdo; también se obtuvo un nivel de significancia  $p=0.029$  que demuestra una relación entre el uso de redes sociales y la edad de los odontólogos. Se concluyó que el uso de redes sociales hoy en día es una herramienta importante para el crecimiento de su práctica clínica considerando el uso eficiente y moral de ellas.

Al- Kalifha K, et al (22), en el año 2020 en Arabia Saudita, realizaron un estudio que tuvo como objetivo determinar el uso de redes sociales por odontólogos. Fue un estudio de tipo transversal descriptivo donde se evaluó a 364 dentistas donde el 58,5% fueron hombres y el 41,5% fueron mujeres, en el rango de más menos 35 años; a los participantes se les aplicó una encuesta de 16 preguntas, mediante el uso del software SoGoSurvey. Los resultados reportaron un 54% de aceptación del uso de redes sociales, mencionaron que era usado como medio de mejora del conocimiento y de su uso como herramienta para recopilar información sobre los pacientes. Alrededor del 80% cree que las redes sociales juegan un papel activo en la decisión de los pacientes para seleccionar proveedores de atención médica; el 48,4% de odontólogos le daban 3 horas de uso a las redes sociales al día; el 87% de participantes confirman que las redes sociales ayudan a mejorar el conocimiento de habilidad de dentistas; según el grupo etario menores de 35 años prefieren un 96.5% WhatsApp y 81.7% Snapchat, mientras que los mayores

prefirieron en un 49.6% Twitter y 23.7% Facebook; el 80% de dentistas cree que las redes sociales es una herramienta esencial; además se determinó que existe relación entre el uso de redes sociales y la edad de los odontólogos participantes ( $p < 0.05$ ). Se concluye que el uso de redes sociales en la práctica dental es indiscutible gracias al aporte que puede ocasionar su uso, y que la relación entre redes sociales y la edad de los Cirujanos Dentistas existe.

Bahabri R, et al (23), en el año 2021 en Arabia Saudita, tuvieron como objetivo evaluar el uso de las redes sociales por odontólogos y sus preferencias. Fue un estudio transversal donde se evaluó a 370 odontólogos siendo 37% hombres y 63% mujeres a quienes se les aplicó un cuestionario previamente validado de 23 ítems. Los resultados reportaron que 42% de encuestados utilizó las redes sociales de diferentes maneras como para obtener información sobre temas o procedimientos de odontología, mientras que el 34% afirmó que suele usarlas para publicar información general útil para el paciente; se observó que un 75% prefirió YouTube e Instagram seguido de un 70% Snapchat además de que un 41% utilizó las redes sociales para fines comerciales; un 30% mencionó que se obtendría una ventaja significativa sobre aquellos no usan las redes sociales en la práctica dental. Se estudió la relación entre las redes y la edad de los Cirujanos dentistas el cual mostró un nivel de significancia de  $p = 0.0009$ . Se concluye que los odontólogos utilizan de redes sociales y que ellas tienen un espacio para su crecimiento entre los dentistas destacando el poder que tienen las plataformas mediante su uso adecuado además que existe una relación entre la edad y el uso de ellas.

Chérrez I, et al (24), en el año 2020 en Ecuador, tuvieron como objetivo explorar los usos de las redes sociales desde la perspectiva de los dentistas en el ámbito profesional. Fue un estudio de tipo transversal, descriptivo evaluándose a 342 odontólogos de edades media de 33 años donde el 51,8% eran mujeres y 48,2% varones a quienes se les aplicó una encuesta con 13 ítems. Los resultados reportaron que 63,5% reportó usar redes sociales con el fin de obtener información académica en la práctica diaria, 92,1% dio uso de las redes para facilitar la actualización de información con respecto a la carrera; 90,6% lo usa para promover sus servicios profesionales y un 87,7% para resolver casos clínicos.

También se observó que un 96,2% usaba las redes para mantener una comunicación con los pacientes siendo un 83,9% usan la plataforma de WhatsApp que les ayuda a agendar citas. Se concluyó que las redes tienen una alta tasa de uso para la práctica dental hoy en día mencionándose los dos usos más relevantes según el estudio que fueron la comunicación fácil y confiable en tiempo real con pacientes, así como la transmisión de información.

Hamasha A, et al (25), en el año 2019 en Arabia Saudita, tuvieron como objetivo evaluar el uso de las redes sociales por parte de los odontólogos en la práctica dental. Fue un estudio de tipo transversal, evaluándose a 338 dentistas donde el 38% eran menores de 31 años, el 33% estuvieron en el rango de edad de 31 a 40 años y el 11,5% de 50 años o más. El 61,5% fueron hombres y el 38,5% mujeres y se les aplicó un cuestionario de 30 preguntas. Los resultados reportaron 52% de odontólogos utilizaban las redes sociales dentro de su práctica, mientras que del 48% de los que no las usaban el 33% planeaba utilizarlas en un futuro. El 43% reportó que la educación era el propósito principal de su uso. El 62% y 68% la usaba para comercializar su práctica dental y transmitir resultados de tratamiento para atraer pacientes, respectivamente. El 35% utilizaba Twitter, el 20% Facebook mientras que un 4% WhatsApp. Se concluye que los odontólogos usan significativamente las redes sociales con fines educativos y publicitarios y mencionan que han mejorado su práctica dental siendo esto un indicador de práctica exitosa.

Aboalshamat K, et al (26), en el año 2019 en Arabia Saudita, tuvieron como objetivo investigar el uso y actitudes de dentistas en las redes sociales. Fue un estudio de tipo transversal en la que participaron 341 dentistas a los que se le aplicó una encuesta de 16 preguntas dando como resultado que un 78,89% usa las redes sociales para encontrar información útil, 79,18% mira videos de procedimientos clínicos, 48,68% comparte contenido odontológico como imágenes documentos y radiografías entre otros, 48,97% los usa para tener comunicación con sus pacientes; 38,71% las usa para marketing de su consultorio mientras que un 46,92% piensa que no es importante su uso en la captación de pacientes, con respecto a las plataformas más usadas se observó que un 87% prefirió WhatsApp, un 66% Instagram y un 64% YouTube. Se concluyó que las

redes sociales están siendo usadas por dentistas y que va en un constante incremento, sin embargo, también hay preocupaciones sobre el uso inadecuado de ellas que podrían afectar la privacidad del paciente.

Ajwa N, et al (27), en el año 2018 en Arabia Saudita, en su investigación tuvieron como objetivo evaluar el uso de redes sociales tanto por parte de los profesionales como los pacientes. Fue un estudio de tipo transversal, descriptivo evaluándose a 415 odontólogos, siendo el 54,9% de odontólogos mujeres, el 40,2% del total de profesionales están en el rango de 25 a 34 años. Se les aplicó una encuesta de 20 preguntas. Los resultados mostraron que el 50,8% de odontólogos usaban las redes sociales, un 89.4% de odontólogos mencionaron que el uso más importante de redes sociales era publicidad para atraer a los pacientes. En relación a la red social más usada un 49% de los odontólogos dijeron que Twitter era la elegida. Se concluye que el uso de redes sociales en la práctica es mayor y el marketing es el mayor propósito, además Twitter fue elegida la plataforma más usada.

Parmar N et al (28), en el año 2018 en Inglaterra, en su estudio tuvieron como objetivo analizar el uso y actitudes frente a las redes sociales durante la adopción de estas prácticas digitales por parte de los dentistas. Fue un estudio de tipo transversal donde participaron 532 dentistas y se les aplicó un cuestionario de 27 preguntas lo cual arrojó como resultado que más del 55% de los odontólogos tenían y usaban diferentes redes sociales para la práctica dental, un 74% manifestó que entablar una amistad en redes sociales paciente-dentista no era apropiado, el 59% dijo que el mayor uso que se les da es el marketing a través de redes sociales ya que es más efectivo que el marketing tradicional, y con respecto a cuál plataforma era la más usada el 77% prefirió Facebook seguido del 37% Twitter como las más usadas. Concluyeron que el uso de las redes sociales aún es un tema no tan activo pero que sí está presente y puede ser convertida en una herramienta útil.

