



TURISMO

Inteligencia de Mercados 2024



PAISES

PAISES



Instituto
Guatemalteco
de Turismo



Emisores

Origen de país de residencia de los visitantes a Guatemala.

	Alemania	Clave
	España	Clave
	Francia	Clave
	Países Bajos	Clave
	Reino Unido	Clave
	Italia	Estratégico
	Canadá	Clave
	Estados Unidos de América	Clave
	Colombia	Clave
	Costa Rica	Clave

Competidores

Países de la región que cuentan con características demográfica o cultural similar a Guatemala, como destino turístico.

	Perú
	México
	Costa Rica

DATOS

Módulos de datos



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**

Conectividad Aérea

1. Capacidad Aérea
2. Precio de vuelos
3. Búsqueda de vuelos
4. Reserva de vuelos

Comportamiento

1. Tendencia de búsqueda de los destinos
2. Interés y Reseñas de los Productos turísticos
 - Cultural, Natural, Familiar, Gastronómico, Activo, Ocio Nocturno, Compras, Sol y Playa y Bienestar.
3. Reseñas de los Atractivos turísticos.
 - Índices: Índice Global, Índice del producto, Índice de Seguridad, Índice de clima

Alojamiento

1. Precio de hoteles
2. Satisfacción hotelera
3. Alquiler Airbnb

Gasto

1. Gastos por los principales mercados de origen
2. Gastos por categoría
 - Categorías: Alojamiento, Restaurantes, Tiendas de alimentación, Bares y Discotecas, Entretenimiento, Transporte, Productos de salud y belleza, Bienes del hogar, Servicio profesionales, entre otros.

Sostenibilidad

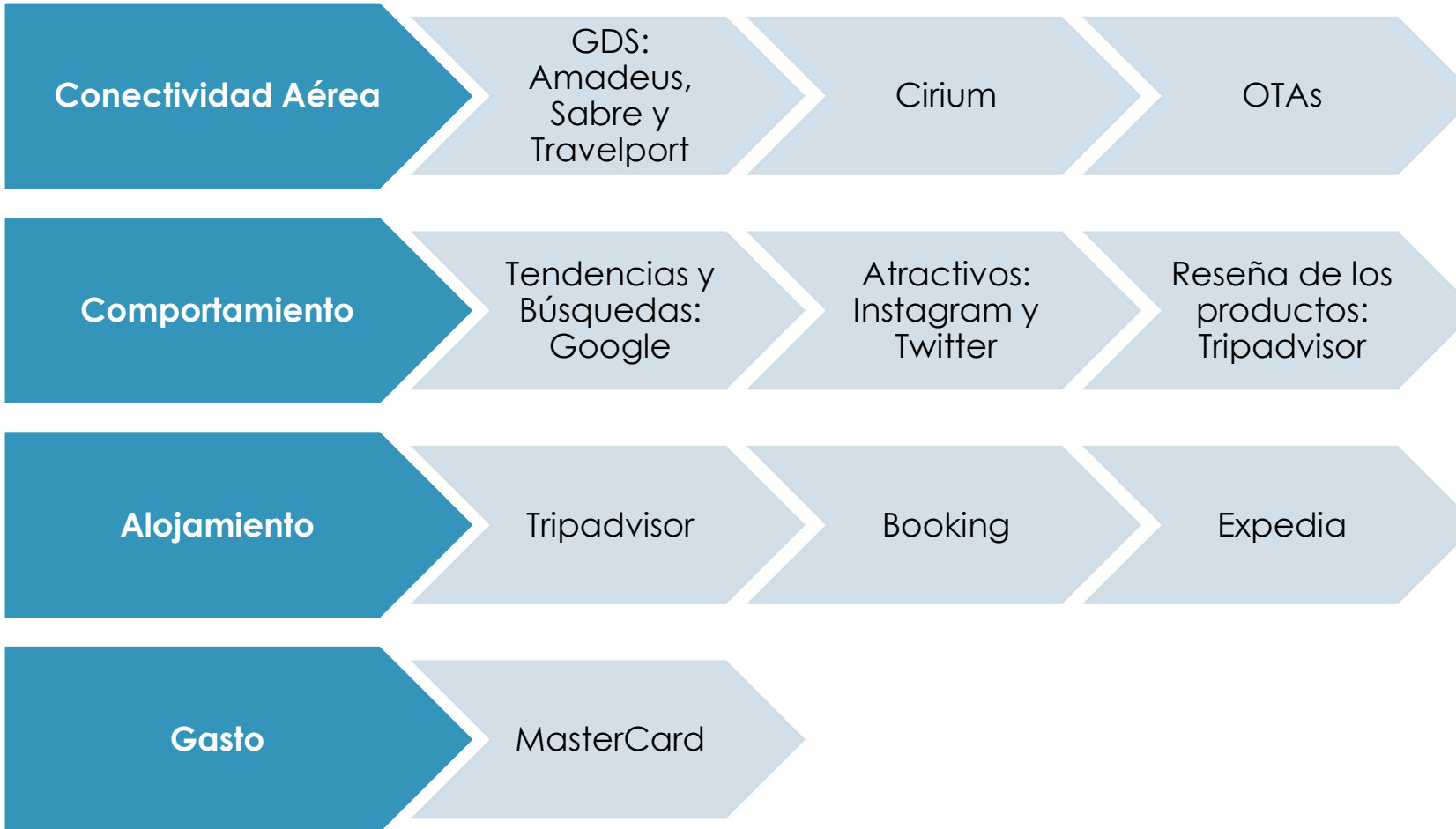
1. Indicadores Globales
 - Índices: Sostenibilidad Turística, Distribución del Gasto turístico, Huella de carbono – Emisión de CO2, Concentración de la Oferta Turística, Percepción de la Sostenibilidad Turística, Diversificación Motivacional, Dependencia de orígenes y Estacionalidad.

Glosario

GDS	Los Sistemas de Distribución Global (GDS) son un conjunto de software que le permite a los hoteles, agencias de viajes y compañías aéreas acceder en tiempo real a cada una de las reservas e itinerarios de viaje de los usuarios. Igualmente, hace las veces de 'buscador' para estos últimos, pues por este medio pueden elegir entre varias rutas y planificarlas con mayor facilidad, gracias a las completas bases de datos, de servicios que albergan. (Ostela, noviembre 2024)
Legacy	Son aerolíneas tradicionales que suelen cobrar tarifas más altas que las low cost, pero que a menudo incluyen servicios adicionales como comidas, franquicia de equipaje y la posibilidad de cambiar el itinerario sin tarifas elevadas.
Low cost	También conocidas como "low fare", son aerolíneas que ofrecen tarifas más bajas que las aerolíneas tradicionales.
NLP	El procesamiento de lenguaje natural (NLP) es una tecnología de machine learning que brinda a las computadoras la capacidad de interpretar, manipular y comprender el lenguaje humano.
OTAs	Online Travel Agency, son agencias de viajes online que permiten a los viajeros reservar cualquier tipo de alojamiento, alquilar un coche, comparar tarifas y evaluaciones y puntuar a los hoteles. (Ostela, noviembre 2024)



