

Nombre del Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
01_Atractivos_turísticos_identificados	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Diseño de productos turísticos	Diseño de productos turísticos.	Producto	No. atractivos turísticos identificados antes del proyecto / No. de atractivos turísticos identificados en el proyecto	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Información inicial del destino proponente	Se debe tener en cuenta que la producción del indicador, depende del horizonte de ejecución del proyecto
02_No_de_estrategias_implementadas	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Planificación turística	Planificación turística.	Impacto	No. de estrategias implementadas / No. de estrategias totales propuestas	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto	N/A
03_Socialización_del_producto_turístico	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Diseño de productos turísticos	Diseño de productos turísticos.	Producto	No. de prestadores de servicios turísticos asistentes al evento / No. de prestadores de servicios turísticos del área de influencia del proyecto	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Listados de asistencia Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
04_._%_de_aumento_en_el_número_de_turistas_	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Implementación y certificación de Normas Técnicas Sectoriales de destino	Resultado	(No. de turistas a los 18 meses de obtener la certificación / No. de turistas iniciales) *100	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Diez y ocho meses después de obtenida la certificación	Informe de supervisión Agencias de viajes Migración Colombia Registros en terminales de transporte Información suministrada por el proponente DANE MinCIT	Teniendo en cuenta, la máxima capacidad de cada destino
04.1_._%_de_aumento_en_el_número_de_turistas_	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Implementación y certificación de Normas de calidad de destinos	Resultado	(No. de turistas a los 18 meses de obtener la certificación / No. de turistas iniciales) *100	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Diez y ocho meses después de obtenida la certificación	Informe de supervisión Agencias de viajes Migración Colombia Registros en terminales de transporte Información suministrada por el proponente DANE MinCIT	Teniendo en cuenta, la máxima capacidad de cada destino
05_Destinos_certificados	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Implementación y certificación de Normas Técnicas Sectoriales de destino	Producto	No. de destinos certificados	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser anual	Informe de supervisión MinCIT Evaluación de cierre del proyecto Entidades territoriales	N/A
05.1_Destinos_certificados	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Implementación y certificación de Normas de calidad de destinos	Producto	No. de destinos certificados	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser anual	Informe de supervisión MinCIT Evaluación de cierre del proyecto Entidades territoriales	N/A
06_Estrategia_de_Seguridad_Turística_en_los_atractivos_turísticos	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Seguridad turística	Seguridad turística.	Producto	No. de atractivos turísticos con cobertura de estrategia de seguridad turística	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto	N/A
07_Atención_de_problemas_en_materia_de_Seguridad_Turística	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Seguridad turística	Seguridad turística.	Impacto	(No. de problemáticas en materia de seguridad turística integral atendidas / No. de problemáticas en materia de seguridad turística integral identificadas o priorizadas) *100	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	A los seis meses después de finalizada la etapa de ejecución	Informes del MinCIT Informe de supervisión Policía	N/A
08_Socialización_del_Plan_De_De_sarrollo_Turístico	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Planificación turística	Planificación turística.	Producto	No. de actores de turismo en el territorio asistentes al o los eventos / No. de actores convocados) *100	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Listados de asistencia Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
09_Personas_capacitadas	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Formación capacitación y sensibilización turística	Formación capacitación y sensibilización turística.	Producto	No. de prestadores de servicios turísticos informados o capacitados / No. de prestadores de servicios turísticos en el área de influencia del proyecto	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
10_._%_de_espacios_de_formación	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Formación capacitación y sensibilización turística	Formación capacitación y sensibilización turística.	Producto	(No. de cursos o capacitación efectivamente ofrecidos / No. de cursos o capacitación efectivamente programados) *100	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
11_Prestadores_de_servicios_turísticos_certificados	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Implementación y certificación de Normas Técnicas Sectoriales para prestadores de servicios turísticos	Producto	No. de prestadores de servicios turísticos certificados en calidad y sostenibilidad	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución y posteriormente periódicamente cada año	Informe de supervisión Informe de supervisión Reporte de gremios MinCIT Evaluación de cierre del proyecto	N/A
