

## MERCADEO

El presente documento tiene como fin describir las principales características del sector mercadeo en cuanto a su estructura productiva y ocupacional, los programas ofertados por el SENA, y los certificados de normas de competencias laborales relacionadas con el sector. La primera sección del documento presenta una caracterización general del sector y la segunda sección se encarga de presentar el contexto laboral y ocupacional del sector en Colombia y su relación con el SENA en términos de programas de formación y certificación en normas de competencia.

### 1. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR

#### 1.1 Contexto general (SENA)

El mercadeo representa una de las herramientas más importantes con que cuentan las empresas hoy en día para permanecer vigentes en el mercado, por medio de la búsqueda de estrategias que les permitan posicionarse en la mente de sus clientes y demás grupos de interés. En este sentido, el mercadeo puede definirse como aquel “proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios” (Kotler, Philip). También se le ha definido como una filosofía de la dirección que sostiene que la clave para alcanzar los objetivos de la organización reside en identificar las necesidades y deseos del mercado objetivo y adaptarse para ofrecer las satisfacciones deseadas por el mercado de forma más eficiente que la competencia.

En el contexto de las mesas sectoriales del Sena, el sector de mercadeo está enfocado desde 4 entornos, a saber:

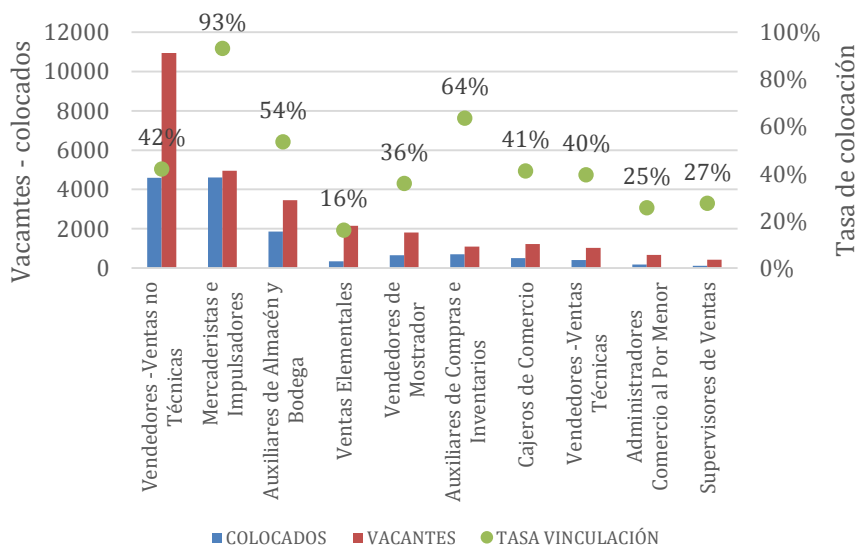
- a) Entorno educativo. El Sena cuenta con una interesante oferta de programas en mercadeo que están asociados a la red de conocimiento de comercio y ventas. Acorde con un estudio de caracterización, la mesa sectorial de mercadeo está conformada en un 52% por programas semipresenciales (técnicos profesionales), otro 44% lo conforman programas presenciales básicamente del nivel tecnológico, y el 4% restante son programas a distancia<sup>1</sup>. Entre los programas más destacados del sector de mercadeo se encuentran: gestión de mercados, planeación y desarrollo de investigaciones para marketing, gestión comercial de servicios, venta de productos y servicios, telemercadeo y contact center, entre otros. Entre las regionales Sena que ofertan programas en mercadeo se destacan: Bogotá (29%), Medellín (10%), Cali (10%) y Barranquilla (6%).
- b) Entorno tecnológico. Este entorno está orientado a incentivar a las empresas a tener su propio plan de mercadeo mediante un software especializado, ya que se ha evidenciado que un número significativo de empresas no cuentan con este o no les interesa destinar

<sup>1</sup> Fuente: <https://prezi.com/7wwpjqrvt1z/caracterizacion-mesa-sectorial-mercadeo-en-colombia/>

su presupuesto en programas de retención de clientes. En el sector de la industria, un 46% de empresas no disponen de un plan de mercadeo, mientras en el sector comercio este porcentaje asciende a 57% y en el sector servicios en un 43%. El sector más blindado es el de agroindustria, ya que solo el 8% de las empresas no cuentan con plan de mercadeo.