Fuentes de Información



Modulo de Conectividad Aérea

*Guatemala y Países
Competidores*



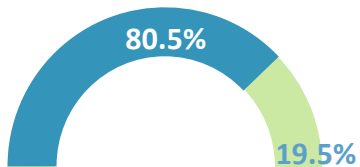
Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**



CONECTIVIDAD AÉREA: GUATEMALA Y PAÍSES COMPETIDORES

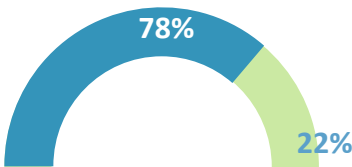
Información de conectividad aérea que incluye programación de vuelos y asientos para Guatemala y cada uno de los países competidores:

Nota: ▲ aumento / ▼ reducción en la programación comparado al mismo período del año anterior



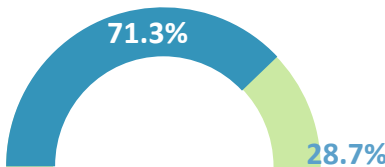
LEGACY
1.25M
▲5.9%

LOW COST
302.2K
▼21.8%



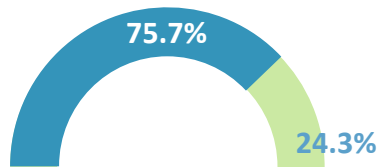
LEGACY
1.73 M
▲15.2%

LOW COST
486,3K
▼13.1%



LEGACY
9.05 M
▲0.0%

LOW COST
3.65 M
▼14.9%



LEGACY
5.97 M
▲7.2%

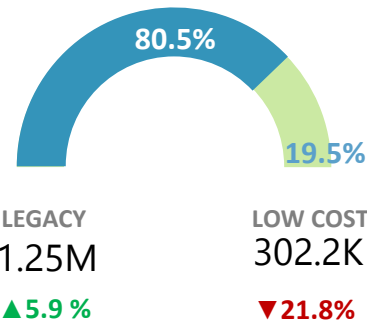
LOW COST
1.92 M
▲23.8%

Conectividad aérea - Guatemala

Período: 01 de noviembre 2024 al 30 de abril 2025

Capacidad aérea

Programación de vuelos y asientos:



Capacidad aérea programada

Origen del país con programación de vuelos directos y asientos hacia Guatemala:

Anterior

Actual

Variación %: + / -

ASIENTOS | VUELOS

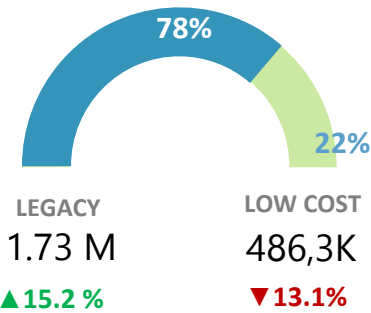


Conectividad aérea – Costa Rica

Período: 01 de noviembre 2024 al 30 de abril 2025

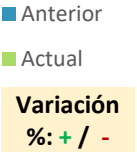
Capacidad aérea

Programación de vuelos y asientos:



Capacidad aérea programada

Origen del país con programación de vuelos directos y asientos hacia Costa Rica:



ASIENTOS | VUELOS

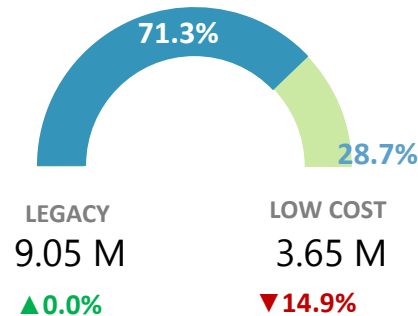
Estados Unidos	812,237	805,122	-0.9%	Estados Unidos	4,541	4,585	1.0%
Costa Rica	173,737	225,863	30.0%	Costa Rica	7,323	8,949	22.2%
Colombia	155,873	184,127	18.1%	Colombia	903	1,035	14.6%
Canadá	90,910	93,437	2.8%	Canadá	388	423	9.0%
España	77,777	77,495	-0.4%	España	236	232	-1.7%
Francia	50,508	50,348	-0.3%	Francia	164	164	0.0%
Países Bajos	25,727	23,885	-7.2%	Países Bajos	85	85	0.0%
Alemania	21,242	21,483	1.1%	Alemania	76	77	1.3%
Reino Unido	19,460	17,216	-11.5%	Reino Unido	72	64	-11.1%
Otros	828,792	917,720	10.7%	Otros	4,979	5,403	8.5%

Conectividad aérea – México

Período: 01 de noviembre 2024 al 30 de abril 2025

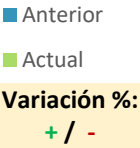
Capacidad aérea

Programación de vuelos y asientos:

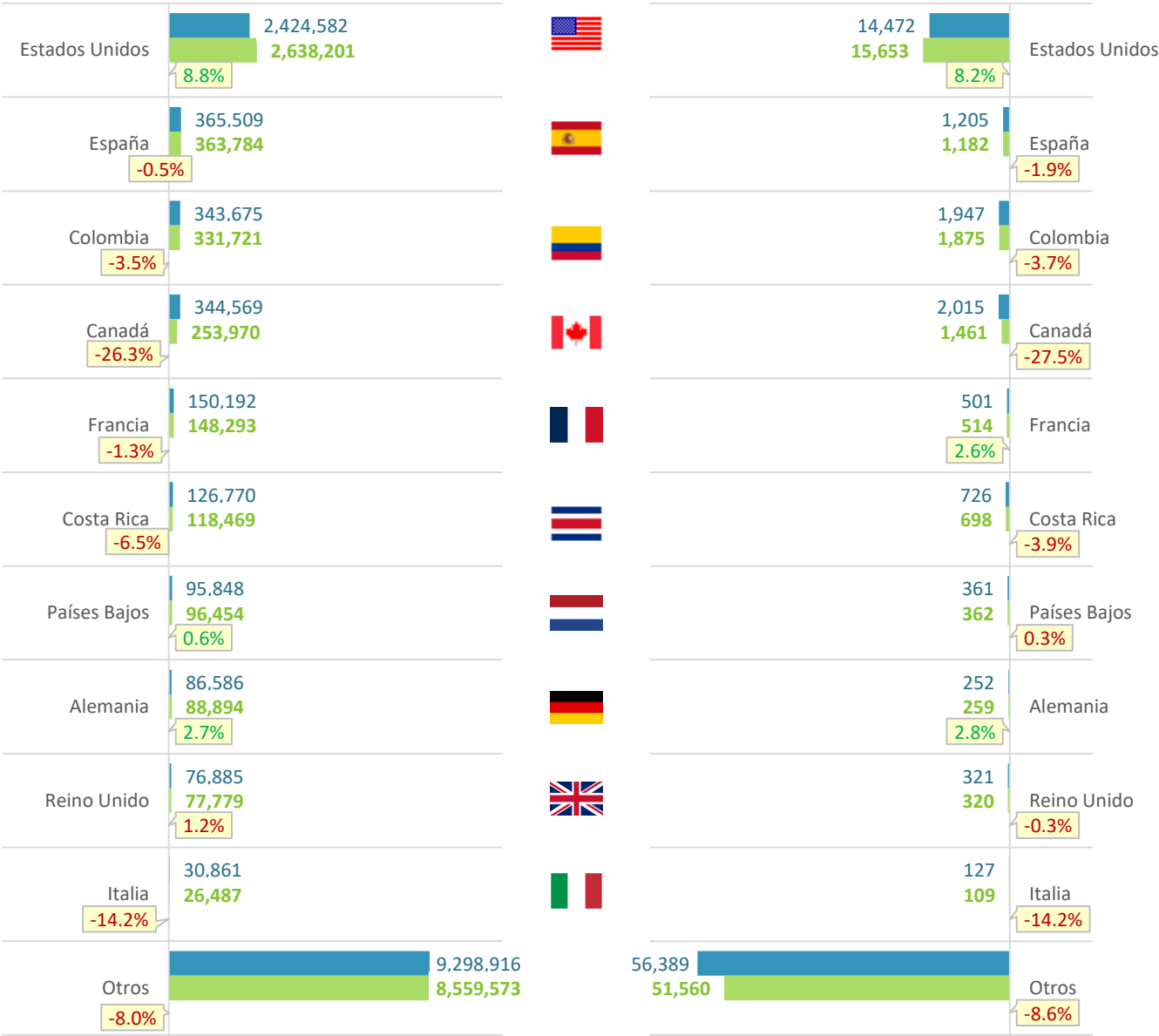


Capacidad aérea programada

Origen del país con programación de vuelos directos y asientos hacia México:



ASIENTOS | VUELOS

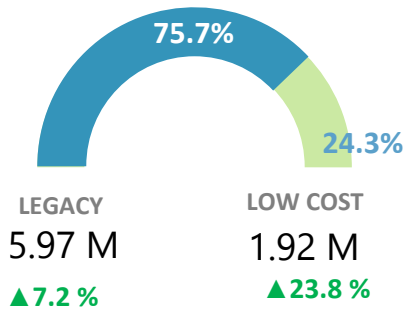


Conectividad aérea – Perú

Período: 01 de noviembre 2024 al 30 de abril 2025

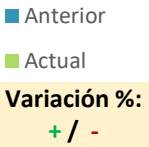
Capacidad aérea

Programación de vuelos y asientos:



Capacidad aérea programada

Origen del país con programación de vuelos directos y asientos hacia Perú:



ASIENTOS | VUELOS

Estados Unidos	554,200	561,306	1.3%	2,494	2,482	-0.5%
Colombia	323,635	395,816	22.3%	1,919	2,322	21.0%
España	256,166	260,170	1.6%	804	801	-0.4%
Francia	44,038	57,667	30.9%	141	181	28.4%
Países Bajos	58,088	57,125	-1.7%	155	160	3.2%
Costa Rica	29,496	29,094	-1.4%	187	181	-3.2%
Canadá	10,149	19,701	94.1%	51	99	94.1%
Reino Unido	15,163	0	-100.0%	59	0	-100.0%
Otros	5,828,821	6,506,839	11.6%	35,495	39,111	10.2%

Comportamiento Turístico

*Guatemala y Países
Competidores*



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**



Comportamiento Turístico – Principales Indicadores

			
Guatemala	Países Competidores		
	Costa Rica	México	Perú

Satisfacción Global -GTPi-			
78.3	82.1	69.3	84.7

Este índice mide el nivel general de la satisfacción del visitante con el destino. Este índice combina los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino.

Satisfacción Producto Turístico -PSi-			
71.9	73.3	70	71.7

Este indicador mide el nivel de satisfacción entre los productos del destino. Está calculado a partir de las menciones relacionadas con cada uno de los productos.

Percepción de Seguridad -TPi-			
86.1	91.3	85.7	84.6

Este índice 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.

Percepción de Clima -PCi-			
83.3	86.1	83.1	89.6

Este índice mide la satisfacción del visitante en relación al clima en el destino. 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.

Satisfacción Hotelera -HSi-			
67.1	68.5	57	73.4

Este índice mide la satisfacción hotelera en el destino con base al procesamiento natural del lenguaje mediante técnicas (NLP) que analizan los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor, Booking y Expedia.

Comportamiento Turístico – Productos Turísticos



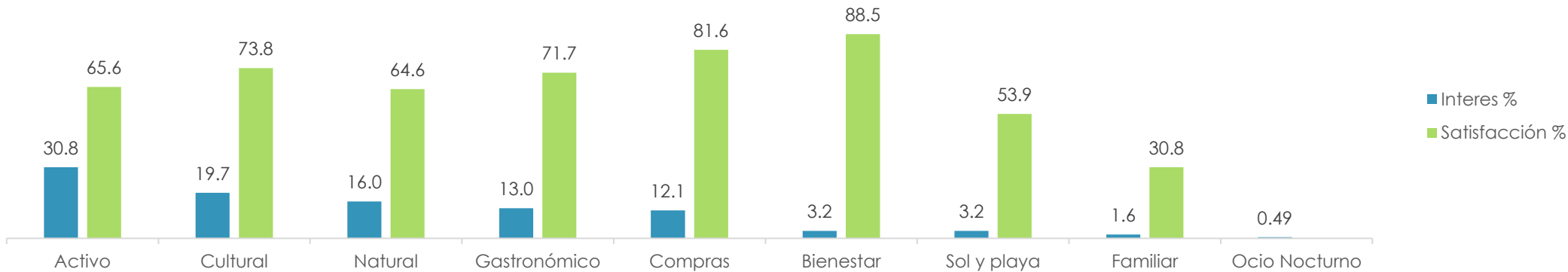
Muestra el interés expresado en términos de menciones turísticas, con respecto a cada producto durante un período seleccionado.

	Categoría	Guatemala %	Costa Rica %	México %	Perú %
	Activo	9.8	18.9	13.2	13
	Gastronómico	12	10.1	12	12.1
	Natural	17.9	23.8	10.4	14.6
	Familiar	11.9	6.8	7.6	10.5
	Cultural	28.4	13.6	22.2	28.3
	Ocio Nocturno	4.4	2.9	5.9	6.9
	Bienestar	3.7	4.6	4.1	2.9
	Compras	7.6	5	4	5.8
	Sol y playa	4.3	14.4	20.7	5.9

Comportamiento Turístico – Satisfacción vs. Intereses

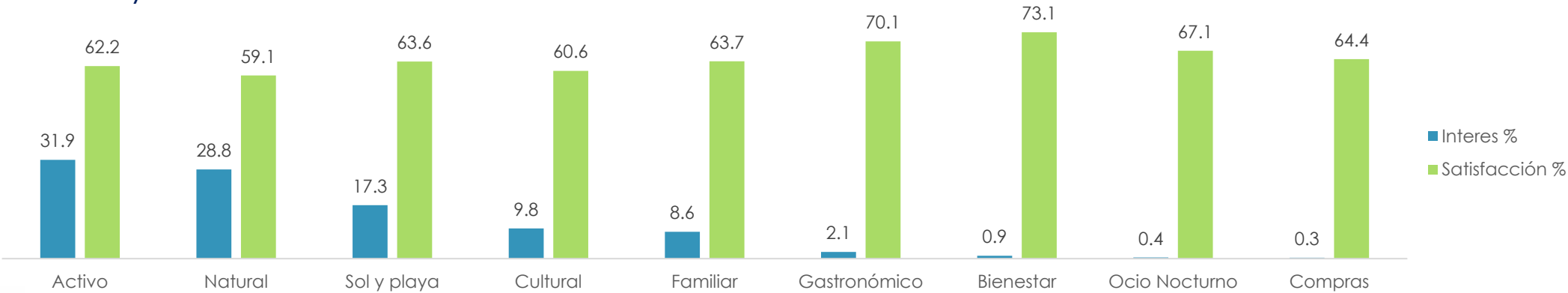
Guatemala

Los productos **Activo y Cultural** son los que generan mayor interés, mientras el **Bienestar y las Compras** son los que generan mayor satisfacción.