Las redes sociales son aplicaciones de Internet que se utilizan para compartir imágenes, organización de información, video llamadas, mensajería o una combinación de todos; conociéndose una gran cantidad de plataformas por las que se puede realizar las acciones previamente dichas. Por eso cuando se piensa

en redes sociales siempre como primer pensamiento se viene a la mente Instagram, Twitter, TikTok, YouTube, WhatsApp, Facebook<sup>1</sup> y todo eso porque las redes están muy arraigadas al día a día de las personas lo que ocasiona que muchas veces se confíe en ellas respecto a distintos temas de interés como lo que pasó en el día, opiniones y recomendaciones de diferentes productos, servicios y lugares, teniendo gran influencia en las personas.(1,29)

Las enfermedades bucodentales siempre han sido un punto a tratar de vital importancia ya que pueden ser prevenidas mediante la promoción de la salud en niños y jóvenes conllevando así a la reducción de dichas enfermedades, promoción que tiempo atrás se consideraba limitada, por eso las redes sociales en nuestra actualidad han tenido un ingreso valioso en este campo ya que beneficia a la promoción y prevención mediante sus canales de conexión con las personas alrededor del mundo, divulgando información importante para el cuidado de la salud oral. Estudios sobre las redes sociales en Odontología se han centrado en gran medida en tres puntos importantes, los cuales son: marketing, comunicación con pacientes y la educación clínica. Para los profesionales de la odontología, las redes sociales se han convertido en recursos relevantes para la gestión de la práctica y el desarrollo profesional.(30,31)

Así como se habla de los beneficios que nos trae las redes sociales también se ha podido estudiar algunos riesgos o desventajas a los que se está expuesto por su uso. Por ejemplo, el riesgo a la privacidad donde se puede presentar dos casos específicos, uno de ellos es la suplantación de los profesionales mediante cuentas creadas sin ser ellos y el esparcimiento de información del paciente sin su consentimiento.(32)

Otro problema es el riesgo psicológico que se debe a los comentarios maliciosos que se recibe al exponer trabajos de la consulta privada. Además de todo ello, el uso de información no válida es también un problema que acarrea en estos tiempos donde profesionales y pacientes podrían consumir información inadecuada sobre los tratamientos a seguir, trayendo consigo consecuencias no deseadas, que podrían atentar contra el bienestar y la salud.(32)

Facebook es una de las plataformas más populares y fue creado como una plataforma para jóvenes como medio de publicación de fotos y videos que se

compartían con amigos conectados a la misma red social y dada la gran acogida de dicha red las empresas se han convertido en principales usuarios y la clínica dental no es la excepción puesto que usan la plataforma como medio de marketing digital.(33)

WhatsApp es un aplicativo de mensajería multimedia que está presente en el día a día de las personas, que actualmente está presente en la enseñanza y educación de la carrera de Odontología, también usado en la facilitación de la conexión con el paciente en la consulta ya que permite el intercambio de mensajes y elementos multimedia como fotos, videos, imágenes, audios, entre otros.(34)

Instagram, una plataforma mayormente utilizada entre la población joven, permite publicar elementos multimedia además de mensajería. Esta plataforma también es usada para compartir casos clínicos y actividades de índole odontológico desarrollada para cualquier persona con interés en el área además de demostrarse ser una herramienta de mercadeo que es consumida por jóvenes en su mayoría, pero con alta capacidad de captación.(35)

Twitter, un medio social muy conocido por mostrar opiniones y perspectivas personales sobre un tema en específico, y que en relación a la odontología se ha podido observar que la estética dental es uno de los temas más hablados, demostrando así que esta plataforma ha tenido un gran impacto en la práctica tanto en los profesionales como en los pacientes, mediante el intercambio de experiencias donde las opiniones pueden ser de mucha utilidad tanto para el marketing de la consulta como para la retroalimentación entre profesionales.(36)

YouTube es una plataforma que tiene alrededor de 2 billones de usuarios que visitan la red por mes y que gracias a su popularidad se registró una gran demanda en la década pasada, se realizaron estudios sobre qué era lo que más atraía a los usuarios. Muchos de los estudios demostraron que era YouTube el medio electrónico más usado para la educación, debido a la cantidad de videos demostrativos y explicativos que posee la red social, siendo considerado en diferentes países como una herramienta para el aprendizaje de procedimientos clínicos, en el que la odontología no era ajena a dicho proceso de evolución digital.(37)



TikTok, la aplicación de origen chino que se ha convertido en la más usada por la población joven que cuenta con 1.100 millones de usuarios activos. Una red social para compartir videos de corta duración y canciones pegadizas. Muchos de esos videos muestran procedimientos dentales clínicos como extracciones dentales, cementación de carilla o incluso videos que educan a los pacientes; pero también muestra videos jocosos, donde interpretan situaciones graciosas que ocurren en consulta. Esto podría atraer a muchos pacientes, convirtiéndose así en una herramienta útil publicitaria.(38)

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación es básica porque se generará un nuevo conocimiento más completo con precisión y objetividad sobre el uso de redes sociales en la práctica dental. (39)

##### **Diseño de investigación**

El diseño de investigación es de tipo no experimental por que no se manipulará las variables, transversal porque se realizará en un momento determinado y descriptivo porque se centra en medir la presencia y características de la variable. (40)

#### **3.2. Variables y operacionalización**

##### **Variable principal**

Uso de redes sociales en la práctica dental

(cualitativa - nominal)

##### **Variables secundarias o co-variables**

Edad

(cuantitativa – de razón)

Sexo

(cualitativa – nominal)

Matriz de Operacionalización de las variables (Anexo 1)

#### **3.3. Población, muestra y muestreo**

##### **Población**

Todos los cirujanos dentistas que laboren en la ciudad de Trujillo durante el año 2022.

Criterios de selección

Criterios de inclusión: Cirujanos Dentistas de ambos sexos, que acepten participar en el estudio y que laboren en la ciudad de Trujillo.

Criterios de exclusión: Cirujanos dentistas no inscritos en el Colegio Odontológico del Perú, que no llenen completamente el cuestionario y que presenten algunas discapacidad física o mental que les impida llenar el cuestionario.

### **Muestra**

La muestra estuvo conformada por 333 cirujanos dentistas. (Anexo 3)

### **Muestreo**

Probabilístico – aleatorio simple

## **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica para la presente investigación fue la encuesta y el instrumento fue un cuestionario validado, tomado de Al-Khalifa, et al (22). Este cuestionario constó de 14 preguntas las cuales fueron de tipo politómicas y de elección múltiple, éstas fueron divididas en tres partes.

La primera parte constó de preguntas de información sociodemográfica como edad y sexo. La segunda parte estuvo compuesta por preguntas sobre el tiempo de uso de redes sociales en general y en la práctica dental, considerando el tiempo en horas o minutos; se preguntó también sobre la herramienta de comunicación preferida por los Cirujanos Dentistas; la frecuencia de uso de las plataformas, así como el tipo de plataforma de red social proporcionada por su lugar de trabajo.

La tercera parte constó de preguntas de opinión sobre el uso de redes con los pacientes, así como la opinión sobre el uso de ellas para el mejoramiento de los conocimientos y habilidades profesionales, además se cuestionó si estaba dispuesto a realizar consultas mediante cierta plataforma de red social; así mismo, se preguntó sobre la responsabilidad del Cirujano Dentista de refutar la información inexacta que se publica en dichas redes sociales. (Anexo 2)

### **3.5. Procedimientos**

En primer lugar, se pidió el permiso a la Universidad César Vallejo para así poder proceder a realizar la recolección de datos. Dicha recolección se realizó contactando a los Cirujanos Dentistas de manera presencial en sus lugares de trabajo.

La investigadora se presentó con cada uno de los participantes en su lugar de trabajo a los cuales se les proporcionó el consentimiento informado donde se les explicó en que consiste la investigación.

Los odontólogos habiendo aceptado y firmado el consentimiento, procedieron a rellenar el cuestionario, siguiendo el formato del instrumento seleccionado previamente y con ello luego poder realizar la recolección de datos mediante la aplicación de métodos estadísticos para así ser analizados y comparados con estudios previos.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Una vez recepcionadas las respuestas, se recolectó la información en una hoja de cálculo de Excel donde se ordenaron y tabularon los resultados para luego hacer el análisis estadístico mediante el programa SPSS versión 29 y así proceder a realizar las tablas de los resultados obtenidos.

