

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



**PUCP**



UNIVERSITAT DE  
BARCELONA

Título

**INSERCIÓN EN EL MERCADO LABORAL  
DE LOS EGRESADOS DE LA ESPECIALIDAD DE MÚSICA  
DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN POLÍTICA  
Y GESTIÓN UNIVERSITARIA**

Autor:

Danilo Fernando Yánac Talaverano

Asesora:

Sara Karenina Pizarro Lozano

Diciembre, 2018

## **Resumen**

El presente estudio tiene como objetivo el análisis de la inserción laboral de los egresados de la Especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). El marco teórico presentado, aborda el panorama de la empleabilidad desde la industria musical, para luego centrarse en la carrera de música como profesión universitaria y su proceso en la PUCP. Los ejes temáticos considerados en el análisis de este trabajo se focalizan en: la inserción laboral actual de los egresados, empresas e instituciones donde laboran, el rango de remuneraciones que perciben, los canales mediante los que se enteran de las oportunidades laborales y los puestos laborales donde son ubicados con mayor frecuencia. Los resultados obtenidos en el estudio, mediante un diagnóstico de la situación presentada, permitirán encontrar vías de mejora y, así, proponer acciones que aporten a incrementar la empleabilidad de los egresados de la Especialidad de Música de la PUCP.

Palabras clave: Inserción laboral, empleabilidad, egresados, música.

## **Abstract**

The goal of this study is to analyze the labor of insertion of the graduates of the Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP). The theoretical framework presented, addresses the landscape of employability from the music industry, to then focus on the career of music as a university profession and its process in the PUCP. The thematic axes considered in the analysis of this work are focused on: the current labor insertion of the graduates, companies and institutions where they work, the range of remunerations they receive, the channels through which they find out about job opportunities and job positions where they are located most frequently. The results obtained in the study, by means of a diagnosis of the presented situation, will allow finding ways of improvement and, thus, to propose actions that contribute to increase the employability of the graduates of the Music Specialty of the PUCP.

Keywords: Job placement, employability, graduates, music.

## Tabla de Contenidos

Introducción .....	1
1. Marco teórico.....	3
1.1. Formación universitaria y empleabilidad.....	3
1.2. Recursos humanos y empresa en la industria musical .....	5
1.2.1. Panorama de la industria musical .....	5
1.2.2. Relación entre los recursos humanos y las empresas musicales .....	8
1.2.3. Motivaciones de los recursos humanos.....	10
1.2.3.1 Teoría de Herzberg.....	12
1.3. La música como profesión universitaria .....	13
1.4. Carrera de Música en la PUCP .....	15
2. Metodología .....	17
2.1. Objetivos de la investigación.....	17
2.2. Participantes .....	19
2.3. Herramienta de recojo de la información .....	19
3. Diagnóstico sobre la situación laboral de los egresados de la carrera de Música.....	20
3.1. Resultados obtenidos.....	21
4. Propuesta de mejora para la empleabilidad de los egresados .....	33
4.1. Programas para fomentar la inserción laboral.....	34
4.2. Canales efectivos de difusión de convocatorias laborales.....	36
5. Conclusiones .....	39
Bibliografía.....	41
Anexo.....	43

## Introducción

El mercado universitario especializado en la música es relativamente nuevo en el Perú. Hasta hace pocos años, las instituciones educativas universitarias del país no optaban por ofrecer especialidades de música porque existía, por parte de las empresas, una fuerte predilección por músicos que desarrollaban sus carreras por tradición musical –familiar y cultural– y autoformación, principalmente en los circuitos de música popular, tal como lo señala el Observatorio Laboral de la PUCP. Con el tiempo, empezaron a aparecer los que se formaban recibiendo clases particulares de reconocidos músicos del momento y el incremento de esta demanda animó a las instituciones educativas de educación superior a ofrecer estos aprendizajes de manera profesional.

Es así que, en el año 2013, la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) sumó esta nueva especialidad en su oferta de pregrado, la cual ahora forma parte de la Facultad de Artes Escénicas.

Como resultado de esta nueva propuesta educativa, en la PUCP empiezan a egresar promociones dispuestas a insertarse en el sistema laboral, pero, en muchos casos, se encuentran con espacios limitados para ejercer su profesión. Esto se debe a que, en el Perú, por muchos años, el músico ha sido valorado por la experiencia que gana en el campo y no necesariamente por los estudios superiores que acredita (Observatorio Laboral PUCP, 2018).

En ese contexto, se plantea la necesidad de realizar un diagnóstico de la inserción laboral de los egresados de la Especialidad de Música de la PUCP, cuyo objetivo principal será analizar cuál es el panorama actual de la inserción laboral de los egresados de esta Especialidad y en base a ello proponer mejoras para aportar en su empleabilidad.

Para realizar el análisis de este proceso se contemplarán los siguientes ejes temáticos:

El primer eje temático será conocer la cantidad de egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP que se insertó laboralmente, que fue en diciembre 2015. Ello nos permitirá saber cuál es el porcentaje de egresados del total que logra ubicarse laboralmente.

Un segundo eje será conocer en qué tipo de empresas o instituciones laboran los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP y en qué puestos están ubicados. Ello nos permitirá entender cuáles son las entidades que más demandan este tipo de profesionales y cuáles son los puestos más ofertados.

El tercer eje será conocer si las remuneraciones que reciben los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP se incrementaron luego de que estos culminaran su carrera, para determinar si el egreso influye en la mejora salarial.

Un cuarto eje será identificar mediante qué canales (Bolsa de trabajo PUCP, Internet, redes sociales y otros) los egresados se enteraron de la oferta de trabajo que les permitió insertarse laboralmente. Esta información ayudará a identificar posibles vías potenciales de oportunidades laborales que se presentan para los profesionales de la música. Además de proponer otros medios que puedan complementar el conocimiento de las oportunidades laborales y acciones de orientación para la inserción laboral.

Un quinto eje será determinar cuáles son los puestos laborales con mayor cantidad de egresados de la Especialidad de Música de la PUCP. Esto nos permitirá tener una idea de cuáles son los requerimientos del mercado actualmente.

Con los resultados obtenidos en este diagnóstico, la literatura revisada y la aplicación de los conocimientos recibidos, principalmente, en el módulo “Gestión de Servicios”, del Máster en Política y Gestión Universitaria, que hace referencia a los servicios de empleos y prácticas en empresas y a los servicios de atención a los alumni (alumnos que han finalizado su formación con la institución), se pretende plantear acciones de mejora que contribuyan con el incremento de la empleabilidad de los egresados, a través de programas para fomentar la inserción laboral, que permitan mejorar el atractivo profesional de los egresados a la vista de las organizaciones que requieran de sus servicios, y de canales efectivos de difusión de convocatorias laborales.

## 1. Marco teórico

### 1.1. Formación universitaria y empleabilidad

La palabra empleabilidad surgió de la palabra inglesa “employability”, proveniente de la unión de las palabras: “employ” (empleo) y “hability” (habilidad), (Campos, 2003). Para hablar de empleabilidad es necesario tener claro en qué se diferencia este término de la palabra empleo.

El empleo es un concepto que inmediatamente divide a los trabajadores entre empleados y desempleados. Así, los empleados son aquellos que tienen un trabajo. Por otro lado, que una persona tenga empleabilidad quiere decir que ella posee las capacidades necesarias para mantenerse laborando y progresar en el terreno profesional (Oliván, C., 2011).

Dicho esto, si se analiza la relación entre empleabilidad y formación universitaria, habría que remontarse a la Teoría de Capital Humano (1962) que hace referencia al papel de la educación en el mercado de trabajo, a la fuerte vinculación que existe entre el nivel educativo y el de salarios. Al respecto, Theodore Schultz señaló que las diferencias en la educación generan que los niveles de salario sean distintos. Así, la relación entre estas dos variables es ampliamente positiva (Formichella y London, 2005).

Por su parte, Gary Becker determinó que el mayor tesoro de las sociedades del conocimiento era el capital humano que tenían, es decir, el conocimiento y las habilidades que forman parte de las personas, así como su salud y la calidad de sus hábitos de trabajo. En ese sentido, definió el capital humano como un elemento fundamental para lograr la productividad de las economías modernas, debido a que esta se encuentra basada en la creación, difusión y utilización del saber.

Así, el autor resalta la importancia de invertir en la formación profesional para alcanzar un trabajo y explica cómo influye el capital humano sobre otras variables económicas, como el empleo o las retribuciones (Formichella y London, 2005).

Además de la Teoría del Capital Humano, Formichella y London (2005) señalaron que existe un planteamiento alternativo realizado por Keneth Arrow y Michael Spence (1973), denominado "Hipótesis del procedimiento oculto de selección".

La también llamada Teoría del Filtro o de Selección afirma que la obtención de grados académicos y altas calificaciones les permite a los empleadores seleccionar a las personas para un determinado puesto de trabajo. Funciona como un primer filtro que acerca a las empresas a los mejores egresados. De esta manera, el nivel académico obtenido por las personas es una manera efectiva que aplican las empresas para encontrar a los trabajadores más cualificados.

“(...) el nivel de estudios alcanzado es un determinante muy fuerte para las empresas a la hora de estudiar la calificación de un trabajador. Debido a que la persona empleadora no tiene la posibilidad de vislumbrar cuál es el producto marginal del trabajador/a de una manera directa, recurre al análisis de un cúmulo de datos personales tales como su nivel de educación, su formación, su experiencia laboral, entre otros; y a partir de éstos, decide la persona que incorporará y el salario que ofrecerá” (Formichella y London, 2005, citando a Arrow y Spence, 1973).

De acuerdo con lo mencionado, la formación profesional asume un papel determinante para acceder a un empleo, es decir, permite aumentar la empleabilidad de la persona.

Así, la formación para la empleabilidad es entendida como “las competencias y cualificaciones transferibles que refuerzan la capacidad de las personas para aprovechar las oportunidades de educación y de formación que se les presenten con miras a encontrar y conservar un trabajo decente, progresar en la empresa o cambiar de empleo y adaptarse a la evolución de la tecnología y de las condiciones del mercado de trabajo” (OIT, 2004).

Entonces, la empleabilidad vendría a ser la capacidad con la que cuenta una persona para acceder a un empleo que satisfaga sus necesidades profesionales, económicas, de promoción y de desarrollo, durante toda su vida (FUNDIPE). Y, de allí, su relación con la formación, es decir, con la necesidad recibir transferencias de conocimientos,

con priorizar el acto de darles a las personas las cualificaciones y la competencia que necesitan para hallar un empleo o crear su propio empleo (Ducci, 1998).

Al igual que en otras profesiones, los egresados de la carrera de Música necesitan contar con determinados conocimientos y competencias para ingresar a un ambiente laboral que satisfaga sus necesidades. Pero, es preciso tener en cuenta que, en esta industria, el término de “inserción laboral” no nos brinda un análisis profundo de la realidad del trabajo creativo que se da a nivel musical, así como en otras actividades creativas. Esta ausencia que se percibe, representa un factor importante por el que existen bajos índices de empleabilidad en esta área, posible razón por la que muchos músicos se ven obligados a tener más de una actividad laboral.

Un estudio realizado en Alemania, por la Universidad de Paderborn (Institut für Begabungsforschung in der Musik), señala que el 80 % de los intérpretes musicales tiene más de un trabajo y el 13 % tiene trabajos no musicales (Institut für Begabungsforschung in der Musik, 2003). De esa información, se puede desprender que el actual perfil del músico es el de un profesional que se dedica a actividades diversificadas, que no tiene un solo empleo, por ende, el ambiente laboral del músico es distinto al de muchos otros profesionales.