Costa Rica

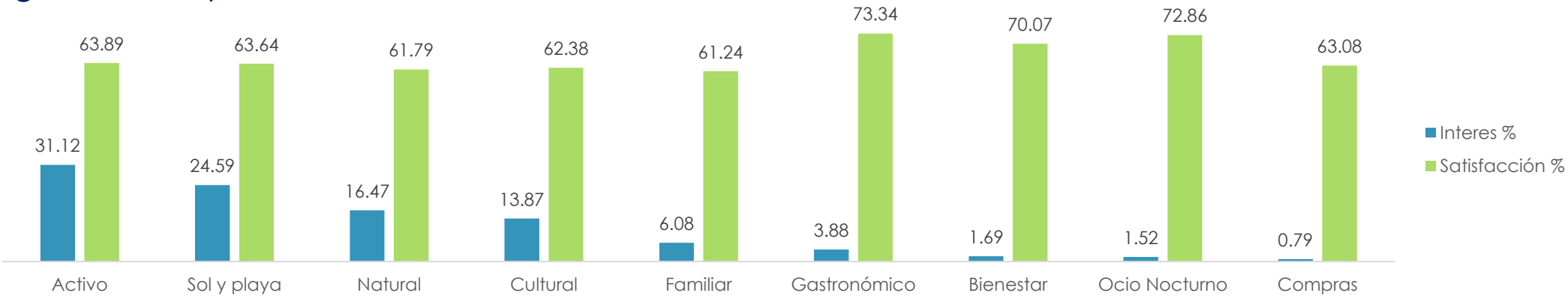
Los productos **Activo y Natural** son los que generan mayor interés, mientras el **Bienestar y lo Gastronómico** son los que generan mayor satisfacción.



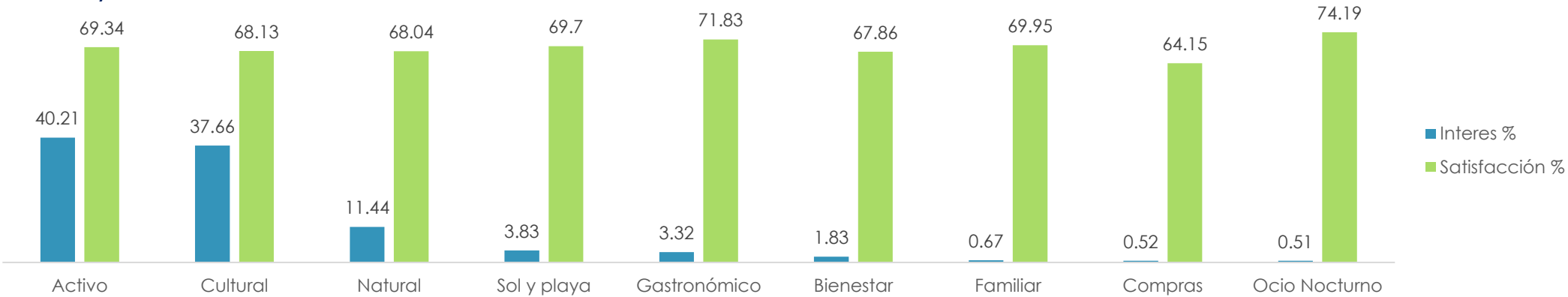
Comportamiento Turístico – Satisfacción vs. Intereses



Los productos **Activo y, Sol y Playa** son los que generan mayor interés, mientras lo **Gastronómico y Ocio Nocturno** son los que generan mayor satisfacción.



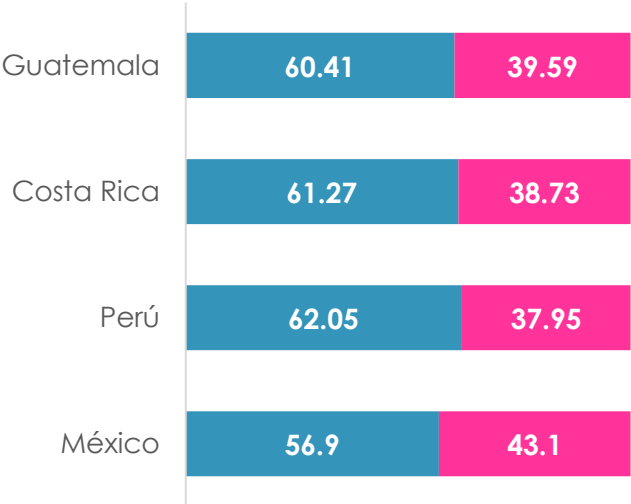
Los productos **Activo y Cultural** son los que generan mayor interés, mientras el **Ocio Nocturno y Gastronómico** son los que generan mayor satisfacción.



Comportamiento Turístico – Genero y Edad



Sexo %



El mayor porcentaje de menciones en las redes sociales son por parte de los hombres, tanto para Guatemala como para países competidores.



Edad %

País	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
México	9	16.37	35.12	21.99	11.48	6.03
Perú	8.07	18	41.15	17.69	9.18	5.91
Costa Rica	8.17	14.67	39.95	22.42	8.88	5.92
Guatemala	8.15	14.89	39.7	19.46	8.79	9.01

Las personas entre los 35 a 44 años son las que mayormente hacen comentarios de Guatemala y los países competidores en redes sociales.

