

UNIVERSIDAD NACIONAL DE AGRICULTURA

**IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL CRECIMIENTO Y
SOSTENIBILIDAD EN MICROS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE
CATACAMAS, OLANCHO, EN EL PERIODO COMPRENDIDO DEL 2020 -
2023.**

**POR:
RENÉ RIOS LARA**

ANTEPROYECTO DIAGNÓSTICO



CATACAMAS

OLANCHO

MAYO, 2024

**IMPORTANCIA DE LAS REDES SOCIALES EN EL CRECIMIENTO Y
SOSTENIBILIDAD EN MICROS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE
CATACAMAS, OLANCHO, EN EL PERIODO COMPRENDIDO DEL 2020 -
2023.**

**POR:
RENÉ RIOS LARA**

JHUNIOR ABRAHAM MARCIA FUENTES M.SC.

Asesor Principal

ANTEPROYECTO DIAGNOSTICO PRESENTADO A LA UNIVERSIDAD
NACIONAL DE AGRICULTURA COMO REQUISITO PREVIO A LA
OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE
EMPRESAS AGROPECUARIAS

CATACAMAS

OLANCHO

MAYO, 2024

CONTENIDO

pagina

LISTA DE CUADROS	v
LISTA DE FIGURAS	vi
LISTA DE ANEXOS	vii
RESUMEN	8
1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS	10
2.1 Objetivo general	10
2.2 Objetivos específicos	10
3. REVISIÓN DE LITERATURA	11
3.1 Redes sociales de internet	11
3.1.1 Para qué sirven las redes sociales en internet	11
3.1.2 Principales redes sociales a nivel mundial	12
3.1.3 Facebook	12
3.1.4 YouTube	12
3.1.5 WhatsApp	13
3.1.6 Instagram	13
3.1.7 WeChat	13
3.1.8 Tik Tok	14
3.1.9 Redes sociales más utilizadas en Honduras	14
3.2 Microempresas	14
3.2.1 Actividad económica de las microempresas	15
3.2.2 Microempresas en Honduras	15
3.2.3 Sostenibilidad y crecimiento	15
3.3 Bases legales para las microempresas	16
3.3.1 Impacto de la pandemia en las microempresas	16
3.4 Definición de términos	16
4. MATERIALES Y MÉTODOS	18

4.1 Descripción del lugar.....	18
4.2 Metodología de investigación.....	19
4.3 Diseño de la investigación.....	19
4.3.4 Variables a evaluar.....	19
4.3.5 Población y muestra.....	21
4.3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
4.3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	22
4.4 Cronograma	22
BIBLIOGRAFÍA	24

LISTA DE CUADROS

	Pagina
Cuadro 1: Operacionalización de variables	17
Cuadro 2: Aspectos de la variable uno	20
Cuadro 3: Aspectos de la variable dos.....	20
Cuadro 4: Aspectos de la variable tres.....	20
Cuadro 5: Formula finita	21
Cuadro 6: Principales actividades a realizar.....	22
Cuadro 7: Presupuesto a utilizar.....	23

LISTA DE FIGURAS

	Pagina
Figura 1: Mapa de ubicación del municipio de Catacamas	18

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a practicar	29
-------------------------------------	----

RESUMEN

En la actualidad aproximadamente 4,760 millones de personas están conectadas en alguna o más redes sociales que existen en internet, por esa razón se realizara este estudio para conocer la incidencia de las redes sociales de internet en el crecimiento y sostenibilidad en micros empresas en la ciudad de Catacamas, entre 2020 - 2023. Además, se va identificar el porcentaje que utilizan las redes sociales promover su producto, así mismo se determinará el potencial trasformador, y se establecerá porcentualmente como inciden las redes sociales en la relación empresa cliente a partir del flujo de venta. Para obtener información se les aplicara una encuesta donde se contemplan las variables como redes sociales, crecimiento y sostenibilidad de las empresas. Esta información se tabulará en gráficas para poder analizarla, después se llegará a conclusiones con las cuales se podrán hacer recomendaciones.

Palabras clave: internet, crecimiento y sostenibilidad.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, en los negocios el impacto de las redes sociales en internet es muy importante ya que las exigencias y gustos de los potables clientes cambian en la medida que se relacionan, consumen y se entretienen a diario. Además, se sabe que en la actualidad un aproximando de 4,760 millones de personas están conectadas en alguna o más redes sociales que existen en internet.