En ese sentido, para hablar de la empleabilidad en la industria musical es necesario explicar cuál es el panorama actual de la industria musical y de qué manera interactúan los recursos humanos en este tipo de ambiente laboral.

## **1.2 Recursos humanos y empresa en la industria musical**

### **1.2.1 Panorama de la industria musical**

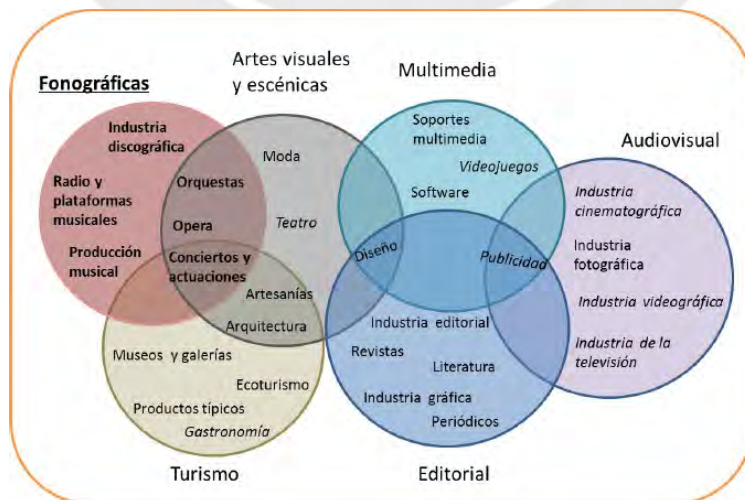
Podemos definir a la música como el conjunto organizado de ideas sonoras, expresadas en distintas manifestaciones o representaciones posibles. A su vez, la industria musical puede ser entendida como la que lleva la música desde el primer eslabón de la cadena de producción hasta el consumidor final (Katz, 2006, p.19).

Asimismo, según se menciona en el documento del Observatorio Laboral de la PUCP, denominado Informe del mercado laboral de la Especialidad de Música, “la música se encuentra, principalmente, en las industrias fonográficas, donde se hallan los medios principales para llegar a los consumidores finales. Sin embargo, el arte en cuestión se interrelaciona, también, con otras industrias del sector, las cuales demandan bienes y servicios musicales” (Observatorio Laboral PUCP, 2018).

Un claro ejemplo de ello es que en la industria audiovisual se buscan bandas sonoras y/o música de estudio para las producciones de televisión y cine, lo mismo sucede en los videojuegos y la publicidad, en radio, televisión y cine. Indica, también que, en los proyectos escénicos, como el teatro, es frecuente que se ejecuten propuestas con componentes musicales para los que se requiere tanto ejecutantes como compositores, arreglistas, entre otras funciones musicales.

Así, también, en los negocios vinculados con la gastronomía, como son los bares y restaurantes, se contratan músicos ejecutantes y agrupaciones musicales, que vienen a formar parte del servicio que estos locales le brindan a su público. Asimismo, se precisa que: “...todas estas industrias se convierten en potenciales clientes para los músicos. Adicionalmente, se menciona el sector educación como espacio de desarrollo dada la posibilidad de desempeñarse como docentes, tanto a nivel escolar como universitario” (Observatorio Laboral PUCP, 2018).

**Gráfico 1: Industrias culturales y de entretenimiento**



Fuente: Observatorio Laboral BTPUCP (2018), basada en información de (Lebrún Aspillada, 2014).

Para Buquet, la música puede comercializarse de diversas formas, entre las que resalta el mercado de venta de fonogramas y la industria de grabaciones, además se incluyen a las empresas editoriales, los conciertos, los representantes, las sociedades a cargo de la propiedad intelectual entre otros sectores (Buquet, 2002, p. 67, citado por Álvarez, 2015).

Tal como sucede en otras industrias de producción de bienes de consumo cultural, la sustentación de la misma se encuentra en la propiedad y venta de derechos (Garnham, 1999). Pero, si esta parte de la industria desaparece o se ve amenazada, como actualmente está sucediendo a causa de la piratería, sucede lo que se está viviendo hoy: una profunda crisis de esta industria en todo el planeta, lo que provoca constantes reestructuraciones de las empresas.

Las cifras son bastante desalentadoras, por ejemplo, entre el 2001 y el 2013, la evolución de las ventas de música grabada muestra una disminución acumulada en la facturación del 80,9 % (Promusicae, Libro blanco de la música en España, 2013). Un descenso que no parece tener freno en la venta de soportes que nos revela la fuerte crisis de este modelo tradicional.

“Esto puede ser debido a factores como el ya mencionado, la piratería, pero también otros como la irrupción de productos sustitutivos ligados directamente con las nuevas tecnologías, que han entrado con fuerza en este sector y pronto pueden llegar a desbancar a la industria discográfica como eje principal en este mercado” (Álvarez, C., 2015).

Sin embargo, la crisis que vive la industria musical data ya de algún tiempo. Para Álvarez, C. (2015), las ventas de los soportes más comunes hasta el momento siguen cayendo año tras año. Este es un fenómeno que se está dando a nivel mundial, aunque en algunos países se presenta con más fuerza.

“Este nuevo panorama supone una reinención constante de las empresas de este sector y uno de los aspectos que más está ayudando a frenar las pérdidas de este sector es el mercado digital,

aún por desarrollarse. La industria musical, actualmente se expande por mercados aún vírgenes y se centra en la creación de nuevos modelos de negocio, lo que desemboca en el acercamiento de un número cada vez mayor de usuarios de música digital y la globalización de los artistas, con un público cada vez más diverso y numeroso” (Álvarez, C., 2015).

En ese sentido, ¿de qué hablamos cuando nos referimos a las empresas de la industria musical? Debido a que la industria musical vive actualmente un proceso de fusión interna, Martín, D. (2014) señala que, si antes se hablaba de discográficas, agencias de management o promotoras de conciertos, con límites notorios entre unas y otras, ahora debemos hablar de empresas todoterreno.

Las diferentes áreas de la industria siguen existiendo, pero son más frecuentes las discográficas que son, a la vez, agencias de management, las agencias que también son sello discográfico, o los sellos - agencias que ejercen de promotoras de conciertos, según explica el mismo autor. También se puede decir que, actualmente, hay mucha autoproducción.

### **1.2.2 Relación entre los recursos humanos y las empresas musicales**

Según D’Alessio, 2008; Robbins y Coulter, 2005, citados en Gherman, T.; Iturbe, J. y Osorio, D. (2011), el recurso humano es el activo más importante de toda la organización, porque mueve los recursos tangibles e intangibles, permitiendo, así, que el ciclo operativo funcione y estableciendo las relaciones que hacen que la organización pueda alcanzar sus objetivos.

En ese sentido, para que las empresas se desarrollen necesitan recursos humanos que se muevan adecuadamente ante cualquier cambio. Es decir, necesitan un buen directivo que sepa manejar muy bien el cambio y, para gestionar este cambio, las organizaciones deben tener en sus filas a empleados comprometidos con la demanda de cambios rápidos, empleados que representan la fuente de ventaja competitiva (Dessler, 1993, citado por Ramlall, 2004).

En la industria musical, por ejemplo, para que funcione bien un producto “cantante solista”, se necesita un buen manager que difunda las virtudes musicales de este artista y las canciones que tiene para ofrecer a sus distintos contactos, entre los que debe haber casas disqueras, organizadores de eventos, conductores radiales, entre otros.

Asimismo, se necesita un cantante comprometido en cuidar su voz y su salud, que mejore constantemente sus técnicas vocales y de respiración, que mantenga una buena relación con sus seguidores, sobre todo ahora que hay mayor interacción entre una figura musical y sus seguidores, a través de las redes sociales, y que vele por mostrar una imagen que le garantice una buena reputación en la industria.

Para Meyer y Parfyonova (2009), citados en Rodríguez, C. y Betanzos, N. (2011), contar con el compromiso de los empleados hacia la organización, a lo largo del tiempo, ha demostrado ser la mejor y única ventaja competitiva para la empresa, porque otros recursos, como tecnología e infraestructura pueden ser imitables o adquiribles en cualquier momento.

Esto es muy importante porque los empleados que son leales a una organización, cuidan de ella y de su imagen, y velan por los intereses de esta. De esa manera, aumenta la eficiencia y se produce un menor índice de rotación de personal y una reducción en los costos que genera el reclutamiento y la capacitación de nuevos trabajadores (Mowday, 1998). Por el contrario, cuando no se tiene personal comprometido se producen serias consecuencias para la empresa, ya que se ve perjudicada por el bajo desempeño de sus empleados e, incluso, hasta daños al patrimonio y fuga de información.

En el ámbito musical, una carrera puede verse afectada al punto de destruirse por una sola falla que cometa el cantante en contra de su reputación, por poner un ejemplo. Actualmente, se pueden ver casos de carreras musicales que terminaron o de cantantes que disminuyeron su cantidad de fanáticos tan solo por una opinión expresada en las redes sociales. Así como otros factores, el Internet ha influido en la forma de adquirir y mantener los empleos y la industria musical no escapa de ello.

Dicho esto, es necesario entender el compromiso como la identificación o el vínculo afectivo propuesto por Mowday, Steers y Porter (1979), que se desarrolla rápidamente e independientemente de la organización.

Sin embargo, Kondratuk, Hausdorf y Korabika, (2004), citados en Rodríguez, C. y Betanzos, N. (2011), señalan que este no predice la rotación de personal y que todavía no se ha probado si sus efectos son duraderos.

“El compromiso basado en necesidades e inversiones tiene consecuencias negativas: reducción del rendimiento en el trabajo, tensión más alta y conflicto trabajo-familia. El compromiso basado en normas morales tiene una relación importante con la lealtad corporativa” (Rodríguez, C. y Betanzos, N., 2011).

Por ello, una empresa no necesita solamente el compromiso de sus trabajadores, sino que requiere de una fuerza mayor que les permita a sus trabajadores desarrollarse y, con ello, contribuir con el desarrollo de la organización. Esta fuerza mayor es la motivación.

### **1.2.3 Motivaciones de los recursos humanos**

Si un colaborador de cualquier industria necesita de motivación para realizar sus labores, un artista de la música con mayor razón, porque el arte es una manifestación mediante la cual, quien la ejecuta, continuamente se encuentra creando. La música transmite ideas, emociones y experiencias. Muestra una forma de ver la realidad, es una expresión de lo que se está sintiendo, por ello, requiere de mucha motivación.

“La música es sensación y con los ojos cerrados es más profunda”.  
(Nahuel Pennisi, músico no vidente)

“La música es la más metafísica de las artes, ya que mientras las otras artes nos hablan de sombras, la música nos habla del ser”  
(Arthur Schopenhauer, 1998, p. 203)

En ese sentido, las empresas de la industria de la música requieren de profesionales altamente motivados. Así, tal como explican Ramírez, Badii y Abreu (2008): Para las empresas es esencial lograr que su personal se encuentre adecuadamente motivado para alcanzar los objetivos organizacionales y personales.

En la actualidad, uno de los problemas más urgentes que con el que deben lidiar las empresas modernas es encontrar la manera de motivar a su personal para que pongan más empeño en sus labores y aumenten la satisfacción y el interés en el trabajo (p. 146).