Para la relación entre variables se utilizó, en primer lugar, la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov ya que la muestra supera los 50 casos, esta prueba determina si los datos son paramétricos o no paramétricos. En este caso se determinó que fue no paramétrico y por ello se utilizó la prueba Chi - cuadrado y Kruskal-Wallis. Todos los datos fueron analizados con una confiabilidad del 95%.

### **3.7. Aspectos éticos**

El presente trabajo de investigación fue aceptado primero por el Comité de Ética de la facultad de Ciencias Médicas de la Universidad César Vallejo.

Se tomó en cuenta lo establecido en la Declaración de Helsinki de la Asociación Médica Mundial – Principios éticos para las investigaciones médicas en seres humanos, 64° Asamblea General, Fortaleza, Brasil, octubre 2013.

Se ejecutó los requisitos científicos y protocolos de investigación como son la privacidad y confidencialidad de la información proporcionada por los participantes del estudio, teniendo como requisito previo el consentimiento informado (41).

Se cumplió con los principios bioéticos de beneficencia, que consiste en favorecer al paciente de manera segura y efectiva; no maleficencia, es decir no perjudicar al paciente ni ponerlo en riesgo; autonomía, donde el paciente tiene el derecho de elegir si desea o no participar del estudio y por último el principio de justicia, en el que se beneficia por igual todos los participantes siempre con respeto y consideración. Por último, no se presentó conflicto de interés por parte de la investigadora (42).

#### IV. RESULTADOS

Tabla 1. Uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo 2022, y su relación según edad y sexo.

Pregunta	Total (n = 333) n (%)	22 a 29 años (n = 92) n (%)	30 a 59 años (n = 209) n (%)	60 a más años (n = 32) n (%)	P	Femenino (n = 159) n (%)	Masculino (n = 174) n (%)	P
Uso de redes sociales en general								
Menos de 30 min	25 (7.5)	5 (5.4)	13 (6.2)	7 (21.9)		13(8.2)	12(6.9)	
Más de 30 min pero menos de 3h	159 (47.7)	27 (29.3)	109 (52.2)	23 (71.9)	<0.001*	65(40.9)	94(54)	.080**
Más de 3 h pero menos de 6h	115 (34.5)	38 (41.3)	75 (35.9)	2 (6.3)		60(37.7)	55(31.6)	
Más de 6 h	34 (10.2)	22 (23.9)	12 (5.7)	0 (0)		21(13.2)	13(7.5)	

Uso de redes sociales en la práctica dental

Menos de 30 min	130 (39)	34(37)	71(34)	25(78.1)		65(40.9)	65(37.4)	
Más de 30 min pero menos de 3h	150(45)	34(37)	110(52.6)	6(18.8)	<.001*	72(45.3)	78(44.8)	.322**
Más de 3 h pero menos de 6h	46(13.8)	20(21.7)	25(12)	1(3.1)		21(13.2)	25(14.4)	
Más de 6 h	7(2.1)	4(4.3)	3(1.4)	0(0)		1(0.6)	6(3.4)	

Herramienta de comunicación preferida

Redes sociales	169(50.8)	62(67.4)	105(50.2)	2(6.3)		90(56.6)	79(45.4)	
E-mail	14(4.2)	4(4.3)	7(3.3)	3(9.4)	<.001*	5(3.1)	9(5.2)	.055**
Teléfono	69(20.7)	13(14.1)	45(21.5)	11(34.4)		24(15.1)	45(25.9)	
En persona	81(24.3)	13(14.1)	52(24.9)	16(50)		40(25.2)	41(23.6)	

Frecuencia de uso de Red Social

Facebook Diario	197(8.5)	56(60.9)	132(63.2)	9(28.1)	<.001*	91(57.2)	106(60.9)	.494**
Facebook Semanal	83(3.6)	19(20.7)	50(23.9)	14(43.8)	.029*	42(26.4)	41(23.6)	.548**
Facebook Casi nunca	34(1.5)	11(12)	20(9.6)	3(9.4)	.809*	15(9.4)	19(10.9)	.655**
Facebook Nunca	17(0.7)	4(4.3)	7(3.3)	6(18.8)	.001*	9(5.7)	8(4.6)	.660**
Instagram Diario	155(6.7)	65(70.7)	88(42.1)	2(6.3)	<.001*	80(50.3)	75(43.1)	.188**
Instagram Semanal	72(3.1)	15(16.3)	55(26.3)	2(6.3)	.013*	34(21.4)	38(21.8)	.920**
Instagram Casi nunca	58(2.5)	9(9.8)	43(20.6)	6(18.8)	.074*	27(17)	31(17.8)	.841**



Instagram Nunca	48(2.1)	2(2.2)	24(11.5)	22(68.8)	<.001*	17(10.7)	31(17.8)	.064**
Snapchat Diario	27(1.2)	16(17.4)	11(5.3)	0(0)	<.001*	12(7.5)	15(8.6)	.720**
Snapchat Semanal	73(3.1)	36(39.1)	33(15.8)	4(12.5)	<.001*	44(27.7)	29(16.7)	.015**
Snapchat Casi nunca	80(3.4)	17(18.5)	59(28.2)	4(12.5)	.053*	36(22.6)	44(25.3)	.572**
Snapchat Nunca	153(6.6)	23(25)	106(50.7)	24(75)	<.001*	67(42.1)	86(49.4)	.183**
Twitter Diario	62(2.7)	36(39.1)	25(12)	1(3.1)	<.001*	35(22)	27(15.5)	.128**
Twitter Semanal	80(3.4)	24(26.1)	51(24.4)	5(15.6)	.481*	41(25.8)	39(22.4)	.472**
Twitter Casi nunca	81(3.5)	16(17.4)	57(27.3)	8(25)	.184*	39(24.5)	42(24.1)	.934**
Twitter Nunca	109(4.7)	16(17.4)	75(35.9)	18(56.3)	<.001*	44(27.7)	65(37.4)	.060**

WhatsApp Diario	302(13)	84(91.3)	193(92.3)	25(78.1)	.035*	147(92.5)	155(89.1)	.290**
WhatsApp Semanal	28(1.2)	7(7.6)	15(7.2)	6(18.8)	.086*	11(6.9)	17(9.8)	.349**
WhatsApp Casi nunca	3(0.1)	1(1.1)	1(0.5)	1(3.1)	.330*	1(0.6)	2(1.1)	.616**
LinkedIn Diario	15(0.6)	8(8.7)	3(1.4)	4(12.5)	.001*	4(2.5)	11(6.3)	.094**
LinkedIn Semanal	56(2.4)	26(28.3)	28(13.4)	2(6.3)	.002*	31(19.5)	25(14.4)	.211**
LinkedIn Casi nunca	114(4.9)	30(32.6)	73(34.9)	11(34.4)	.927*	64(40.3)	50(28.7)	.027**
LinkedIn Nunca	148(6.4)	28(30.4)	105(50.2)	15(46.9)	.006*	60(37.7)	88(50.6)	.019**
YouTube Diario	144(6.2)	48(52.2)	90(43.1)	6(18.8)	.005*	76(47.8)	68(39.1)	.109**
YouTube Semanal	112(4.8)	29(31.5)	71(34)	12(37.5)	.816*	45(28.3)	67(38.5)	.049**

