



BOLETÍN **ESTADÍSTICO DE** **TURISMO**

PRIMER CUATRIMESTRE 2026
(ENERO – ABRIL)

El presente boletín examina el comportamiento reciente del turismo receptor hacia Guatemala, considerando la evolución de las llegadas de visitantes no residentes, la conectividad aérea y la estructura del mercado turístico durante el primer cuatrimestre de 2026, entre otros factores. La información proveniente de diversas fuentes evidencia un desempeño favorable del sector, reflejado en el crecimiento interanual de las llegadas internacionales, el fortalecimiento de la demanda y el desempeño positivo de los índices de satisfacción del destino.

Los resultados muestran que Guatemala mantiene una estructura turística con alta participación del turismo intrarregional, particularmente de visitantes que ingresan por vía terrestre, lo que constituye un factor relevante de resiliencia frente a fluctuaciones en los mercados internacionales de larga distancia. Sin embargo, sí se observa una tendencia a la diversificación de la estructura demostrada por mayores porcentajes de participación de mercados más lejanos y por tanto de mayor estadía y mayor gasto.

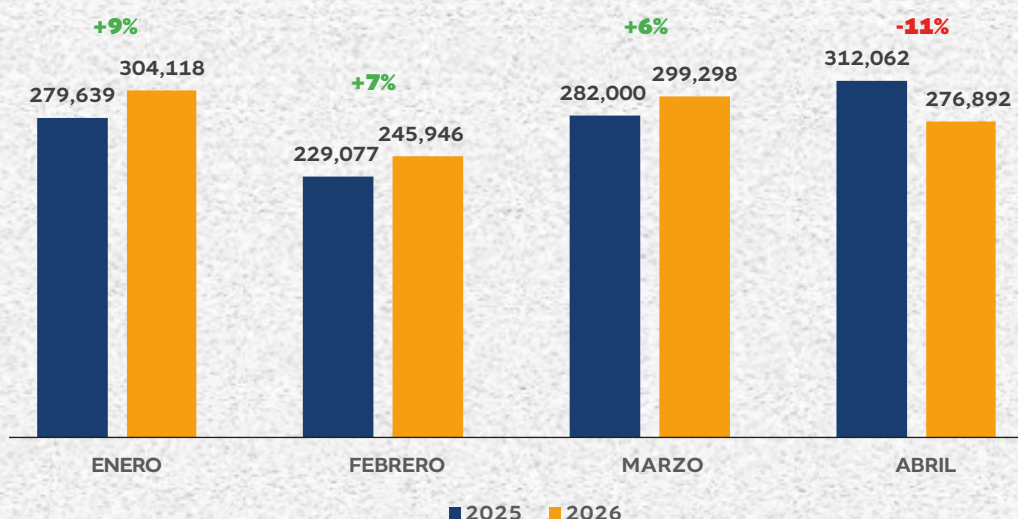
En materia de conectividad, la capacidad aérea presentó durante el primer cuatrimestre un crecimiento en el número de asientos disponibles, pese a una ligera reducción en el número de vuelos, lo que sugiere procesos de optimización operativa y mantenimiento de condiciones favorables para la movilidad turística internacional.

En conjunto, el periodo presentó un contexto favorable para el fortalecimiento del posicionamiento turístico del país, respaldado por la recuperación de la demanda, la solidez del mercado regional y la capacidad del destino para mantener niveles adecuados de conectividad y atracción de visitantes internacionales.



LLEGADAS DE VISITANTES NO RESIDENTES

ESTIMACIÓN DE LLEGADAS MENSUALES DE VISITANTES NO RESIDENTES A GUATEMALA



Se observó un comportamiento positivo en las llegadas de visitantes no residentes a Guatemala durante el periodo de enero a abril de 2026, en comparación con el mismo período de 2025. Enero registró un crecimiento interanual de 9%, febrero presentó un incremento de 7%, mientras que marzo reflejó un aumento de 6%. Estos resultados evidencian una tendencia favorable en la demanda turística internacional hacia el país durante los primeros meses del año.

No obstante, en abril se observa una disminución interanual de 11%. Esta caída

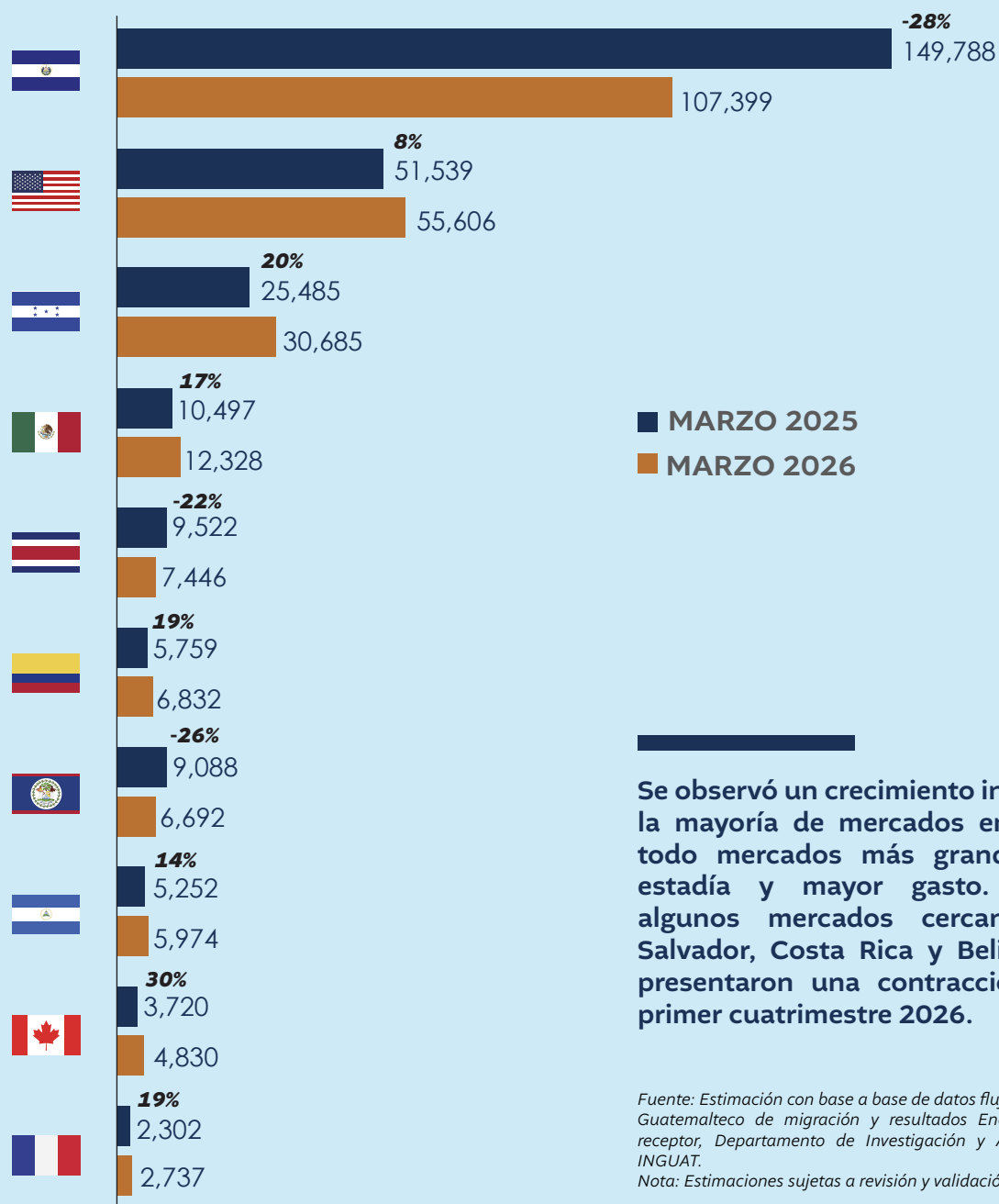
podría atribuirse a la distribución de las fechas de la Semana Santa: mientras que en 2025 la Semana Santa abarcó una semana completa dentro del mes (del 13 al 20 de abril), generando un flujo turístico constante durante todo el período, en 2026 solo los primeros cinco días del mes coincidieron con Semana Santa.