La motivación efectiva de los empleados ha sido una de las tareas más difíciles y, a la vez, más importantes de los administradores (Kinicki y Kreitner, 2003). Muy distinto de lo que algunos empleadores piensan, la motivación no consiste en realizar un evento que distraiga a los empleados por un momento, sino que es una estrategia mediante la cual se debe conseguir que los empleados se encuentren permanentemente interesados en realizar sus funciones.

Según Wilson (2005), para mantener una fuerza laboral estable, los supervisores deben de implicar a sus supervisados constantemente en diversas actividades de retención, porque es muy importante que la gente se sienta valorada y apreciada, no solo como persona, sino también a través de su trabajo.

“Los supervisados quieren hacer un trabajo significativo y quieren implicarse en cómo sus trabajos han sido diseñados, gestionados y medidos. Cuando estas necesidades psicológicas se cumplan, la investigación muestra que ellos estarán más dispuestos a quedarse dentro de la empresa, estarían más motivados” (Rodríguez, C. y Betanzos, N., 2011).

De esta manera, aunque la organización cuente con técnicas y procesos avanzados de reclutamiento, selección y capacitación de personal, esto no garantiza la calidad del trabajo si no se cuenta con trabajadores motivados.

Por ejemplo, es común que los directivos piensen que, para motivar al personal, la principal solución es incrementar el sueldo. Sin embargo, esto no siempre es cierto. La

nueva generación de empleados demuestra tener otras expectativas y necesidades más profundas (Schultz, 1995, citado en Ramírez et al., 2008). Cabe resaltar que, incluso, las formas de reconocimiento no económicas, en general, son más efectivas que las económicas, incluido el dinero en efectivo (Nelson y Spitzer, 2003).

En su estudio, Nelson y Spitzer (2003) hallaron lo siguiente:

Pregunte a cualquier directivo sobre aquello que sus empleados esperan conseguir gracias a su trabajo y, probablemente, obtendrá una lista llena de incentivos económicos tales como el incremento del sueldo, diferentes bonos, promociones, etc. Pregunte a un empleado qué es lo que desea realmente conseguir con su trabajo y, probablemente, obtendrá una respuesta muy distinta. Sí, el salario es muy importante, pero, incluso, más importantes son las cosas intangibles como la confianza y el respeto, la posibilidad de aprender nuevas habilidades, el sentirse involucrado en la toma de decisiones y percibir el agradecimiento por un trabajo bien hecho (p. 20).

Cabe resaltar que los incentivos que más motivan a los empleados son los que proceden de los directivos y no de la empresa, y que se basan en el rendimiento y no en la imagen de la empresa (Graham y Unruh, 1990, citado por Nelson y Spitzer, 2003).

Además, tal como señala el estudio de Gestión de Capital Humano elaborado por PricewaterhouseCoopers en el Perú, la motivación que el personal tiene para cumplir con sus labores va más allá del ámbito remunerativo, puesto que existen dos tipos de salarios: el monetario y el no monetario o emocional, el cual se refiere a dar a los trabajadores todos los beneficios necesarios para que desarrollen su vida en forma integral.

### **1.2.3.1 Teoría de Herzberg**

Cuando se habla de motivación, es preciso incluir a una de las principales teorías que existen sobre el tema: la “Teoría de los dos factores”, también conocida como la “Teoría de la motivación e higiene”, propuesta por el psicólogo Frederick Irving Herzberg, uno de los hombres más influyentes en la gestión administrativa de empresas.

Según la teoría de Herzberg, las personas se encuentran influenciadas por dos factores:

- La satisfacción, que es el resultado de los factores de motivación, los cuales ayudan a aumentar la satisfacción del individuo, pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción. Entre ellos, se pueden mencionar el trabajo estimulante: posibilidad de manifestar la propia personalidad y de desarrollarse plenamente, el sentimiento de autorrealización: la certeza de contribuir en la realización de algo de valor, el reconocimiento de una labor bien hecha: la confirmación de que se ha realizado un trabajo importante, el logro o cumplimiento: la oportunidad de llevar a cabo cosas interesantes, y la responsabilidad mayor: la consecución de nuevas tareas y labores que amplíen el puesto y brinden al individuo mayor control del mismo.
- La insatisfacción, que es el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero, a su vez, tenerlos tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo. Entre ellos, se pueden mencionar los factores económicos: sueldos, salarios y prestaciones, condiciones laborales: iluminación y temperatura adecuados y entorno físico seguro, la seguridad: privilegios de antigüedad, procedimientos sobre quejas, reglas de trabajo justas, y políticas y procedimientos de la compañía, los factores sociales: oportunidades para interactuar con los demás trabajadores y para convivir con los compañeros de trabajo, y la categoría: títulos de los puestos, oficinas propias y con ventanas y acceso al baño de los directivos.

Así, para alcanzar la satisfacción, el empleado, incluido el de la industria musical, debe: a) tener un trabajo estimulante, que le permita manifestarse tal como es y desarrollarse plenamente, b) sentirse autorrealizado, que contribuye con la sociedad, c) ser reconocido por su labor bien hecha, d) tener logros, que le permitan realizar cosas interesantes, y e) tener una responsabilidad mayor, encargarse de nuevas tareas para seguir escalando en la empresa.

### **1.3 La música como profesión universitaria**

Cuando se habla de un músico, las definiciones formales que existen para este término casi se limitan a las funciones de composición y ejecución de instrumentos. Por ejemplo, la Real Academia Española define al músico como “Persona que conoce el arte de la música o lo ejerce, especialmente como instrumentista o compositor” (RAE, s.f.). En tanto,

Federico Sopeña, musicólogo y crítico musical español, ex miembro de la RAE, señala que un músico es la “Persona que ejerce, sabe o profesa el arte de la música” (Sopeña).

Sin embargo, según Bennet, la autodefinition del profesional de la música es más amplia. “Puede referirse a una carrera como intérprete, profesor, técnico de sonido, administrador o investigador y una variedad de empleos dentro y fuera de la música” (Bennet, 2008, p 115).

Al respecto, en el documento Observatorio Laboral. Informe del mercado laboral de la Especialidad de Música, elaborado por la Pontificia Universidad Católica del Perú, para el cual se aplicó una investigación de metodología cualitativa, entre setiembre de 2017 y junio del 2018, en la que se realizaron 29 entrevistas a profundidad a diversos profesionales vinculados con la carrera, entre egresados de la especialidad, tanto de la PUCP como de otras instituciones, empleadores, docentes musicales y especialistas los entrevistados definen al músico como aquel que se dedica, a tiempo completo, a algún rol musical con la “expectativa de generar ingresos suficientes que permitan la auto sostenibilidad (económica)” (Especialista, comunicación personal, 2017). Es decir, consideran músico a quien hace y vive de la música. Asimismo, los entrevistados para dicho estudio también están de acuerdo en que los músicos pueden desempeñarse también en otros campos laborales como arreglistas, compositores, productores, etc.

Sobre la base de lo descrito, el informe propone la siguiente definición de músico profesional: “Profesional cuyas actividades laborales predominantes se enmarcan dentro de las artes fonográficas, audiovisuales, escénicas y digitales; desempeñando funciones musicales como la ejecución, interpretación, composición, dirección, docencia, musicología (investigación) y producción musical, entre otros roles de la música vinculados a los rubros de cultura y entretenimiento” (PUCP, 2018).

De acuerdo con la definición presentada, el informe señala que “un músico profesional debe contar con capacidades que le permitan desempeñarse en diversas funciones, así como con los recursos suficientes – herramientas técnicas, teóricas e interpretativas – para enfrentar solventemente variedades de géneros, estilos y contenidos que va imponiendo el mercado” (PUCP, 2018).

En ese sentido, las principales funciones que cumple un músico, dentro del circuito, son las siguientes:

**Tabla 1:**

*Funciones de un músico*

Funciones	Descripción
<b>Ejecución - Canto</b>	Interpretación musical en algún instrumento o por medio de la voz.
<b>Composición</b>	Creación de obras musical en el formato que se requiera.
<b>Dirección de Orquesta y Elencos musicales</b>	Función realizada por músico muy capacitado que se encarga de guiar un gran elenco. Dicho elenco funciona como su instrumento.
<b>Copia</b>	Músico con experiencia en composición y/o ejecución, que tiene la habilidad de traducir lo que le dice algún otro músico en una partitura o software de notación musical.
<b>Arreglo musical</b>	Creación de un acompañamiento en el formato requerido, dentro de una composición que no necesariamente es propia del arreglista.
<b>Musicología</b>	Investigación sobre música y su relación que tiene con algún pueblo, cultura o sociedad.
<b>Docencia musical</b>	Labor de compartir la sabiduría musical con otras personas, enseñando y también aprendiendo de las otras personas.
<b>Producción musical</b>	Función de guiar al compositor en encontrar el sonido adecuado para la canción que este está creando. El productor encamina al músico y le brinda herramientas para que este se exprese de una mejor manera. También se encarga de la grabación del tema o temas.

Fuente: Observatorio Laboral BTPUCP (2018)

Cabe resaltar que, además de las funciones señaladas en la tabla 1, “a nivel internacional, existen además funciones bien posicionadas como las de stage manager, técnico de sonido, ingeniero de sonido y drum tech. Sin embargo, en Perú estas funciones no se encuentran desarrolladas. Suelen ser cubiertas, incluso, por personas que no cuentan con una formación musical profesional, pero sí, una gran afinidad hacia la industria y conocimientos empíricos del rubro” (Observatorio Laboral PUCP, 2018).

Así, entre las funciones más requeridas en el mercado se encuentran: la ejecución, en la que se pueden identificar una diversidad de instrumentos y géneros musicales, y la docencia, considerada como una parte importante de la estabilidad laboral y económica del músico, a nivel mundial (Docente PUCP, 2017).

## 1.4 Carrera de Música en la PUCP

La Escuela de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú se creó en octubre 2008, con un programa de 4 años para niños y adolescentes. En marzo 2010, se inició el Diploma de Músico Profesional (DPM). Este era un programa de 4 años dirigido a personas que terminaron la educación secundaria. En marzo 2013, la Escuela de Música se convirtió en Especialidad de Música, formando parte de la Facultad de Artes Escénicas (FARES) de la PUCP. La FARES invitó a los alumnos del DPM a formar parte de la Especialidad, para ello debían hacer un año adicional, con estudios de Formación General. De esta manera, los alumnos podrían obtener un bachillerato. En diciembre de 2014, la Especialidad de Música tuvo su primera promoción de egresados.

En la actualidad, con una reciente promoción integrada por 83 egresados, la Especialidad de Música tiene como eje principal formar a músicos profesionales en cuatro concentraciones: Canto, Ejecución Musical, Composición y Producción Musical, en las que, además de dominar competentemente un instrumento, tengan un excelente conocimiento de la historia y de la teoría musical, así como de las nuevas tecnologías aplicadas en la composición y ejecución musical (Fuente: <https://www.pucp.edu.pe/carrera/musica/>).

“En el caso de la PUCP, se viene apostando por una formación integral, que contempla cursos de humanidades y música, tanto teórica como práctica. En esta, se promueve la convivencia de la música académica con la popular, en donde los dos perfiles comparten sus experiencias dentro de los cursos de la malla curricular” (Observatorio Laboral PUCP, 2018).