Comportamiento Turístico (menciones) – Principales Orígenes



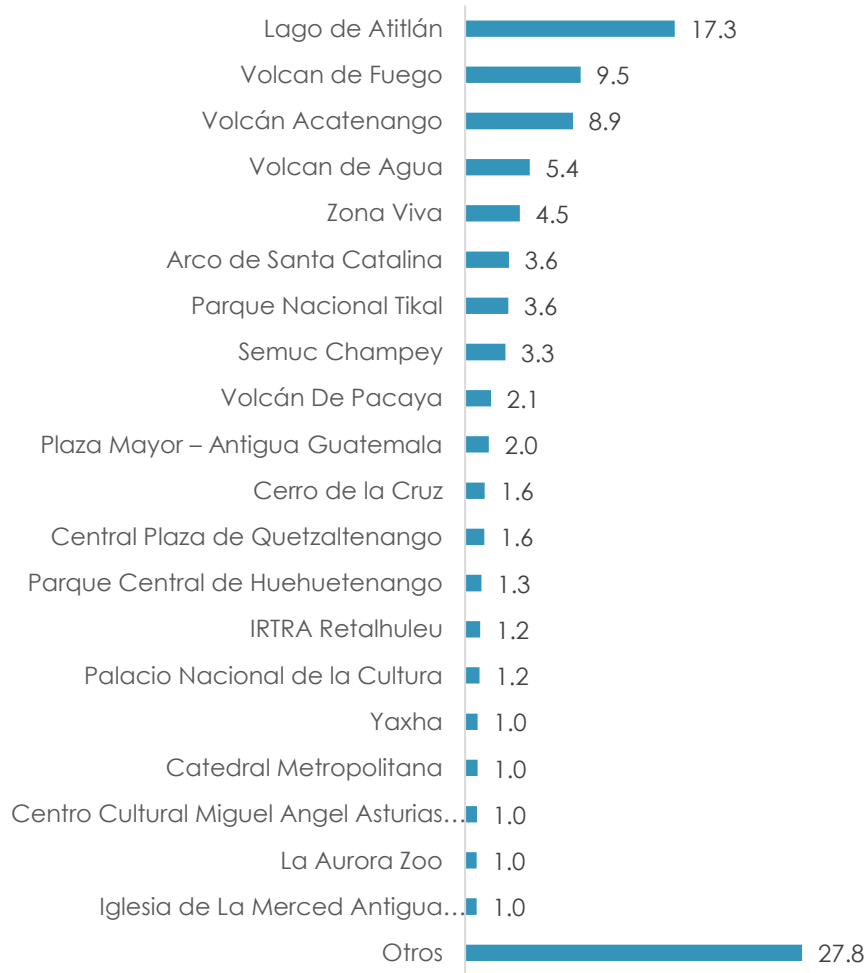
	Principales Orígenes	Guatemala	Costa Rica	México	Perú
	Estados Unidos	41.89%	33.41%	62.77%	14.63%
	España	11.82%	7.93%	14.90%	30.24%
	Colombia	6.95%	11.76%	5.33%	22.51%
	Canadá	4.47%	5.13%	5.77%	8.49%
	Costa Rica	3.96%	32.77%	0.73%	1.01%
	Reino Unido	2.92%	3.87%	4.14%	7.63%
	Francia	1.99%	1.91%	2.86%	4.72%
	Italia	1.77%	1.28%	1.85%	4.60%
	Alemania	1.64%	1.21%	1.15%	4.89%
	Países Bajos	0.49%	0.73%	0.49%	1.28%
	México	22.10%			

Menciones turísticas sirven para conocer el origen de los usuarios, y permite conocer el ranking de las menciones realizadas sobre el destino, distribuidos en función del país de origen de la mención.

Menciones Turísticas - Guatemala



Lugares turísticos de Guatemala mencionados por los usuarios de redes sociales (Google, X e Instagram).

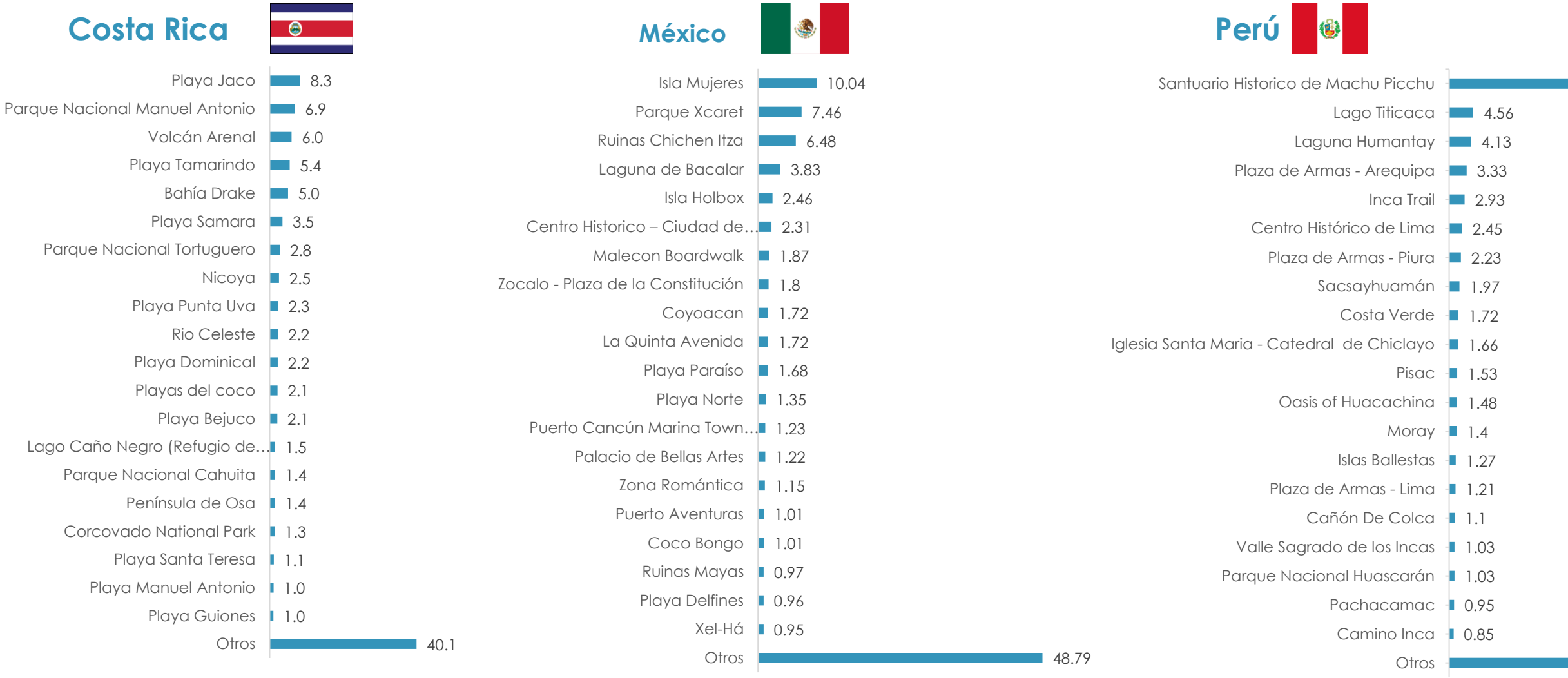


Antigua Guatemala	
Iglesia de La Merced Antigua Guatemala	1.0%
Cerro de la Cruz	1.6%
Plaza Mayor – Antigua Guatemala	2.0%
Arco de Santa Catalina	3.6%
Volcan de Agua	5.4%
Volcán Acatenango	8.9%
Volcán de Fuego	9.5%
Total Antigua Guatemala	31.9%

Ciudad de Guatemala	
La Aurora Zoo	1.0 %
Centro Cultural Miguel Angel Asturias - Teatro Nacional	1.0 %
Catedral Metropolitana	1.0 %
Palacio Nacional de la Cultura	1.2%
Zona Viva	4.5%
Total Ciudad de Guatemala	8.7%

Menciones Turísticas – Países Competidores

Lugares turísticos de cada uno de los países considerados competidores, mencionados por los usuarios de redes sociales (Google, X e Instagram).