Por eso es importante para una empresa tener un buen posicionamiento en las redes porque así su marca alcanzará muchos beneficios. En sentido, se realizará una investigación para dimensionar la importancia de las redes sociales en el crecimiento y sostenibilidad en micros empresas en la ciudad de Catacamas, Olancho, entre 2020 - 2023.

En esta investigación se utilizará un enfoque de carácter no experimental, por lo tanto, se garantizará no manipular las variables ni de los fenómenos observados, más bien, se establecerán conclusiones de la realidad apreciada tal y como se desarrollarán en su contexto natural.

Con esta investigación se conocerá la incidencia de las redes sociales de internet en el crecimiento y sostenibilidad, también se identificará el porcentaje de micros empresas que utilizan las redes sociales, además, se determinara cual es el potencial transformador del uso de las redes sociales en el flujo de venta, así también, se va establecer porcentualmente como inciden las redes sociales en la relación empresa cliente.

Para obtener información de micros empresas, se les aplicara una encuesta que contiene 25 preguntas donde se contemplan las variables como redes sociales, crecimiento y sostenibilidad de las empresas. Esta información se tabulará en gráficas para poder analizarla, después se llegará a conclusiones con las cuales se podrán hacer recomendaciones.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Conocer la incidencia de las redes sociales de internet en el crecimiento y sostenibilidad en micros empresas en la ciudad de Catacamas, entre el periodo 2020 - 2023.

2.2 Objetivos específicos

1. Identificar el porcentaje de micros empresas que utilizan las redes sociales para promover su producto.
2. Determinar el potencial transformador del uso de las redes sociales en el flujo de ventas de micros empresas mediante una encuesta.
3. Establecer porcentualmente como inciden las redes sociales en la relación empresa cliente a partir del flujo de venta.

3. REVISIÓN DE LITERATURA

3.1 Redes sociales de internet

Se definen como los vínculos y conductas de las personas involucradas en el proceso comunicativo con el fin de satisfacer sus necesidades sociales y psicológicas. También, se define como la capacidad de interactividad en las redes y el rol activo que pueden asumir los individuos en el supuesto de lo que siente y piensa, lo cual tiene su origen y se manifiesta en las pautas de las relaciones situacionales que se dan entre los actores. Por lo que todo indica que el salto tecnológico que se ha producido entre las redes sociales ha revolucionado la comunicación (De Pietro y Pablo, 2010).

3.1.1 Para qué sirven las redes sociales en internet

Los usuarios hacen uso de estas redes sociales por diferentes razones, algunas de esas razones son: Para tener amistades y/o contactos; búsqueda de información y generación de recomendaciones; creación y personalización de los perfiles; subir sus propios contenidos ya sea mensajes, publicaciones, fotos, vídeo o música; compartir contenidos de terceros en forma de enlaces, concursos, encuestas, etc.; publicar mensajes privados o públicos; sistemas de mensajería instantánea; colaborar con otra gente creando grupos para mantener discusiones, compartir y comentar contenidos (Durango, 2018).

3.1.2 Principales redes sociales a nivel mundial

Web Hootsuite, es una plataforma encargada de impulsar el marketing digital de las cuentas en las redes sociales para impulsar las ventas en sus negocios, el punto es que esa plataforma mostró que, a nivel mundial hasta finales del año 2022, las principales redes sociales más utilizadas de mayor a menor son; Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, WeChat y TikTok concluyo diciendo el autor del artículo en mención (Canto, 2022). Además, hay que considerar que hay aproximadamente 4,760 millones de usuarios de redes sociales en 2023, y se incrementaron un 3 % desde el 2022 (Santos, 2023).

3.1.3 Facebook

Facebook es fundada en el 2004, tiene aproximadamente 2,200 millones de usuarios. Actualmente su objetivo es conectar personas con personas a nivel global para que sus suscriptores entre varias cosas puedan; localizar amigos que estén en la red social y solicitarles amistad, servicio de Messenger que funciona como un chat entre usuarios, crear grupos donde se juntan personas afines que comparten mensajes, páginas que pertenecen a una empresa o persona, biografía para que cada usuario, botones de reacción para compartir un sentimiento, juegos para jugar sin salir de la plataforma y por último los usuarios pueden interaccionar a través de Facebook Live (AREMETRICS, 2022).