Sus egresados tienen la oportunidad de insertarse en un mercado laboral amplio que incluye los siguientes campos: Ejecución musical como solista, en grupos u orquestas, Composición musical para solistas, grupos y orquestas, Creación de música para películas, televisión y teatro, Gestión y manejo de estudios de grabación, Realización de espectáculos musicales, Producción ejecutiva para la industria discográfica, Elaboración de proyectos musicales para agencias de publicidad, Desarrollo de productos musicales en ámbitos multimedia e Internet, Educación musical y artística en colegios, institutos y universidades, Investigación musical desarrollada en institutos, universidades y entidades

privadas. Para entender mejor el alcance del campo laboral en el que pueden insertarse los egresados de la Especialidad de Música de la PUCP, se presenta la siguiente tabla:

**Tabla 2:**

*Espacios de desarrollo profesional del sector*

Tipo de organización	Espacios físicos	Funciones requeridas
Institución Educativa	Escuelas Institutos de Música Universidades	Docencia Musicología Arreglos
Productora audiovisual	Casas de audio Estudios de grabación Casas de publicidad	Producción musical Ejecución (bandas y artistas) Ejecución independiente Composición Arreglo
Productoras musicales	Estudios de grabación Sellos discográficos	Producción musical Ejecución (bandas y artistas) Ejecución independiente Composición Arreglo
Organización Cultural	Auditorios Bares culturales Centros Culturales Teatros	Ejecución (bandas y artistas) Ejecución independiente Dirección
Productora de eventos y espectáculos	Discotecas Bares Estadios y complejos deportivos Plazas Centros Comerciales	Ejecución (bandas y artistas) Producción musical
Productora de soluciones musicales	Locales de eventos sociales Casas Iglesias	Ejecución independiente Ejecución (bandas y artistas)
Otras	Hoteles Restaurantes Centros comerciales Locales de eventos privados Proyectos interdisciplinarios	Ejecución Docencia

Fuente: Observatorio Laboral PUCP (2017)

## 2. Metodología

### 2.1 Ejes de la investigación

En el presente estudio se plantean los siguientes ejes temáticos:

- *Conocer la cantidad de egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP que se insertó laboralmente.*

Mediante este eje se busca saber cuál es el porcentaje de egresados del total que logra ubicarse en un trabajo.

- *Conocer en qué tipo de empresas o instituciones laboran los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP. y en qué puestos están ubicados.*

Luego de identificar lo indicado en el primer eje, se pretende entender cuáles son las entidades que demandan este tipo de profesionales y para qué puestos específicamente.

- *Conocer si las remuneraciones que reciben los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP se incrementaron luego de que estos culminaran su carrera.*

Este eje busca determinar si el egresar de la Especialidad de Música de la PUCP influye en su mejora salarial.

- *Identificar mediante qué canales (Bolsa de trabajo PUCP, Internet, redes sociales y otros) los egresados se enteraron de la oferta de trabajo que les permitió insertarse laboralmente.*

Mediante este eje conoceremos cuál es la vía más eficiente que tienen los egresados para conocer las ofertas laborales que se presentan para los profesionales de la música. Además de proponer otros medios que puedan complementar el conocimiento de las oportunidades laborales y acciones de orientación para la inserción laboral.

- *Determinar cuáles son los puestos laborales con mayor cantidad de egresados de la Especialidad de Música de la PUCP.*

Este eje nos permitirá tener una idea de cuáles son los requerimientos del mercado actualmente.

## **2.2 Participantes**

Para el presente estudio, se aplicó una encuesta a 50 egresados de la Especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú, de una población total de 83 egresados.

## **2.3 Herramienta de recojo de la información**

- **Revisión documental**

Se realizó una revisión bibliográfica del documento: “Informe del mercado laboral de la Especialidad de Música”, elaborado por el Observatorio Laboral de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en el mes de julio del año 2018.

- **Encuestas**

Se planteó un cuestionario de 20 preguntas, que fue elaborado específicamente para este trabajo de investigación. Las preguntas abordaron los siguientes aspectos:

a) Datos socio-demográficos: Se plantearon cuatro preguntas sobre sexo, la edad, el área de la carrera que estudió y el grado académico.

b) Incorporación al mercado laboral: Se plantearon cinco preguntas sobre su ingreso al mercado laboral, específicamente a través de las prácticas profesionales (duración, remuneración, relación de la práctica con su carrera).

c) Proceso de búsqueda de empleo: Se plantearon cinco preguntas sobre cómo fue su acceso al empleo (cuánto tiempo pasó, desde que egresó hasta que encontró el trabajo, cómo se enteró de la oferta laboral y qué dificultades tuvo para acceder a la oferta laboral).

d) Empleo posterior a su egreso: Se plantearon seis preguntas sobre cómo fue su empleo, luego de haber egresado (fue trabajo formal o informal, en qué rubro, en qué institución, cuál fue su remuneración).

### **3. Diagnóstico sobre la situación laboral actual de los egresados de la carrera de Música**

Como parte del diagnóstico, se expondrán los principales resultados de las encuestas aplicadas, las cuales abordan distintos ejes temáticos.

En ese sentido, para el eje 1: Conocer la cantidad de egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP que se insertó laboralmente, se hicieron preguntas sobre si realizaron prácticas pre profesionales y/o tuvieron empleos relacionados con su carrera musical. Para el eje 2: Conocer en qué tipo de empresas o instituciones laboran los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP y en qué puestos están ubicados, se preguntó en qué rubro laboraban y en qué puesto laboral se desempeñaban. Para el eje 3: Conocer si las remuneraciones que reciben los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP se incrementaron luego de que estos culminaran su carrera, se preguntó a cuánto ascendió su remuneración mientras realizan sus prácticas pre profesionales, cuánto percibieron cuando ya tuvieron su primer empleo y si mejoró su remuneración, luego de egresar de su Carrera de Música. Para el eje 4: Identificar mediante qué canales (Bolsa de trabajo PUCP, Internet, redes sociales y otros) los egresados se enteraron de la oferta de trabajo que les permitió insertarse laboralmente, se les preguntó en qué lugar encontraron la oferta laboral que los llevó a acceder a un puesto de trabajo. Finalmente, para el eje 5: Determinar cuáles son los puestos laborales con mayor cantidad de egresados de la Especialidad de Música de la PUCP, se les preguntó en qué puesto de trabajo laboraban actualmente.

La aplicación de la encuesta permitió obtener los datos que se detallan a continuación. Asimismo, el análisis de la información obtenida se muestra al final de dicho acápite.

### 3.1. Resultados obtenidos

A continuación, se presenta la muestra poblacional de egresados a la que se aplicó la encuesta.

**Tabla 3:**

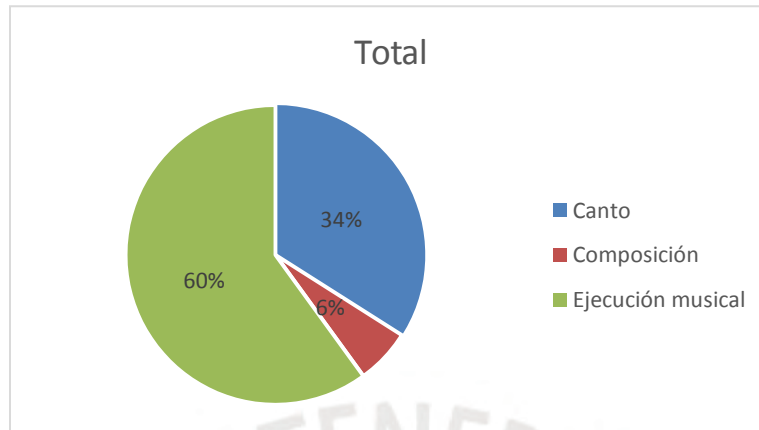
*Universo de entrevistados egresados de la Especialidad de Música de la PUCP*

<b>Total:</b>		50 participantes	
<b>Hombres:</b>	35	<b>Mujeres:</b>	15
<b>Edades (de menor a mayor):</b>			
22 años			2
23 años			4
24 años			10
25 años			10
26 años			7
27 años			8
28 años			4
29 años			2
31 años			1
32 años			2

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 3, del universo de encuestados (50 personas), el 70 % (35 personas) son hombres y el 30 % (15 personas) son mujeres. Asimismo, se puede ver que las edades de los encuestados oscilan entre los 22 y los 32 años. La mayoría de ellos tienen 24 años (10 personas), 25 años (10 personas) y 27 años (8 personas). Asimismo, los encuestados con mayor edad tienen 32 años (2 personas).

**Gráfico 2:** Concentración de estudios a la que pertenecen los encuestados

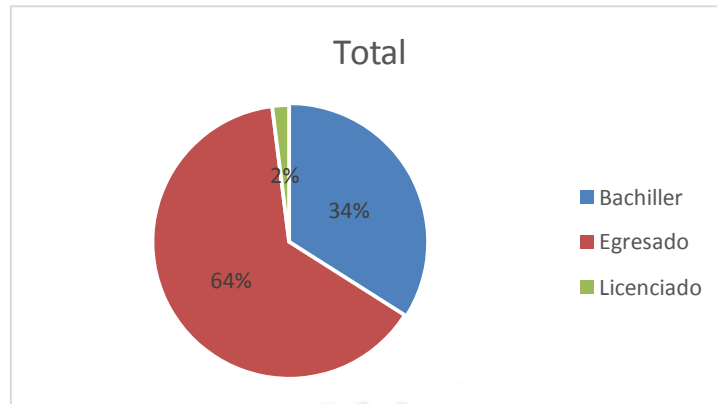


Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, el 60 % pertenece a la Concentración de Ejecución Musical, que se divide en Área Clásica y Área Popular, siendo este el grupo con la de mayor cantidad de egresados. Le sigue la Concentración de Canto, con 34 %, y la de Composición, con 6 %, siendo este el grupo que tiene menor cantidad de integrantes. Al respecto, el Observatorio Laboral (2018) señala que las funciones en cuestión, principalmente las de ejecución, composición, arreglos y dirección, se desarrollan bajo dos campos de especialización diferenciados, aunque no excluyentes: la música académica, también conocida como música clásica, y la música popular. En ese sentido, afirma lo siguiente:

“Muchos de los entrevistados mencionan que estos dos campos deben ser complementarios. Sin embargo, es necesario identificar las particularidades de cada uno ya que estas definirán ciertos aspectos de las funciones a realizar por el músico, el perfil demandado, el mercado laboral y los retos a los que se enfrentan los músicos en cada uno de los campos” (Observatorio Laboral, 2018).

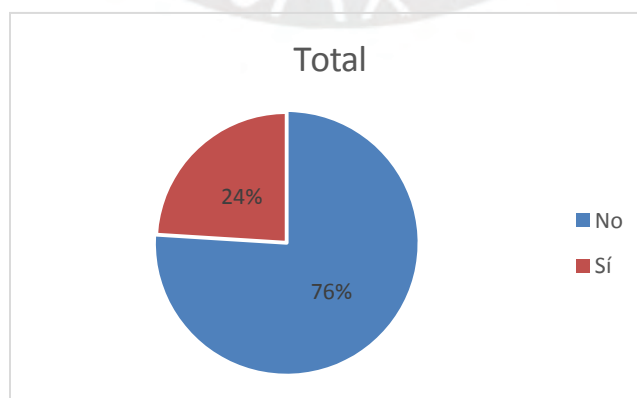
**Gráfico 3:** Grado de instrucción de los encuestados



Fuente: Elaboración propia

En lo referido al grado de instrucción, como se puede ver en el gráfico 4, del total de encuestados, 32 (64 %) son solamente egresados, 16 (34 %) tienen grado de bachiller y solamente 1 (2 %) tiene el título de licenciado. Esto indica que los egresados no se están interesando en obtener una Licenciatura que demuestre que estudiaron una carrera universitaria en la Especialidad de Música. Además, un importante 64 % se mantiene con nivel académico de egresado. Es necesario profundizar más en este tema, a través de estudios que permitan saber por qué los egresados no se interesan en sacar un título académico que avale sus estudios universitarios. Tal vez, esto podría deberse a que en los empleos donde laboran no se les exigen tener este grado académico o a que este no les aporta mucho, en su crecimiento laboral.