El acumulado del período enero-abril mantiene una tendencia positiva, con un incremento de 2%, lo que sugiere que la demanda turística hacia Guatemala continúa mostrando resiliencia y dinamismo en el contexto internacional actual.



Fuente: Estimación con base en datos de flujo migratorio regular del Instituto Guatemalteco de migración y resultados de la Encuesta de Gasto de Turismo Receptor Departamento de Investigación y Análisis de Mercados de INGUAT.
Nota: Estimaciones sujetas a cambios por revisión y validación de datos.

Top 10 principales países emisores



Se observó un crecimiento intermensual de la mayoría de mercados emisores, sobre todo mercados más grandes de mayor estadía y mayor gasto. Exceptuando algunos mercados cercanos como El Salvador, Costa Rica y Belice, los cuales presentaron una contracción durante el primer cuatrimestre 2026.

Fuente: Estimación con base a base de datos flujo migratorios del Instituto Guatemalteco de migración y resultados Encuesta de gasto turismo receptor, Departamento de Investigación y Análisis de Mercados de INGUAT.
Nota: Estimaciones sujetas a revisión y validación de datos.

Por vía de ingreso y tipo de visitante

La distribución de llegadas por vía de ingreso evidencia la relevancia estratégica del turismo procedente de mercados cercanos, caracterizado por desplazamientos de corta distancia y mayor resiliencia ante choques externos asociados al transporte aéreo internacional.

capacidad de retención turística y un mayor potencial de generación de derrama económica, ya que los turistas que pernoctan tienden a registrar mayores niveles de gasto en alojamiento, alimentación, transporte y actividades turísticas.

La mayoría de visitantes son clasificados como turistas lo cual demuestra la

■ Vía de ingreso



60%
Terrestre



37%
Aéreo



3%
Marítimo

■ Tipo de visitante



37%
Turista

Turista:

Visitantes que pernoctan en el lugar.



19%
Excursionista

Excursionista:

Visitantes del día que no pernoctan. Se desplazan fuera de su entorno habitual por menos de 24 horas por motivos de ocio, negocios o cultura.



ÍNDICES DE PERCEPCIÓN TURÍSTICA

Son generados por la empresa mundial de inteligencia turística Mabrian a partir del análisis masivo de datos digitales (redes sociales y reseñas), que son depurados y procesados mediante inteligencia artificial y técnicas de análisis de lenguaje natural.

Los índices identifican el sentimiento de los turistas sobre distintos atributos de Guatemala como destino en escalas de 0 a 100, integrando diversos subíndices en una medida global de percepción.

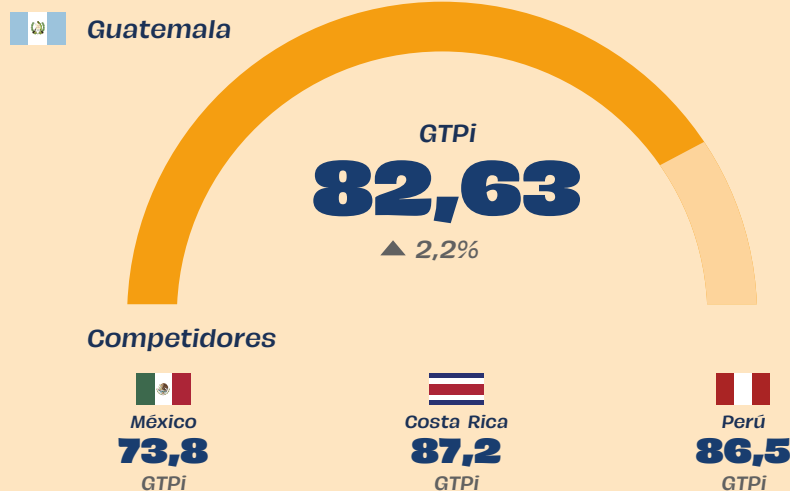


ÍNDICES DE PERCEPCIÓN TURÍSTICA GLOBAL

Mide el nivel general de satisfacción del visitante con el destino.

Está compuesto por los índices de satisfacción de: Hotel, Producto, Seguridad y Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino.

El índice de Percepción Turística Global de Guatemala incrementó 2.2% en comparación con el primer cuatrimestre 2025.



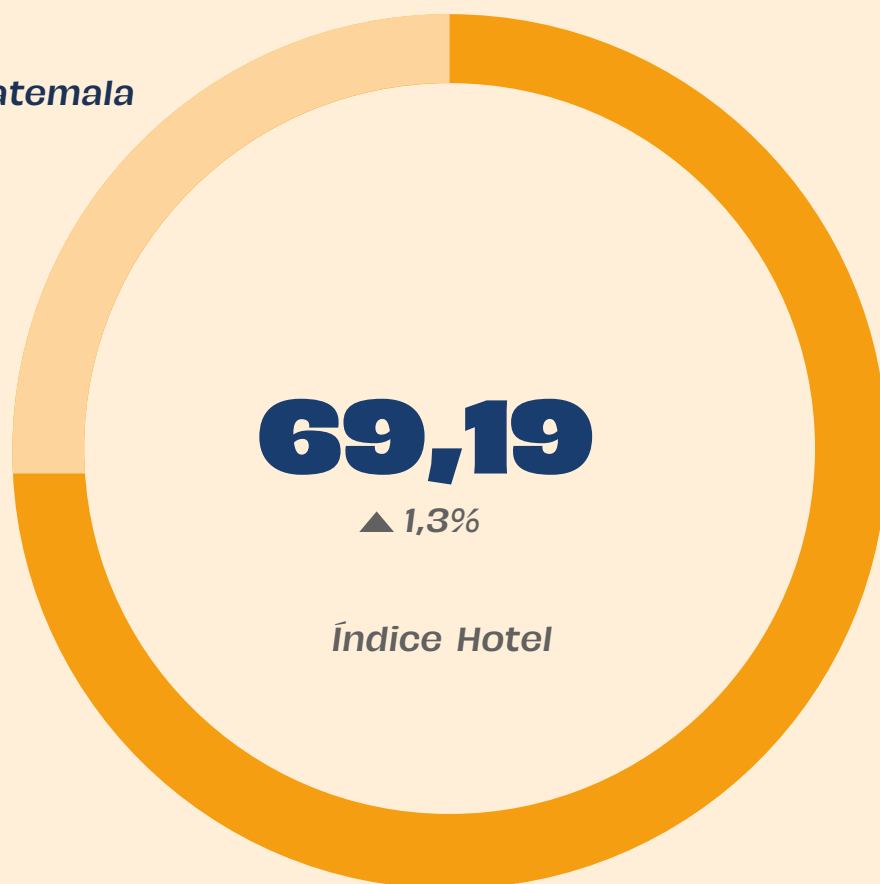
ÍNDICES DE SATISFACCIÓN HOTELERA

Mide la satisfacción del hotel en el destino con base al procesamiento natural del lenguaje mediante técnicas NLP que analizan los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor y Booking.

El índice de Guatemala incrementó 1.3% superando el índice de México y acercándose al de Costa Rica.



Guatemala



Índice Hotel

Competidores


México
63,5
GTPi


Perú
75,5
GTPi


Costa Rica
71
GTPi

Mabrian: filtro aplicado del 29 de diciembre 2025 al 3 de mayo de 2026

ÍNDICES DE SATISFACCIÓN DE PRODUCTO

Mide el nivel de satisfacción con los productos del destino. Este índice está calculado a partir de las menciones de cada uno de los productos y clasificando estos comentarios en positivos, negativos y neutrales.