3.1.4 YouTube

Es una plataforma para subir y compartir vídeos, esta plataforma comenzó a ponerse en marcha en el año 2005, aproximadamente tenía dos mil millones de usuarios en el 2022. YouTube se enfoca en; quitar el contenido que infrinja sus políticas, reducir información errónea, destacar fuentes confiables de información y recompensar a los creadores de confianza. En este canal el usuario puede crearse una cuenta gratis, las opciones más destacadas son: Personalizar el canal y crear listas de reproducción; Incluir publicidad si se cumplen los requisitos estipulados; Compartir vídeos con el público o hacerlo de forma

privada; Descargar de vídeos es sencilla y es un excelente portal para hacer negocios creando canales (UPC, 2018).

3.1.5 WhatsApp

El nombre WhatsApp es un juego de palabras con la frase "What's Up" (¿Cómo estás?), esta plataforma tiene 2000 millones de usuario en más de 180 países donde cada usuario tiene las opciones de mantenerse en contacto con amigos y familiares en cualquier momento y lugar enviando mensajes y haciendo llamadas de manera simple, segura y confiable en teléfonos de todo el mundo. WhatsApp nació como una alternativa para enviar y recibir una variedad de archivos multimedia, por ejemplo; texto, fotos, videos, documentos y ubicación, así como realizar llamadas. Como los usuarios comparten momentos muy personales la aplicación tiene incorporado un cifrado de extremo a extremo (Sanchez, 2019).

3.1.6 Instagram

La red social de Instagram tienes más de cien millones de usuarios, fue fundada en octubre del 2010, su definición literal es la siguiente: “Imágenes y vídeos (-gram) al instante (insta-)”, por ello, también es conocida como “insta” o “ig”. Lo cual tiene sentido ya que al momento que un usuario publica fotografías y vídeos, son accesibles para sus seguidores en privado y también puede ser público. Esta plataforma surgida como una aplicación móvil, pero en la actualidad se puede publicar contenidos desde el ordenador. Además, su uso se ha extendido tanto, que se ha popularizado el uso para compartir fotografías y vídeos con amigos, familiares o seguidores en general (WEM, 2023).

3.1.7 WeChat

Funciona como Facebook, LinkedIn y Uber, tiene 1,263 millones de usuarios activos mensuales. La aplicación ha sido subsidiada por el gobierno de China desde su creación en 2011, por lo que en ese país con esa plataforma las tiendas aceptan como forma de

pago los códigos QR, por tanto, se puede pagar facturas, consultar los menús, encontrar lugares de reunión, reservar citas médicas, comunicarse contactos comerciales, presentar informes policiales, leer noticias y acceder a los servicios bancarios. Mientras tanto en los Estados Unidos, los usuarios solo pueden pedir un taxi, divertirse con mini juegos, publicar sus historias y enviar dinero (CNN Español, 2019).

3.1.8 Tik Tok

Es una aplicación originaria de China, tenía mil millones de usuarios en el 2020. Esta aplicación funciona de una manera muy simple y divide sus categorías en varios apartados muy bien diferenciados como por ejemplo tiene un canal de Inicio donde encontrar los vídeos más populares, así como los que más encajen con preferencias personales, uno de tendencias en donde están temas virales y el apartado de creación, donde el usuario crea sus propias obras (UPS, 2021).

3.1.9 Redes sociales más utilizadas en Honduras

Según un estudio realizado dice que el Instituto Nacional de Estadística de Honduras, concluyo que de los 10.4 millones de habitantes un 59.6% posee internet, del total de la población el 50.33% son usuarios de redes sociales, lo que se traduce en 5.10 millones de personas que poseen perfiles digitales. El mismo estudio determino que; 4.4 millones son usuarios de Facebook, 4.37 millones de YouTube, 2.75 de Tik Tok, 1.55 de Instagram 580 mil de LinkedIn y 364 mil de Twitter (ILB, 2023).

3.2 Microempresas

De acuerdo con (EE, 2023), una microempresa es la unidad productiva de menor tamaño dentro de las pequeñas y medianas empresas, en relación con su número de empleados, el valor de las ventas y de sus bienes, además, poseen menos de diez empleados y por lo general pertenece a una sola persona. Otras características es que tiene un sistema de

producción artesanal, además, su administración, producción, comercialización y el área financiera pueden ser manejadas por su propietario.

3.2.1 Actividad económica de las microempresas

La actividad de las microempresas y las pequeñas empresas a nivel mundial generan el 70% del empleo y el 50% de los nuevos puestos de trabajo (OIT, 2019). Por su parte en América Latina, dan empleo al 67% del total de trabajadores. Aunque contrasta con respecto a su aporte al PIB ya que es baja, lo cual queda denotado debido a que las grandes empresas tienen niveles de productividad hasta 33 veces más (CEPAL, 2020). Con el agregado que, en Centroamérica, las micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) representan el 95% del parque empresarial, dichas empresas el 55% son administradas por mujeres (EN, 2016).