**Gráfico 4:** Realización de prácticas pre profesionales de los egresados

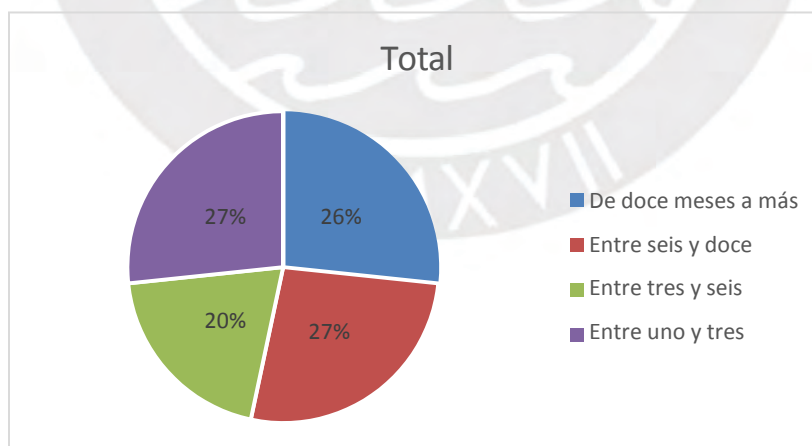


Fuente: Elaboración propia

Respecto de los espacios de desarrollo profesional, como se puede ver en el gráfico 4, del total de encuestados, 38 (el 76 %) no ha realizado prácticas pre profesionales antes de acabar la carrera, lo que muestra que los egresados de la Especialidad de Música salen de la universidad sin tener alguna experiencia laboral previa, relacionada con su carrera, como sí sucede en la mayoría de carreras universitarias. Solo 5 egresados (24 %) de esta carrera sí han realizado prácticas pre profesionales.

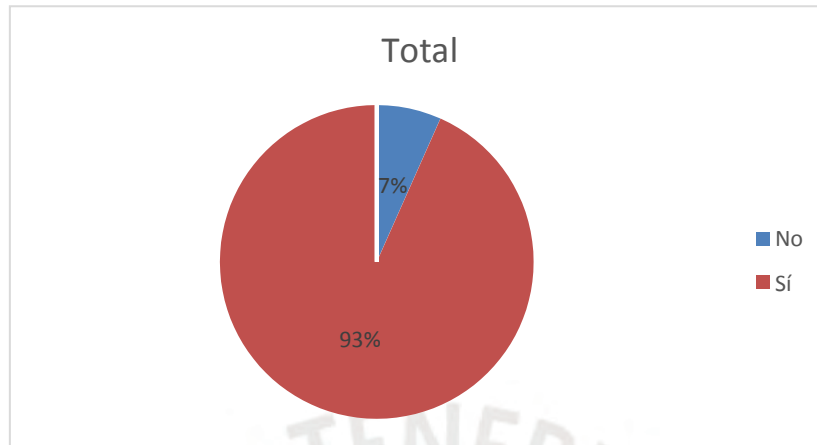
Asimismo, en el gráfico 5, se puede ver que, del total de encuestados, se encontró que la duración de las prácticas pre profesionales fue entre uno y tres meses para el 27 % de los egresados, esto nos indica que hay un porcentaje considerable que realiza prácticas solo por un corto periodo de tiempo. Se tendría que analizar si esto se debe a que muchas de las ofertas que existen en el medio son solo por una duración de entre uno y tres meses o si los egresados se retiraron de las prácticas, por voluntad propia, tras ese corto periodo de tiempo. Asimismo, otro 27 % practicó entre seis y doce meses. Sin embargo, cabe destacar que las cantidades de egresados que realizaron prácticas pre profesionales entre un rango de tiempo y otro son muy cercanas, así, un 26 % de los egresados tuvo practicas pre profesionales que duraron de 12 meses (un año) a más y el otro 20 %, entre tres y seis meses.

**Gráfico 5:** Duración de las prácticas pre profesionales de los egresados



Fuente: Elaboración propia

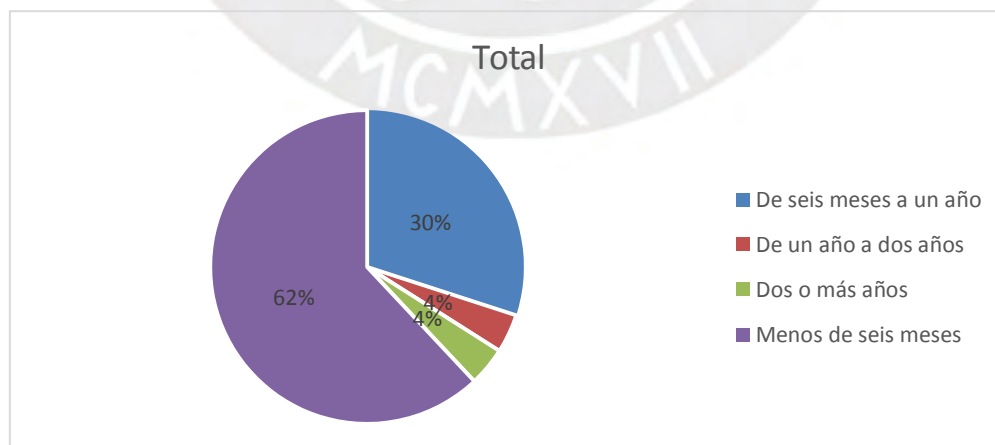
**Gráfico 6:** Egresados que realizan prácticas en el rubro musical



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados que realizaron prácticas, una importante mayoría de egresados de la Especialidad de Música de la PUCP (93 %) realizó prácticas que tuvieron relación con su formación académica universitaria (Músico) y solo el 7 % realizó prácticas que no tuvieron relación con su formación. Este es un buen indicador que muestra que los egresados se están logrando ubicar laboralmente en un empleo que les permite aplicar lo aprendido en su profesión, pero aún es necesario ejecutar acciones que permitan que ese otro 7 % logre realizar prácticas en puestos de trabajo relacionados con su profesión.

**Gráfico 7:** Tiempo que deben esperar los egresados para conseguir su primer empleo

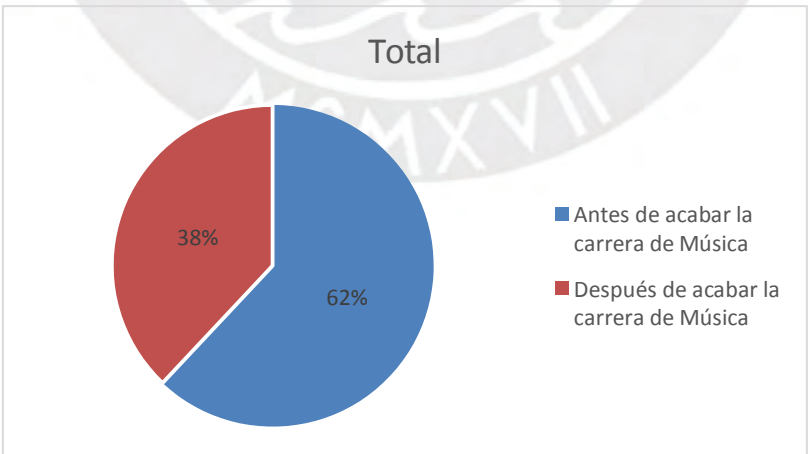


Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, el 62 % de egresados de la Especialidad de Música de la PUCP (31 personas) demoró menos de 6 meses en conseguir su primer empleo. Esto indica que el tiempo para insertarse laboralmente es prudencial y manejable para la mayoría. Sin embargo, todavía hay un considerable porcentaje que tiene dificultades en el tiempo de inserción laboral: un 30 % de egresados (15 personas) demoró entre 6 meses y un año, un 4 % (2 personas) demoró entre uno y dos años y otro 4 % (2 personas), demoró más de dos años en conseguir un trabajo, después de acabar la carrera. Es decir, un 8 % de los egresados ha tenido serias dificultades para lograr esta ansiada inserción laboral.

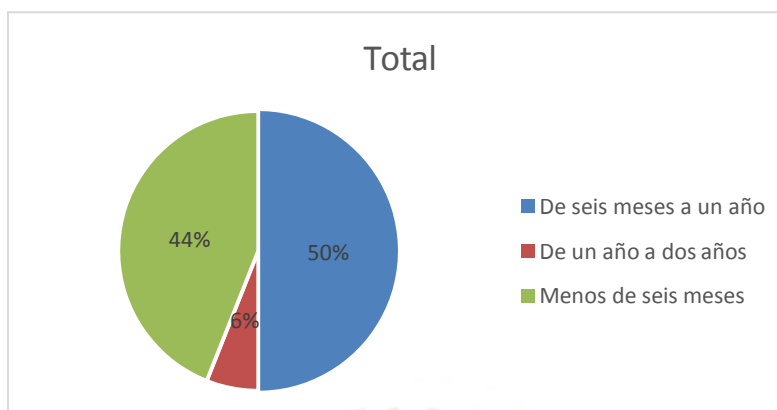
Asimismo, en el gráfico 8, se muestra que, del total de encuestados, 31 personas, que representan el 62 %, empezaron a buscar trabajo recién después de culminar su Carrera de Música, mientras que 19 personas, un 38 %, empezaron a buscar trabajo antes de acabar su carrera universitaria. El hecho de que la mayoría de egresados de la especialidad busque su primer trabajo recién luego de culminar sus estudios podría ser uno de los motivos por los que un considerable porcentaje de ellos se demora entre seis meses y más de dos años en insertarse laboralmente, ya que buscan un empleo sin contar con experiencia de prácticas o trabajos previos, mientras se encontraban estudiando, una condición que tienen en cuenta los empleadores cuando van a escoger entre los candidatos que postulan al puesto ofrecido.

**Gráfico 8:** Momento en que los egresados buscan su primer empleo



Fuente: Elaboración propia

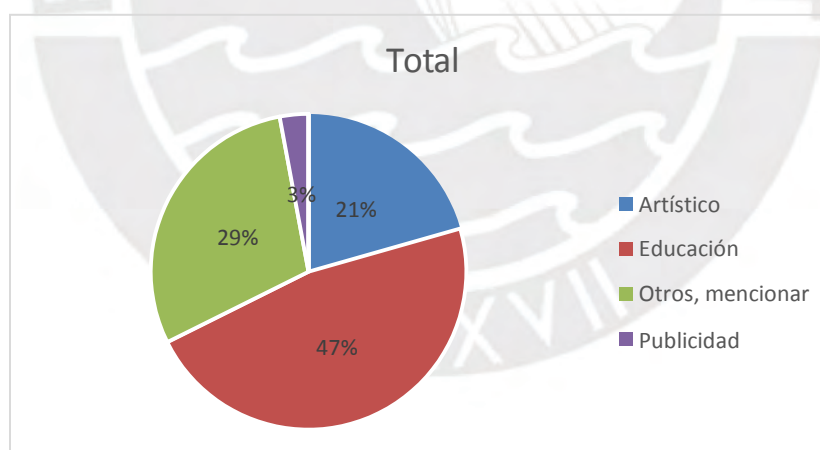
**Gráfico 9:** Tiempo de espera de los egresados para obtener un nuevo empleo



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, el 50 % (25 personas) indicó que, cuando tuvo que buscar un nuevo empleo, tuvo que esperar de seis meses a un año para encontrarlo. Mientras el 44 % (22 personas) esperó menos de 6 meses y solamente el 6 % (3 personas) buscó empleo durante uno o dos años.