Nivel de Satisfacción del Alojamiento

*Guatemala y sus
competidores*



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**

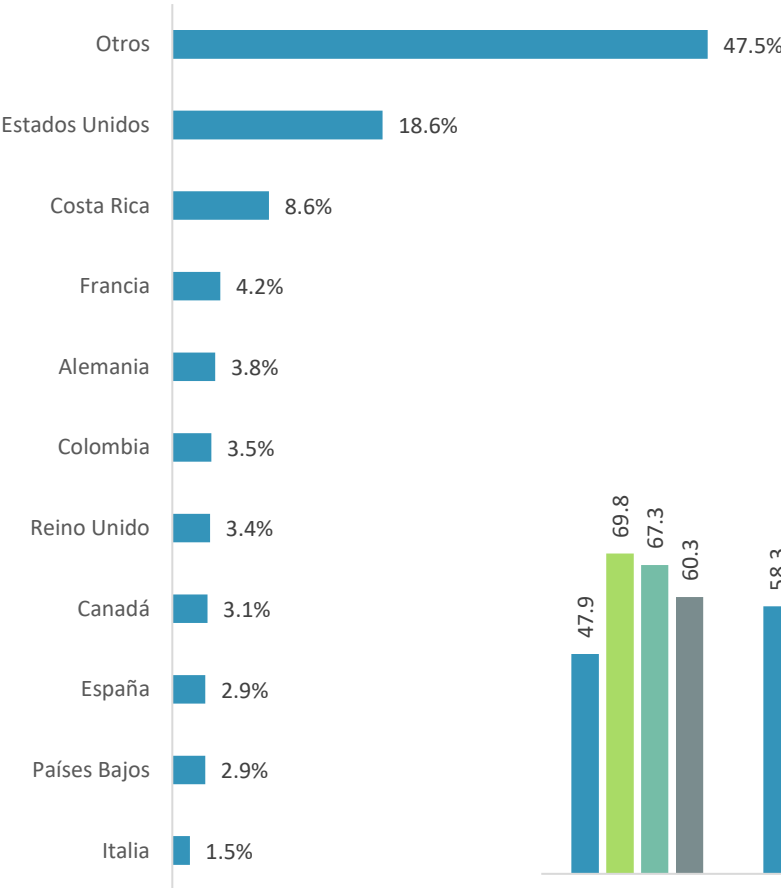


Alojamiento - Guatemala



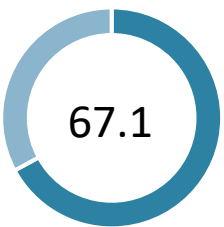
Principales Orígenes

Países de origen de las personas que se alojan en hoteles de Guatemala.



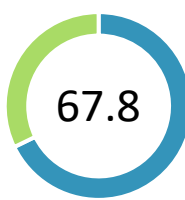
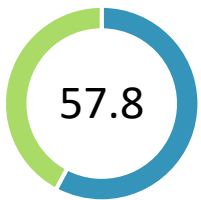
Satisfacción Hotelera

Analiza los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor, Booking y Expedia.

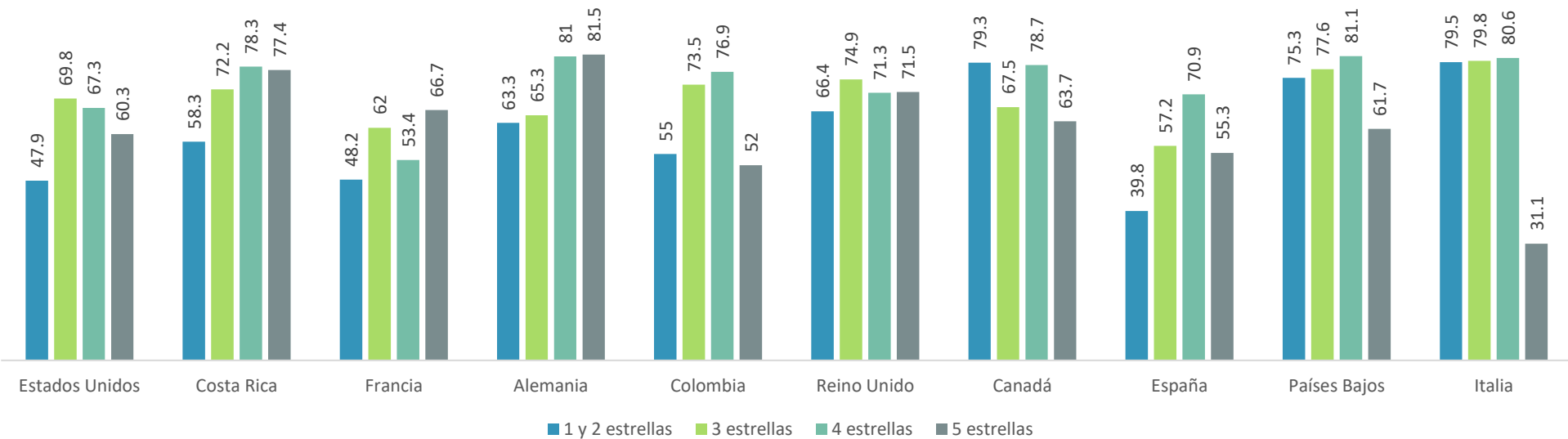


Índice Global

Analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino



Satisfacción Hotelera Global – Principales Orígenes



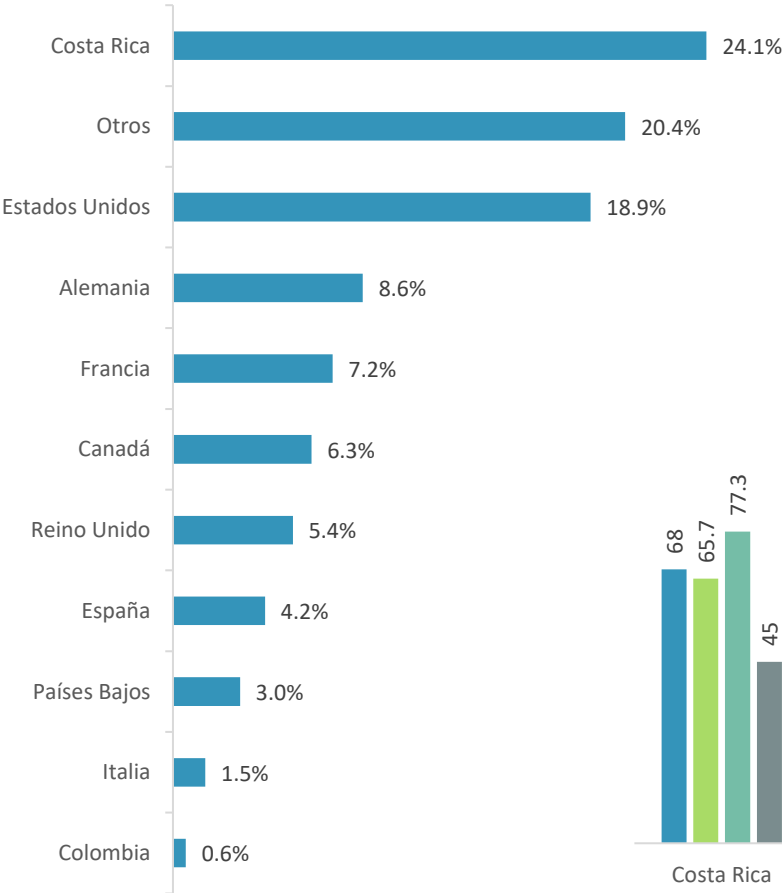


Alojamiento – Costa Rica



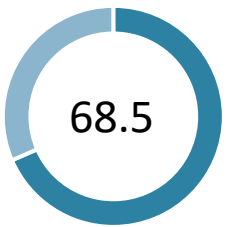
Principales Orígenes

Países de origen de las personas que se alojan en hoteles de Costa Rica.