- c) Entorno organizacional. En el estudio de caracterización de la mesa sectorial se determinó que las empresas manejan un concepto distinto frente al mercadeo. El 13% de las empresas consideran que el mercadeo está orientado a los clientes, mientras que otro 16% considera que este está orientado a la promoción o marketing. Otro 25% de las empresas piensa que el mercadeo se debe encaminar a la comercialización o ventas de los productos o servicios, es decir, en obtener la mayor utilidad posible; y el 46% restante de las empresas tienen otros conceptos distintos de mercadeo. Un aspecto que vale la pena destacar es que el principal modelo de integración utilizado por los sectores para fortalecer el mercadeo de sus productos y servicios, es el de la distribución propia con cerca del 50%, mientras otros modelos como franquicias, alianzas estratégicas o uniones temporales no alcanzan a representar el 20%. Esto indica la necesidad de que las empresas se adapten a las nuevas tendencias del marketing internacional.
- d) Entorno ocupacional. De acuerdo con las cifras de la APE al tercer trimestre de 2015, la ocupación que reportó el mayor número de vacantes fue la de vendedores – ventas técnicas con una participación del 38% del total de vacantes ofertadas para esta mesa sectorial; le siguió la ocupación de mercaderistas e impulsores con el 17% y auxiliares de almacén y bodega con una participación de 12%. La tasa de colocación total de la mesa sectorial, es decir la relación entre el número de colocados y vacantes, fue de 50%, destacándose las tasas de los mercaderistas e impulsores (93%), auxiliares de compras e inventarios (64%) y auxiliares de almacén y bodega (54%).

Número de vacantes y tasa de colocación de las principales 10 ocupaciones de la mesa sectorial mercadeo



Fuente: Agencia Pública de Empleo. Tercer trimestre 2015. Elaboró: OLO

## 2. CONTEXTO LABORAL Y OCUPACIONAL

### 2.1 Mapa ocupacional

El mapa ocupacional de un sector determinado muestra qué ocupaciones son relevantes y necesarias para el buen desarrollo económico de dicho sector. Para el caso de la mesa mercadeo, el mapa ocupacional está compuesto por 3 eslabones de procesos productivos, cada uno de los cuales se conforma por un conjunto de cargos y ocupaciones relacionadas. Los 3 eslabones de procesos productivos del sector son: Comunicaciones y publicidad, Investigación de mercados y ventas y servicios.

**2.1.1 Comunicaciones y publicidad.** Como se observa en la tabla A, el eslabón Comunicaciones y publicidad está compuesto por 12 cargos relacionados a 5 ocupaciones, siendo la ocupación “Ocupaciones Profesionales en Relaciones Públicas y comunicaciones” la que agrupa el mayor número de cargos relacionados a este eslabón del sector.

*Tabla A: Comunicaciones y publicidad*

CARGOS	C.N.O	
	Cód.	NOMBRE
Director ejecutivo empresas de comercios medios de comunicación y otros servicios	0015	Directores y Gerentes Generales de Comercio, Medios de Comunicación y Otros Servicios
Gerente general empresas de comercio medios de comunicación y otros servicios		
Presidente empresas de comercio medios de comunicación y otros servicios		
Planner	0611	Gerentes de Ventas, Mercadeo y Publicidad
Comunity manager	5125	Ocupaciones Profesionales en Relaciones Públicas yc
Publicista		
Creativo publicidad		
Profesionales de la publicidad y la comercialización		
Copy	5122	Editores y Redactores
Reclutador	1352	Auxiliares de Publicación y Afines
Auxiliar publicaciones		
Empleado publicación		

**2.1.2 Investigación de mercados.** Por su parte el segundo eslabón del mapa ocupacional está compuesto por 11 cargos relacionados a 5 ocupaciones, siendo la ocupación “Profesionales en Organización y Administración de las Empresas” la que agrupa el mayor número de cargos relacionados a este eslabón del sector con 36% de tales cargos.