**Gráfico 10:** Rubros donde laboran los egresados de la Especialidad de Música



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados que respondieron la pregunta, el 47 % (16 personas) trabajó en el rubro de educación, el 21 % (7 personas), en el medio artístico y el 3 % trabajó en publicidad. El 29 % de los egresados encuestados, 10 personas, no precisaron los rubros en los que trabajaron. De estas cifras, se puede destacar que casi la mitad indica que se insertó laboralmente en el rubro de educación, es decir, este es un importante espacio de

inserción laboral para los egresados de la Especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Por ello, las acciones deben enfocarse en fortalecer las habilidades en docencia musical de los egresados.

Sobre el mismo tema, en el gráfico 11, se puede ver que la mayoría se insertó laboralmente en los colegios. Le siguieron aquellos que indicaron trabajar en negocios independientes y en locales nocturnos, es decir, que el segundo grupo mayoritario de egresados se ubicó en empleos relacionados con el medio musical artístico, por lo que pueden ser intérpretes, DJs, entre otros. Esto significa que las acciones de mejora también deben estar enfocadas en reforzar las habilidades de este segundo grupo.

**Gráfico 11:** Lugares donde trabajan los egresados de la Especialidad de Música

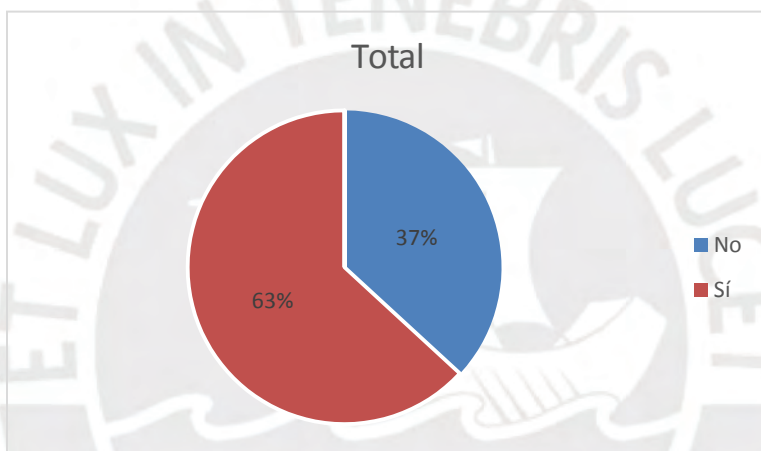


Fuente: Elaboración propia

### 3.1.2 Remuneración

Del total de encuestados que realizó prácticas pre profesionales, el 63 % indicó que fueron remuneradas, sin embargo, un importante 37 % no recibió remuneración alguna por la realización de sus prácticas pre profesionales. Es decir, hay un porcentaje elevado de egresados que se ha visto en la necesidad de trabajar sin recibir remuneración, con tal de realizar prácticas pre profesionales. A partir de la información obtenida, en un segundo estudio, se procurará profundizar en las razones por las cuales los profesionales optan por realizar prácticas sin percibir remuneración.

**Gráfico 12:** Remuneración de las prácticas pre profesionales



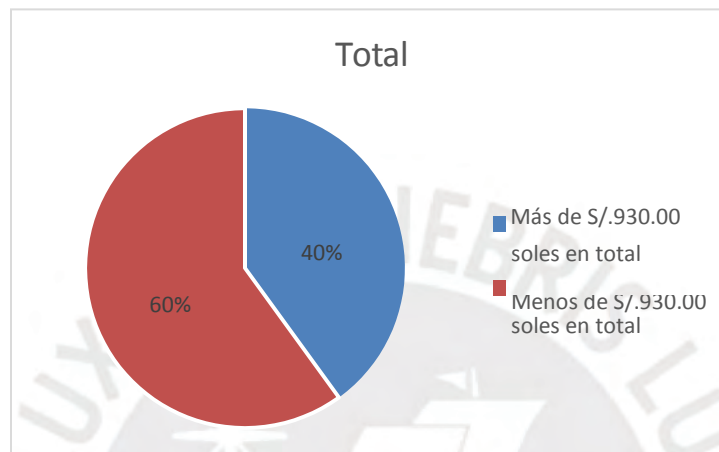
Fuente: Elaboración propia

En tanto, en el gráfico 13, se puede ver que, del total de encuestados que realizaron prácticas pre profesionales, el 60 % percibió una remuneración menor de S/ 930, el sueldo mínimo actual, en su práctica pre profesional. En tanto, el otro 40 % percibió una remuneración mayor de S/ 930. Como se puede observar, un porcentaje elevado de egresados es remunerado por un sueldo menor al mínimo en sus prácticas lo que podría indicar que, al no haber muchas oportunidades laborales para esta carrera, se ven forzados a aceptar trabajar sin recibir una remuneración adecuada.

Asimismo, en la encuesta se pudo identificar que, del total de encuestados que encontraron trabajo, el 68 % precisa que su remuneración no mejoró al acabar la carrera y el 32 % sostiene que su remuneración sí mejoró. Este es otro indicador de que las remuneraciones que se ofrecen en las oportunidades laborales para esta carrera no están

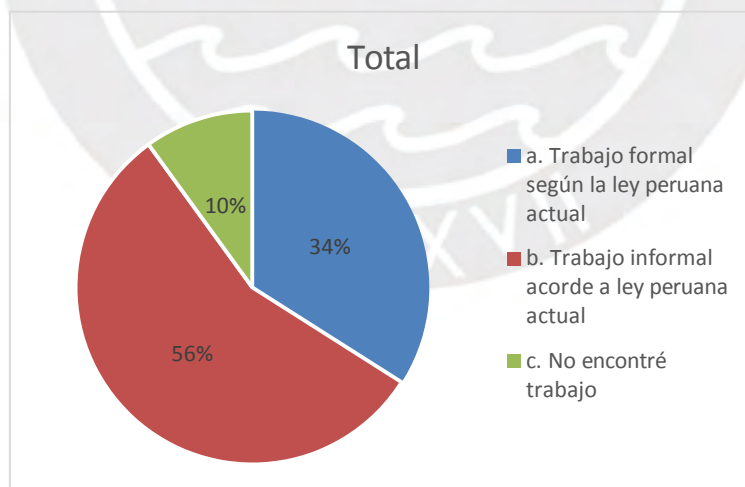
siendo las más adecuadas y, además, de que el egresado no está creciendo económicamente, luego de terminar sus estudios profesionales.

**Gráfico 13:** Monto de la remuneración recibida por los egresados en su práctica pre profesional



Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 14:** Formalidad del trabajo de los egresados



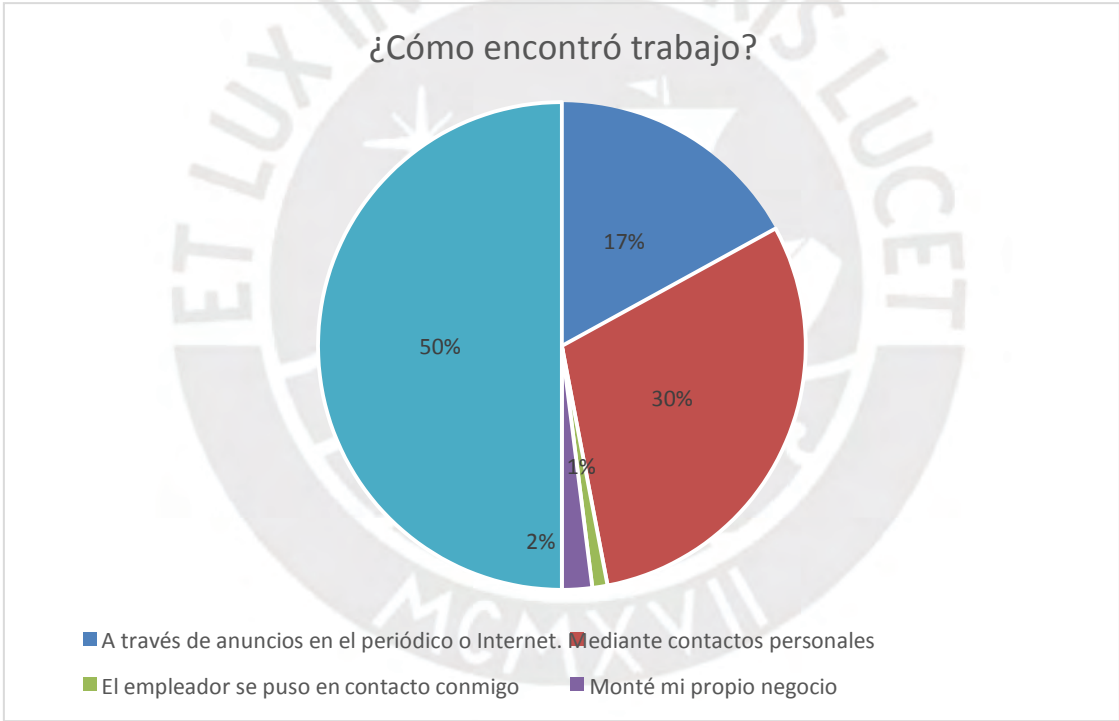
Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, el 56 % (28 personas) encontró un trabajo informal, según lo indicado por la ley peruana. Mientras, el 34 % (17 personas) encontró un trabajo formal y

el 10 % (5 personas) no encontró trabajo al completar sus estudios. Estos resultados reflejan que una gran cantidad de egresados obtienen empleos informales cuando egresan de la Especialidad de Música de la PUCP.

Sobre los canales de obtención de empleo, ante la pregunta sobre cómo consiguieron trabajo, tal como se puede ver en el gráfico 15, la mayoría de egresados, 23 personas, señaló que se lograron insertar laboralmente mediante contactos personales, es decir, por su propia cuenta, sin apoyo alguno de la universidad. Asimismo, 12 personas lograron conseguir un trabajo a través de anuncios en el periódico.

**Gráfico 15:** Canales para fomentar la inserción laboral de los egresados



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se muestra el análisis de la información obtenida, respecto de los ejes temáticos del presente estudio:

Eje 1: Conocer la cantidad de egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP que se insertó laboralmente. Si bien, en muchos casos, como se verá más adelante, los egresados tuvieron dificultades para encontrar un empleo, del total de

encuestados, casi el 70 % pudo insertarse laboralmente. Esto muestra un buen grado de inserción laboral, pero, también, la existencia de un importante número de egresados (30 %) que aún no ha conseguido una oportunidad de trabajo, por lo cual es necesario proponer acciones que fomenten la inserción laboral en esta especialidad.