YouTube Casi nunca	61(2.6)	13(14.1)	37(17.7)	11(34.4)	.036*	30(18.9)	31(17.8)	.804**
YouTube Nunca	15(0.6)	1(1.1)	11(5.3)	3(9.45)	.139*	7(4.4)	8(4.6)	.629**
Medios en línea que ofrece el lugar de trabajo y su relación según sexo								
Sitio Web	37(5.6)	20(21.7)	15(7.2)	2(6.3)	<.001*	18(11.3)	19(10.9)	.907**
Facebook	152(23)	57(62)	90(43.1)	5(15.6)	<.001*	79(49.7)	73(42)	.157**
Twitter	6(0.9)	3(3.3)	2(1)	1(3.1)	.323*	2(1.3)	4(2.3)	.476**
Instagram	80(12.1)	37(40.2)	42(20.1)	1(3.1)	<.001*	41(25.8)	39(22.4)	.472**
Snapchat	5(0.8)	2(2.2)	3(1.4)	0(0)	.679*	2(1.3)	3(1.7)	.727**
WhatsApp	293(44.4)	83(90.2)	189(90.4)	21(65.6)	<.001*	141(88.7)	152(87.4)	.711**
Mensaje de Texto	73(11.1)	10(10.9)	54(25.8)	9(28.1)	.010*	38(23.95)	35(20.1)	.404**
Ninguna	14(2.1)	0(0)	6(2.9)	8(25)	<.001*	7(4.4)	7(4)	.568**

Difusión de información sobre uso de redes sociales con pacientes

Si	110(33)	41(44.6)	63(30.1)	6(18.8)		57(35.8)	53(30.5)	
No	191(57.4)	43(46.7)	123(58.9)	25(78.1)	.044*	81(50.9)	110(63.2)	.030**
Tal vez	32(9.6)	8(8.7)	23(11)	1(3.1)		21(13.2)	11(6.3)	

Las redes sociales ayudan a mejorar conocimientos y habilidades en la carrera

Si	217(65.2)	65(70.7)	143(68.4)	9(28.1)		120(75.5)	97(55.7)	
No	72(21.6)	17(18.5)	40(19.1)	15(46.9)	<.001*	22(13.8)	50(28.7)	<.001**
Tal vez	44(13.2)	10(10.9)	26(12.4)	8(25)		17(10.7)	27(15.5)	

Deber del Cirujano Dentista de refutar información de salud inapropiada o inexacta en línea.

Si	197(59.2)	56(60.9)	122(58.4)	19(59.4)		97(61)	100(57.7)	
No	65(19.5)	19(20.7)	40(19.1)	6(18.8)	.852*	31(19.5)	34(19.5)	.722**
Tal vez	71(21.3)	17(18.5)	47(22.5)	7(21.9)		31(19.5)	40(23)	

Se sentiría cómodo realizando una consulta con un paciente a través de Skype

Si	108(32.4)	51(55.4)	57(27.3)	0(0)		63(39.6)	45(25.9)	
No	100(30)	13(14.1)	65(31.1)	22(68.8)	<.001*	45(28.3)	55(31.6)	.023**
Tal vez	125(37.5)	28(30.4)	87(41.6)	10(31.3)		51(32.1)	74(42.5)	
Es apropiado que el dentista busque información en redes sociales sobre los pacientes								
No estoy de acuerdo	120(36)	23(25)	81(38.8)	16(50)		58(36.5)	62(35.6)	
Me es indiferente	136(40.8)	51(55.4)	75(35.9)	10(31.3)	.196*	62(39)	74(42.5)	.767**
Estoy de acuerdo	77(23.1)	18(19.6)	53(25.4)	6(18.8)		39(24.5)	38(21.8)	
Dudo que un paciente confíe en mi consejo si obtuve la información de una aplicación de celular o sitio web								
No estoy de acuerdo	140(42)	41(44.)	87(41.6)	12(37.5)		69(43.4)	71(40.8)	
Me es indiferente	87(26.1)	23(25)	56(26.8)	8(25)	.723*	37(23.3)	50(28.7)	.523**

Estoy de acuerdo	106(31.8)	28(30.4)	66(31.6)	12(37.5)		53(33.3)	53(30.5)
Redes sociales afectaría la elección del dentista por parte del paciente							
No estoy de acuerdo	107(32.1)	20(21.7)	69(33)	18(56.3)		49(30.8)	58(33.3)
Me es indiferente	74(22.2)	18(19.6)	48(23)	8(25)	<.001*	34(21.4)	40(23) .752**
Estoy de acuerdo	152(45.6)	54(58.7)	92(44)	6(18.8)		76(47.8)	76(43.7)

Fuente: La autora

\*Prueba K.Wallis \*\*Prueba Chi cuadrado

## Interpretación:

- La frecuencia del uso de redes sociales en la práctica dental por parte de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, fue de 150 (45%), siendo elegida la respuesta de más de 30 minutos, pero menos de 3 horas.
- La frecuencia de la herramienta de comunicación preferida entre los Cirujanos Dentistas de Trujillo y sus pacientes fue 169 (50.8%) siendo las redes sociales la preferida.
- La aplicación de red social usada con mayor frecuencia por parte de los Cirujanos Dentistas de Trujillo fue WhatsApp la cual alcanzó una aceptación de 302 (13%) participantes; mientras que la red social menos utilizada fue Snapchat con 153 (6.6%).
- La frecuencia de los medios en línea con mayor ofrecimiento por parte de los Cirujanos dentistas de Trujillo y su lugar de trabajo fue WhatsApp con una respuesta de 293 (44.4%) seguido de Facebook con 152 (23%); mientras que el menos elegido fue Snapchat con 5 (0.8%).
- La frecuencia de la opinión de los Cirujanos Dentistas de Trujillo sobre que las redes sociales ayudan a mejorar sus conocimientos y habilidades en la carrera fue de 217 (65.2%) mientras los que opinan lo contrario fue de 72 (21.6%).
- La frecuencia de la opinión de los Cirujanos Dentistas sobre la influencia de redes sociales con respecto a la captación de pacientes fue de 152 (45.6%) y de los que opinan lo contrario fue de 107 (32.1%).
- La frecuencia de uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo, en el grupo etario de 22 a 29 años fue de 34 (37%) valores que comparten dos rangos de tiempo el de menos de 30 minutos y el de más de 30 minutos pero menos de 3 horas; mientras que en el grupo de 30 a 59 años fue de 110 (52.6%) y en el grupo de 60 a más años fue de 25 (78.1%), cumpliéndose que las respuestas elegidas de estos dos últimos fueron más de 30 minutos pero menos de 3 horas y menos de 30 minutos respectivamente. Al analizar la relación entre el uso de redes sociales en la práctica dental y la edad se encontró que si existe relación estadísticamente significativa ( $p < .001$ )

- La frecuencia de la herramienta de comunicación preferida por los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en el grupo etario de 22 a 29 años fue de 62 (67.4%) y en el grupo de 30 a 59 años fue de 105 (50.2%) siendo las redes sociales la elegida; mientras que en el grupo de 60 a más fue de 16 (52.2%) grupo que prefirió la comunicación en persona. Al analizar la relación entre la herramienta de comunicación preferida y la edad se encontró que si existe relación estadísticamente significativa ( $p < .001$ )
- La frecuencia de la plataforma más usada por los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en el grupo etario de 22 a 29 años fue de 84 (91.3%), en el grupo de 30 a 59 años fue de 193 (92.3%) y en el de 60 a más fue de 25 (78.1%), siendo WhatsApp la plataforma de red social más usada por los tres grupos etarios. Al analizar la relación entre la frecuencia de uso de las plataformas de redes sociales, en este caso WhatsApp por ser la de mayor frecuencia y la edad se encontró que no existe relación estadísticamente significativa ( $p = .035$ )
- La frecuencia de los medios en línea que ofrece el lugar de trabajo de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en el grupo etario de 22 a 29 años fue de 83 (90.2%), en el grupo de 30 a 59 años fue de 189 (90.4%) y en el grupo de 60 a más años fue de 21 (65.6%), cumpliéndose en todos los grupos que el medio de comunicación más ofrecido por su lugar de trabajo fue WhatsApp. Al analizar la relación entre los medios de comunicación que ofrece el lugar de trabajo, que en esta ocasión fue WhatsApp la elegida, y la edad se encontró que si existe relación estadísticamente significativa ( $p < .001$ )
- La frecuencia de la ayuda de redes sociales a mejorar conocimientos y habilidades en la carrera de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en el grupo etario de 22 a 29 años fue de 65 (70.7%), en el grupo de 30 a 59 años fue de 143 (68.4%) y en el grupo de 60 a más años fue de 15 (46.9%). Al analizar la relación entre la ayuda de redes sociales a mejorar conocimientos y habilidades en la carrera y la edad se encontró que si existe relación estadísticamente significativa ( $p < .001$ )
- La frecuencia de la opinión de los Cirujanos Dentistas sobre la influencia de redes sociales con respecto a la captación de pacientes de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en el grupo etario de 22 a 29 años fue de 54 (58.7%),



en el grupo de 30 a 59 años fue de 92 (44%) y en el grupo de 60 a más años fue de 18 (56.3%) mostrándose en su mayoría conformidad. Al analizar la relación entre la opinión sobre la influencia de redes sociales con respecto a la captación de pacientes, y la edad se encontró que si existe relación estadísticamente significativa ( $p < .001$ )

