

IBSN

2145-6569-0-7

ISSN: 2145-6569

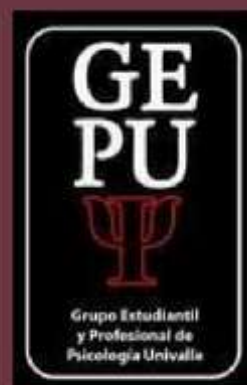
REVISTA DE PSICOLOGÍA

GEPU



Vol 8 Nro 1  
2017

<https://revistadepsicologiagepu.es.tl/>



GRUPO ESTUDIANTIL Y PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA  
UNIVALLE -GEPU-  
INSTITUTO DE PSICOLOGÍA  
UNIVERSIDAD DEL VALLE



REVISTA DE PSICOLOGÍA GEPU  
Vol. 8 No. 1 – Junio de 2017  
ISSN 2145-6569



Editora

Adriana Narvaez Aguilar

[adriana.narvaez@correounivalle.edu.co](mailto:adriana.narvaez@correounivalle.edu.co)

Andrey Velásquez Fernández  
Universidad del Valle

Laura Daniela de los Ríos  
Universidad Javeriana Cali

Nicole Andrea Pérez  
Universidad del Valle

Shanon Lizeth Rodríguez  
Universidad del Valle

Angelica Arias Montoya  
Universidad del Valle

Daniel Zaya Reyes  
Universidad del Valle

Erika Yuliana Castro  
UCC Cali

Diana Mildred Rodríguez  
Universidad del Valle

Argeli Arango Vásquez  
Universidad del Valle

Rosa Elena Bejarano  
Universidad del Valle

CONSULTORES NACIONALES

Leonel Valencia Legarda  
Universidad San Buenaventura

Jorge Alexander Daza  
Universidad Católica de Pereira

Andrés de Bedout Hoyos  
Universidad San Buenaventura

Ximena Ortega Delgado  
Universidad Mariana

Daniel Hurtado Cano  
Universidad Manuela Beltrán

CONSULTORES INTERNACIONALES

Marcela Alejandra Parra  
Universidad Autónoma de Barcelona

Blanca Hurtado Caceda  
Universidad Alas Peruanas

María Amparo Miranda Salazar  
Universidad del Valle de México

Adriana Savio Corvino  
Universidad de la República

Hilda Janett Caquias  
Escuela de Medicina de Ponce

COORDINADORES DE DISTRIBUCION

Margarita Ojeda  
Asociación Paraguaya de Neuropsicología

Mario Rosero Ordoñez  
Universidad Mariana

Nora Couso  
Área de Medición Educativo Provincia del  
Chubut de Argentina

Pablo Antonio Vásquez  
Corporación para la Intervención Neuropsicopedagógica  
y la Salud Mental

INDEXACIONES



AUSPICIADORES



Agradecimientos especiales en este número a la Asistente Editorial: Gillian Bradbury. La **Revista de Psicología GEPU** es publicada por el Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle, 5 piso, Edificio 385, Ciudadela Universitaria Meléndez, Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia. Los artículos son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión del Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle. Hecho en Colombia - Sudamérica.

Safe Creative Código 1801315630956

IBSN

Revista de Psicología GEPU Vol. 8 No. 1 by Grupo Estudiantil y Profesional de Psicología Univalle is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License. Creado a partir de la obra en <http://revistadepsicologiagepu.es.tl/Vol-8-No-1-1.htm>



## MOTIVACIÓN Y CREATIVIDAD EN JÓVENES EMPREENDEDORES VENEZOLANOS UNA VISIÓN DESDE LA CRISIS SOCIAL

**Sonia Andrade de Noguera.** Doctora en Ciencias Humanas. Profesora de Psicología Organizacional en la Universidad de Los Andes ULA-Mérida. Articulista y evaluadora de Tesis a nivel de postgrado y doctorado. Mediadora en la resolución de conflictos laborales y estudiosa de las prácticas de los jóvenes emprendedores venezolanos. Correo electrónico: [soniamolinares@hotmail.com](mailto:soniamolinares@hotmail.com)

**Referencia Recomendada:** Andrade, S. (2017). Motivación y creatividad en jóvenes emprendedores venezolanos una visión desde la crisis social. *Revista de Psicología GEPU*, 8 (1), 129- 137.