*Tabla B: Investigación de mercados*

CARGOS	C.N.O	
	Cód.	NOMBRE
Director de proyecto	0611	Gerentes de Ventas, Mercadeo y Publicidad
Coordinador de proyecto	1122	

Ejecutivo de cuenta		Profesionales en Organización y Administración de las Empresas
Procesador de datos		
Analista		
Encuestador	1354	Auxiliares de Estadística y Encuestadores
Reclutador	1352	Auxiliares de Publicación y Afines
Supervisor de campo		
Consultor mercados	4172	Consultores y Funcionarios de Desarrollo Económico y Comercial
Investigador mercados		
Mercadotecnista		

**2.1.3 Ventas y servicios.** El último eslabón del mapa ocupacional está compuesto por 26 cargos relacionados a 10 ocupaciones, siendo la ocupación “Mercaderistas e Impulsadores” la que agrupa el mayor número de cargos relacionados a este eslabón del sector con 90% de tales cargos.

*Tabla C: Ventas y servicios.*

CARGOS	C.N.O	
	Cód.	NOMBRE
Director comercial ventas	0611	Gerentes de Ventas, Mercadeo y Publicidad
Director ventas		
Gerente comercial ventas		
Coordinador de ventas		
Jefe de ventas		
Gerente servicio al cliente comercio al por menor	0621	Gerentes de Comercio al Por Menor
Coordinador de ventas	6211	Supervisores de Ventas
Jefe de ventas		
Representantes de ventas	6311	Vendedores de Ventas no Técnicas
Promotores de venta		
Asesores comerciales		
Representante de ventas técnicas	6233	Vendedores de Ventas Técnicas
Vendedor de ventas técnicas		
Vendedor técnico		
Coordinador encuestadores	1213	Supervisores y coordinadores de procesos de negocio, Empleados de información y servicio al cliente
Coordinador información y estadística		
Coordinador servicio al cliente		
Supervisor de telemarketing	6212	Administradores y Supervisores de Comercio al Por Menor
Vendedor interno	6321	Vendedores de Mostrador
Agente ventas	6322	Mercaderistas e Impulsadores
Asesor ventas		
Auxiliar mercadeo		
Auxiliar telemarketing		
Impulsador		
Mercaderista		
Repartidor propaganda	6612	Otras Ocupaciones Elementales de las Ventas

**2.1.4 Matriz ocupacional** La matriz ocupacional de la C.N.O evidencia para el sector de interés las áreas de desempeño y niveles de cualificación con los cuales se relacionan cada una de las ocupaciones de la C.N.O. Para el caso de mercadeo la matriz incorpora 6 áreas de desempeño y 4 niveles de cualificación que permiten estructurar las 17 ocupaciones únicas que constituyen el mapa ocupacional del sector.

MATRIZ C.N.O		AREA DE DESEMPEÑO			
		00 -ALTA GERENCIA			
		0015 - Directores y Gerentes Generales de Comercio, Medios de Comunicación y Otros Servicios			
		0 -DIRECCIÓN Y GERENCIA			
		0611 - Gerentes de Ventas, Mercadeo y Publicidad			
		0621 - Gerentes de Comercio al Por Menor			
		1	4	5	6
		FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN	Ciencias Sociales, Educación, Servicios Gubernamentales y Religión	ARTE, CULTURA, ESPACIMIENTO Y DEPORTE	VENTAS Y SERVICIOS
NIVELES DE CUALIFICACIÓN	1 (A) Ocupaciones Profesionales (Título Universitario, Posgrado)	1122 - Profesionales en Organización y Administración de las Empresas	4172 - Consultores y Funcionarios de Desarrollo Económico y Comercial	5122 - Editores y Redactores  5125 - Ocupaciones Profesionales en Relaciones Públicas y Comunicaciones	
	2 (B) Ocupaciones de supervisión y coordinación (Título Técnico y Tecnólogo)	1213 - Supervisores y coordinadores de procesos de negocio, Empleados de información y servicio al cliente			6211 - Supervisores de Ventas  6212 - Administradores y Supervisores de Comercio al Por Menor 6233 - Vendedores de Ventas Técnicas
	3 - Operarios y Auxiliares (Título Técnico Laboral)	1352 - Auxiliares de Publicación y Afines  1354 -Auxiliares de Estadística y Encuestadores			6311 - Vendedores de Ventas no Técnicas 6321 - Vendedores de Mostrador

				6322 - Mercaderistas e Impulsadores
<b>6 (D)</b>	<b>Ocupaciones elementales (Primaria y opcionalmente la experiencia)</b>			6612 - Otras Ocupaciones Elementales de las Ventas