- La frecuencia de uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo, en los hombres fue de 78 (44.8%), y en las mujeres fue de 72 (45.3%), cumpliéndose que la respuesta elegida en su mayoría para ambos sexos fue el rango de tiempo de más de 30 minutos, pero menos de 3 horas. Al analizar la relación entre el uso de redes sociales en la práctica dental y el sexo se encontró que no existe relación estadísticamente significativa ( $p = .322$ )
- La frecuencia de la herramienta de comunicación preferida por los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en los hombres fue 79 (45.4%) y en las mujeres fue de 90 (56.6%) ambos grupos prefirieron las redes sociales. Al analizar la relación entre la herramienta de comunicación preferida y el sexo se encontró que no existe relación estadísticamente significativa ( $p = .055$ )
- La frecuencia de la plataforma más usada por los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en los hombres fue de 155 (89.1%) y en las mujeres fue de 147 (92.5%), siendo WhatsApp la plataforma de red social más usada por ambos grupos. Al analizar la relación entre la frecuencia de uso de las plataformas de redes sociales, en este caso WhatsApp por ser la de mayor frecuencia, y el sexo se encontró que no existe relación estadísticamente significativa ( $p = .290$ )
- La frecuencia de los medios en línea que ofrece el lugar de trabajo de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en los hombres fue de 152 (87.4%) y en las mujeres fue de 141 (88.7%), cumpliéndose que el medio de comunicación más ofrecido por su lugar de trabajo fue WhatsApp. Al analizar la relación entre los medios de comunicación que ofrece el lugar de trabajo, que en esta ocasión fue WhatsApp la elegida, y el sexo se encontró que no existe relación estadísticamente significativa ( $p = .711$ )
- La frecuencia de la ayuda de redes sociales a mejorar conocimientos y habilidades en la carrera de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en los

hombres fue de 97 (55.7%) y en las mujeres fue de 120 (75.5%). Al analizar la relación entre la ayuda de redes sociales a mejorar conocimientos y habilidades en la carrera y el sexo se encontró que si existe relación estadísticamente significativa ( $p < .001$ )

- La frecuencia de la opinión de los Cirujanos Dentistas sobre la influencia de redes sociales con respecto a la captación de pacientes de los Cirujanos Dentistas de Trujillo, en los hombres fue de 76 (43.7%) y en las mujeres fue de 76 (47.8%) donde la mayoría en ambos grupos estuvo de acuerdo. Al analizar la relación entre la opinión sobre la influencia de redes sociales con respecto a la captación de pacientes, y el sexo se encontró que no existe relación estadísticamente significativa ( $p = .752$ )

## V. DISCUSIÓN

A lo largo de los años desde su aparición gracias al Internet las redes sociales han ido cambiando y adentrándose a nuestra rutina diaria, hecho que se ha visto plasmado en diferentes profesiones, uno de ellos es la odontología. Investigaciones hechas en diferentes países lo corroboran, así mismo en esta oportunidad se realizó este trabajo de investigación sobre el uso de las redes sociales en la práctica dental, la cual se ha podido comparar con otros estudios y observar la similitud de hallazgos.

El presente estudio alcanzó diversas respuestas positivas que demostraron la presencia de las redes sociales en la práctica dental y muchas coincidencias de resultados de trabajos de investigación anteriores a esta.

Con respecto al uso de redes sociales en la práctica dental como medio de mejora de conocimientos y habilidades, los resultados de este trabajo muestran similitud con estudios previos como Ghandi D, et al (21), que demostró que el 69.3% usaba las redes sociales para mejorar sus conocimientos; Al - Khalifa K, et al (22), confirmaron en su estudio que un 87% usaba redes sociales para mejorar sus habilidades y conocimientos relacionados a la carrera; Bahabri R, et al (23), mostró que el 42% usaba con frecuencia las plataformas de redes sociales con fines educativos como la obtención de información y aprendizaje de nuevos procedimientos odontológicos; Chérrez I, et al (24) reportaron que el 63.5% usaban las redes para obtener información académica en la práctica diaria, Hamasha A, et al (25) menciona que un 43.4% usaron las redes sociales con fines educativos; Aboalshamat K, et al (26) mostraron que se usaron redes sociales también para mejorar conocimientos 78.89%, aprender sobre información nueva que comparten otros profesionales 61.58% y procedimientos clínicos compartidos en las redes mediante videos 79.18%, Ajwa N, et al (27) menciona que el 54.9% de Cirujanos dentistas opinan que las redes sociales les ayudan como medio de educación. Pero también hubo diferencias con los estudios de Parmar N, et al (28), el cual no mostró el uso de redes sociales para el mejoramiento u obtención de conocimientos como un punto importante en su estudio, esto se pudo deber a que en el año donde se publicó dicho estudio aún no era tan relevante la educación virtual por tanto el compartir información

educativa o usar las redes para buscar información nueva como medio de aprendizaje no era un procedimiento cotidiano como para los posteriores estudios ya mencionados.

Por otro lado, en este estudio se demostró que la plataforma más usada fue WhatsApp seguido por Facebook e Instagram; estos resultados coincidieron con Al-Kalifha K, et al (22) donde un 96.5% escogió WhatsApp en ambos grupos etarios que participaron en dicho estudio; se observó también que otras plataforma elegidas fueron Twitter como la segunda más elegida en el grupo etario menores de 35 años e Instagram con un 61.1% en el grupo de mayores de 35 años, Chérrez I, et al (24) menciona en su estudio que WhatsApp también fue la más usada en un 97.4% para la comunicación con otros profesionales y un 93.6% usada para comunicación con pacientes por último Aboalshamat K, et al (26) registró también que WhatsApp fue la plataforma elegida; pero Ghandi D, et al (21), Bahabri R, et al (23), Hamasha A, et al (25), Ajwa N, et al (27) y Parmar N, et al (28) no coincidieron con los anteriores, ya que ellos mencionaron que las plataformas más usadas fueron Facebook un 46.5 %, YouTube 75%, Twitter un 35%, Instagram 23.6% y nuevamente Facebook 37% como las preferidas, respectivamente; lo cual pudo deberse a que estos últimos no consideraron la aplicación de WhatsApp como red social, más si otras aplicaciones como las ya mencionadas.

La promoción de la práctica dental y elección del proveedor de atención gracias al uso de redes sociales como medio de Marketing, es uno de los puntos tocados en este estudio, el cual arrojó resultados similares con Al-Kalifha K, et al (22) reportaron que un 80% de los participantes de su estudio creen que las redes sociales juegan un papel activo con respecto a la elección del proveedor de salud dental, Bahabri R, et al (23) menciona que la mayoría de participantes de su estudio considera que las redes sociales son un medio de promoción de la práctica siendo considerado una ventaja significativa sobre aquellos que no usan redes sociales, Chérrez I, et al (24) mencionaron que un 90.6% de participantes coinciden que las redes sociales ayudan a promover los servicios profesionales que ofrece su consulta, Hamasha A, et al (25) sostuvieron que un 68% de participantes de su estudio usaron las redes sociales para la captación de nuevos

pacientes usando resultados de tratamiento como medio de atracción para ellos, Ajwa N, et al (27) nos dicen que cerca de 38.6% de Cirujanos Dentistas estuvieron de acuerdo que las redes sociales se usan como herramienta de marketing y Parmar N, et al (28) también coincidió con este estudio ya que mencionó que un 62% de Cirujanos Dentistas que participaron en su investigación sostuvieron una actitud positiva con respecto a las redes sociales como una herramienta efectiva para llegar a nuevos pacientes; pero a diferencia de los autores ya mencionados también hubo algunos que no tocaron dicho punto a comparar, tanto Ghandi D, et al (21) como Aboalshamat K, et al (26), pudiendo ser porque no lo consideraron como un tema importante con respecto a la práctica dental a diferencia de los primeros y este estudio, donde sí fueron tomados en cuenta, ya que el marketing digital es una herramienta importante hoy en día para darse a conocer tanto profesionalmente como al lugar de trabajo, promocionando así los servicios que se ofrecen y el tipo de procedimientos que realizan.