**Resumen:** El presente trabajo constituye una aproximación al estudio de la motivación y creatividad en jóvenes emprendedores venezolanos desde una visión de la crisis social. El mismo se enmarca en un estudio cualitativo con enfoque hermenéutico y busca, a partir de la opinión de veinte jóvenes emprendedores merideños, analizar la creatividad, la motivación, las perspectivas y la capacidad de emprendimiento como

las fuentes que inspiran a este grupo de jóvenes. La reflexión y el análisis a partir de la propia visión de los emprendedores, permitió establecer una conclusión referencial: pese a la enorme crisis social que vive el venezolano, surgen las voces de un grupo de universitarios abriendo caminos certeros para redimensionar la forma en que se puede sembrar esperanza y abrir opciones laborales asertivas.

**Palabras claves:** motivación, creatividad, emprendedores, jóvenes, Venezuela.

**Recibido:** 9 de Abril de 2017

**Aprobado:** 30 Junio de 2017

## Introducción

La motivación y la creatividad son dos conceptos emergentes que se reactualizan a la par que surgen nuevas demandas sociales, laborales y tecnológicas. En un panorama acelerado, donde los conflictos juegan un rol definitorio y hasta cierto punto crucial, ambos constructos van de la mano generando respuesta y nuevas formas de afrontar el mercado laboral. Estos dos conceptos se han visto como factores activos para la consolidación de emprendimientos arriesgados y poderosos en una sociedad como la venezolana, cargada de una fuerte y latente crisis social.

Esta crisis, que ha sido reportada y analizada por un sinnúmero de investigadores sociólogos, economistas y observadores internacionales, permite señalar que Venezuela vive un momento histórico signado por una alta conflictividad social. Dicha conflictividad se ve reflejada en la dinámica empresarial y muy particularmente en las opciones reales y palpables que tienen los jóvenes emprendedores, para activar mecanismos de creatividad en pos de una ruta económica y laboral garante de una excelente calidad de vida.

Luis Pedro España, reconocido sociólogo y estudios de la pobreza en Venezuela, en un espacio de opinión en línea plantea que “Venezuela atraviesa “la peor crisis social de las últimas décadas”, pero podría comenzar a superarla en cuestión de un año si se aplican las políticas públicas adecuadas” (p.s/n). Sentencias como esta abundan en la web y lo que es más significativo, en el discurso cotidiano de los jóvenes que hacen vida en la misma universidad. Aunado a esta situación, organismos internacionales como la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) examina con una marcada preocupación, la crisis político-social en Venezuela, otras apreciaciones destacan que el capital joven venezolano está emigrando hacia nuevos horizontes geográficos.

Aunque no existen estadísticas fidedignas, que reflejen con rigor el éxodo de jóvenes venezolanos hacia otros países como vía de acceso para un futuro laboral, si se tiene referencia precisa que, en el ambiente social venezolano, circula una permanente preocupación por parte de la población universitaria acerca de su futuro como posibles profesionales activos. Buena parte de este discurso denota desencanto, descontento e inconformidad con las formas políticas y sociales de construir un futuro que garantice la inclusión laboral.

Paradójicamente, es precisamente a partir de estas referencias que surgen representaciones sociales de motivación, creatividad e innovación. Pero qué formas toman estos sistemas de sentido común y cuál es su proyección como parte de las iniciativas de los jóvenes emprendedores.

Las ideas señaladas, permiten revelar un conjunto de estrategias desplegadas por un grupo de jóvenes merideños, constituidas en interacciones sociales que dan respuestas situacionales, ante la grave crisis que vive el país y más aún ante la presencia de eventos socio-económicos hilvanados por la presencia de sujetos socialmente implicados. Ubicados en este contexto social y humano,

intentamos visualizar los aspectos más o menos consensuales referidos a la motivación y creatividad en los universitarios que hacen vida en Mérida.

En este sentido, se plantea como objetivo de este artículo el análisis cualitativo de la motivación y la creatividad desde el punto de vista de un grupo de 20 jóvenes emprendedores venezolanos a los cuales se les llamara en adelante, los versionantes.