El índice de Guatemala incrementó 0.3% superando el índice de México y Perú.



Guatemala

68,79

▲ 0,3%

Índice Producto

Competidores



México

62,7

TPI



Perú

68,1

TPI



Costa Rica

78

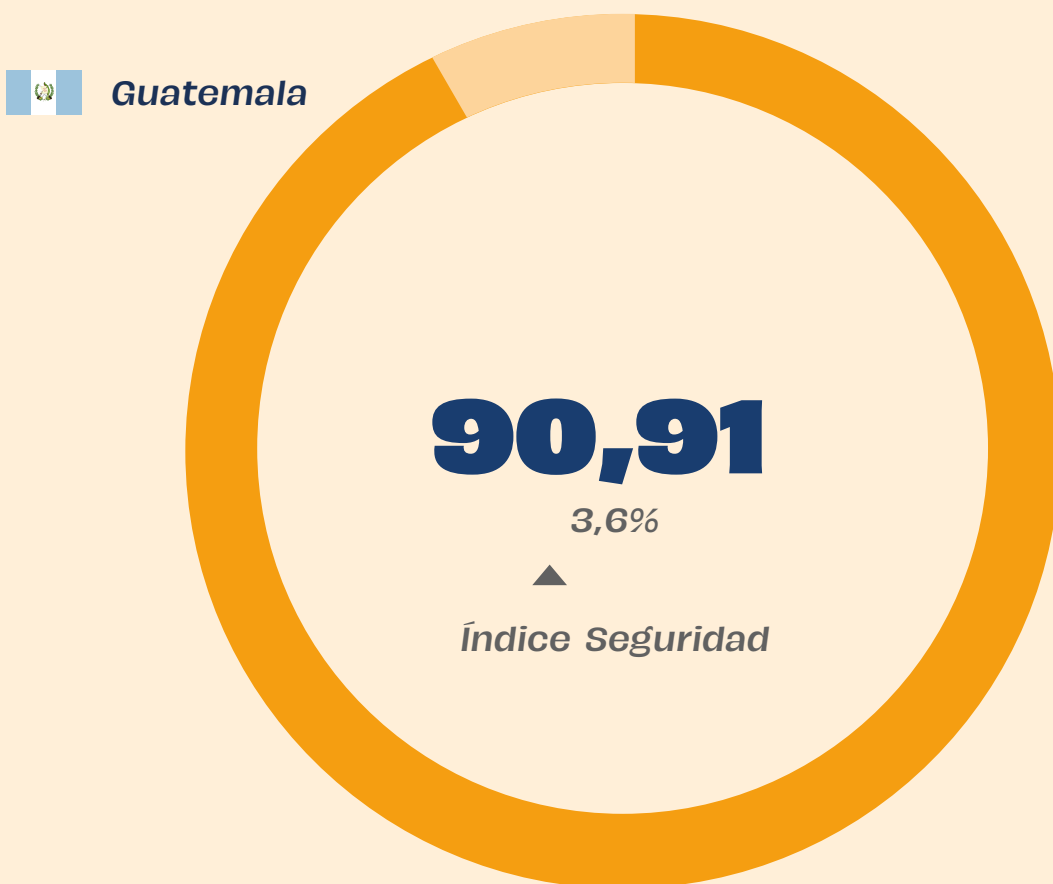
TPI

Mabrian: filtro aplicado del 29 de diciembre 2025 al 3 de mayo de 2026

ÍNDICES DE PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD

Mide el nivel de seguridad que perciben los visitantes en el destino. Se obtiene mediante técnicas de procesamiento natural del lenguaje (NLP) que identifican el volumen de menciones negativas sobre la seguridad.

El índice de Guatemala incrementó 3.6% superando el índice de México, Perú y acercándose al de Costa Rica.



Guatemala

Competidores


México
85,4
PSi

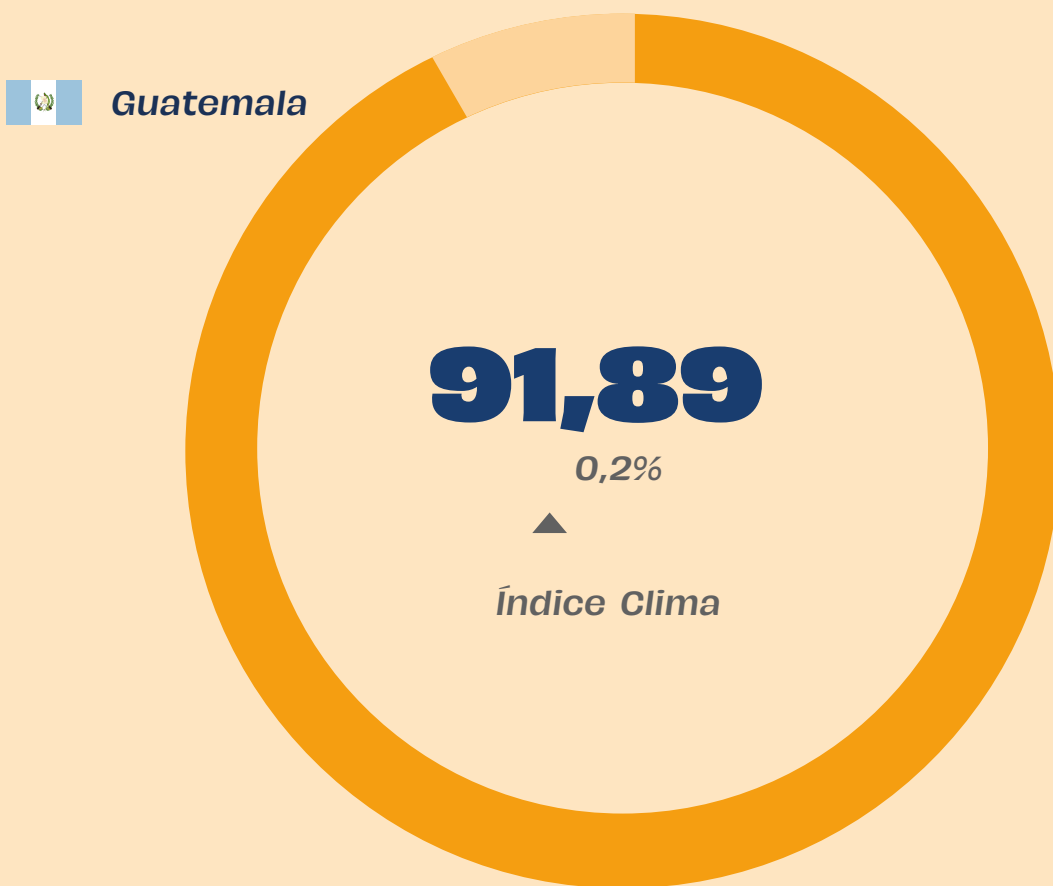

Perú
88,8
PSi


Costa Rica
93,3
PSi

ÍNDICE DE PERCEPCIÓN CLIMÁTICA

Mide la satisfacción del visitante en relación con el clima en el destino. Este índice se obtiene analizando el volumen de menciones negativas sobre clima en el destino. Este ayuda a entender la relación entre las expectativas del visitante con la realidad del destino.

El índice de Guatemala incrementó 0.2% superando el índice de México, Perú y Costa Rica.