12_Asesoría_y_acompañamiento	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Implementación y certificación de Normas Técnicas Sectoriales para prestadores de servicios turísticos	Producto	No. prestadores de servicios turísticos asesorados / No. prestadores de servicios turísticos programados	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
12.1_._Asesoría_y_acompañamiento	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Calidad turística	Normas técnicas sectoriales	Producto	No. prestadores de servicios turísticos asesorados / No. prestadores de servicios turísticos programados	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
13_._%_de_actividades_para_la_innovación_implementadas	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Innovación y desarrollo tecnológico	Innovación y desarrollo tecnológico.	Impacto	No. de actividades para la innovación implementadas / No. de actividades para la innovación entregadas	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	A partir de los 6 meses de finalizada la etapa de ejecución y posteriormente de manera periódica hasta 2 años	Informe de supervisión Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Hoteles	N/A
14_Uso_del_aplicativo_y_plataforma_diseñados	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Innovación y desarrollo tecnológico	Innovación y desarrollo tecnológico.	Producto	No. de descargas del aplicativo diseñado o No. de visitas a la plataforma diseñada	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de supervisión Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Plataforma web	N/A
15_Personas_capacitadas	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Participación institucional	Participación institucional.	Producto	No. de personas informados o capacitados	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A

Nombre_del_Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
16._%_de_estudios_implementados	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector	Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector.	Impacto	No. de estudios implementados / No. de estudios entregados	Número	Más es mejor (depende del objetivo del proyecto presentado) mínimo 70%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto	N/A
17._Recomendaciones_del_estudio_adaptadas	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Competitividad	Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector	Estudios e implementación de estudios para el desarrollo competitivo del sector.	Producto	(No. de recomendaciones adoptadas / No. de recomendaciones propuestas en el estudio) *100	Porcentaje	100% es mejor, mínimo 50%	Al año de finalizada la etapa de ejecución (corto plazo). Entre los 2 y 4 años de finalizada la etapa de ejecución (mediano plazo)	Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
18._Generación_de_empleo	Infraestructura Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Infraestructura	Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística	Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística.	Resultado	No. de empleos generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica de forma semestral	Interventoría del proyecto Beneficiario	N/A
18.1._Generación_de_empleo	Infraestructura Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Infraestructura	Estudios y diseños de infraestructura turística	Estudios y diseños de infraestructura turística.	Resultado	No. de empleos generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica de forma semestral	Interventoría del proyecto Beneficiario	N/A
18.2._Generación_de_empleo	Infraestructura Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Infraestructura	Obras de infraestructura turística	Obras de infraestructura turística.	Resultado	No. de empleos generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica de forma semestral	Interventoría del proyecto Beneficiario	N/A
19._Obra_construida	Infraestructura Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Infraestructura	Obras de infraestructura turística	Obras de infraestructura turística.	Producto	Porcentaje de avance de obra	Porcentaje	100%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Interventoría MinCIT Fontur	N/A
20._Estudios_y_diseños_aplicados	Infraestructura Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Infraestructura	Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística	Estudios de prefactibilidad y factibilidad para proyectos de infraestructura turística.	Impacto	Porcentaje de avance de los estudios y diseños	Porcentaje	100%	Al año de finalizada la etapa de cierre del proyecto	Interventoría MinCIT Fontur	N/A
20.1._Estudios_y_diseños_aplicados	Infraestructura Turística	Impacto	Indicadores de Impacto de Infraestructura	Estudios y diseños de infraestructura turística	Estudios y diseños de infraestructura turística.	Impacto	Porcentaje de avance de los estudios y diseños	Porcentaje	100%	Al año de finalizada la etapa de cierre del proyecto	Interventoría MinCIT Fontur	N/A
21._Campañas_de_promoción_para_TJ	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Proyectos especiales o Transversales	Vive Colombia Joven	Producto	No. de campañas de promoción realizadas	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