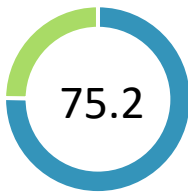
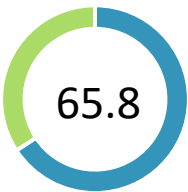


Satisfacción Hotelera

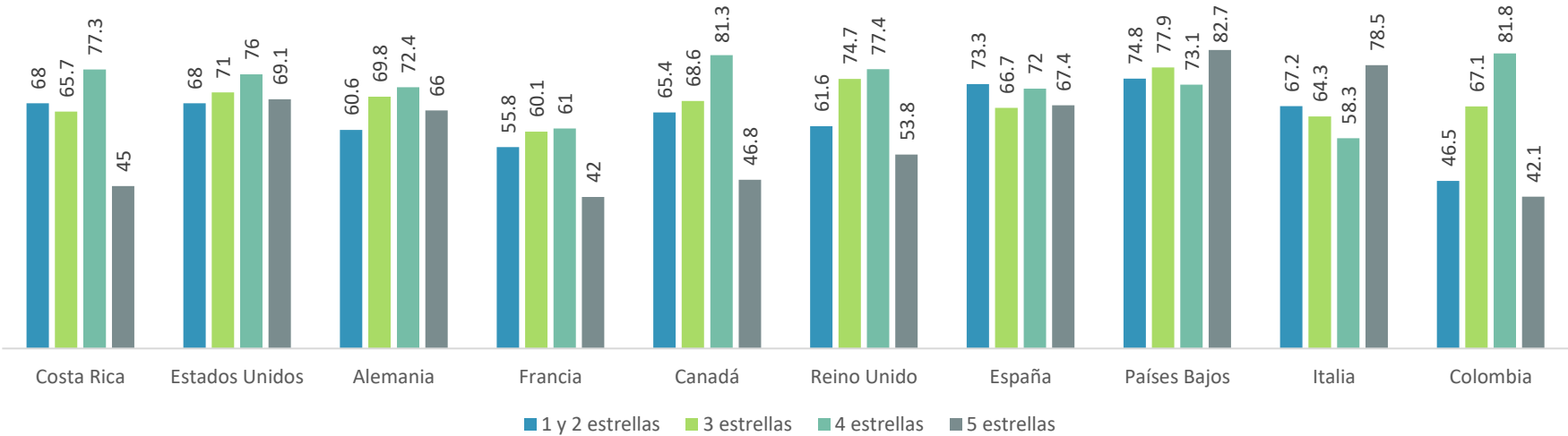
Analiza los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor, Booking y Expedia.



Índice Global



Satisfacción Hotelera Global – Principales Orígenes



■ 1 y 2 estrellas ■ 3 estrellas ■ 4 estrellas ■ 5 estrellas

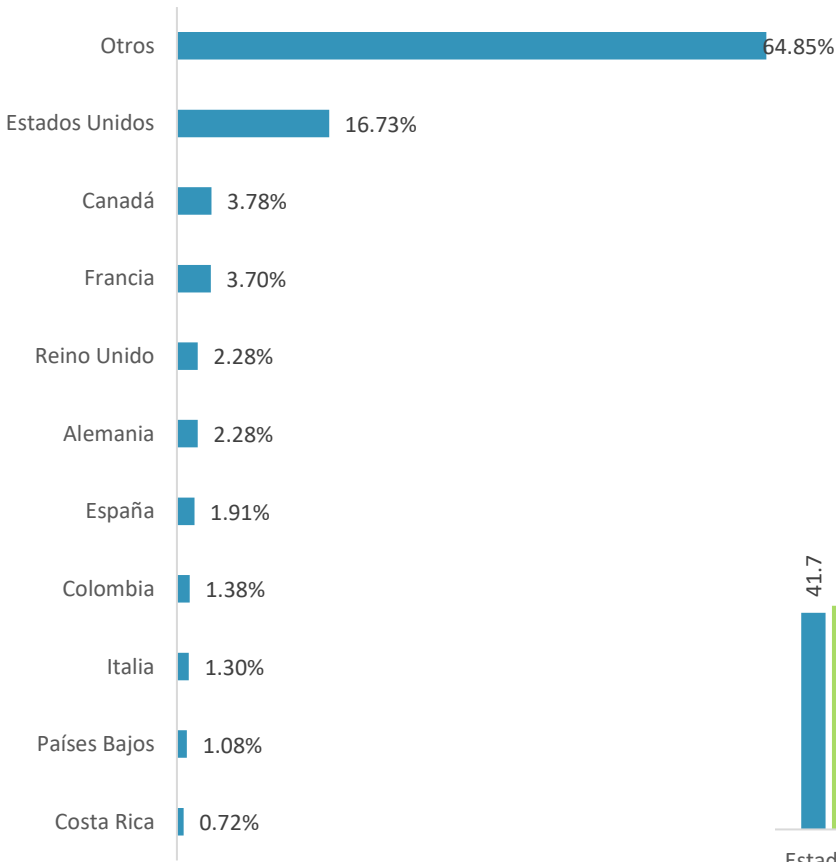


Alojamiento – México



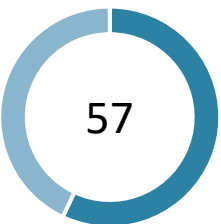
Principales Orígenes

Países de origen de las personas que se alojan en hoteles de México.