Competidores


México
90,6
PCi


Perú
90,4
PCi


Costa Rica
91
PCi

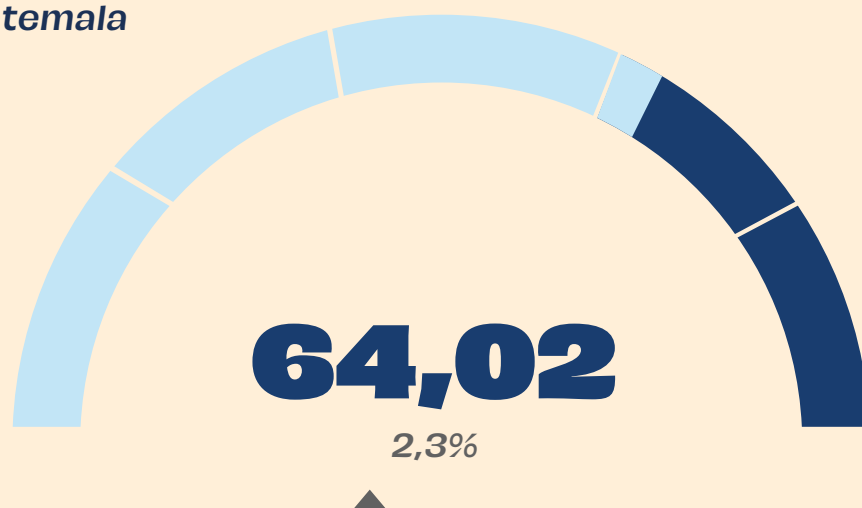
ÍNDICE GLOBAL DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Mide el nivel de sostenibilidad de un destino turístico a partir del análisis integrado de múltiples indicadores relacionados con el desempeño ambiental, social y de gestión del turismo. El índice busca evaluar cómo el desarrollo turístico impacta el entorno y la calidad de vida, así como la capacidad del destino para mantener un crecimiento equilibrado y sostenible en el tiempo.

El índice de Sostenibilidad Turística de Guatemala incrementó 2.3% en comparación con el primer cuatrimestre 2025.



Guatemala



Mabrian: filtro aplicado del 29 de diciembre 2025 al 3 de mayo de 2026



CONECTIVIDAD AÉREA

Los datos de Mabrian permiten analizar la conectividad aérea de un destino mediante información sobre capacidad en términos de vuelos y asientos, rutas, evolución del interés y demanda aérea así como el comportamiento de mercados emisores.

CAPACIDAD AÉREA



Vuelos

6,6K

▼ 1,9%

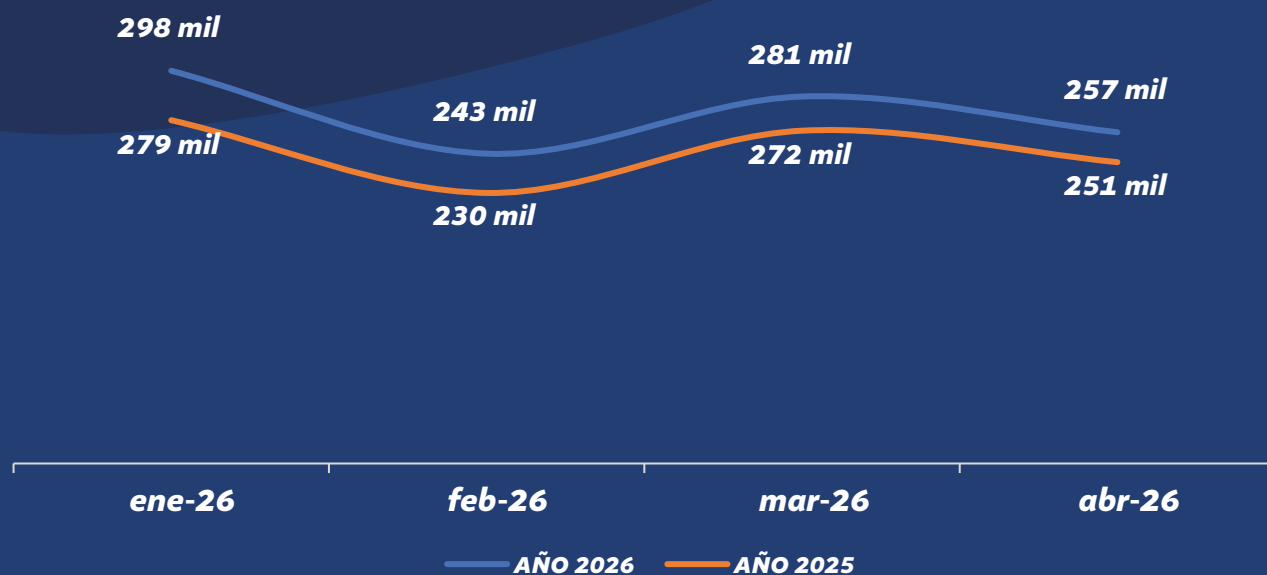


Asientos

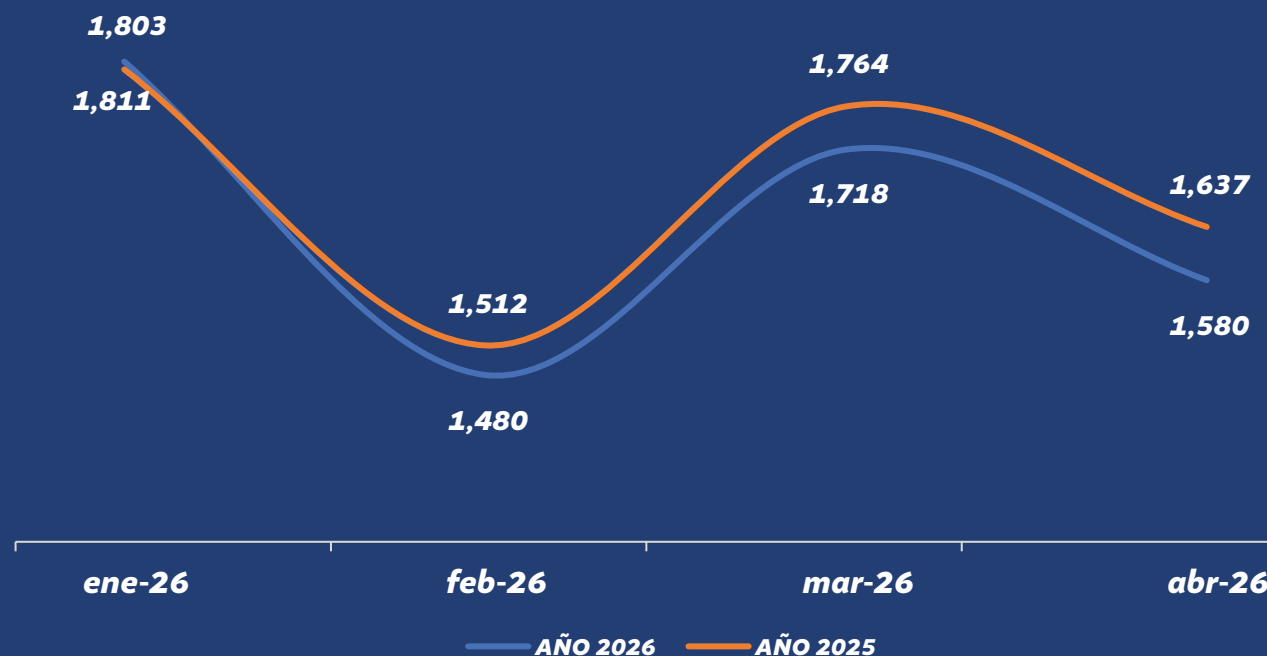
1,08M

▲ 4,7%

ASIENTOS



VUELOS



Periodo: 1 de enero al 30 de junio 2026 Vs. 1 de enero al 30 de Junio 2025

La cantidad de asientos programados muestra un crecimiento interanual de 4.7%, alcanzando aproximadamente 1.08 millones de asientos, lo que refleja una expansión de la oferta aérea y una mayor capacidad para absorber demanda turística. En contraste, el número de vuelos registra una disminución de 1.9%, situándose en alrededor de 6.6 mil operaciones, lo que sugiere una optimización de rutas mediante el uso de aeronaves de mayor capacidad o una mayor eficiencia operativa.