*Tabla D: Lista de ocupaciones relacionadas a la mesa*

Ocupación	Código de ocupación
Directores y gerentes generales de comercio medios de comunicación y otros servicios	15
Gerentes de ventas mercadeo y publicidad	611
Ocupaciones profesionales en relaciones publicas y comunicaciones	5125
Editores y redactores	5122
Auxiliares de publicación y afines	1352
Profesionales en organización y administración de las empresas	1122
Auxiliares de estadística y encuestadores	1354
Consultores y funcionarios de desarrollo económico y comercial	4172
Gerentes de comercio al por menor	621
Supervisores de ventas	6211
Vendedores de ventas no técnicas	6311
Vendedores de ventas técnicas	6233
Supervisores y coordinadores de procesos de negocio empleados de información y servicio al cliente	1213
Administradores y supervisores de comercio al por menor	6212
Vendedores de mostrador	6321
Mercaderistas e impulsadores	6322
Otras ocupaciones elementales de las ventas	6612

## 2.2 Oferta y programas de formación 2009 - 2015 según mapa ocupacional

A partir del mapa ocupacional del sector mercadeo es posible identificar la formación SENA ofertada en el periodo 2009 - 2015; durante esos 7 años el SENA ofertó 3.979.783 cupos de los cuales, como se puede ver en *la tabla E*, el 88.81% fue de formación complementaria y el 11.19% de formación titulada.

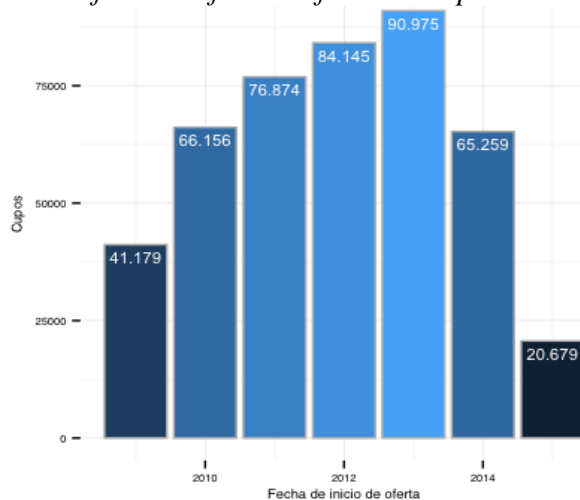
*Tabla E: Número de cupos según nivel y tipo de formación*

Tipo	Nivel	Cupos	Participación
Complementaria	Curso especial	3.445.996	86.59%
Titulada	Tecnólogo	225.103	5.66%
Titulada	Técnico	200.636	5.04%
Complementaria	Evento	88.520	2.22%
Titulada	Especialización tecnológica	18.061	0.45%
Titulada	Auxiliar	1.059	0.03%
Titulada	Especialización técnica	408	0.01%

*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

En lo que respecta a la distribución de los 445.267 cupos de formación titulada ofertados entre 2009 y 2015 el *Gráfico A* muestra que el año 2013 fue el año en donde se generó la mayor oferta para los programas de la mesa, con 90.975 cupos. En contraste 2009 fue el año con el menor número de cupos agrupando el 9.25% de la oferta del periodo (excluyendo el año 2015 por encontrarse en ejecución).

*Gráfico A: Oferta de formación por año*



*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

Excluyendo 2015, se encuentra que la mayor variación inter anual del número de cupos ofertados se presentó en el periodo 2009-2010 con un crecimiento del 60.65%, de manera contraria en el periodo 2013-2014 decreció la oferta de cupos en un -28.27%.

Por otro lado los 445.267 cupos relacionados con las 17 ocupaciones de la mesa mercadeo fueron ofertados en 33 regionales siendo distrito capital, antioquia, valle y cundinamarca las que agruparon el mayor número de cupos en el periodo 2009-2015, en este sentido su participación sobre el total de la oferta de los 7 años fue, respectivamnte, de 21.79%, 13.82%, 8.86% y 8.51%. La distribución completa de los cupos por regional se puede observar en el *Mapa A* y la *Tabla F*.