Eje 2: Conocer en qué tipo de empresas o instituciones laboran los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP y en qué puestos están ubicados. Se encontró que el 47 % de los encuestados laboró en el rubro de educación, específicamente como docente de música, en colegios, y solo un 21 % en el medio artístico. En este caso, las acciones deberían enfocarse, por un lado, en reforzar las herramientas que contribuyan con mejorar las habilidades del músico como docente, para aprovechar la oferta que existe de estos puestos de trabajo, y, por otro, en difundir más el talento artístico de los estudiantes y egresados en eventos dirigidos a empresarios del medio artístico musical.

Eje 3: Conocer si las remuneraciones que reciben los egresados de la última promoción de la Especialidad de Música de la PUCP se incrementaron luego de que estos culminaran su carrera. Al respecto, se encontró que el 68 % de los egresados no tuvo mejoras en su remuneración al acabar la carrera, lo cual resulta preocupante si, además, tenemos en cuenta que, de los egresados que realizaron prácticas pre profesionales, un 37 % lo hizo sin percibir remuneración alguna y un 60 % percibió un sueldo menor al mínimo.

Eje 4: Identificar mediante qué canales (Bolsa de trabajo PUCP, Internet, redes sociales y otros) los egresados se enteraron de la oferta de trabajo que les permitió insertarse laboralmente. En el estudio se pudo ver que el principal canal para encontrar oportunidades laborales que tuvieron los egresados fueron las redes de contactos personales, para casi el 50 %, y que ninguno de ellos encontró ofertas en la Bolsa del Trabajo de la PUCP. Esto indica la necesidad de realizar acciones que, por un lado, se enfoquen en crear redes de contactos entre los estudiantes, los egresados y los empresarios, y, por otro, que se pueda realizar un trabajo en conjunto con la Bolsa de Trabajo para que se brinde orientación a los alumnos de la especialidad con respecto de los mecanismos más efectivos para la obtención de prácticas o empleo, dado que se tiene conocimiento de que no se realizan publicaciones de ofertas laborales en la Bolsa de

Trabajo porque las instituciones vinculadas con la música no realizan reclutamiento masivo, como sí otras organizaciones de otros sectores que suelen publicar con frecuencia. Por otro lado, se podría trabajar en conjunto para identificar a aquellas organizaciones, vinculadas con la música, que sí serían potenciales para realizar publicaciones por el canal de Bolsa de Trabajo.

Eje 5: Determinar cuáles son los puestos laborales con mayor cantidad de egresados de la Especialidad de Música de la PUCP. En el estudio, se identificó que los puestos en los que más se ubican los egresados son: profesores de música de colegios (50 %) y DJs o intérpretes musicales de locales nocturnos (18 %). Como se mencionó líneas arriba, esto nos permite entender que es necesario enfocar las acciones en reforzar las habilidades del músico como docente, para aprovechar la oferta que existe de estos puestos de trabajo, y difundir más el talento artístico de los estudiantes y egresados en eventos dirigidos a empresarios del medio artístico musical.

#### **4. Propuesta de mejora para la empleabilidad de los egresados**

A partir del análisis realizado, se ha podido evidenciar que existen dificultades importantes en el acceso de los egresados de la Especialidad de Música a oportunidades laborales que les permitan desarrollar lo aprendido en su carrera universitaria y acceder a remuneraciones que consideren adecuadas, de allí que, tal como se explica en el módulo “Gestión de Servicios”, del Máster en Política y Gestión Universitaria, se tenga que poner énfasis en brindar mejores *servicios de empleos y prácticas en empresas y servicios de atención a los alumni* (alumnos que han finalizado su formación con la institución). Por todo lo expuesto, se pretende plantear acciones de mejora que contribuyan con el incremento de la empleabilidad de los egresados, a través de programas para fomentar la inserción laboral, que permitan mejorar el atractivo profesional de los egresados a la vista de las organizaciones que requieran de sus servicios, y de canales efectivos de difusión de convocatorias laborales.

#### **4.1. Programas para fomentar la inserción laboral**

Respecto de los programas para fomentar la inserción laboral, se consideran las siguientes propuestas de mejora para fomentar la empleabilidad de los egresados de la Especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú:

##### **Propuestas al 2020 (en 2 años)**

Se hace esta propuesta para un tiempo estimado de dos años, ya que la adaptación de cursos en mallas curriculares se trabaja durante meses en reuniones de docentes y se plantea que se pueda ejecutar a partir del 2020. En cuanto a las alianzas, no son convenios específicos, son puentes de comunicación que se crean para que los estudiantes puedan ver posibilidades de labor. Las actividades sugeridas sobre la base de lo sustentado líneas antes son:

- Incluir un curso de emprendimiento musical en la malla curricular de la Especialidad de Música de la PUCP.
- Hacer seguimiento a los egresados, durante los primeros dos años luego de haber culminado sus estudios universitarios, para que, así, puedan insertarse en el ámbito laboral inmediatamente después de que acaben la carrera.
- Establecer alianzas interuniversitarias para que los estudiantes de la Carrera de Música de la PUCP tengan la opción de llevar cursos en reconocidas instituciones educativas del país, que se encuentran enfocadas en el ámbito musical, y convalidarlos como cursos electivos.
- Establecer alianzas estratégicas con reconocidas empresas peruanas ligadas a la producción musical.

##### **✓ Propuestas al 2022 (en 4 años)**

El tiempo estimado para implementar estos aportes es de cuatro años, ya que la creación de nuevos puestos laborales (área de difusión) incluye que se haga un incremento al

presupuesto. Por otro lado, si bien en el anterior ítem (plan a 2 años) se planteaba un solo curso, ahora en este plan a 4 años, se sugiere más cursos electivos, y al ser el panorama más amplio, se tomará más años. Por otro lado, para formar alianzas con otras instituciones superiores y de colegios, se necesita de varias coordinaciones que se pueden implementar en los próximos años. Las actividades sugeridas sobre la base de lo sustentado líneas antes son:

- Crear un Área de Difusión, dentro de la Especialidad de Música de la PUCP, que esté orientada a colocar en el medio a grupos musicales integrados por egresados de esta carrera universitaria y de esta casa de estudios
- Que la Especialidad de Música de la PUCP forme alianzas con distintos colegios del país para que sus estudiantes realicen sus prácticas pre profesionales en estas instituciones educativas. De esta manera, se nutre el aprendizaje de los estudiantes del colegio, pero, sobre todo, los estudiantes universitarios de Música logran experiencia en la docencia, siendo este el rubro con mayor porcentaje de inserción laboral de egresados de esta especialidad de la PUCP.
- Los músicos egresados de la Especialidad de Música de la PUCP logran un desarrollo profesional como ejecutantes, sin embargo, se tienen que implementar cursos electivos que desarrollen mejor distintas áreas ligadas con la música. Estos cursos permitirán una especialización de estos egresados en sus diversas áreas de trabajo.
- Establecer alianzas interuniversitarias para que los estudiantes de la Carrera de Música de la PUCP tengan la opción de llevar cursos en reconocidas instituciones educativas del país, que se encuentran enfocadas en el ámbito musical, y convalidarlos como cursos electivos.

✓ **Al 2024 (en 6 años)**

Se sugiere un tiempo de aproximadamente seis años, ya que las alianzas internacionales demandan estudio de las mallas curriculares, y, además, se debe tomar en cuenta que el personal de la Especialidad de Música es reducido, por lo cual deben atacar por pasos las

propuestas de mejora. Las actividades sugeridas sobre la base de lo sustentado líneas antes son:

- Formar alianzas internacionales para que los egresados de la Especialidad de Música de la PUCP puedan realizar prácticas profesionales en diversas empresas e instituciones del extranjero.
- Establecer alianzas interuniversitarias para que los estudiantes de la Carrera de Música de la PUCP tengan la opción de llevar cursos en reconocidas instituciones educativas del extranjero, que se encuentran enfocadas en el ámbito musical, y convalidarlos como cursos electivos.
- Establecer alianzas internacionales que permitan que los egresados, bachilleres y licenciados de la Especialidad de Música de la PUCP puedan convalidar sus grados académicos en reconocidas instituciones de Música del extranjero.
- Lograr que los egresados de la Carrera de Música tengan la opción de obtener el Doble Grado Académico, gracias a una alianza generada entre la Especialidad de Música de la PUCP y una universidad del extranjero.

#### **4.2. Canales efectivos de difusión de convocatorias laborales**

Respecto de los canales de difusión de convocatorias laborales, se puede mencionar que los que usualmente se utilizan son las páginas web externas, que no están relacionadas con la universidad. Cabe mencionar que, aún en estas páginas externas, las ofertas laborales para estos profesionales son escasas. Por ello, para el caso de la Especialidad de Música de la PUCP, se considera que los mecanismos más efectivos son: los eventos musicales donde se difundirá el talento de los alumnos y egresados de la carrera y las redes de contacto, siendo estas últimas las que mejores resultados de inserción laboral tienen porque la mayoría de encuestados para este estudio, así como la mayoría de entrevistados por el Observatorio Laboral de la PUCP, coinciden en que las oportunidades de desarrollo profesional son alcanzadas gracias a tener contactos en el medio.

*“A medida que un músico amplía su red de contactos, tendrá más oportunidades para encontrar nuevos espacios de desarrollo profesional. Esto, a su vez, se logra a través de las recomendaciones de la misma red de contactos y aprovechando los espacios de ejecución como escenarios vitrina que les permiten darse a conocer a potenciales nuevos contactos y empleadores” (PUCP, 2018).*

En ese sentido, se consideran las siguientes propuestas de mejora para fomentar la empleabilidad de los egresados de la Especialidad de Música de la Pontificia Universidad Católica del Perú:

- La Especialidad de Música debe tomar contacto con la Bolsa de Trabajo PUCP. Si bien ya se ha realizado un primer encuentro a través del área del Observatorio laboral, aún no se estrechan vínculos constantes para que los egresados sepan que, en esa unidad de la PUCP, pueden acceder a los Servicios de orientación profesional (talleres, asesorías, charlas, informes sobre el mercado laboral, etc. ) y al Sistema de Oportunidades Laborales donde se colocan las ofertas de prácticas y empleo que registran las empresas. Cabe mencionar que, los servicios de orientación profesional se pueden percibir como más útiles para los alumnos de la Especialidad de Música, dado que apuntan a ayudar a los estudiantes a prepararlos para las distintas etapas de un proceso de selección, desde la elaboración de un Curriculum vitae, prepararse para enfrentar entrevistas de trabajo, realización de un plan de vida profesional, uso de LinkedIn para el fortalecimiento de redes de contacto, entre otros. Al respecto, la Especialidad de Música podría coordinar con la Bolsa de Trabajo para que estos servicios de orientación puedan estar focalizados en la realidad del alumno de Música, y coordinar la realización de sesiones especialmente dirigidos a la carrera. Por otro lado, el Sistema de Oportunidades Laborales de la Bolsa de Trabajo no resulta muy eficiente para los egresados, porque, según los resultados de la encuesta, en la pregunta relacionada con los canales donde los egresados se enteran de las oportunidades laborales vigentes, ningún egresado declaró haber conseguido una oferta laboral por ese medio. Ello puede obedecer a distintos factores, desde que no existan muchas instituciones que publiquen convocatorias, porque manejan otros mecanismos de captación, que no realicen reclutamiento masivo, hasta la

falta de conocimiento de este medio para publicar. Se pretende que este canal funcione como un aliado estratégico que vincule a los egresados con las empresas e instituciones que demandan de sus servicios.