ASIENTOS

		TOTAL	%TOTAL	%YOY
	ESTADOS UNIDOS	44,3K	40,9%	+6,5% ▲
	México	121,7k	11,3%	+1,5% ▲
	Panamá	110,1K	10,2%	+10,1% ▲
	Costa Rica	101,2K	9,4%	-0,1% ▼
	Guatemala	90,3K	8,4%	+4,5% ▲
	El Salvador	72,1K	6,7%	-16,1% ▼
	Colombia	61,5K	5,7%	+50,6% ▲
	España	31,6K	2,9%	-4,5% ▼
	Honduras	15,6K	1,4%	-13,4% ▼
	República Dominicana	12,7K	1,2%	+13,0% ▲
	Otros	21,8K	2,0%	+7,2% ▲

VUELOS

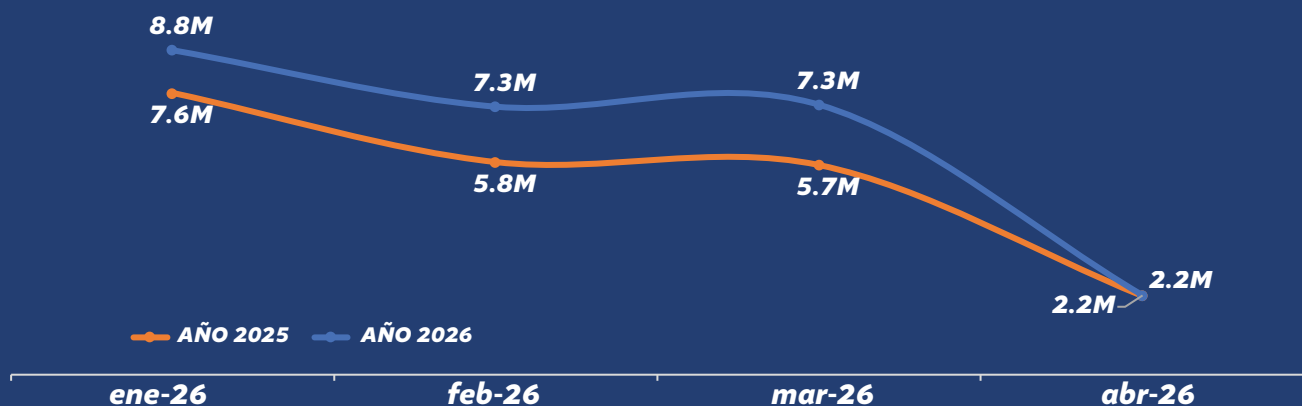
		TOTAL	%TOTAL	%YOY
	ESTADOS UNIDOS	2,5K	38,0%	+5,4% ▲
	México	885	13,4%	-20,6% ▼
	Panamá	695	10,6%	-5,6% ▼
	Costa Rica	653	9,9%	+15,0% ▲
	Guatemala	562	8,5%	-3,1% ▼
	El Salvador	399	6,1%	-16,2% ▼
	Colombia	348	5,3%	+45,0% ▲
	España	231	3,5%	-10,1% ▼
	Honduras	110	1,7%	-4,4% ▼
	República Dominicana	69	1,1%	+1,5% ▲
	Otros	132	2,0%	-29,0% ▼

Nota: Permite conocer el número total de asientos y vuelos entrantes programados al destino
Fuente: Mabrian

La capacidad aérea incrementó 4,7% en asientos, impulsada por mercados estratégicos como Estados Unidos y Colombia. Aunque los vuelos disminuyen levemente (-1,9%), se evidencia una optimización operativa. Panamá y Colombia lideran el crecimiento regional en vuelos.



BÚSQUEDAS DE VUELOS



Fecha de viaje: 1 Ene 2026 - 30 Abr 2026

Fecha de búsqueda: 1 Jul 2025 - 30 Abr 2026

Fuente: Mabrian

Las búsquedas de vuelos para viajar en el primer cuatrimestre 2026 superaron consistentemente los niveles del primer cuatrimestre 2025, destacando crecimientos interanuales de 26.1% y 28.8% en febrero y marzo. Aunque el volumen disminuyó tras enero, la tendencia confirmó una demanda turística más dinámica y un mayor interés por viajar a Guatemala respaldado por un incremento de más de 4.3 millones de búsquedas.



RESERVAS DE VUELOS



Total pasajeros

135,6K

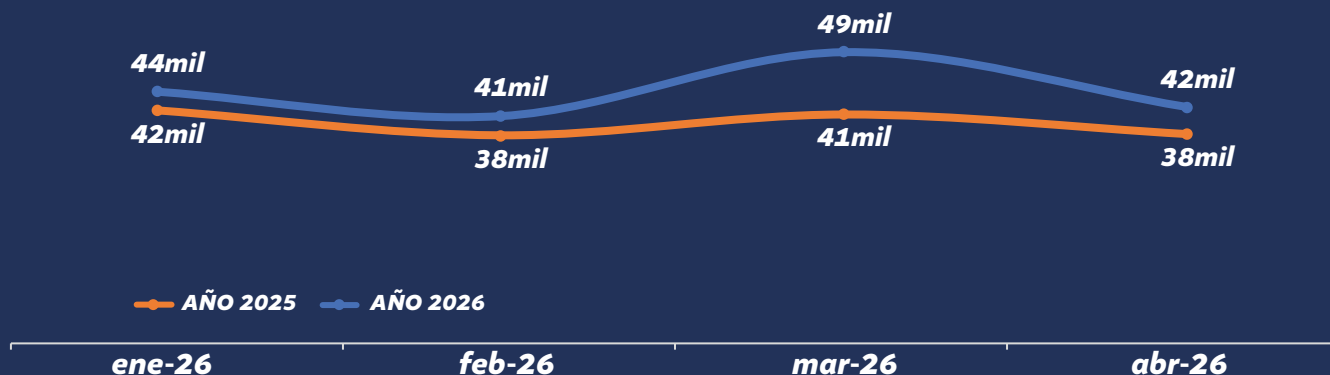
▲ 8,6% periodo anterior



Pasajeros haciendo escala

49,2%

▲ 3,9pp periodo anterior



Fecha de viaje: 1 Ene 2026 - 30 Abr 2026

Fecha de Reserva: 1 Jul 2025 - 30 Abr 2026

Fuente: Mabrian

Las reservas aéreas internacionales hacia Guatemala mantuvieron una tendencia positiva durante el primer cuatrimestre de 2026. Marzo destacó con el mayor crecimiento interanual (21%) y 49,355 reservas, mientras el acumulado enero-abril reflejó un incremento promedio del 11% frente a 2025. Esto evidencia un fortalecimiento sostenido de la demanda internacional hacia el país.