22._Contribución_al_sector	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Proyectos especiales o Transversales	Vive Colombia Joven	Resultado	(Ingresos generados por el programa / total de ingresos generados en el sector) *100 Redenciones realizadas a través del programa	Porcentaje	Más es mejor	Al año de iniciada la etapa de operación	Información suministrada por el proponente DANE Encuestas Estadísticas MinCIT	N/A
23._No._de_tarjetahabientes	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Proyectos especiales o Transversales	Vive Colombia Joven	Resultado	Número de tarjetahabientes activos	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
24._No._de aliados	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Proyectos especiales o Transversales	Vive Colombia Joven	Resultado	Número de aliados activos	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
25._Aumento_en_la_atención_de_los_PIT	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Red Nacional de Puntos de Información Turística	Resultado	((Turistas atendidos en los PIT en el año t- Turistas atendidos en el año t-1) / turistas atendidos en el año t-1) *100	Porcentaje	20% es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Reportes de los PITs	N/A
26._Calidad_de_la_atención_en_los_PIT	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Red Nacional de Puntos de Información Turística	Resultado	Turistas satisfechos con la información suministrada en los puntos de información turística / Turistas entrevistados-encuestados	Porcentaje	80% es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión	Se deben diseñar las entrevistas o encuestas
27._Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Red Nacional de Puntos de Información Turística	Producto	Cantidad de material promocional distribuido	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
28._Consultas_atendidas	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Red Nacional de Puntos de Información Turística	Resultado	Cantidad de consultas atendidas a los turistas en el portal web	Número	Más es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión	N/A
29._Acciones_de_fortalecimiento_de_los_PIT	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Red Nacional de Puntos de Información Turística	Producto	Cantidad de puntos de información turística fortalecidos al año con base 0	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A

Nombre del Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
30_Visitas_al_portal	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Mejoramiento continuo del portal oficial de turismo CITUR	Resultado	$((\text{Visitas al portal en el momento t} - \text{visitas al portal en el momento t-1}) / \text{visitas al portal en el momento t-1}) * 100$	Porcentaje	Más es mejor	Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión DANE MinCIT	Hay que analizar el histórico de visitas para construir una línea base y calcular el porcentaje esperado de aumento anual
31_Visitas_al_portal	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Información turística	Mejoramiento continuo de los portales de Sistema de Información Turística Regionales SITUR	Resultado	$((\text{Visitas al portal en el momento t} - \text{visitas al portal en el momento t-1}) / \text{visitas al portal en el momento t-1}) * 100$	Porcentaje	Más es mejor	Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión DANE MinCIT	Hay que analizar el histórico de visitas para construir una línea base y calcular el porcentaje esperado de aumento anual
32_Mejoramiento_de_calidad_de_la_atención_en_los_PITs	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Puntos de información turística	Fortalecimiento y mejoramiento de la red nacional de puntos de información turística.	Impacto	% de turistas satisfechos con el servicio suministrado en los puntos de información turística en el año t- % de turistas satisfechos con la información suministrada en los puntos de información turística en el año t-1	Porcentaje	100% es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de supervisión Resultados de encuestas Cifras MinCIT	Se deben diseñar las entrevistas o encuestas
33_%_de_estudios_socializados	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Investigación de mercados	Benchmarking, encuestas, estudios y perfiles de los mercados	Resultado	No. de estudios socializados / No. de estudios entregados	Porcentaje	100% es mejor	A partir de los 6 meses de finalizada la etapa de ejecución y posteriormente de manera periódica	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Hoteles	N/A
34_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Viajes de familiarización (agentes de viajes)	Resultado	No. de asistentes / No. participantes proyectados	Porcentaje	Más es mejor	Una vez finalizado el proyecto	Proponente del proyecto	N/A
34.1_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Promoción y difusión de calidad turística	Eventos feriales regionales	Resultado	No. de asistentes / No. participantes proyectados	Porcentaje	Más es mejor	Una vez finalizado el proyecto	Proponente del proyecto	N/A
35_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Viajes de familiarización (corporativos)	Resultado	No. de asistentes / No. participantes proyectados	Porcentaje	Más es mejor	Una vez finalizado el proyecto	Proponente del proyecto	N/A