### **El camino metodológico**

Partiendo de un interés cualitativo, la metodología implementada, estuvo apoyada en el método etnográfico de corte fenomenológico, una decisión evidentemente ganada a lo naturalista y circunstancial en la medida en que existe un claro interés por ahondar en lo que piensan, sienten y construyen un grupo jóvenes a partir de sus expectativas sociales. Esta forma de estudiar el objeto de interés, según Murillo y Martínez (2010):

Consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. Una de las características más importantes de las técnicas cualitativas de investigación es que procuran captar el sentido que las personas dan a sus actos, a sus ideas, y al mundo que les rodea (p.3).

En este orden de ideas, el primer momento es el acercamiento al objeto de estudio -el objeto de la representación-: se ordenan y sistematizan las inquietudes surgidas a partir de la presencia de una situación considerada como significativa, alusiva a la motivación y a la creatividad desde la perspectiva de los versionantes, se formulan un conjunto de preguntas de investigación y se confeccionan organizadamente los conocimientos que constituyen el punto de partida.

Segundo momento o trabajo de campo: se elabora la estrategia relacionada con lo que se desea estudiar, basada en el análisis cualitativo de la información aportada por los versionantes, desde la visión crítica del análisis de contenido como la estrategia metodológica para la obtención de significados y representaciones sociales. Así mismo, se presentan las cuatro unidades de análisis, consideradas dimensiones constitutivas del objeto de la representación: la creatividad, la motivación, las perspectivas y la capacidad de emprendimiento.

Tercer momento de análisis e interpretación: se confecciona a partir de la presentación de la información discursiva, recolectada en las entrevistas (grabadas y transcritas) así como de los registros in situ. Se activa la inmersión mental a fin de categorizar o clarificar las partes (Martínez, 2008) llegando a consolidar un proceso constante de comparación y el surgimiento de relaciones significativas y núcleos figurativos.

El cuarto y último momento es la articulación y vinculación (mi síntesis): se fundamenta en la presentación de las motivaciones y los procesos de creatividad que activan los jóvenes emprendedores a partir de la articulación de todos los momentos, tiene como motivo central la focalización de aspectos significativos y el establecimiento de un conjunto de conclusiones finales.

### Itinerario teórico

La creatividad parece ser un fenómeno inherente a la vida y las personas. Se le define como una capacidad mental mediante la cual se activa el reconocimiento de nuevas maneras de entender el mundo. Parafraseando a Marín (2000) todo aquello que sea diferente, algo inexistente que aporta aspectos interesantes superadores de lo anterior, resuelve ciertos conflictos o problemas, cubre aspiraciones y necesidades, lo designamos como un valor cualquiera que sea el campo de impacto. Una frase ingeniosa no deja de ser algo nuevo y valioso, aunque no tenga el impacto de las grandes aportaciones científicas, tecnológicas o artísticas, que de un modo abusivo han solido acaparar la significación y el ámbito de lo creativo.

En este sentido, la creatividad es un proceso que convive agazapado con las personas, se nutre del temperamento, del carácter y de la personalidad, pero además es el motor del cambio y activa formas insospechables y estéticas para plasmar huellas personales sobre un determinado ámbito de acción. Visto desde los postulados de Romero (1999) lo creativo se alimenta del crecimiento psicológico y es capaz de generar motivaciones sociales positivas con lo cual estamos en presencia de una creatividad capaz de repercutir favorablemente en lo social.

La presencia de la creatividad pareciera estar supeditada a un grupo de indicadores sobre los que se tiene una definición única o estable, desarrollaremos cinco aspectos relacionados con el emprendimiento: la originalidad, la elaboración, la redefinición, triangulación/síntesis y la comunicación. Estos indicadores van de la mano con las categorías de análisis y dan luces sobre los procesos de innovación planteados por jóvenes emprendedores merideños.

*La originalidad:* lo creativo siempre se ha visto asociado con la originalidad. El ser de la originalidad es ese algo nuevo que desprende de las costumbres, de la normalidad y del convencionalismo. Viene a ser un concepto amplio y con muchas bifurcaciones. Según Marín (2000) la originalidad suele tener el rasgo inconfundible de lo único, de lo irrepetible” (p.100). El concepto de originalidad parece perderse en el gran maremágnum de concepciones, acercamientos y particularidades. Sin embargo, se reconoce que algo es original cuando impacta, crea sobresalto, genera una alerta, resuelve problemas de manera sencilla pero altamente inteligente.