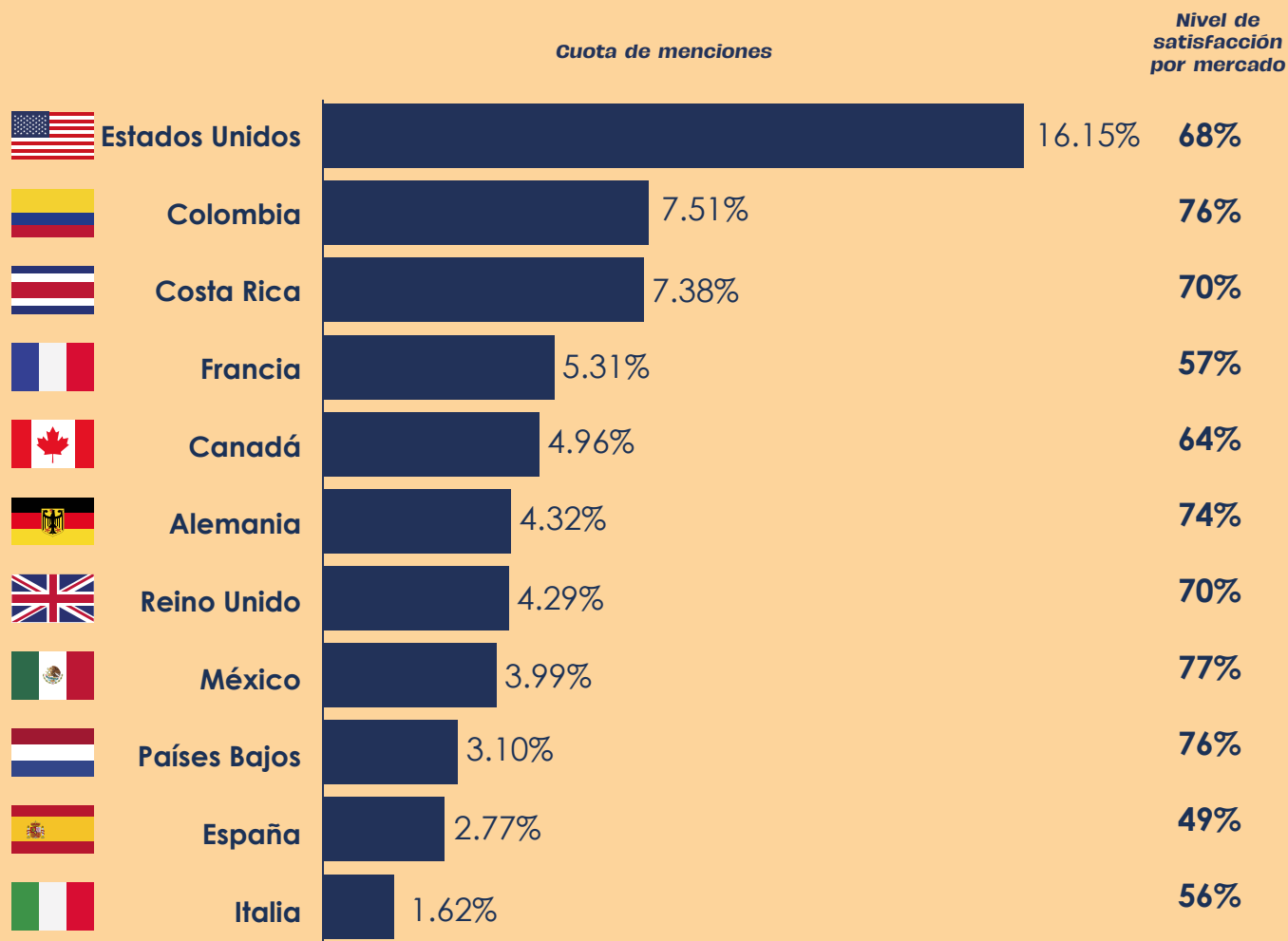


INDICADORES DE ALOJAMIENTO

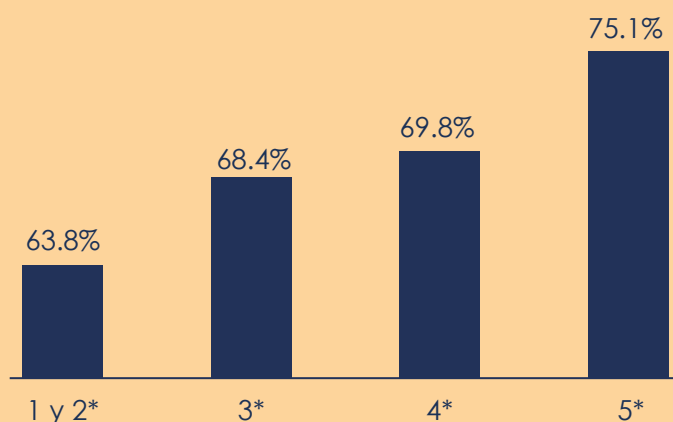
El módulo de alojamiento de Mabrian es una herramienta de inteligencia turística que permite analizar el comportamiento de la oferta y demanda de hospedaje en un destino turístico mediante datos de disponibilidad, tarifas y reputación online.

La plataforma integra información proveniente de canales digitales y plataformas especializadas para monitorear tendencias de precios, desempeño hotelero, competitividad del destino y percepción de los visitantes sobre los establecimientos de alojamiento.

SATISFACCIÓN CON EL ALOJAMIENTO EN EL DESTINO



Satisfacción por categoría



La satisfacción hotelera muestra una tendencia positiva tanto por mercado emisor como por categoría de hotel. Mercados como México (77%), Colombia (76%) y Países Bajos (76%) registran los niveles más altos de satisfacción, mientras que Estados Unidos lidera la opinión hotelera con 16.15%. La satisfacción incrementa conforme aumenta la categoría del hotel, pasando de 63.8% en hoteles de 1 y 2 estrellas a 75.1% en hoteles de 5 estrellas, evidenciando la relación entre calidad del servicio y experiencia del visitante.

PRECIO POR NOCHE PARA ESTANCIAS

SEGÚN CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO

Alojamientos	Precio de hotel de Enero - abril 2026	Proyección Mayo - agosto 2026
 1* y 2*	73\$ / Noche ▼ -16.1% Periodo anterior	71\$ / Noche ▼ -24.5% Periodo anterior
 3*	86\$ / Noche ▼ -17.3% Periodo anterior	84\$ / Noche ▼ -24.3% Periodo anterior
 4*	143\$ / Noche ▼ -16.4% Periodo anterior	147\$ / Noche ▼ -23% Periodo anterior
 5*	174\$ / Noche ▼ -13.9% Periodo anterior	176\$ / Noche ▼ -17.4% Periodo anterior

Los precios de alojamiento reflejan una disminución general en todas las categorías respecto al período anterior, con reducciones proyectadas de hasta -24.5% en alojamientos de menor categoría. Los hoteles de 5 estrellas mantienen las tarifas más altas y una mayor estabilidad, proyectando US\$176 por noche, mientras que los alojamientos de 1 y 2 estrellas registran la tarifa más baja con US\$71 por noche.

Fuente: Elaboración propia del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, con base en datos obtenidos de la plataforma Mabrian mediante acceso institucional.



INDICADORES DE GASTO

Enero – marzo 2026

Visa Destination Insights es una plataforma de inteligencia turística desarrollada por Visa Inc. que utiliza datos agregados y anonimizados de transacciones realizadas con tarjetas Visa para analizar el comportamiento del turismo internacional.

La herramienta permite identificar patrones de gasto, origen de los visitantes, estacionalidad, perfiles de consumo y tendencias de viaje en distintos destinos. Los datos se encuentran disponibles para el periodo enero – marzo.