36_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Viajes de familiarización (medios de comunicación)	Resultado	No. de asistentes / No. participantes proyectados	Porcentaje	Más es mejor	Una vez finalizado el proyecto	Proponente del proyecto	N/A
37_Destinos_turísticos_promocionados	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Resultado	No. de destinos promocionados	Número	Más es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Reporte de las agencias Reportes Anato Reportes Cotelco MinCIT	N/A
38_Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Material promocional institucional turístico de Colombia y sus diferentes destinos	Producto	Cantidad de material promocional distribuido	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
39_No._de_destinos_promocionados	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Producto	No. de destinos promocionados	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
40_Contribución_al_sector	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Impacto	No. de negocios generados por la participación Valor en pesos de los negocios generados en la participación	Porcentaje	Más es mejor	Al año de iniciada la etapa de operación	Información suministrada por el proponente DANE Encuestas Estadísticas MinCIT	N/A
41_Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Resultado	Cantidad de empresarios participantes (si aplica) Cantidad de personas impactadas en la feria Cantidad de material producido Destinos promocionados	Porcentaje	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión MinCIT Encuestas	N/A
42_Material_distribuido_(clasificar_por_material_Colombia_material_empresa_y_versionesimpresa_y_digital)	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Resultado	Cantidad de material promocional distribuido	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información de cierre del proyecto	N/A
43_Participación_en_ferias_de_importancia_estratégica_para_el_desarrollo_del_sector	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Resultado	No. de participaciones en ferias (discriminar por ferias. Discriminar por empresarios y entidades)	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Listados de asistencia Evaluación de cierre del proyecto	N/A
44_Personas_atendidas_en_el_stand	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Resultado	No. de personas atendidas en el stand / No. definido en la meta	Porcentaje	Más es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Listados de asistencia	Definir meta de acuerdo con el evento en el que se participa

Nombre_del_Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
45_Turismo_receptivo_(divisas_generadas)	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Participación de Colombia en ferias internacionales	Impacto	Valor en pesos de las divisas generadas	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente DANE MinCIT MinTrabajo	N/A
46_Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Campañas publicitarias internacionales	Resultado	No. de eventos ejecutados / No. de eventos programados	Porcentaje	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión MinCIT Encuestas	N/A
47_Promoción_de_destinos_con_oferta_corporativa	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística internacional	Campañas publicitarias internacionales	Producto	No. de destinos turísticos promocionados	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
48_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Viajes de familiarización (agentes de viajes).	Resultado	No. de participantes / No. de convocatorias realizadas	Porcentaje	Más es mejor	Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Agencias de viajes Migración Colombia Registros en terminales de transporte Información suministrada por el proponente DANE MinCIT	Revisar indicador para la efectividad de la convocatoria de los participantes (quienes son efectivos en cuanto a resultados positivos de propuestas)
49_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Viajes de familiarización (corporativos).	Resultado	No. de participantes / No. de convocatorias realizadas	Porcentaje	Más es mejor	Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Agencias de viajes Migración Colombia Registros en terminales de transporte Información suministrada por el proponente DANE MinCIT	N/A
50_%_de_participación	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Viajes de familiarización (medios de comunicación).	Resultado	No. de participantes / No. de convocatorias realizadas	Porcentaje	Más es mejor	Un año después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Agencias de viajes Migración Colombia Registros en terminales de transporte Información suministrada por el proponente DANE MinCIT	N/A
51_Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Promoción y distribución de material promocional	Producto	Cantidad de material promocional distribuido / cantidad de material promocional producido	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
51.1_Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Promoción y difusión de calidad turística	Promoción y distribución de material promocional	Producto	Cantidad de material promocional distribuido / cantidad de material promocional producido	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
51.2_Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Participación institucional	Participación institucional.	Producto	Cantidad de material promocional distribuido / cantidad de material promocional producido	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