*Mapa A: Número de cupos por regional para el periodo 2009-2015*



*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

*Tabla F: Número de cupos de formación titulada según regional para el periodo 2009-2015*

Código de Regional	Regional	Cupos	Participación
11	Distrito capital	97.007	21.79%
5	Antioquia	61.544	13.82%
76	Valle	39.429	8.86%
25	Cundinamarca	37.894	8.51%
8	Atlántico	35.077	7.88%
68	Santander	32.764	7.36%
54	Norte de Santander	15.855	3.56%
73	Tolima	14.093	3.17%



66	Risaralda	13.593	3.05%
13	Bolívar	9.685	2.18%
17	Caldas	9.209	2.07%
41	Huila	8.786	1.97%
20	Cesar	8.666	1.95%
15	Boyacá	7.490	1.68%
23	Córdoba	7.480	1.68%
18	Caquetá	6.774	1.52%
19	Cauca	6.074	1.36%
52	Nariño	5.934	1.33%
63	Quindío	5.572	1.25%
50	Meta	4.726	1.06%
47	Magdalena	4.158	0.93%
44	Guajira	2.934	0.66%
70	Sucre	2.248	0.5%
81	Arauca	1.834	0.41%
95	Guaviare	1.552	0.35%
85	Casanare	1.122	0.25%
88	San Andrés	1.018	0.23%
91	Amazonas	820	0.18%
86	Putumayo	803	0.18%
27	Choco	677	0.15%
97	Vaupés	231	0.05%
99	Vichada	125	0.03%
94	Guainía	93	0.02%

*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

Ahora bien para el periodo de estudio se encuentra que los 445.267 cupos ofertados se distribuyeron en 47 programas de formación diferentes. Como se puede ver en la *Tabla G* los dos para los cuales se abrieron más cupos en el periodo fueron venta de productos y servicios y gestion empresarial.

*Tabla G: Programas de formación con mayor número de cupos en la mesa*

Codigo ocupacion	Nombre ocupacion	Codigo programa	Nombre programa formacion	Cupos	Participación
------------------	------------------	-----------------	---------------------------	-------	---------------

6311	Vendedores -ventas no técnicas	631110	Venta de productos y servicios	133563	40.74%
6212	Administradores y supervisores de comercio al por menor	621201	Gestión empresarial	101920	31.09%
6211	Supervisores de ventas	621113	Gestión de mercados	58488	17.84%
6212	Administradores y supervisores de comercio al por menor	621201	Administración empresarial	33863	10.33%

*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

A continuación se presenta una nube de palabras de los programas ofertados, donde se muestra en mayor tamaño la palabra que aparezca con mayor frecuencia y sea por lo tanto más relevante. La nube de palabras es una forma rápida de visualizar la oferta de formación relacionada con las ocupaciones del mapa del sector. Tal como se puede apreciar, la oferta del SENA ha estado enfocada en programas relacionados con el término "gestión", en efecto dicho término aparece con una frecuencia del 12.04% de igual manera llaman la atención los términos "productos", "servicios" y "empresarial" cuya frecuencia es, respectivamente, 9.63%, 9.52% y 7.38%.

*Nube de palabras A: Términos con mayor frecuencia dentro de los programas ofertados*



*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

## 2.3 Certificados por competencias

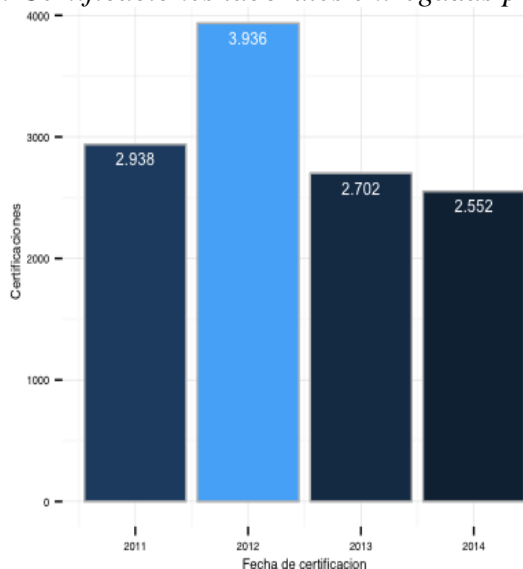
La población analizada corresponde a personas certificadas en competencias laborales durante el año 2014 registrado en la base del SNFT. La evaluación de las competencias laborales es: *El proceso por medio del cual un evaluador recoge evidencias de desempeño, producto y conocimiento de una persona con el fin de determinar su nivel de competencia (básico, intermedio o avanzado), para desempeñar una función productiva, centrándose en el desempeño real de las personas y con base en un referente que es la Norma de Competencia Laboral y/o el esquema de certificación SENA-SNFT.*