Referente a la existencia de relación entre el uso de redes sociales y la edad Ghandi (21) reportó que si existió relación ( $p=0.029$ ), así como Al-Khalifa, et al. (22) y Bahabri R, et al. (23) encontraron relación entre la edad y el uso de las plataformas de redes sociales  $p=0.001$  y  $p=0.0009$  respectivamente; mientras que los demás autores no mencionaron información sobre ello. Esto pudo deberse a que solo se enfocaron en el tema principal sobre el uso de redes en la práctica dental mas no si existe o no una relación con la edad y sexo, no se profundizó sobre los diferentes grupos etarios que fueron evaluados en cada investigación ni tampoco con respecto a los participantes hombres como mujeres, variables que si fueron tomadas en este estudio para así poder tener una visión más amplia en relación a ellas.

La fortaleza de la presente investigación fue los resultados positivos que se dieron a conocer con respecto a las redes sociales y su presencia en la práctica dental; siendo este un aporte para esta era tecnológica en la que vivimos. Metodológicamente se cuidó los probables erros sistemáticos que se podrían haber generado, sin embargo, una debilidad de este estudio fue que solo se realizó en la población de Trujillo, muestra que no abarca todo el país.

Adicionalmente en este trabajo no se consideró la especialidad del Cirujano Dentista, hecho que posiblemente podría habernos dado otra visión sobre el uso de las redes sociales según la especialidad que se ejerce. Por otra parte, en esta oportunidad no se llevó a cabo una comparación respecto al lugar de trabajo del profesional, ya sea una clínica particular o un hospital del Estado; punto a considerar para posteriores investigaciones.

Esta investigación ha demostrado ser relevante en el contexto social por diferentes razones, una de ellas a considerar es que las redes sociales han revolucionado la manera en que las personas comparten información, se comunican y se relacionan entre sí; siendo que en el campo de la odontología no es un tema ajeno a nuestra realidad. Por ejemplo, las redes permiten a los profesionales llegar a un público más amplio y diversificado, compartiendo con ellos recursos educativos e información además de promover la prevención de la salud bucal. Las redes han demostrado ser una herramienta valiosa ya que permite recopilar y analizar datos importantes que permiten al profesional desarrollarse en tiempo real en el ámbito de investigación y adquisición de nuevos conocimientos. Las redes también pueden ser usadas para mejorar la atención en la práctica diaria, ya que fomentan la colaboración entre profesionales compartiendo casos clínicos y soluciones para tener diferentes puntos de vista sobre tratamientos innovadores y así proporcionarles a los pacientes las mejores soluciones a las diversas enfermedades bucodentales.

Por otro lado, también debemos tener en cuenta que, si bien las redes sociales tienen un rol importante en nuestra sociedad, se debe considerar el correcto uso de ellas respetando las regulaciones y prácticas éticas, lo cual favorece la experiencia del uso de ellas obteniéndose los mejores beneficios que proporciona en la práctica dental, respetando siempre la integridad del paciente y sus derechos.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. El uso de redes sociales cumple un rol activo en la práctica dental de los Cirujanos Dentistas de Trujillo en diferentes ámbitos tales como educativos, comunicativos y de marketing.
2. Si existe una relación entre el uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo en el año 2022 y la edad.
3. No existe una relación entre el uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo en el año 2022 y el sexo.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- Se recomienda realizar nuevamente la investigación en Cirujanos Dentistas de otros lugares del país.
- Se propone ejecutar la investigación una vez más, tomando en cuenta la especialidad que ejerce el Cirujano Dentista.
- Se sugiere comparar grupos de distintas regiones donde el acceso a Internet es diferente para los Cirujanos Dentistas que ejercen la profesión en dicho lugar.
- Se recomienda comparar grupos según el lugar de trabajo donde ejerce, ya sea un establecimiento privado o estatal.
- Se recomienda realizar esta investigación en un futuro no muy lejano ya que las Redes Sociales son dinámicas y pueden cambiar en el tiempo.



## REFERENCIAS

1. Barrot JS. Social media as a language learning environment: a systematic review of the literature (2008-2019). *Comput Assist Lang Learn*[Internet].2021 [citado 21 de septiembre de 2022];35(9):2534-62. DOI:10.1080/09588221.2021.1883673
2. Knowledge at Wharton Staff. The Impact of Social Media: Is it Irreplaceable? [Internet] Pennsylvania: Knowledge at Wharton; 2019 [citado 21 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/impact-of-social-media/>
3. Toivonen T, Heikinheimo V, Fink C, Hausmann A, Hiippala T, Järv O, et al. Social media data for conservation science: A methodological overview. *Biol Conserv.* [Internet].2019[citado 21 de septiembre de 2022];2338(2019):298-315. DOI: 10.1016/j.biocon.2019.01.023
4. Alhumaid KF. Qualitative Evaluation: Effectiveness of Utilizing Digital and Social Media in Education. *Utopía Prax Latinoam* [Internet].2020[citado 21 de septiembre de 2022];25(6):466-76. DOI:10.5281/zenodo.3987663
5. Aljaad NHM. The Role of Social Communication Tools in Education from the Saudi Female Students' Perceptions. *Int Educ Stud*[Internet].2016[citado 21 de septiembre de 2022];9(8):194-202. DOI: 10.5539/ies.v9n8p194
6. Irbo MM, Mohammed AA. Social media, business capabilities and performance: A review of literature. *Afr J Bus Manag*[Internet].2020[citado 21 de septiembre 2022];14(9):271-7. DOI: 10.5897/AJBM2019.8825
7. Redes sociales 2021 [Internet]. Ipsos.2021[citado 21 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>
8. Chen J, Wang Y. Social Media Use for Health Purposes: Systematic Review. *J Med Internet Res*[Internet].2021[citado 21 de septiembre 2022];23(5): e17917. DOI: 10.2196/17917
9. Yang Q. Are Social Networking Sites Making Health Behavior Change Interventions More Effective? A Meta-Analytic Review. *J Health Commun*[Internet].

2017[citado 21 de septiembre 2022];22(3):223-33. DOI: 10.1080/10810730.2016.1271065

10. Shi J, Poorisat T, Salmon CT. The Use of Social Networking Sites (SNSs) in Health Communication Campaigns: Review and Recommendations. *Health Commun[Internet]*. 2018[citado 21 de septiembre de 2022];33(1):49-56. DOI: 10.1080/10410236.2016.1242035

11. Cheston CC, Flickinger TE, Chisolm MS. Social media use in medical education: a systematic review. *Acad Med J Assoc Am Med Coll[Internet]*.2013[citado 21 de septiembre];88(6):893-901. DOI: 10.1097/ACM.0b013e31828ffc23

12. Charles-Smith LE, Reynolds TL, Cameron MA, Conway M, Lau EHY, Olsen JM, et al. Using Social Media for Actionable Disease Surveillance and Outbreak Management: A Systematic Literature Review. *PloS One[Internet]*. 2015[citado 21 de septiembre];10(10):e0139701. DOI: 10.1371/journal.pone.0139701

13. Korda H, Itani Z. Harnessing social media for health promotion and behavior change. *Health Promot Pract[Internet]*. 2013[citado 21 de septiemre];14(1):15-23. DOI: 10.1177/1524839911405850

14. Moorhead SA, Hazlett DE, Harrison L, Carroll JK, Irwin A, Hoving C. A new dimension of health care: systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *J Med Internet Res[Internet]*. 2013[citado 21 de septiembre 2022];15(4):e85. DOI: 10.2196/jmir.1933