*La elaboración:* viene a ser la representación más física y sustancial de la obra, es la parte ejecutora del proceso. De esta aseveración se desprende que toda creación viene dada por un nuevo prototipo o modelo. Elaborar viene a ser sinónimo fabricar, manufacturar y crear. Es la concreción física de una idea y de un sistema de representación mental. Como todo proceso, tiene fuerza de rango en la medida en que se aprovechan ciertos materiales y se conforma un nuevo producto capaz de atraer a un determinado consumidor o receptor estético.

*La redefinición:* en una época signada por la presencia de grandes iniciativas comerciales, la redefinición de una idea tiende a marcar la pauta dentro de los procesos de creatividad. Para la mayoría de los estudiosos de la creatividad este concepto se materializa cuando se encuentran e instauran usos, funciones y aplicaciones diferentes a las habituales (Marín; 2000). La redefinición es en sí mismo, un proceso de apropiación de una “realidad otra”, una puerta que abre maneras de reinterpretar el mundo aportando un grano de arena en la materialización de ideas con un fin utilitario.

*Triangulación y síntesis:* suele verse como una capacidad estratégica de conectar e interrelacionar tanto el concepto como la esencia misma de la producción. Esta capacidad permite reunir variados y versátiles elementos para formar una totalidad capaz de dar respuestas a un tipo de demanda percibida como oportunidad particular. En el campo empresarial, ofrecer una opción innovadora, integrando materiales heterogéneos y formas creativas de distribución suele el primer peldaño para acceder a mercados que buscan además de la creatividad, formas accesibles de intercambio.

*La comunicación:* suele ser el componente esencial de todo proceso creador. No existe creación que no comunique. La capacidad de comunicar es el rasgo distintivo más evidente de la creatividad. Todo comunica y el arte del emprendimiento viene dado por la capacidad de transmitir un mensaje a través de los sentidos. El mensaje enviado por el innovador, tendrá un sentido transformador en la medida en que impacte y genere nuevas sensaciones o nuevas maneras de establecer una mirada estética de alto impacto.

Estos cinco indicadores hablan de una manera muy particular de entender la creatividad como una cualidad de la inteligencia (Guilford; 1967), pero también como una manera de acercarse a un ser interno y social que dirige en buena medida el sentido productivo de los universitarios entrevistados.

*Protagonismo de los jóvenes venezolanos: creatividad en tiempos de crisis*

De la Torre (2000) aporta una reflexión muy importante para la comprensión de los planteamientos hechos “La riqueza de un país comienza a valorarse en términos de del potencial innovador. No son el oro ni las riquezas materiales los que hacen rico a un país, sino su capacidad e exportar patente a otras comunidades” (p.21)

El caso de Venezuela como posible ámbito para las oportunidades es realmente crítico y muy poco motivador, la juventud venezolana asiste a uno de los momentos históricos catalogado como de una fuerte crisis social. Al revisar este panorama se vislumbra, con preocupación, que los fundamentos económicos, políticos y culturales se encuentran colapsados, toda vez que el discurso cotidiano se concentra en carencias a nivel médico, alimenticio, educativo y social generando en los jóvenes un impacto que les impide culminar sus carreras en un lapso de tiempo relativamente prudencial, por lo que deciden emigrar del país e independizarse laboralmente a fin de generar sus propios medios económicos y su propia bitácora de vida.

Aunado a esto, el éxodo de jóvenes talentosos al exterior genera una problemática moral, alentando la desmotivación, creando en el país opciones innovadoras y emprendedoras. Rodríguez (2017) plantea que:

La fuga del talento capacitado es un hecho que tiene un impacto directo en el patrimonio intelectual del país, porque representa una inversión pérdida de miles de millones de bolívares, que las familias venezolanas y el estado dedicaron a la formación de este capital humano, y esto representa, graves consecuencias para el futuro de Venezuela pues es la mano de obra calificada que necesitamos para levantar la producción (p.s/n)

Ante este señalamiento surge la incógnita ¿Cómo puede el emprendedor joven reinventarse, frente a un panorama social tan desolador e inquietante? Esta interrogante se ha anclado en el imaginario de muchos jóvenes venezolanos, pero con mayor énfasis en aquellos que tienen sembradas ideas de progreso y emprendimiento y quienes en última instancia, tendrán un rol protagónico en la pronta y cercana recuperación económica, moral e intelectual del país.