VOLUMEN DE GASTO

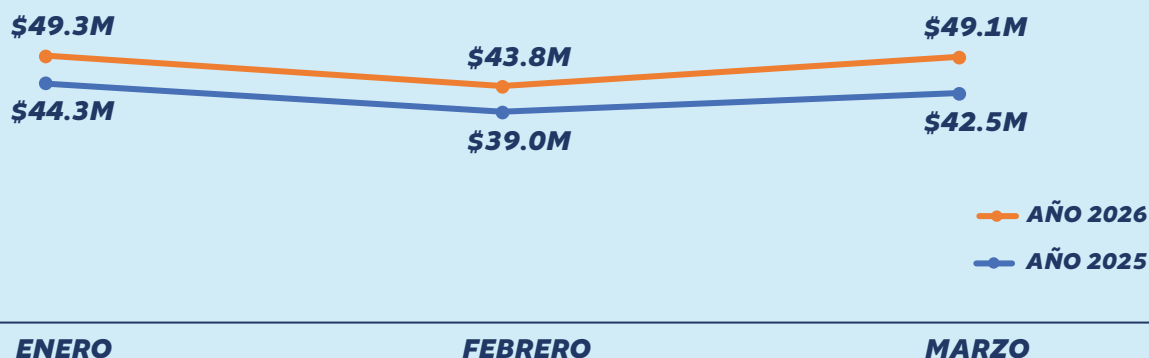
GASTO TURÍSTICO MENSUAL

Aunque marzo mantuvo un nivel similar al año anterior, el gasto mensual de visitantes internacionales mostró un desempeño más sólido en enero y febrero de 2026, impulsando un mejor inicio de año frente a 2025.

Gasto Total

1er. Trimestre 2025-2026

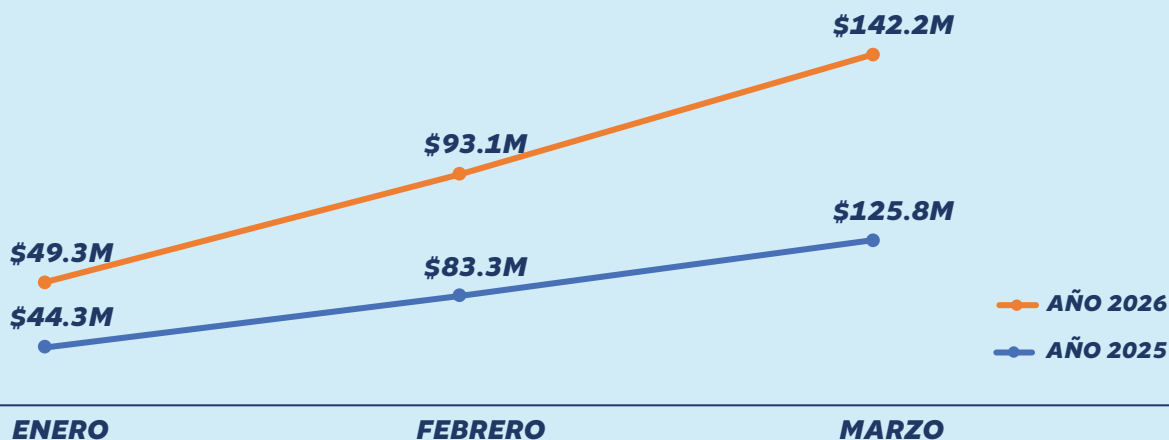
Gasto mensual (USD millones)



GASTO TURÍSTICO ACUMULADO ANUAL

El gasto acumulado alcanzó más de US\$142.2 millones al cierre de marzo de 2026, superando en aproximadamente 13% el acumulado registrado en el mismo período de 2025, lo que refleja una recuperación sostenida del consumo turístico internacional.

Gasto acumulado (USD millones)



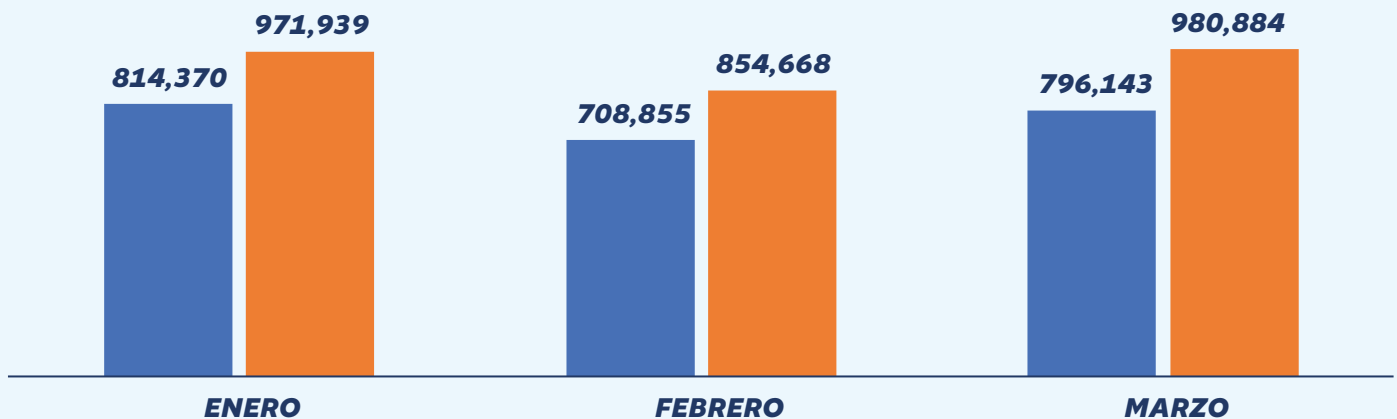
RECuento DE TRANSACCIONES

TRANSACCIONES MENSUALES

Las transacciones realizadas con tarjetas internacionales crecieron significativamente en 2026, especialmente en enero y marzo, evidenciando una mayor actividad comercial y turística en el país.

Transacciones Mensuales (miles)

■ 2025 ■ 2026

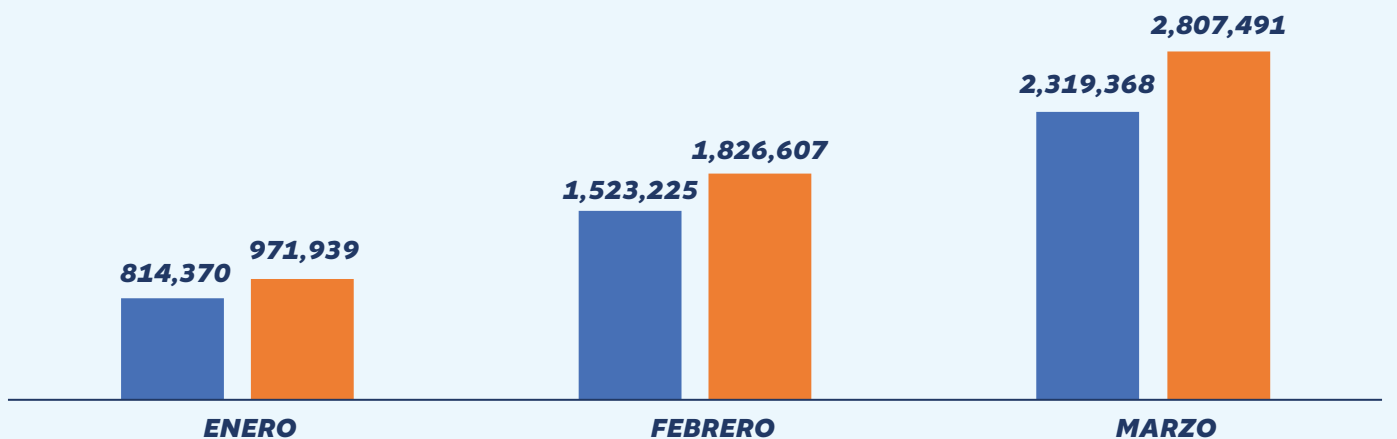


TRANSACCIONES ACUMULADAS ANUALES

Durante el primer trimestre de 2026 se registraron más de 2.8 millones de transacciones, superando el acumulado del mismo período de 2025 y confirmando un incremento en la frecuencia de consumo de los visitantes internacionales.

Transacciones Acumuladas (miles-millones)

■ 2025 ■ 2026



Fuente: Elaboración propia del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, con base en datos obtenidos de la plataforma Visa Online mediante acceso institucional.
Base: Información de transacciones internacionales realizadas con tarjetas Visa por visitantes internacionales, primer trimestre 2025-2026.