3.2.2 Microempresas en Honduras

Según datos de (Amaya y Mancias, 2013), en el año 2000, se contabilizaron 257,422 micros y pequeñas empresas, las microempresas de hasta 10 empleados eran el 98 %. En el 2008, el 30 % eran industriales, 60 % comerciales y 10% en servicios. Además, el 80 % son microempresas familiares. En el año 2009, a nivel nacional generaban 2.1 millones de empleos y existían un total de 648,000 pequeñas y medianas empresas. No obstante, hasta febrero del 2023, aproximadamente eran 250,000, las cuales generan el 60% de empleo, aportan 60% del PIB y generan el 70% de empleos. Una característica que tienen, es que su forma de financiamiento es propia o recurren a prestamistas (CNI, 2023).

3.2.3 Sostenibilidad y crecimiento

Algunas empresas integran la sustentabilidad con un fuerte énfasis en el desarrollo social y económico, entonces se considera que negocios sostenibles son aquellos que invierten parte de sus utilidades para beneficiar a las comunidades que viven cerca de sus instalaciones. Esto puede ser en educación, salud, seguridad y generando empleo (Nirian,

2020). Si la empresa cumple lo anterior y además optimiza sus procesos internos, mejora su comunicación organizacional, recluta a más personal, mejora la infraestructura y tecnología, además si consolida la marca y optimiza la producción de bienes y servicios sus clientes aumentarían y tendrá crecimiento económico (CEUPE, 2023).

3.3 Bases legales para las microempresas

En el contexto de la pandemia por el COVID-19, la (La Gasetta, 2020), publicó el decreto número 163-2020, en el cual dice que la crisis causada por la pandemia COVID-19, obligó al Estado de Honduras a tomar medidas que impactó de forma negativa en la economía del país, por lo tanto reformó el párrafo primero del Artículo 3 del Decreto No.145-2018, el cual dice: Son beneficiarios de la presente Ley, las micro y pequeñas empresas que se constituyan, o aquellas que hayan venido operando informalmente y se formalicen, cumpliendo con lo señalado en la presente Ley, en un plazo de treinta y seis (36) meses contado a partir de la entrada en vigencia del presente Decreto.

3.3.1 Impacto de la pandemia en las microempresas

El anterior decreto se debió a que la pandemia Coronavirus (COVID-19) en los últimos tres meses del 2020, el impacto negativo se reflejó en que un 58% operó parcialmente, el 6% no estuvo operando, el 17% operaron al mismo ritmo y un 11% siguió operando, pero cambio de actividad. Con respecto a las que se acogieron al plan de ayuda producto del Decreto No.145-2018, un 80% no se acogió, un 12% parcialmente y 8% totalmente. En ese sentido fueron las pequeñas y microempresas que se acogieron totalmente (STSS, 2020).

3.4 Definición de términos

4. Redes sociales de internet: Es una comunidad virtual en la que personas de distintos lugares tienen la oportunidad de interactuar y compartir contenido en tiempo real (Concepto informático, 2018).

5. Crecimiento económico: Es cuando una empresa optimiza sus procesos internos, mejora su comunicación organizacional, recluta a más personal y sus ingresos económicos aumentan (CEUPE, 2023).
6. Sostenibilidad económica: Es la capacidad de una economía para mantener un nivel deseado de actividad económica a largo plazo (Barraza, 2022).
7. Microempresa: Es la que tiene como máximo 10 trabajadores y el volumen de facturación, anualmente menos de 50 millones de lempiras (Economipedia, 2021).