En este orden de ideas el emprendimiento, desde la perspectiva de Zúñiga (2016) “Es diseñar políticas para que esa otra parte del sector formal de la economía comience a fortalecerse en pequeñas y medianas empresas porque al final esas pequeñas y medianas empresas terminan siendo el sostén económico del país” (p.s/n).

De no surgir políticas que reactiven a corto plazo la plataforma económica venezolana, la capacidad de emprendimiento estará signada a las acciones de los emprendedores jóvenes, quien en última instancia tendrá que utilizar todos los recursos creativos para generar ingresos y a la vez mostrar talentos vivos a favor de proyectos empresariales novedosos.

### **Protocolo de presentación de resultados por unidades de análisis**

El protocolo que se estableció para realizar el análisis de los datos, se ajusta al ordenamiento planteado para desarrollar la entrevista. A continuación, se muestran los resultados de las preguntas desarrolladas como parte de la búsqueda de datos sobre las unidades de análisis.

Así mismo, el análisis planteado, facilitó la codificación y clasificación de los datos registrados, y, por consiguiente, propició una importante simplificación de los sentidos más significativos del objeto de estudio, en atención a:

- La creatividad.
- La motivación.
- Las perspectivas.
- La capacidad de emprendimiento.

### **Una proyección de la creatividad**

Sobre la base de los aportes ofrecidos por los versionantes, se presentan resultados integrales destacando que todos los entrevistados coincidieron en señalar que sus ideas y posibles maneras de afrontar el emprendimiento, están cercados por la construcción de la creatividad. Esta creatividad, es entendida por los versionantes como una fuente rica en ideas que dan lugar a la implementación de mecanismos intuitivos, donde interviene la imaginación combinada con un conjunto de criterios lógicos. Importa según los jóvenes emprendedores, la capacidad para aprovechar ciertos materiales, los intereses de los consumidores y el grado de motivación para enfrentar nuevos retos. En esta construcción creativa prima la desinhibición, la improvisación y el ejercicio constante de nuevas asociaciones innovadoras, así como el aprovechamiento de ciertos recursos y procesos de ideación estratégica.



### **Una proyección de la motivación**

Para el grupo de emprendedores entrevistados, la motivación es el factor clave del emprendimiento. La motivación se apoya aquí en un corpus de necesidades que requieren ser satisfechas, estas carencias hacen obrar de forma tal que se activa la energía interna, creando una motivación intrínseca de la cual surgen oportunidades reales a nivel de su creatividad. Todo este proceso a veces inesperado e inmerso en una libertad de expresión, se mantiene libre de los condicionamientos o prejuicios. Dotados de un clima de amplitud creativa, el emprendedor entiende que su iniciativa está permeada por lo nuevo y lo inesperado. Consideran los versionantes que al sentirse motivados e inspirados para la creación la idea de crisis torna menos agresiva y logran avanzar hacia un espacio de posibilidades palpables.

Evidentemente, en un ambiente de crisis, activar la motivación es todo un reto. Algunos de los entrevistados opinaron que han dejado de lado su proyecto empresarial dado las grandes dificultades económicas, pero que luego lo han retomado y han logrado avances en lo que respecta a los planteamientos emprendedores centrales.

*Una proyección de las perspectivas:* la dinámica emprendedora se va organizando a medida que entran en juego tanto las posibilidades reales del emprendimiento y los posibles conflictos o problemas emergentes. Esta dinámica hizo que los emprendedores -según sus propias palabras- avancen según variables a veces imprevistas e incorporen nuevas ideas a su proyecto inicial. Para formularse una proyección relativamente estable los emprendedores: analizan las oportunidades del mercado, focalizan necesidades y futuros compradores y se informan a fondo a fin de encontrar posibles campos para la ampliación de negocios.

*La capacidad de emprendimiento:* es entendida a partir de logro de los objetivos que se plantea el emprendedor. En este contexto los entrevistados señalan que la autoevaluación y la activación de acciones remediales es parte de todas las acciones realizadas. La capacidad viene dada por la consolidación de ciertas metas a corto plazo. Además, esta capacidad de emprendimiento -según los emprendedores entrevistados- es dinamizada por las diversas oportunidades que encuentran en las redes sociales, aprovechando recursos tecnológicos y la posibilidad de ofertar sus productos e ideas vía *on line*. Esta manera de asumir la expansión permite a estos jóvenes buscar alianzas y establecer una auténtica red de asociaciones estratégicas donde la idea inicial se expande con el apoyo de proveedores y clientes.