GASTO POR PAÍS EMISOR

Estados Unidos continúa siendo el principal mercado emisor en términos de volumen de gasto, concentrando el 55% del gasto total internacional, seguido por Canadá y El Salvador. Mientras que mercados europeos como Alemania y Francia ganan participación mostrando crecimientos superiores al 20%, fortaleciendo la diversificación del turismo receptivo.

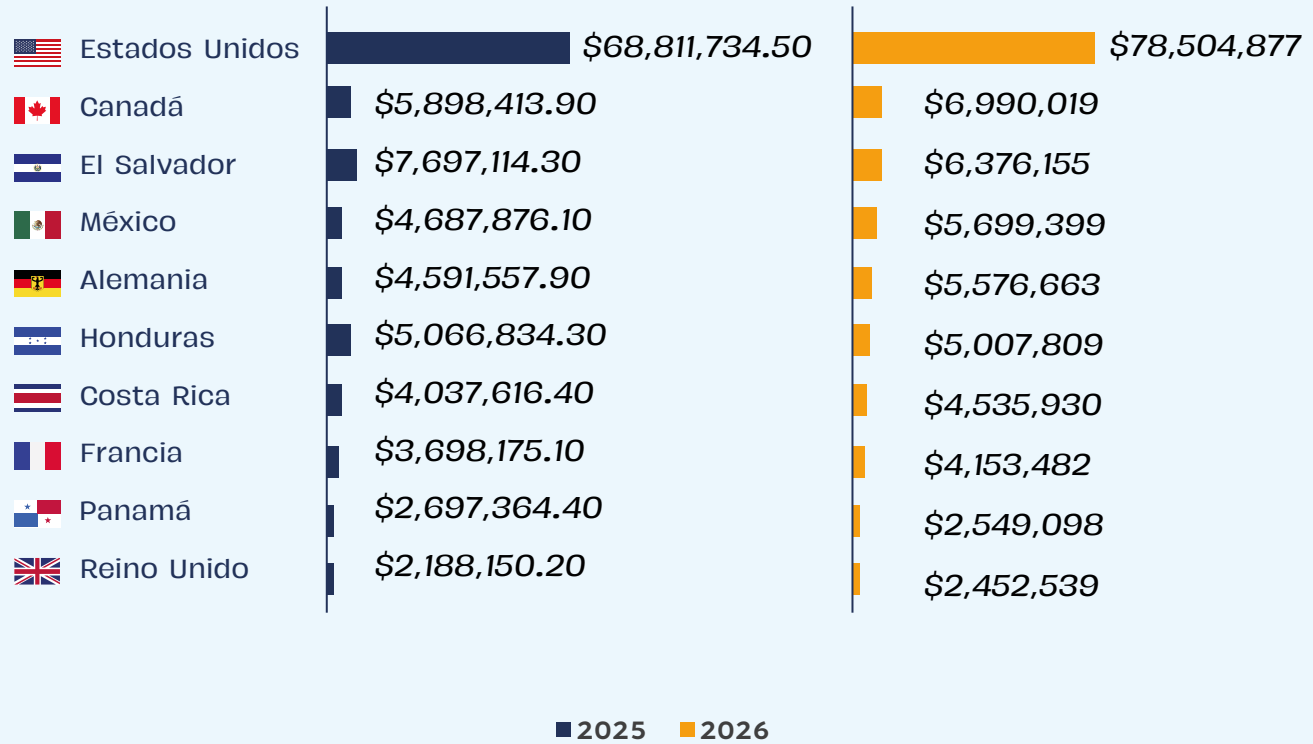
El Salvador, Honduras y Panamá presentaron contracciones en el gasto respecto al mismo período del año anterior.

	PAIS	2,026	%	YoY	
	<i>Estados Unidos</i>	<i>\$78,504,877.30</i>	<i>55%</i>	<i>14%</i>	<i>▲</i>
	<i>Canadá</i>	<i>\$6,990,019.20</i>	<i>5%</i>	<i>19%</i>	<i>▲</i>
	<i>El Salvador</i>	<i>\$6,376,155.00</i>	<i>4%</i>	<i>-17%</i>	<i>▼</i>
	<i>Mexico</i>	<i>\$5,699,398.90</i>	<i>4%</i>	<i>22%</i>	<i>▲</i>
	<i>Alemania</i>	<i>\$5,576,662.50</i>	<i>4%</i>	<i>21%</i>	<i>▲</i>
	<i>Honduras</i>	<i>\$5,007,808.70</i>	<i>4%</i>	<i>-1%</i>	<i>▼</i>
	<i>Costa Rica</i>	<i>\$4,535,930.40</i>	<i>3%</i>	<i>12%</i>	<i>▲</i>
	<i>Francia</i>	<i>\$4,153,481.80</i>	<i>3%</i>	<i>12%</i>	<i>▲</i>
	<i>Panamá</i>	<i>\$2,549,097.90</i>	<i>2%</i>	<i>-5%</i>	<i>▼</i>
	<i>Reino Unido</i>	<i>\$2,452,539.10</i>	<i>2%</i>	<i>12%</i>	<i>▲</i>
	<i>Otros</i>	<i>\$20,374,886.10</i>	<i>14%</i>	<i>24%</i>	<i>▲</i>

Fuente: Elaboración propia del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, con base en datos obtenidos de la plataforma Visa Online mediante acceso institucional.
Base: Información de transacciones internacionales realizadas con tarjetas Visa por visitantes internacionales, primer trimestre 2025-2026.

TOTAL DE GASTO 2025 VS 2026

Más de la mitad del gasto internacional proviene de visitantes estadounidenses, evidenciando la fuerte dependencia del mercado norteamericano, aunque el crecimiento de otros mercados refleja oportunidades de expansión y diversificación turística.



Fuente: Elaboración propia del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, con base en datos obtenidos de la plataforma Visa Online mediante acceso institucional.
Base: Información de transacciones internacionales realizadas con tarjetas Visa por visitantes internacionales, primer trimestre 2025-2026.

SEGMENTO DE MERCADO

Segmentación del Gasto

El retiro de efectivo de los visitantes internacionales representó más de \$45mil millones. Los principales rubros de gasto con tarjeta fueron restaurantes y hospedaje, lo que evidencia una fuerte concentración del consumo turístico en servicios básicos de estadía y alimentación.

Distribución del Consumo

Los sectores de restaurantes, hoteles y comercio minorista concentraron cerca de la mitad del gasto turístico internacional, reflejando el impacto directo del turismo en la economía local y en las actividades vinculadas al consumo y hospitalidad.

SEGMENTO DE GASTO		MONTO (USD)	%
	Retiro de efectivo	\$45,334,528.00	30.40%
	Restaurantes y comedores	\$29,345,015.40	18.80%
	Hoteles y alojamientos	\$22,152,266.00	12.90%
	Minorista	\$19,949,446.30	13.20%
	Alimentos y comestibles	\$12,981,924.10	8.50%
	Mejoras y suministros para el hogar	\$5,812,242.50	3.50%
	Combustible	\$4,796,270.40	2.70%
	Transporte	\$3,896,287.40	2.30%
	Farmacias y tiendas de medicamentos	\$2,889,121.80	1.90%
	Entretenimiento	\$2,500,496.50	1.60%
	Clubes mayoristas	\$2,359,204.40	1.40%
	Automotriz	\$2,298,332.10	1.40%
	Servicios de viaje	\$1,211,623.80	0.80%
TOTALES GENERALES		\$155,526,758.70	100%

Fuente: Elaboración propia del Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, con base en datos obtenidos de la plataforma Visa Online mediante acceso institucional.
Base: Información de transacciones internacionales realizadas con tarjetas Visa por visitantes internacionales, primer trimestre 2025-2026.

¡TODOS SOMOS TURISMO!



@inguatoficial 