El proceso de certificación tiene como objetivo de promover y reconocer el aprendizaje y la experticia adquirida en la vida laboral mediante el desempeño de un ocupación con al menos un año de experiencia laboral. Las mesas sectoriales son instancias de concertación donde se proponen políticas para la formación y cualificación del recurso humano, mediante procesos de normalización y certificación de competencias laborales. Entre los principales propósitos de las mesas sectoriales se centran en la elaboración y actualización de normas de competencia laboral e instrumentos de evaluación, y promover el uso de las normas para la gestión de recursos humanos en las empresas, así como apoyar los proyectos de Certificación en normas de competencia laboral orientados por el SENA a trabajadores independientes y desempleados.

### 2.3.1 Población a estudiar

En la presente sección se toma como referencia el universo de certificaciones de competencias laborales otorgadas por el SENA relacionadas con la mesa mercadeo. En este sentido, la información del SNFT registra 12.128 certificaciones entre enero de 2011 y diciembre 2014 ; de las cuales 2.552 se otorgaron en el año 2014, el cual es el año de referencia para la delimitación de la población base para la medición de la vinculación laboral. En el *Gráfico B* se muestran las certificaciones laborales entregadas por vigencia 2011-2014.

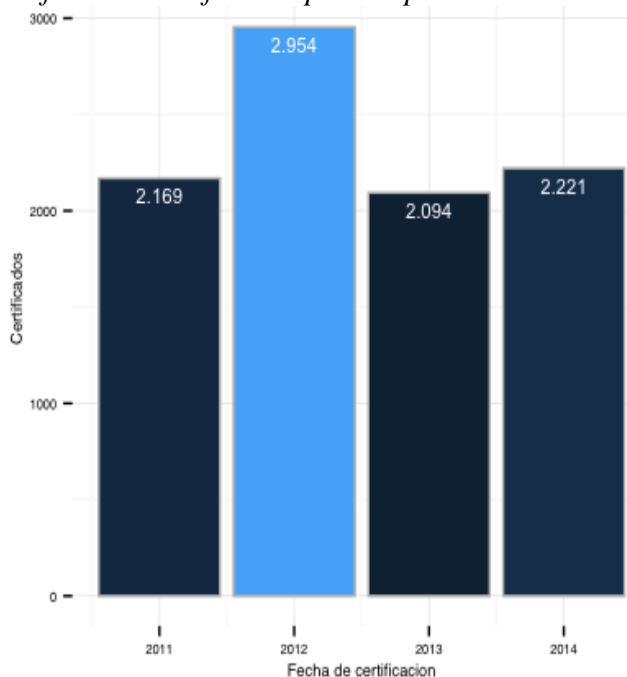
*Gráfico B: Certificaciones laborales entregadas por vigencia*



*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

En esta misma ventana de tiempo, las certificaciones se otorgaron a 9.438 individuos; es importante hacer esta discriminación pues la vinculación laboral formal y las estadísticas relacionadas se calculan a nivel de la persona. En el *Gráfico C* se muestran los individuos certificados por año, siendo 2.221 certificadas durante 2014.

*Gráfico C: Certificados para el periodo 2011-2014*



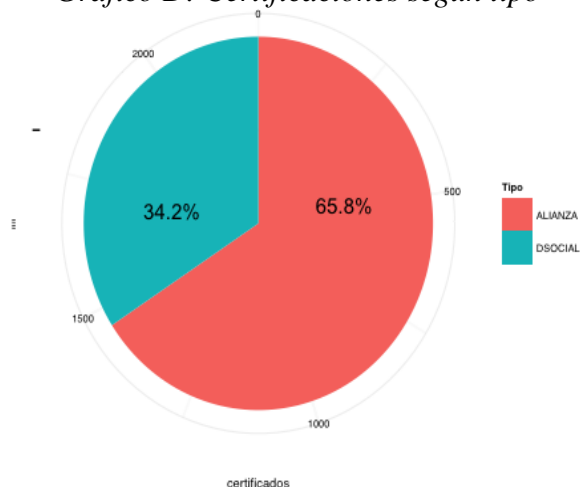
*Fuente: Cálculos OLO con base en información de SOFIA*

Para concluir este apartado, cabe resaltar que el cálculo de las estadísticas de vinculación laboral formal clasifica la persona en la norma de competencia con la fecha de certificación más antigua en 2014 y para luego relacionarla con la información de aportes a seguridad disponibles en las bases de datos del Observatorio Laboral a Junio 2015. Cabe resaltar que de ahora en adelante las estadísticas que se presenten harán referencia al resultado de esta clasificación y los 2.221 individuos se denominarán como certificados de la mesa mercadeo.