15. Benetoli A, Chen TF, Schaefer M, Chaar B, Aslani P. Do pharmacists use social media for patient care? *Int J Clin Pharm[Internet]*. 2017[citado 21 de septiembre de 2022];39(2):364-72. DOI: 10.1007/s11096-017-0444-4

16. Ranschaert ER, Van Ooijen PMA, McGinty GB, Parizel PM. Radiologists' Usage of Social Media: Results of the RANSOM Survey. *J Digit Imaging[Internet]*. 2016[citado 21 de septiembre de 2022];29(4):443-9. DOI: 10.1007/s10278-016-9865-1

17. Hermansyah A, Sukorini AI, Asmani F, Suwito KA, Rahayu TP. The contemporary role and potential of pharmacist contribution for community health

using social media. *J Basic Clin Physiol Pharmacol*[Internet]. 2019[citado 21 de setiembre de 2022];30(6): 20190329. DOI: 10.1515/jbcpp-2019-0329

18. Mahapatra I, Nagarajappa R, Satyarup D, Mohanty S. Social Networking in Dentistry: A Review. *Indian J Public Health Res Dev*[Internet].2019[citado 21 de septiembre];10(11):1162-66. DOI: 10.5958/0976-5506.2019.03672.6

19. Alalawi A, Aljuaid H, Natto ZS. The Effect Of Social Media On The Choice Of Dental Patients: A Cross-Sectional Study In The City Of Jeddah, Saudi Arabia. *Patient Prefer Adherence*[Internet]. 2019[citado 21 de septiembre de 2022];13:1685-92. DOI: 10.2147/PPA.S213704

20. Ventola CL. Social Media and Health Care Professionals: Benefits, Risks, and Best Practices. *Pharm Ther*[Internet].2014[citado 21 de septiembre de 2022];39(7):491-520. PMID: PMC4103576

21. Ghandhi D, Bodani N, Lal A, Maqsood A, Ahmed N, Basha S, et al. Evaluation of Social Media Usage by Dental Practitioners of Pakistan for Professional Purposes – A Cross-Sectional Study. *Clin Cosmet Investig Dent*[Internet]. 2022[citado 22 de septiembre de 2022]; 14:245-52. DOI: 10.2147/CCIDE.S374111

22. Al-Khalifa KS, Al-Swuailem AS, AlSheikh R, Muazen YY, Al-Khunein YA, Halawany H, et al. The use of social media for professional purposes among dentists in Saudi Arabia. *BMC Oral Health*[Internet]. 2021[citado 22 de setiembre de 2022];21(1):26-33. DOI: 10.1186/s12903-021-01390-w

23. Bahabri RH, Zaidan AB. The impact of social media on dental practice promotion and professionalism amongst general dental practitioners and specialists in KSA. *J Taibah Univ Med Sci*[Internet]. 2021[citado 22 de septiembre de 2022];16(3):456-60. DOI: 10.1016/j.jtumed.2020.12.017

24. Chérrez-Ojeda I, Vera C, Vanegas E, Gallardo JC, Felix M, Espinoza-Fuentes F, et al. The use of information and communication technologies in Latin American dentists: a cross-sectional study from Ecuador. *BMC Oral Health*[Internet]. 2020[citado 22 de septiembre de 2022];20(1):146-54. DOI: 10.1186/s12903-020-01137-z

25. Hamasha AAH, Alghofaili N, Obaid A, Alhamdan M, Alotaibi A, Aleissa M, et al. Social Media Utilization among Dental Practitioner in Riyadh, Saudi Arabia. *Open Dent J* [Internet]. 2019 [citado 22 de septiembre de 2022];13(1):101-6. DOI: 10.2174/1874210601913010101
26. Aboalshamat K, Alkiyadi S, Alsaleh S, Reda R, Alkhalidi S, Badeeb A, et al. Attitudes toward Social Media among Practicing Dentists and Dental Students in Clinical Years in Saudi Arabia. *Open Dent J* [Internet]. 2019 [citado 22 de septiembre de 2022];13(1): 143-9. DOI: 10.2174/1874210601913010143
27. Ajwa N, Mohsen SA, Kuwail A, Osaif EA. The Impact of Using Social Media Networks on Dental Treatment Marketing in Saudi Arabia: The Practitioners and Patient's Perspectives. *J Oral Health Dent*[Internet]2018[citado 22 de septiembre de 2022] 2(4):305-9.
28. Parmar N, Dong L, Eisingerich AB. Connecting With Your Dentist on Facebook: Patients' and Dentists' Attitudes Towards Social Media Usage in Dentistry. *J Med Internet Res*[Internet]. 2018[citado 22 de septiembre de 2022];20(6):e10109. DOI: 10.2196/10109
29. Kapoor KK, Tamilmani K, Rana NP, Patil P, Dwivedi YK, Nerur S. Advances in Social Media Research: Past, Present and Future. *Inf Syst Front*[Internet]. 2018[citado 23 de septiembre de 2022];20(3):531-58. DOI: 10.1007/s10796-017-9810-y
30. Fraticelli L, Smentek C, Tardivo D, Masson J, Clément C, Roy S, et al. Characterizing the Content Related to Oral Health Education on TikTok. *Int J Environ Res Public Health*[Internet]. 2021[citado 23 de septiembre de 2022];18(24):13260. DOI: 10.3390/ijerph182413260
31. Melkers J, Hicks D, Rosenblum S, Isett KR, Elliott J. Dental Blogs, Podcasts, and Associated Social Media: Descriptive Mapping and Analysis. *J Med Internet Res*[Internet]. 2017[citado 23 de septiembre de 2022];19(7):e269. DOI: 10.2196/jmir.7868
32. Sharka R, San Diego J, Nasseripour M, Banerjee A. Identifying Risk Factors Affecting the Usage of Digital and Social Media: A Preliminary Qualitative Study in

the Dental Profession and Dental Education. Dent. J [Internet].2021 [citado 24 de septiembre de 2022]; 9(5):53. DOI: 10.3390/dj9050053

33. Sánchez MA, Sánchez GP. El rol de las redes sociales virtuales en la difusión de información y conocimiento: estudio de casos. Univ Empresa[Internet].2017[citado 24 de septiembre de 2022] 19(32):107-35. DOI: 10.12804/http://revistas.uosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/4847

34. Pessoa Giasanti Tavares AR, Taboada Sobral AP, Jansiski Motta L. Uso de la aplicación WhatsApp por estudiantes de Odontología de Sao Paulo, Brasil. Rev Cuba Inf En Cienc Salud[Internet].2016[citado 24 de septiembre de 2022];27(4):503-14.

35. Padrón M, Manresa C, Villarroel-Dorrego M. RED SOCIAL INSTAGRAM COMO HERRAMIENTA DE MERCADEO EN ODONTOLOGÍA. IMPLICACIONES BIOÉTICAS. Acta Odontológica Venez [Internet]. 2019 [citado 24 de septiembre de 2022];57(2):23620.

36. Salim NA, Jubair F, Hassona YM, Izriqi S, Al-Fuqaha'a D. Esthetic Dentistry on Twitter: Benefits and Dangers. Int J Dent[Internet].2021[citado 24 de septiembre de 2022];2021(1): e5077886. DOI: 10.1155/2021/5077886

37. YouTube use among dental students for learning clinical procedures: A multi-institutional study - Burns - 2020 - Journal of Dental Education - Wiley Online Library [Internet]. 2020[citado 24 de septiembre de 2022];84(10):1151-8. DOI: 10.1002/jdd.12240

38. Dewshi C. Dentistry on TikTok - oh no. Br Dent J[Internet]. 2021[citado 24 de septiembre de 2022];231(7):379. DOI:10.1038/s41415-021-3546-2

39. Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. Guía Práctica para la formulación y ejecución de proyectos de investigación y 23 desarrollo (I+D). CONCYTEC. 2020 [citado 24 de septiembre de 2022] Disponible en:

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1423550/GU%C3%8DA%20PR%C3%81CTICA%20PARA%20LA%20FORMULACI%C3%93N%20Y%20EJECUCI%C3%93N%20%20DE%20PROYECTOS%20DE%20INVESTIGACI%C3%93N%20Y%20DESARROLLO-04-11-2020.pdf.pdf>