Tal como se explicó en la Maestría, los programas de actuación de los servicios de empleo y prácticas, como lo es la Bolsa del Trabajo, para realizar de forma óptima la transición del mundo universitario al mercado laboral, deberán desarrollar principalmente funciones de: Servicio de prácticas en empresas, Servicio de intermediación laboral, Servicios de prospección empresarial, Programas de auto ocupación, emprendimiento, emprendimiento social y cooperativismo, Programas de orientación profesional, Programas de formación en competencias profesionales centrados en las competencias transversales más demandadas para cada perfil profesional y Observatorio Ocupacional.

- Se sugiere que la Especialidad de Música de la PUCP realice un Festival Anual en el que le muestre al público el talento que tienen sus estudiantes y egresados. De esta manera, el evento, además de convocar a empresarios del rubro musical, se puede viralizar en el país, mediante redes sociales potenciales y captar la atención del público en general.
- También se propone crear y fortalecer las redes de contacto entre los estudiantes y egresados de la Especialidad de Música de la PUCP con empresarios del rubro musical. En un nivel más cercano, sería mediante conversatorios, desayunos académicos con los mejores alumnos y concursos donde los estudiantes y egresados muestren su talento. En un nivel más abierto, sería mediante conferencias, charlas corporativas y ferias laborales dentro de la universidad.

Para medir los resultados de estos esfuerzos entre la universidad y la empresa, el Observatorio Laboral de la PUCP debe seguir publicando sus informes sobre el entorno socioeconómico y la inserción laboral de los universitarios y egresados para ayudar a que la comunidad universitaria a tener un panorama actual sobre empleabilidad, asimismo la Especialidad puede promover con sus estudiantes la revisión periódica de los planes de estudio, los programas académicos, la

metodología didáctica y las actividades complementarias de apoyo al estudiante, adaptándolos a la realidad y a las demandas del mercado laboral.

## 5. Conclusiones

- Frente a las dificultades del panorama actual y, a partir de los resultados obtenidos en el estudio, se puede afirmar que las condiciones del mercado laboral musical actual han producido cierta inestabilidad económica y laboral para el músico, quien debe estar listo para desempeñarse en diversas áreas relacionadas con la música, si desea insertarse en el mercado laboral. Estas condiciones y los espacios donde se desarrollan profesionalmente son variables, pues dependen de si se desempeñan en organizaciones o agrupaciones artísticas ya constituidas, como músicos dependientes, ofreciendo servicios puntuales y/o independientes, o generando sus propios proyectos que satisfagan la demanda.
- Solo la minoría de egresados ha encontrado un trabajo de manera formal. Esto implica que los trabajos para un músico necesitan ser reconocidos como una labor profesional.
- Las remuneraciones obtenidas por los músicos profesionales, dependen del reconocimiento que estos tengan dentro del ámbito musical y de los espacios en los que se desarrollen. Sin embargo, es notorio que todavía hay un importante número de músicos que perciben remuneraciones que se encuentran por debajo del sueldo mínimo.
- El canal principal que permite la inserción laboral y el desarrollo profesional de un músico es su red de contactos personal, tanto para participar en proyectos ya constituidos como para dar a conocer sus propios proyectos.
- Los egresados de la Especialidad de Música de la PUCP necesitan llevar cursos de Gestión de Empresas, como lo hacen los alumnos de otras facultades, para que tengan una buena base académica que les permita saber cómo formar y sacar adelante su propia empresa, ya que muchos de ellos laboran de manera independiente. Por ejemplo, en la Facultad de Comunicaciones de la PUCP, los

alumnos llevan, de manera obligatoria, el curso "Gestión empresarial", en el cual adquieren conocimientos y herramientas para aprender a formar su propia empresa.

- La Especialidad de Música de la PUCP necesita formar alianzas con diversas empresas para promover que sus estudiantes realicen sus prácticas pre profesionales en centros de labores formales y de prestigio. Esta experiencia de tener un primer acercamiento laboral con el mundo musical real logrará que los estudiantes, al momento de egresar, estén mejor preparados.
- Los estudiantes de la Especialidad de Música de la PUCP necesitan acceder a cursos de Tecnologías de la Información para aprender mejor el manejo de las herramientas digitales que mueven el mundo laboral en la actualidad, ya que les permiten difundir sus perfiles laborales y los trabajos que han realizado.
- Si la Especialidad de Música logra concretar convenios con instituciones que promuevan las oportunidades laborales, podría considerar incluir como un requisito para egresar de la carrera el haber realizado prácticas pre profesionales, exigiendo un número mínimo de horas para cumplir dicho requisito. De esa manera, se aseguraría que los egresados ya cuenten con experiencia laboral previa, cuando empiecen a buscar su primer empleo profesional.

## Bibliografía

Álvarez, C. (2015) La reinención de la industria musical: nuevos caminos para la comercialización de los productos musicales. Tesis de grado. Segovia: Universidad de Valladolid

Bennet, D. (2008). La música como profesión. Barcelon: GRAÒ de IRIF, S.L.

Campos, G. (2003) Implicancias del concepto de empleabilidad en la reforma educativa. Revista Iberoamericana de educación. Madrid. OEI. Disponible en [www.campos\\_oei.org/revista/edu\\_tra2.html](http://www.campos_oei.org/revista/edu_tra2.html)

Ducci, M.A. (1998) La formación al servicio de la empleabilidad. Boletín Cinterfor: Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional, nº 142, Ejemplar dedicado a Alianzas estratégicas para la formación

Formichella, M. y London, S. (2005) Reflexiones acerca de la noción de empleabilidad. La Asociación, Reunión Anual, 40, La Plata, 16-18 noviembre. Buenos Aires

FUNDIPE (2014) Empleabilidad: Qué significa y cómo mejorarla. Disponible en: <https://remicaempleo.es/empleabilidad-que-significa-y-como-mejorarla/>

Gherman, T.; Iturbe, J. y Osorio, D. (2011) La teoría motivacional de los dos factores: un caso de estudio. Tesis para obtener el grado de Magíster. Escuela de Graduados. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Gobierno de Aragón (2011) Empleabilidad y Empleo: formación universitaria y mercado de trabajo en España y Aragón. España. Disponible en: [http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/AgenciaCalidadProspectivaUniversitariaAragon/Areas/10\\_Materiales/140511%20Empleabilidad%20y%20Empleo.pdf](http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/AgenciaCalidadProspectivaUniversitariaAragon/Areas/10_Materiales/140511%20Empleabilidad%20y%20Empleo.pdf)

Martín, D. (2014) Marketing musical: Introducción a la industria y la promoción musical del siglo XXI.

Observatorio Laboral PUCP (2018) Informe del mercado laboral de la Especialidad de Música. Documento interno. Lima: PUCP

OIT (2004) Recomendación 195 sobre el desarrollo de los recursos humanos

Rodríguez, C. y Betanzos, N. (2011) Vinculación entre empleado y empresa: Analizando el constructo compromiso organizacional normativo en el trabajo. México: UNAM

Dirección de Asuntos Académicos de la PUCP. Sistema de seguimiento de egresados PUCP. Análisis comparativo entre egresados. Promociones 2006 y 2010 (entre 1 y 2 años de egreso). Lima: PUCP



## Anexo

### Anexo 1. Cuestionario de la encuesta virtual de inserción laboral de egresados de la especialidad de Música de la PUCP

#### ENCUESTA DE INSERCIÓN LABORAL DE EGRESADOS DE LA ESPECIALIDAD DE MÚSICA DE LA PUCP

##### DATOS GENERALES

1. Sexo
  - a. Femenino
  - b. Masculino
  
2. ¿Cuál es su edad?  
-----
  
3. ¿A qué área pertenece?
  - a. Ejecución musical
  - b. Composición
  - c. Canto
  
4. ¿Cuál es su grado académico?
  - a. Egresado
  - b. Bachiller
  - c. Licenciado
  - d. Magíster

##### INCORPORACIÓN AL MERCADO LABORAL

Las siguientes preguntas sobre su experiencia de prácticas o realización de servicios profesionales durante su periodo de formación.

5. ¿Realizó prácticas pre-profesionales? Si la respuesta es no, debe pasar a la pregunta 10
  - c. Sí
  - d. No
  
6. ¿La práctica que realizó fue remunerada?
  - a. Sí
  - b. No

7. ¿Cuánta fue su remuneración?
  - a. Menos de S/.930.00 soles en total
  - b. Más de S/.930.00 soles en total
  - c. Especificar:
  
8. ¿Por cuántos meses realizó la práctica?
  - a. Entre uno y tres
  - b. Entre tres y seis
  - c. Entre seis y doce
  - d. De doce meses a más
  
9. ¿Su práctica pre-profesional estuvo relacionada con su formación como Músico?
  - a. Sí
  - b. No

### **PROCESO DE BÚSQUEDA DE EMPLEO**

Responda a algunas preguntas sobre la manera en la que buscó empleo después de egresar de la Especialidad de Música por la PUCP.

10. ¿Cuánto tiempo pasó desde que acabó la carrera hasta que empezó en este trabajo?
  - a. Menos de seis meses
  - b. De seis meses a un año
  - c. De un año a dos años
  - d. Dos o más años
  
11. ¿Cuándo empezó a buscar trabajo?
  - a. Antes de acabar la carrera de Música
  - b. Después de acabar la carrera de Música
  
12. ¿Durante cuánto tiempo estuvo buscando empleo?
  - a. Menos de seis meses
  - b. De seis meses a un año
  - c. De un año a dos años
  - d. Dos o más años
  
13. ¿Cómo encontró trabajo?  
(Marque tantas respuestas como sea necesario)
  - a. A través de anuncios en el periódico o Internet.
  - b. En la Bolsa de Trabajo de la PUCP
  - c. Mediante contactos personales
  - d. El empleador se puso en contacto conmigo
  - e. Continué con las prácticas que tenía durante mi carrera

- f. Monté mi propio negocio
  - g. Otra forma ¿Cuál?
14. Puntúe de 4 (muy importante) a 1 (nada importante) cada uno de los siguientes elementos en cuanto a tus dificultades para encontrar trabajo:
- a. Carencias en la formación universitaria recibida.
  - b. Actividades personales que impiden trabajar (seguir estudiando, familia, otras.).
  - c. Exigencia de tener un trabajo acorde con mis expectativas económicas y profesionales.
  - d. Falta de conocimientos de idiomas
  - e. Otras (Especifica cuáles)

### **EMPLEO POSTERIOR A SU EGRESO**

Las siguientes preguntas son sobre su transición al mundo laboral. Recuerde que estas preguntas hacen referencia a su grado en la Especialidad de Música en la PUCP.

15. Al completar sus estudios, ¿qué tipo de trabajo encontró?
- a. Trabajo formal
  - b. Trabajo informal
  - c. No encontré trabajo
16. Si su respuesta es A o B ¿En qué rubro trabajó?
- a. Artístico
  - b. Publicidad
  - c. Educación
  - d. Otros, mencionar
17. Mencione la institución u organización en la cual trabajó:
- 
18. Si su respuesta en la pregunta 15 fue C, ¿qué hizo?
- a. Realicé otros estudios
  - b. Encontré trabajo en otra área
  - c. Otros, mencionar
19. Si su respuesta en la pregunta 15 fue A o B ¿mejoró su remuneración en el trabajo en el que continuó después de acabar la carrera?
- a. Sí
  - b. No
20. ¿Cuál fue su remuneración luego de terminar su carrera?