52_Promoción_de_destinos_turísticos_Comunicaciones	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Promoción y distribución de material promocional	Producto	No. de pautas realizadas (clasificar por tipo de publicación: reportajes, cuñas, espacios publicitarios)	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
53_Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Participación en ferias nacionales turísticas	Producto	Cantidad de material promocional distribuido	Número	100% mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
54_Promoción_de_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Participación en ferias nacionales turísticas	Producto	No. de destinos turísticos promocionados	Número	100% mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
55_Estrategias_de_difusión	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones	Producto	No. de estrategias de difusión y comercialización de alto impacto realizadas	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCIT	N/A
55.1_Estrategias_de_difusión	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Promoción y difusión de calidad turística	Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones	Producto	No. de estrategias de difusión y comercialización de alto impacto realizadas	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCIT	N/A
55.2_Estrategias_de_difusión	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Participación institucional	Participación institucional.	Producto	No. de estrategias de difusión y comercialización de alto impacto realizadas	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCIT	N/A
56_Generación_de_empleo	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Participación en ferias nacionales turísticas	Resultado	No. de empleos temporales generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente DANE MinCIT MinTrabajo	N/A
57_Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Participación en ferias nacionales turísticas	Resultado	No. de eventos ejecutados / No. de eventos programados en el proyecto	Porcentaje	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión MinCIT Encuestas	N/A

Nombre del Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
58_Promoción_de_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones	Producto	No. de destinos turísticos promocionados	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
59_Material_distribuido	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Eventos feriales regionales	Producto	Cantidad de material promocional distribuido	Número	100% mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
60_Expositores_participantes	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Participación en ferias nacionales turísticas	Resultado	Cantidad de destinos, gremios, entidades, empresas participantes en el evento	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Listados de asistencia Informe del proponente Informe de cierre del proyecto	N/A
61_Asistentes_participantes	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Participación en ferias nacionales turísticas	Resultado	No. de personas asistentes al evento ferial	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Listados de asistencia Evaluación de cierre del proyecto	N/A
62_Promoción_de_productos_y_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Eventos feriales regionales	Producto	No. de productos y destinos turísticos promocionados	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
63_%_de_destinos_turísticos_promocionados_Agencias	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Campañas publicitarias de promoción del turismo doméstico y para las regiones	Resultado	Cantidad de destinos promocionados / cantidad de destinos programados	Porcentaje	100% es mejor	Tres meses después de finalizada la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica, trimestral, mensual o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Reporte de las agencias Reportes de Anato Reportes Cotelco MinCIT	N/A
64_%_eventos_efectuados	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Apoyo de congresos, incentivos y otros eventos	Producto	No. de eventos realizados / No. de eventos programados en el proyecto	Número	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
64.1_%_eventos_efectuados	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Promoción y difusión de calidad turística	Apoyo de congresos, incentivos y otros eventos	Producto	No. de eventos realizados / No. de eventos programados en el proyecto	Número	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
65_Asistentes_participantes	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Apoyo de congresos, incentivos y otros eventos	Producto	No. de personas asistentes al evento y/o congreso	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente	N/A
66_Generación_de_empleo	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Eventos feriales regionales	Resultado	No. de empleos temporales generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente DANE MinCIT MinTrabajo	N/A
67_Gestión_en_la_promoción_de_destinos_turísticos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Eventos feriales regionales	Resultado	No. de eventos ejecutados / No. de eventos programados en el proyecto	Porcentaje	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión MinCIT Encuestas	N/A