### 2.3.2 Estadística descriptiva

En este apartado se presentan estadísticas descriptivas basadas en la información de los certificados. Como se muestra en el *Gráfico D*, del total de individuos certificados en el 2014, el mayor número de personas, 1.462, (65.83%), se certificaron en competencias laborales mediante alianzas del SENA con el sector público y el sector empresarial

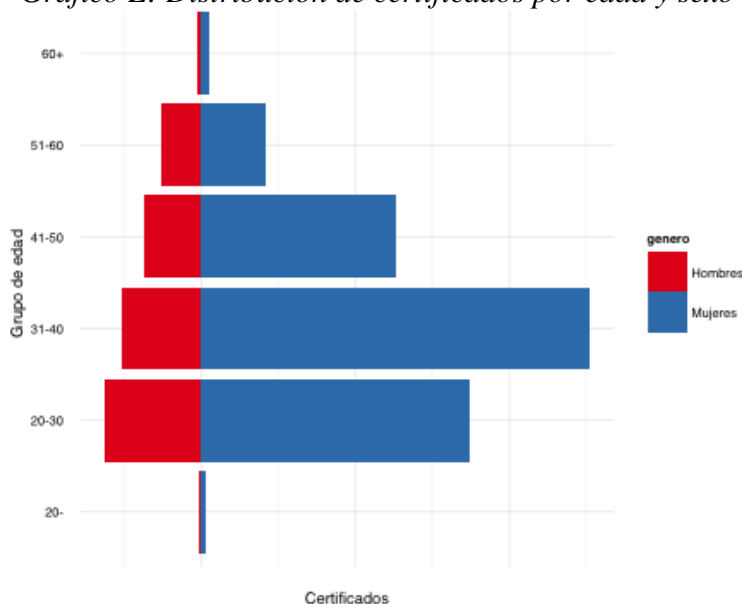
Gráfico D: Certificaciones según tipo



Fuente: Cálculos OLO con base en información del SNFT

Por otra parte, para el análisis y la desagregación de estadísticas de vinculación laboral es importante considerar características demográficas de la población. De esta manera, de acuerdo a la información disponible, se clasificó el 29.22% de los certificados (649) según edad y sexo. Resultado de esta clasificación, el 23.22% fueron hombres y el 76.78% mujeres.

Gráfico E: Distribución de certificados por edad y sexo



Fuente: Cálculos OLO con base en información del SNFT

Según la pirámide poblacional que se muestra en el Gráfico E, aunque la mayoría de los certificados clasificados por sexo son mujeres. Por otro lado la mayoría de los formados se encuentra en los grupos de edad de 31-40 años (38.74%). Cabe resaltar que la proporción de la población menor de edad cuando se certificó es casi nula, lo cual es importante pues son

fuerza laboral objeto de empleo formal y por consiguiente mayor es la probabilidad de un porcentaje alto de cotización.

En cuanto a las normas de competencia, en el *Nube de palabras B* se resumen las certificaciones de competencias otorgadas según su frecuencia. Se resalta que las normas de competencia con mayor número de certificados fueron:

- 260101042 - interactuar con clientes de acuerdo con sus necesidades y con las políticas y estrategia de servicio de la organización - 2173 - 97.84%
- 260101020 - dirigir equipos de venta de acuerdo con el planteamiento estratégico organizacional - 32 - 1.44%
- 260101042 - interactuar con clientes de acuerdo con sus necesidades y con las políticas y estrategia de servicio de la organización - interactuar con clientes de acuerdo con sus necesidades y con las políticas y estrategia de servicio de la organización - 0.27%
- 260101010 - formular el concepto y la estrategia creativa de comunicación interna y externa según políticas de la organización. - 4 - 0.18%
- 260101033 - contactar clientes de acuerdo con sus necesidades y políticas comerciales de la empresa - 2 - 0.09%