### **Consideraciones finales**

La creatividad es un concepto considerado como uno de los procesos cognitivos más sofisticado e impactantes del ser humano, todo apunta a que se encuentra influida por una amplia gama de redes comunicativas y sentidos compartidos socialmente. Se ha definido de diferentes formas, pero todas convergen en la presencia de dos grandes competencias: la novedad y la aportación. Ante este señalamiento, la creatividad no puede ser abordada como un componente trivial, antes bien, es vista como proceso que vincula la personalidad, la motivación, las emociones, el mundo afectivo y las oportunidades que se vislumbran desde el imaginario del emprendedor.

Esta definición llevada a una realidad palpable, acompaña a un grupo de emprendedores venezolanos nativos de Mérida, quienes han asumido el reto de darle vida a la máxima que reza: la crisis es oportunidad.

Ante la situación tan crítica que vive el joven venezolano, la crisis es asumida como una plataforma para la creatividad. Este grupo de innovadores, en atención a sus respuestas y las formas de asumir en el mercado laboral con sus propuestas dejaron al descubierto las siguientes características:

Establecen ideas claras, que permiten cumplirlas, con acciones bien definidas y alcanzables. Tienen literalmente, los pies sobre la tierra, comprenden el reto de ser emprendedor venezolano y no hacen planes irreales, antes bien se apropian de sus capacidades para generar cambios y beneficios compartidos.

Poseen una personalidad conquistadora, están abiertos a nuevos aprendizajes, confían en sus ideas y las ponen en práctica, sin temor a fracasar. Sus imaginarios están barnizados por la esperanza y la innovación. Invierten muchas horas diarias en la formulación y evaluación de nuevas propuestas, son apasionados y avanzan en el logro de sus ambiciones.

Convencidos de sus talentos muestran un férreo espíritu de liderazgo, lo cual les permite solucionar problemas de manera expedita. Es de hacer notar que el grupo de versionantes permitió determinar que, de 20 personas jóvenes, 15 de ellas incursionó en el ámbito artístico del diseño (moda, arte y manufactura), dos en el campo de las ventas y tres en el ámbito de la oferta de mano de obra tecnológica. Los veinte emprendedores, desde sus particularidades se apropiaron de un fundamento tecnológico, ofertando sus productos por diversas vías y activando mecanismos de negociación por medio de los recursos en línea.

Todo este acercamiento, demuestra que, en Venezuela pese a la abrumadora crisis, se está gestando la semilla de nuevos liderazgos emprendedores. Que la juventud está construyendo su propia historia y así como el ave Fénix saldrá renovada de unas cenizas que apuestan a la creatividad y a la innovación.

### Referencias

De la Torre, S (2000). “Como sistematizar la estimulación creativa”. En: *Manual de la Creatividad*. Coordinadores, Marín, R y De la Torre, S. Ediciones Viven Vives. Barcelona.

España, L. (2017). En: [www.caraotadigital.net/.../luis-pedro-espana-venezuela-atraviesa-por-la-peor-crisis-so](http://www.caraotadigital.net/.../luis-pedro-espana-venezuela-atraviesa-por-la-peor-crisis-so)

Guilford, J. P. *et al.* Compilador: Strom, R. D. (1983). *Creatividad y Educación*. España. Ediciones Paidós.

Marín, R (2000). “Indicadores de la creatividad”. En: *Manual de creatividad*. Barcelona. Vicens Vives.

Murillo, J y Martínez, C. (2010). *Investigación etnográfica*, Disponible: <https://www.uam.es/.../InvestigacionEE/...10/I Etnografica Trabajo.pdf> [Consulta 2017, Febrero 7]

Rodríguez (2017). *Sin planes estratégicos los jóvenes venezolanos seguirán buyendo del país*. Disponible: <http://biendateao.com> › Propuesta País. Consulta 15 de Abril 2017.

Romero García, O. (1999). *Crecimiento psicológico y motivaciones sociales*. Ediciones ROGYA. Mérida, Venezuela, Tercera Edición.

Zúñiga, (2016). *La crisis destruye la cultura laboral del venezolano*. Disponible en: <http://www.larazon.net> › Historias › Economía. Consulta 14 de Abril 2017.