68_%_acuerdos_de_negocios	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional	Producto	(Cantidad de acuerdos de negocios efectuados / Cantidad de oportunidades identificadas (citas agendadas)) *100	Porcentaje	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
69_Ruedas_de_negocios	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional	Producto	No. de ruedas de negocios efectuadas	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCIT	N/A
70_Generación_de_empleo	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Apoyo de congresos, incentivos y otros eventos	Resultado	No. de empleos temporales generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente DANE MinCIT MinTrabajo	N/A
71_Generación_de_empleo	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional	Resultado	No. de empleos temporales generados por el proyecto	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución, posteriormente de manera periódica puede ser trimestral, semestral o anual	Informe de interventoría Informe de supervisión Evaluación de cierre del proyecto Información suministrada por el proponente DANE MinCIT MinTrabajo	N/A
72_Turismo_de_negocios_Compradores	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional	Resultado	No. de asistentes (compradores) a las ruedas de negocios	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Listados de asistencia Informe de interventoría Informe de supervisión	N/A
73_Turismo_de_negocios_Vendedores	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Mercadeo y promoción turística nacional y regional	Ruedas de negocios y workshops de cubrimiento nacional	Resultado	No. de asistentes (vendedores) a las ruedas de negocios	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Listados de asistencia Informe de interventoría Informe de supervisión	N/A

Nombre del Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
74_Promoción_de_destinos_turísticos_Estrategias_para_la_RTTP	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Proyectos especiales o Transversales	Red Turística de Pueblos Patrimonio	Producto	No. de estrategias de difusión y comercialización programadas / No. de estrategias de difusión y comercialización realizadas	Porcentaje	100%	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	N/A
75_Documentos_distribuidos	Turismo Responsable	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Prevención ESCNNA	Prevención ESCNNA.	Producto	No. de documentos distribuidos / No. documentos producidos	Porcentaje	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCT	N/A
76_Publicaciones_editadas_y_divulgadas	Turismo Responsable	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Prevención ESCNNA	Prevención ESCNNA.	Producto	No. personas impactadas / No. de publicaciones en medios (digitales y tradicionales)	Porcentaje	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCT	N/A
77_Preención_de_la_ESCNA	Turismo Responsable	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Prevención ESCNNA	Prevención ESCNNA.	Producto	No. de eventos efectuados con el objeto de sensibilizar sobre ESCNNA	Número	Más es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto	Medición contra la meta del proyecto
78_Sensibilización_ESCNA	Turismo Responsable	Impacto	Indicadores de Impacto de Promoción	Prevención ESCNNA	Prevención ESCNNA.	Producto	(No. de asistentes a eventos efectuados con el objeto de sensibilizar sobre ESCNNA / No. de personas objeto de la intervención del proyecto) *100	Porcentaje	100% es mejor	Con la finalización de la etapa de ejecución	Listados de asistencia Informe de interventoría Informe de supervisión Información del proponente Evaluación de cierre del proyecto MinCT	Las personas objeto de las jornadas de prevención son prestadores de servicios turísticos formalizados y autoridades con competencias en la materia. Otros actores de la cadena turística
79_Cumplimiento_de_entregas	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Gestión	Indicadores de Gestión de Competitividad	N/A	N/A	Avance	(Núm. de entregas realizadas / núm. de entregas programadas) *100	Porcentaje	100% es mejor	Cada corte programado para entrega	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	N/A
80_Eficiencia_en_la_planeación_d_el_presupuesto_del_proyecto	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Gestión	Indicadores de Gestión de Competitividad	N/A	N/A	Eficiencia	(Costo total del proyecto hasta finalización / costo total presupuestado) *100	Porcentaje	100% es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	Este indicador deber revisarse integralmente con el cumplimiento de los objetivos del proyecto y con el desarrollo del mismo durante todo el horizonte de ejecución
81_Cumplimiento_de_pagos	Mejoramiento de la Competitividad Turística	Gestión	Indicadores de Gestión de Competitividad	N/A	N/A	Control	(Número de facturas pagadas / total de facturas tramitadas) *100	Porcentaje	100% es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Facturas	N/A
82_Cumplimiento_de_entregas	Infraestructura Turística	Gestión	Indicadores de Gestión de Infraestructura	N/A	N/A	Avance	(Núm. de entregas realizadas / núm. de entregas programadas) *100	Porcentaje	100%	Cada corte programado para entrega	Supervisión del proyecto Informe de la interventoría	N/A
83_Eficiencia_en_la_planeación_d_el_presupuesto_del_proyecto	Infraestructura Turística	Gestión	Indicadores de Gestión de Infraestructura	N/A	N/A	Eficiencia	(Costo total del proyecto hasta finalización / costo total presupuestado) *100	Porcentaje	Desviación por encima del 10% representa alerta roja	Mensual	Supervisión del proyecto Informe de la interventoría	N/A