3.5 Sistema de variables

Cuadro 1: Operacionalización de variables

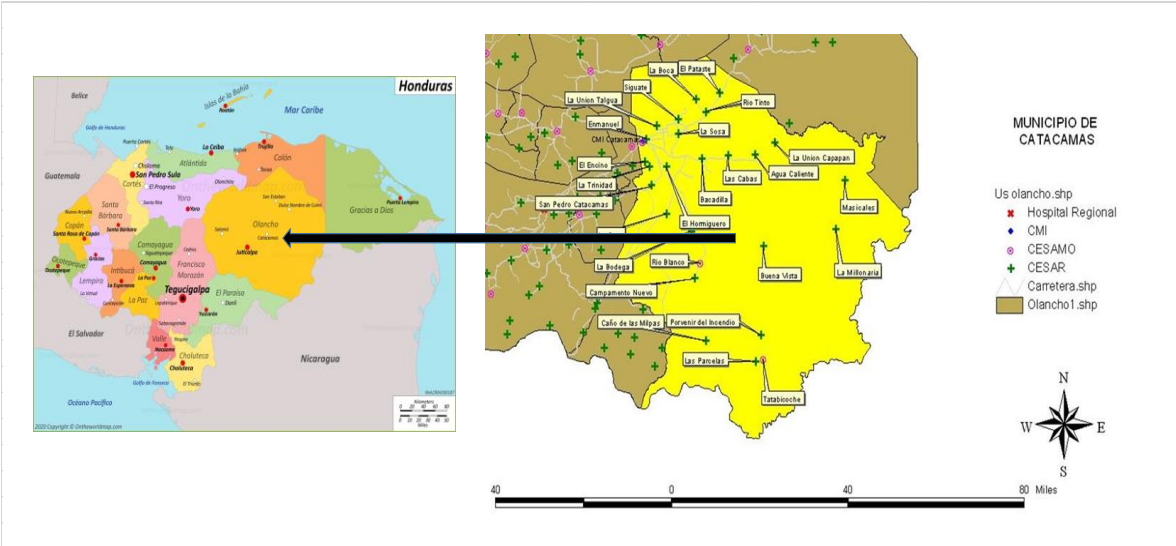
OBJETIVO GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERATIVA	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	NÚMERO DE PREGUNTA
Conocer la incidencia de las redes sociales de internet en el crecimiento y sostenibilidad en micros empresas en la ciudad de Catacamas, entre 2020-2023	Redes sociales de internet	Comunidad virtual en la que personas de distintos lugares interactúan en tiempo real	Herramienta fundamental de venta y acercamiento con los clientes	Participación de voz, referencias y conversaciones, tasa y tiempo de respuesta	Tener buena y permanente señal de internet, página virtual bien diseñada y excelente técnica de comunicación	Encuesta	De la 7 a la 14
	Crecimiento económico	Optimiza procesos internos, mejora comunicación organizacional, recluta más personal e ingresos aumentan	Solucionar una insatisfacción presente en el mercado	Aumento de su rentabilidad	Buen plan de inversión y de administración	Encuesta	De la 15 a la 23
	Sostenibilidad económica	Capacidad de mantener un nivel deseado de actividad económica a largo plazo	Impacto en los sistemas económicos locales	Medioambientales, sociales e institucionales	Planes para cada área	Encuesta	24 y 25

4. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1 Descripción del lugar

De Catacamas no se sabe la fecha de su fundación, pero se tiene información que en 1770 ya tenía regulados sus ejidos, este municipio está situado entre los 14°; 54', 04'', latitud Norte y 85°; 55', 31'', del Meridiano de Greenwich. Su extensión territorial es de 7,228.5 km cuadrados, tiene 14 aldeas, en la actualidad su ciudad cuenta con aproximadamente 79,200 habitantes. De los tres sectores productivos el primario es agricultura y pecuaria, el secundario es la industria y el terciario es servicios y comercio, este último elabora el 45 por ciento del valor bruto de producción (RH, 2023).

Figura 1: Mapa de ubicación del municipio de Catacamas



4.2 Metodología de investigación

En esta investigación se utilizará un enfoque de carácter no experimental, por lo tanto, se garantizará no manipular las variables ni de los fenómenos observados, más bien, se establecerán conclusiones de la realidad apreciada tal y como se desarrollarán en su contexto natural. Para extraer la información de las fuentes primarias (micros empresas) se utilizará un método de investigación de tipo descriptivo, exploratorio y cuantitativo. Con el método descriptivo se obtendrá conocimiento a base de la observación, el método exploratorio será una técnica auxiliar para obtener información que la unidad objeto de estudio no pueda proporcionar y el método cuantitativo permitirá cuantificar la información (Sampieri, 2006).

4.3 Diseño de la investigación

La investigación tendrá un alcance de tipo transaccional o transversal orientado al método descriptivo, por lo tanto, la recolección de datos se realizará en un único momento mediante el abordaje cara a cara con el encuestado. Posteriormente la información recolectada se someterá a un análisis para determinar si las variables han tenido un comportamiento independiente unas de otras.

4.3.4 Variables a evaluar

En este estudio se evaluarán tres variables; Redes sociales de internet, crecimiento económico y sostenibilidad económica, estas variables están reflejadas en los cuadros 2, 3 y 4.