40. Hernández R. Metodología de la Investigación 6 ed. [Internet] México, D.F: Mc Graw-Hill. [internet] 2014 [citado 20 de enero de 2023] Disponible en: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
41. Cejas C. A 50 años de la declaración de Helsinki. Rev Argent Radiol.; 78(1):1-2. [internet] 2014 [citado 20 de enero de 2023] Disponible en: [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-99922014000100001&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1852-99922014000100001&script=sci_arttext&tlng=pt)
42. Azulay A. Los principios bioéticos: ¿se aplican en la situación de enfermedad terminal? An. Med. Interna(Madrid)[Internet]. 2001[citado 24 de septiembre de 2022]; 18(12):650-4. Disponible en: [https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-71992001001200009#:~:text=Los%20principios%20bio%C3%A9ticos%20que%20propusieron,humanista%20de%20la%20asistencia%20sanitaria.](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-71992001001200009#:~:text=Los%20principios%20bio%C3%A9ticos%20que%20propusieron,humanista%20de%20la%20asistencia%20sanitaria.)
43. Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.6 en línea]. [citado 21 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://dle.rae.es/edad?m=form>
44. Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed., [versión 23.6 en línea]. [citado 21 de septiembre]. Disponible en: <https://dle.rae.es/sexo?m=form>

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	TIPO / ESCALA DE MEDICIÓN
Uso de redes sociales	Ejecución de una estructura social virtual. (3)	Frecuencia y porcentaje de las respuestas de cada una de las preguntas del cuestionario.	Uso de redes sociales	Frecuencia y porcentaje	Cualitativa / nominal
Edad	Tiempo que ha vivido una persona o ciertos animales o vegetales (43)	Años cumplidos hasta el momento de realizar la encuesta.	Edad	Años	Cuantitativa / de razón
Sexo	Condición orgánica, masculina o femenina (44)	Según la opción que elijan al responder la encuesta.	Sexo	Masculino Femenino	Cualitativa / nominal

## ANEXO 2

### INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### I. Datos personales:

##### 1. Edad:

- 22 a 29 años
- 30 a 59 años
- 60 a más años

##### 2. Sexo:

- Femenino
- Masculino

#### II. Uso de redes sociales

Lea las siguientes preguntas y responda según su elección

##### 1. Uso de las redes sociales en general (en horas)

- a) menos de 30 min
- b) más de 30 min pero menos de 3h
- c) más de 3h pero menos de 6h
- d) más de 6h.

##### 2. Uso de internet relacionado a la práctica dental (en horas)

- a) menos de 30 min
- b) más de 30 min pero menos de 3h
- c) más de 3h pero menos de 6h
- d) más de 6h.

##### 3. Herramienta de comunicación preferida en su consulta dental con los pacientes:

- a) redes sociales



- b) e-mail
- c) teléfono
- d) en persona.

4. ¿Con qué frecuencia utiliza alguna de las siguientes aplicaciones de redes sociales? (marque todo lo que corresponda)

	Diario	Semanal	Casi nunca	Nunca
Facebook:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instagram:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Snapchat:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Twitter:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
WhatsApp:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LinkedIn:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
YouTube:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Cuál de los siguientes medios en línea ofrece actualmente su lugar de trabajo para que los pacientes accedan? (marque todo lo que corresponda)

Seleccione como máximo 6 opciones

- a) Sitio web
- b) Facebook
- c) Twitter
- d) Instagram
- e) Snapchat
- f) WhatsApp
- g) Mensaje de texto

- h) Ninguna de las anteriores.
6. ¿Habla alguna vez con sus pacientes sobre el uso de Internet o de las redes sociales? ejemplo: para acceder a información en línea sobre su condición.
- a) Sí
  - b) No
  - c) Tal vez
7. ¿Crees que las redes sociales pueden ayudarte a mejorar tus conocimientos y habilidades en tu carrera?
- a) Sí
  - b) No
  - c) Tal vez
8. ¿Los dentistas tienen el deber de refutar la información de salud inapropiada o inexacta publicada en línea?
- a) Sí
  - b) No
  - c) Tal vez
9. ¿Se sentiría cómodo realizando una consulta con un paciente a través de Skype (u otras telecomunicaciones en línea)?
- a) Sí
  - b) No
  - c) Tal vez
10. ¿Es apropiado que los dentistas busquen información en las redes sociales sobre un paciente como parte de la práctica clínica habitual?
- a) No estoy de acuerdo

b) Me es indiferente

c) Estoy de acuerdo.

11. Dudo que un paciente confíe en mi consejo si obtuve la información de una aplicación de teléfono móvil o sitio web relacionado con la medicina.

a) No estoy de acuerdo

b) Me es indiferente

c) Estoy de acuerdo

12. ¿Las redes sociales afectarían la elección del odontólogo u odontóloga por parte de los pacientes?

a) No estoy de acuerdo

b) Me es indiferente

c) Estoy de acuerdo.

## ANEXO 3

### CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Donde:

$$Z = 1.96$$

$$P = 68.3\% = 0.683$$

$$Q = 1 - P = 1 - 0.683 = 0.317$$

$$E = 5\% = 0.05$$

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.683)(0.317)}{(0.05)^2} = 332.7 \cong 333$$

## ANEXO 4

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN  
ESCUELA PROFESIONAL DE ESTOMATOLOGÍA

---

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

---

**INSTITUCION:** UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**INVESTIGADORA:** Beatriz Nérida Martínez Espinoza

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:** Uso de redes sociales en la práctica dental de Cirujanos Dentistas de Trujillo, 2022

---

**PROPÓSITO DEL ESTUDIO:** Estamos invitando a usted a participar en el presente estudio (el título puede leerlo en la parte superior) con fines de investigación.

**PROCEDIMIENTOS:** Si usted acepta participar en este estudio se le solicitará que responda una encuesta, de manera anónima, que consta de 14 preguntas de alternativa múltiple. El tiempo a emplear no será mayor a 10 minutos.

**RIESGOS:** Usted no estará expuesto(a) a ningún tipo de riesgo en el presente estudio.

**BENEFICIOS:** Los beneficios del presente estudio no serán directamente para usted, pero le permitirán a la investigadora y a las autoridades de Salud, aportar datos necesarios sobre el tema antes mencionado y así contribuir con futuras investigaciones relacionadas al gremio odontológico. Si usted desea comunicarse con la investigadora para conocer los resultados del presente estudio puede hacerlo mediante el siguiente contacto: [bemares93@gmail.com](mailto:bemares93@gmail.com)

**COSTOS E INCENTIVOS:** Participar en el presente estudio no tiene ningún costo ni precio. Así mismo **NO RECIBIRÁ NINGÚN INCENTIVO ECONÓMICO** ni de otra índole.

**CONFIDENCIALIDAD:** Le garantizamos que sus resultados serán utilizados con absolutamente confidencialidad, ninguna persona, excepto la investigadora tendrá acceso a ella. Su nombre no será revelado en la presentación de resultados ni en alguna publicación.

**USO DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA:** Los resultados de la presente investigación serán conservados durante un periodo de 5 años para que de esta manera dichos datos puedan ser utilizados como antecedentes en futuras investigaciones relacionadas.

Se contará con la autorización del Comité de Ética en Investigación de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad César Vallejo, Filial Piura cada vez que se requiera el uso de la información almacenada.

#### CONSENTIMIENTO

He leído el presente documento por lo que **ACEPTO** voluntariamente a participar en este estudio, también entiendo que puedo decidir no participar, aunque ya haya aceptado y que puedo retirarme del estudio en cualquier momento.

ANEXO 5

FOTOS











**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE ESTOMATOLOGÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, HEBER ISAC ARBILDO VEGA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de ESTOMATOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "USO DE LAS REDES SOCIALES EN LA PRÁCTICA DENTAL DE CIRUJANOS DENTISTAS DE TRUJILLO, 2022", cuyo autor es MARTINEZ ESPINOZA BEATRIZ NERIDA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 26.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 01 de Marzo del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
HEBER ISAC ARBILDO VEGA <b>DNI:</b> 44953314 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3689-7502	Firmado electrónicamente por: HARBILDOV el 02- 03-2023 06:56:40

Código documento Trilce: TRI - 0535310