84_Precisión_en_el_tiempo_de_ejecución_de_las_actividades	Infraestructura Turística	Gestión	Indicadores de Gestión de Infraestructura	N/A	N/A	Eficiencia	Duración total real proyectado hoy hasta finalizar en días / duración total prevista en días	Porcentaje	Desviación por encima del 10% representa alerta roja	Mensual	Supervisión del proyecto Informe de la interventoría	N/A
85_Cumplimiento_de_entregas	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Avance	(Núm. de entregas realizadas / núm. de entregas programadas) * 100	Porcentaje	100% es mejor	Cada corte programado para entrega	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	N/A
86_Precisión_en_la_ejecución_d_el_cronograma	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Eficiencia	(Valor de los costos incurridos hasta mes actual / valor de los costos presupuestados hasta mes actual) *100	Porcentaje	100% es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	Este indicador deber revisarse integralmente con el cumplimiento de los objetivos del proyecto, en el marco del cronograma, del cumplimiento de las actividades establecidas en este y de los incidentes que generen sobrecostos
87_Eficiencia_en_la_planeación_d_el_presupuesto_del_proyecto	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Eficiencia	(Valor total del proyecto hasta finalización / valor total presupuestado) *100	Porcentaje	100% es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	Este indicador deber revisarse integralmente con el cumplimiento de los objetivos del proyecto y con el desarrollo del mismo durante todo el horizonte de ejecución
88_Precisión_en_el_tiempo_de_ejecución_de_las_actividades	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Eficiencia	Duración total real proyectado hoy hasta finalizar en días / duración total prevista en días	Porcentaje	100% es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto	N/A
89_Eficiencia_en_la_ejecución_d_el_plan_de_trabajo	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Avance	Tiempo de ejecución real incurrido hasta hoy / tiempo de ejecución programado hasta hoy	Porcentaje	1 es lo ideal, >1 se presenta retraso en la ejecución de la obra y no se está cumpliendo el cronograma inicial <1 se presenta mayor avance en la ejecución de la obra y no se está cumpliendo el cronograma inicial	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	Este indicador deber revisarse integralmente con el desarrollo del proyecto durante todo el horizonte de su ejecución y con las dificultades que se presentan durante este horizonte
90_Dificultades_que_implican_retrasos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Avance	Número y tipo de incidentes que generan retrasos. (Caracterizar por internos y externos)	Número	Menor es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	N/A
91_Impacto_en_días_de_las_dificultades_que_implican_retrasos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Avance	Número de días de retraso debido a los incidentes que los generan	Número	Menor es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	N/A
92_Impacto_en_presupuesto_de_las_dificultades_que_implican_retrasos	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Productividad	Valor de los recursos adicionales requeridos para solventar los incidentes que generan retrasos / valor total del proyecto	Pesos	Menor es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Informe del contratista Informe de la interventoría	N/A
93_Modificaciones_en_las_especificaciones_planificadas	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercado Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Eficiencia	(Núm. de especificaciones modificadas durante la ejecución / total de especificaciones) *100 Identificar cuantas modificaciones se hacen durante la ejecución	Porcentaje	Menor es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Actas	N/A

Nombre del Indicador	Línea	Indicador	Tipo (área)	Programa	Subprograma	Categoría	Fórmula	Unidad de Medida	Interpretación	Frecuencia	Fuente de datos	Observaciones
94_Cumplimiento_de_reuniones_d e_seguimiento_	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Control	(Número de visitas de supervisión realizadas / total visitas programadas) *100	Porcentaje	Mayor es mejor	Mensual	Supervisión del proyecto Actas	N/A
95_Poder_de_convocatoria_(viajes _de_familiarización_workshops_eve ntos)	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Eficiencia	(Inscritos / convocados) *100	Porcentaje	100% es mejor	Al inicio o finalización del proyecto	Proyecto formulado Supervisión del proyecto	N/A
96_Aptos_para_proyecto_(viajes_d e_familiarización_workshops_event os)	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Eficiencia	(Seleccionados / inscritos) *100	Porcentaje	100% es mejor	Al inicio o finalización del proyecto	Proyecto formulado Supervisión del proyecto	N/A
97_%_de_la_línea_de_la_línea_eje cutados_en_el_proyecto	Fortalecimiento de la Promoción y el Mercadeo Turístico	Gestión	Indicadores de Gestión de Promoción	N/A	N/A	Control	(Total de recursos ejecutados / total de recursos aprobados) *100	Porcentaje	No tiene interpretación, se presenta el dato que sirve para orientar al tomador de decisiones	Al inicio o finalización del proyecto	Proyecto formulado Supervisión del proyecto	N/A