Cuadro 2: Aspectos de la variable uno

Redes sociales en internet	
Audiencia	Cantidad de seguidores que tiene la empresa
Trafico	Determinar de dónde provienen las visitas
Oportunidad de venta	Cuantos de los visitantes se convierten en oportunidad de venta
Clientes	Cuantos se convierten en clientes
Tasa de conversión	Porcentaje de visitas que se materializó en venta

Cuadro 3: Aspectos de la variable dos

Crecimiento económico	
El cliente	Anteponer las necesidades y deseos de los clientes
Conducta y cultura	Entorno donde se valoran las diferencias para innovar
La tecnología	Como aprovechan el poder de la tecnología de la información
Operaciones	Cada aspecto del negocio debe soportar escrutinio para mejorar
Financiamiento	Como determinan la mejor solución financiera
Transacciones y alianzas	Determinar si tienen plan de alianzas para enfrentar presiones futuras
Riesgos	Capacidad de identificar los riesgos

Cuadro 4: Aspectos de la variable tres

Sostenibilidad económica	
La economía	Inversión en infraestructura respetuosa con el medio ambiente
Medio ambiente	Estimulo de la innovación en
Entorno social	Colaboradores estén en el entorno del proceso

4.3.5 Población y muestra

En este estudio la población objeto de estudio está formada por un número limitado de elemento de 1,856 micros empresas de la ciudad de Catacamas, por lo tanto, se considera utilizar la formula finita (ver cuadro 5) en vista que la población no es menor a cien mil. Por lo al introducir el número de población nos arroja una cantidad de 236 micro empresas a encuestar (López y Fachelli, 2015).

Cuadro 5: Formula finita

$n =$	$\frac{z^2 \cdot pqN}{e^2(N-1) + z^2 pq}$
-------	---

Donde:

n; 1856; tamaño de la muestra

z; nivel de confianza

e; presión o el error

p; variable positiva

q; variable negativa

N; tamaño de la población

4.3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la extracción de la información se utilizará una encuesta de tipo estructurada, dirigida a los propietarios o administradores de micros empresas objeto de estudio, las cuales son 236 unidades. La encuesta consta de 25 preguntas cerradas y abiertas (Anexo 1), con este tipo de instrumento el encuestado tendrá la oportunidad de responder de forma ordinal según las alternativas de selección que se le proporción, o bien, podrá ejercer su libre

criterio de respuesta según la interrogante planteada. El espacio físico donde se desarrollará la investigación será la comunidad de la ciudad de Catacamas, Olancho.

4.3.7 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La investigación se desarrollará en dos fases, la primera es la identificación de actores claves, es decir, cantidad de micros empresas objeto de estudio en la ciudad de Catacamas, posteriormente selección de tamaño de muestra representativa. Una vez extraídos los datos de las micros empresas objeto de estudio, se procera a tabular y procesar la información en el programa estadístico SPSS versión -23. Posteriormente, los datos se ordenarán y presentarán en tablas, cuadros y gráficos mediante software Microsoft Excel 2020, con los datos obtenidos se harán análisis para la formular conclusiones y recomendaciones.

4.4 Cronograma

El cuadro síes refleja las actividades a realizar durante el tiempo en que realizaran las actividades principales.

Cuadro 6: Principales actividades a realizar

Actividades						
Mes	Abril				Mayo	
Fecha	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2
Actividad						
Entrega de borrador		X				
Hacer correcciones			X			
Aplicar encuestas				X		

Tabulación y análisis	X	
Presentar resultados	X	
Hacer correcciones		X
Defensa final		X

4.5 Presupuesto

Durante se realicen las actividades se utilizará un presupuesto económico que está reflejado en el Cuadro 7.

Cuadro 7: Presupuesto a utilizar

Costos de operación				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Sub total	Total
Arrendamiento de apartamento		L4,000.00	L8,000.00	
Alimentación tres por día	60	L150.00	L9,000.00	
Computadora	1	L17,000.00	L17,000.00	
Lápiz	1	L5.00	L5.00	
Trasporte		L4,000.00	L4,000.00	
Fotocopias	150	L2.00	L300.00	L38,305.00

BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, O. A., & Mancias, M. M. (2013). Situación de las MIPYMES en Honduras, retos y oportunidades. Revista Portal de la Ciencia. Honduras. Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://pdfs.semanticscholar.org/fb51/60213f17afc3f1da0743b5d37ca9f0dfe27d.pdf>
- AREMETRICS. (2022). Qué es Facebook. Madrid, España. Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/facebook>
- Barraza, C. (2022). ¿Qué Es La Sostenibilidad Económica? Definición, Importancia Y Desarrollo. Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://barrazacarlos.com/es/que-es-la-sostenibilidad-economica/>
- Canto, A. (2022). Las 6 redes sociales más utilizadas en el 2022. (Telemetro.com, Ed.) Panama. Obtenido de <https://www.telemetro.com/tecnologia/actualidad/las-6-redes-sociales-mas-utilizadas-el-2022-n5823944>
- CEPAL. (2020). Acerca de Microempresas y Pymes. Vitacura, Santiago de Chile, Chile. Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- CEUPE. (2023). Crecimiento empresarial: Qué es, beneficios y tipos. Centro Europeo de Posgrado (CUPE). Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://www.ceupe.com/blog/crecimiento-empresarial.html#:~:text=El%20crecimiento%20empresarial%20es%20el%20avance%20que%20una,de%20marca%20y%20producci%C3%B3n%20de%20bien es%20y%20servicios.>
- CNI. (2023). La MIPYME, un sector clave para atraer la inversión privada a Honduras. Concejo Nacional de Inversiones (CNI). Honduras. Recuperado el 7 de Marzo de

- 2023, de <https://www.cni.hn/la-mipyme-un-sector-clave-para-atraer-la-inversion-privada-a-honduras/>
- CNN Español. (2019). WeChat: ¿qué es y cómo funciona esta red social? Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://cnnespanol.cnn.com/2021/11/19/wechat-que-es-como-funciona-red-social-orix/>
- Concepto informático. (2018). ¿Qué son las REDES sociales en INTERNET? Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://www.conceptoinformatico.com/articulos/que-son-las-redes-sociales-en-internet/>
- De Pietro, S., & Pablo, H. (2010). Diseñar Hoy visión y gestión estratégica de diseño. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=s99JEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=Se+definen+como+los+v%C3%ADnculos+y+conductas+de+las+personas+involucradas+en+el+proceso+comunicativo+con+el+fin+de+satisfacer+sus+necesidades+sociales+y+psicol%C3%B3gicas.+Tambi%C3%ADn>
- Durango, A. (2018). Mercadotecnia en los Medios Sociales. ITcampus Academy. Obtenido de https://books.google.es/books?id=sJzfCgAAQBAJ&printsec=copyright&hl=es&source=gbs_pub_info_r#v=onepage&q&f=false
- Economipedia. (2021). Microempresa. Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/microempresa.html>
- EE. (2023). Microempresa. Enciclopedia Economica (EE). Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://enciclopediaeconomica.com/microempresa/>
- EN. (2016). Mipymes son 95 % de parque empresarial en Centroamérica. Estrategia y Negocios (EN). Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://www.estrategiaynegocios.net/portada/mipymes-son-95-de-parque-empresarial-en-centroamerica-ALEN994646>
- ILB. (2023). ¿Cuáles son las redes sociales más usadas en Honduras en 2023? Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://ilifebelt.com/cuales-son-las-redes-sociales-mas-usadas-en-honduras-en-2021/2021/02/>

- La Gasetta. (2020). Sección A Acuerdos y Leyes. Poder Legislativo, DECRETO No. 163-2020. Tegucigalpa, Honduras. Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Decreto-163-2020.pdf>
- López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa. Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsoccua_cap2-4a2017.pdf
- Nirian, P. O. (2020). Sostenibilidad. Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/sostenibilidad.html>
- OIT. (2019). El poder de lo pequeño: Hay que activar el potencial de las PYMES. Organización Internacional del Trabajo (OIT). Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://www.ilo.org/infostories/es-ES/Stories/Employment/SMEs#intro>
- RH. (2023). Municipio de Catacamas. Red Honduras .com. Recuperado el 9 de Marzo de 2023, de <https://redhonduras.com/geografia/catacamas/>
- Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la investigación. Mexico. Recuperado el 9 de Marzo de 2023, de www.uca.ac.cr/w-content/uploads/2017
- Sanchez, M. (2019). Significados del Uso Desadaptativo o adicciones en Redes Sociales Virtuales y Creencias. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de https://www.researchgate.net/profile/Maria-Sanchez-Madera/publication/338224666_Significados_del_Uso_Desadaptativo_o_adicciones_en_Red_Sociales_Virtuales_y_Creencias_sobre_sus_Consecuencias/links/5e08e4e44585159aa4a46b1c/Significados-del-Uso-Desadaptati
- Santos, D. (2023). 110 datos y estadísticas sobre redes sociales para 2023. (Hubspot, Ed.) Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://blog.hubspot.es/marketing/estadisticas-redes-sociales#:~:text=Facebook%20cuenta%20con%202960%20millones%20de%20usuarios%20activos,un%20aumento%20del%202%20%25%20a%C3%B1o%20con%20a%C3%B1o>
- STSS. (2020). Honduras: Impacto de la Pandemia COVID-19 en Empresas y Empleo. Secretaría de Trabajo y Seguridad Social (STSS). Tegucigalpa, Honduras. Recuperado el 7 de Marzo de 2023, de <https://www.trabajo.gob.hn/wp->