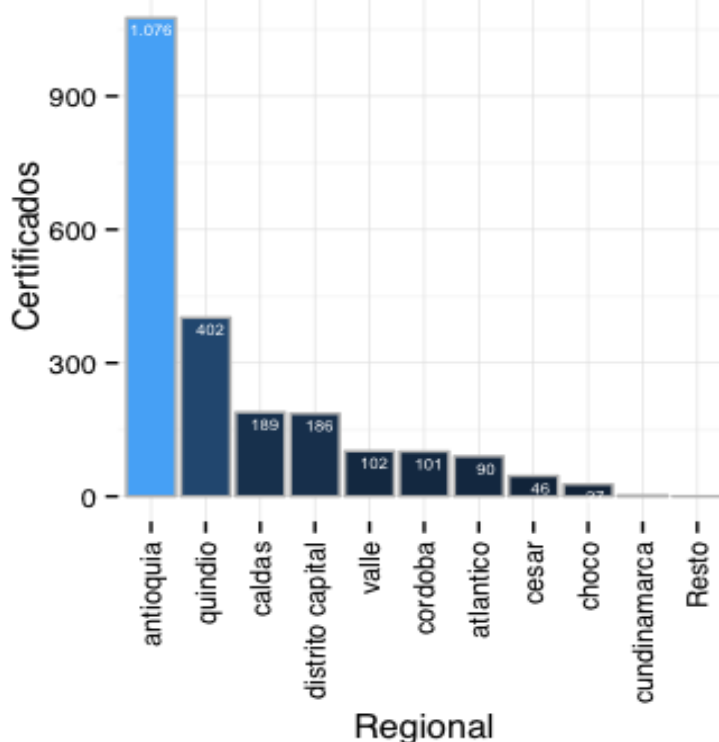
*Nube de palabras B: Terminos con mayor frecuencia dentro de las normas de competencia asociadas a la mesa*



*Fuente: Cálculos OLO con base en información del SNFT*

Finalmente, con respecto a la distribución regional, en el *Gráfico F* se muestra el número de personas certificadas de acuerdo a la regional donde se otorgó la certificación, donde se evidencia que la mayoría de las acciones de formación fueron en antioquia (48.45%), quindío (18.1%), caldas (8.51%) y distrito capital (8.37%)

Gráfico F: Distribución regional de los certificados



Fuente: Cálculos OLO con base en información del SNFT

### 2.3.3 Resultados de vinculación laboral formal en 2015

En este estudio se clasifica a una persona certificada como trabajador en el sector formal de la economía si realiza aportes a los sistemas de seguridad social (salud y pensión). Para el cálculo del nivel de inserción al mercado laboral formal, salarios mensuales y otros indicadores, se realizó un emparejamiento a nivel de persona entre los registros de los certificados en competencias, con los aportes a seguridad social realizados y almacenados entre 2009 y junio de 2015 en la base de PILA.

A partir de la base de datos PILA es posible establecer los periodos en los cuales los trabajadores hacen aportes a la seguridad social. De esta manera, se cuantifica el tiempo medido en número de días y meses trabajados por los certificados en competencias que tuvieron un empleo formal. Se presume que en términos de empleabilidad del programa de certificaciones laborales, el resultado es mejor si es mayor el número de meses cotizados como aproximación al tiempo en un empleo formal de los individuos certificados. Dadas las bondades que tiene un empleo formal, el mejor indicador para un programa formación o certificación orientado a la fuerza laboral es aumentar la probabilidad de que un individuo que haya sido certificado consiga, retenga o mejore su empleo formal, esto es que cuente con seguridad social y por consiguiente aparezca en la base de PILA. Así pues, se estima que en promedio el 82% de los certificados tuvo un empleo formal y cotizó al menos una vez a seguridad social el periodo de observación.

Otro de los indicadores relevantes para el análisis de la relación entre la formación o la certificación y el mercado laboral es el salario real de los egresados . En este trabajo se calculan los ingresos salariales mensuales a partir del salario básico reportado en los aportes a seguridad social; lo que si bien sobrevalora los salarios promedios generales , es una buena aproximación para conocer los niveles y la dinámica salarial del sector al cual se orienta la evaluación y certificación de competencias laborales. De esta manera, el salario trimestral promedio devengado en el periodo por los certificados con un empleo formal fue de \$1.310.745 y la vinculación fue de 62.36 %.