content/uploads/2021/03/Ultima-version-Nota-3_2020-OML-SIEPSS-Impacto-COVID19.pdf

Torres, L. (2012). Las redes sociales: conceptos y teorías. Pontificad Universidad Católica Argentina (UCA), Argentina.

UPC. (2018). El marketing digital en las redes sociales facebook, linkedin y youtube y su influencia en la fidelización de los clientes de la empresa Atanasovski corredores de seguros. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Facultad de Negocios. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/623548>

UPS. (2021). Tik Tok Más Allá de la Hipermediabilidad. Universidad Politecnica Saleciana (UPS). Cuenca, Ecuador. Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21375/1/TIKTOK.pdf>

WEM. (2023). Qué es Instagram, para qué sirve y cómo funciona paso a paso. Web, Escuela Marketing and (WEM). Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de <https://escuela.marketingandweb.es/que-es-instagram-para-que-sirve/>

YouTube. (2023). ¿Te has preguntado como funciona YouTube? Recuperado el 6 de Marzo de 2023, de https://www.youtube.com/intl/es_us/howyoutubeworks/

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a practicar

UNIVERSADA NACIONAL DE AGRICULTURA

El presente instrumento tiene como finalidad recoger información directa para la investigación que se realizar titulada:

“Importancia de las redes sociales en el crecimiento y sostenibilidad en micros empresas en la ciudad de Catacamas, Olancho, entre 2020 – 2023”.

Instrucciones:

Le solicito respetuosamente, responder las siguientes preguntas de la manera más objetiva y sincera posibles. La información reviste confiabilidad y será utilizada únicamente con fines académicos.

I. Aspectos sociales

1. Sexo; masculino ☐ femenino ☐
2. Edad;
3. Estado civil; soltero ☐ casado ☐ unión libre ☐ Viudo ☐ Divorciado ☐
4. Grado de estudios académicos alcanzados:
Ninguno ☐ Primaria ☐ Secundaria ☐ Universitaria ☐
Otro especifique
5. Como está estructurada su familia:
Cuantos hijos Esposo (a)
6. Actualmente pertenece a alguna organización empresarial
Si ☐ No ☐ Otras: ☐

II. Aspectos sobre redes sociales en internet

7. Usa internet; sí no ¿desde cuándo?
8. ¿Su empresa tiene página web en alguna red social?; sí ☐ no ☐
9. ¿A cuál o cuáles redes sociales esta contactado?
10. ¿Cuántos seguidores tiene?
11. ¿Sabe de dónde vienen los seguidores?.....sí...☐...no..☐.....
12. ¿Cuántos de ellos se convierten en oportunidad de venta?
13. ¿Cuántos se convierten en clientes?

14. ¿Qué porcentaje se materializo en ventas?

III. Aspectos sobre crecimiento económico

15. ¿Le da al cliente lo él quiere comprar?...sí...☐...no...☐.....

16. ¿Atiende las sugerencias de sus empleados?...sí...☐...no...☐.....

17. ¿Aprovecha la información que se obtiene de las redes sociales?...sí. ☐...no..☐.

18. ¿Cómo la aprovecha?

19. ¿En sus procesos de producciones están sujetos a cambio?...sí... ☐...no..☐

20. ¿Cómo obtiene financiamiento?

21. ¿A considerado posibles socio (s)?.....sí...☐...no..☐.....

22. ¿Por qué razón?

23. ¿A qué riesgos se enfrenta?

IV. Aspectos de sostenibilidad económica

24. ¿Invierte en infraestructura para proteger el medio ambiente?...sí. ☐...no...☐

25. ¿Coopera con vecinos para cuidar el medio ambiente?...sí. ☐...no..☐

Muchas gracias por su colaboración.