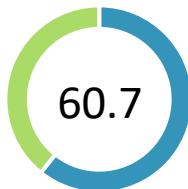
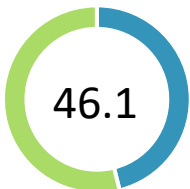


Satisfacción Hotelera

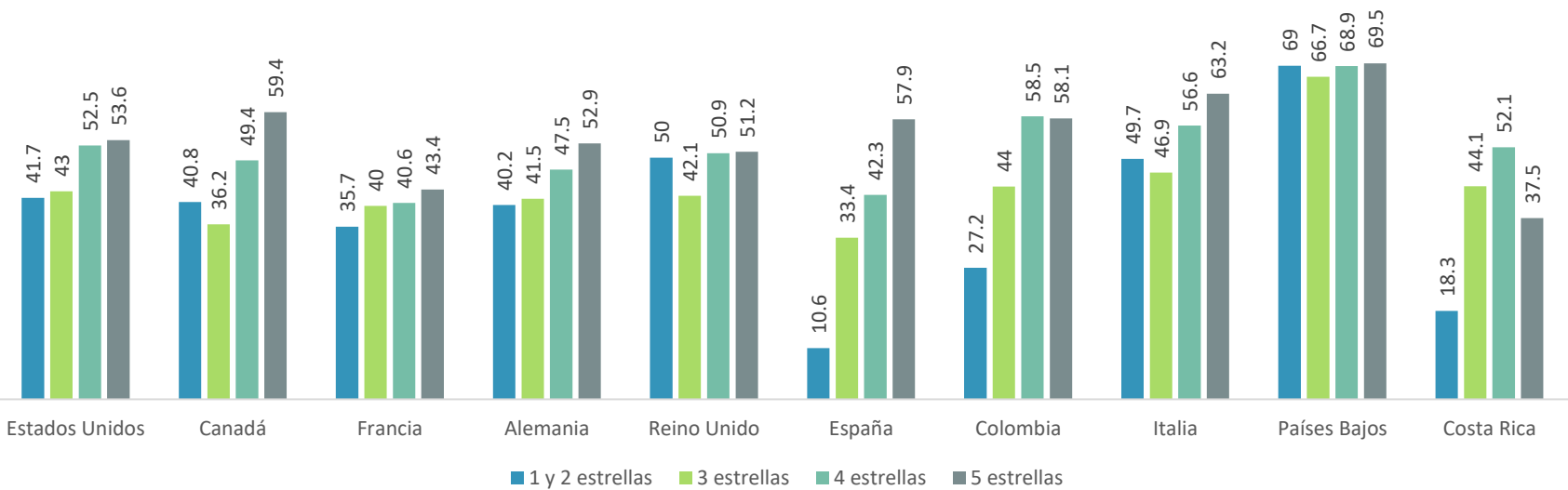
Analiza los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor, Booking y Expedia.



Índice Global



Satisfacción Hotelera Global – Principales Orígenes



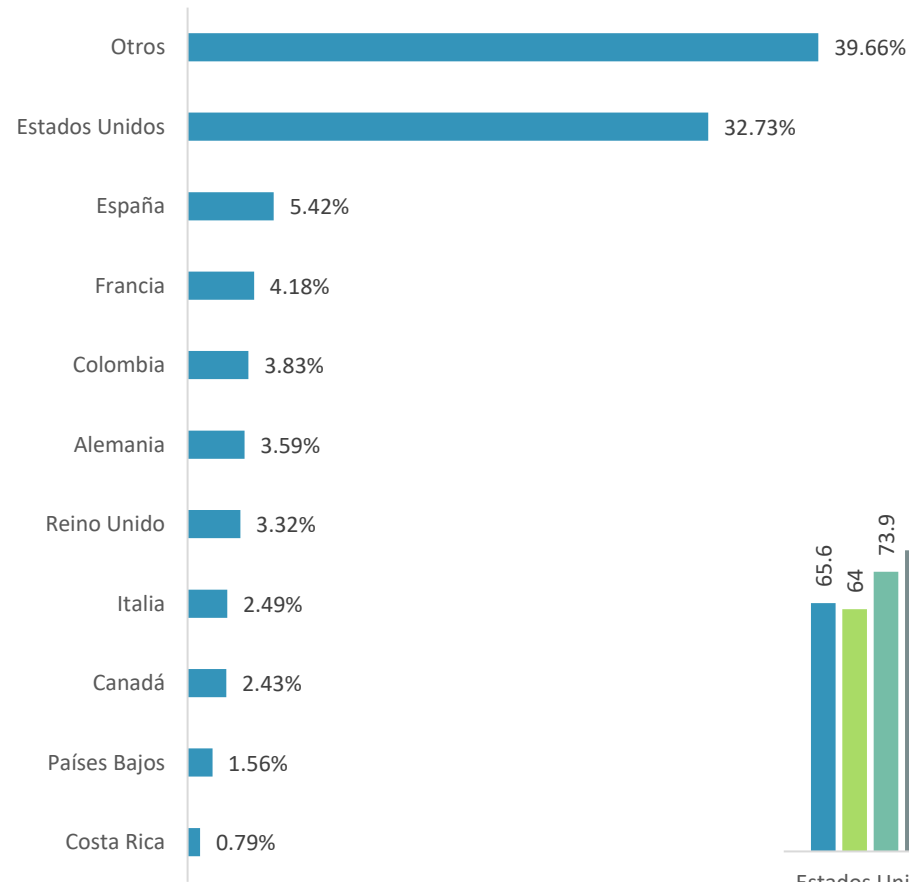


Alojamiento – Perú



Principales Orígenes

Países de origen de las personas que se alojan en hoteles de Perú.

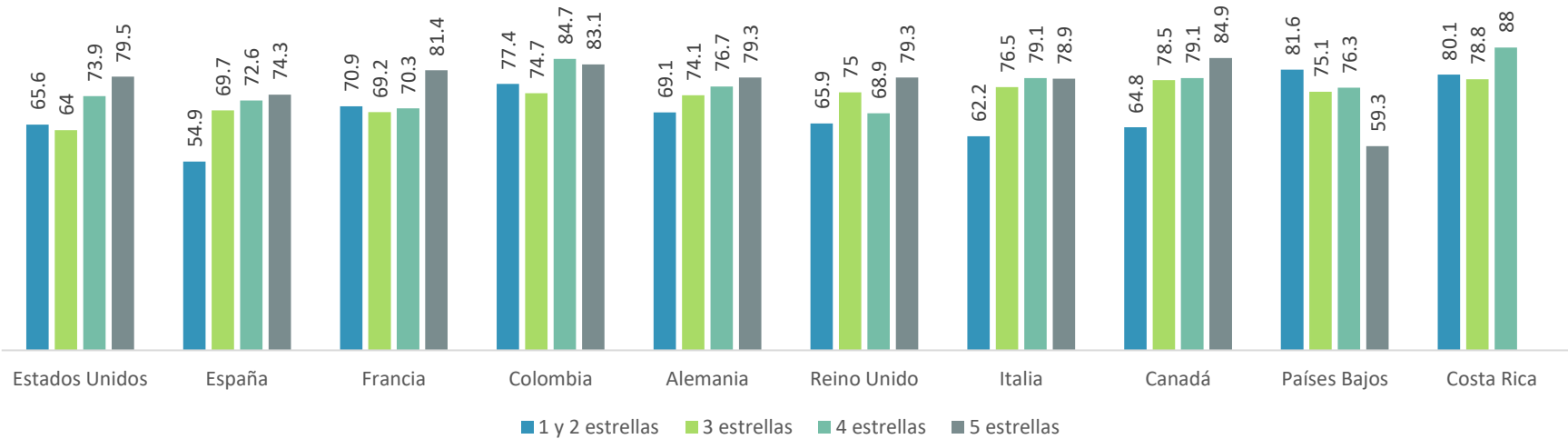


Satisfacción Hotelera

Analiza los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor, Booking y Expedia.



Satisfacción Hotelera Global – Principales Orígenes

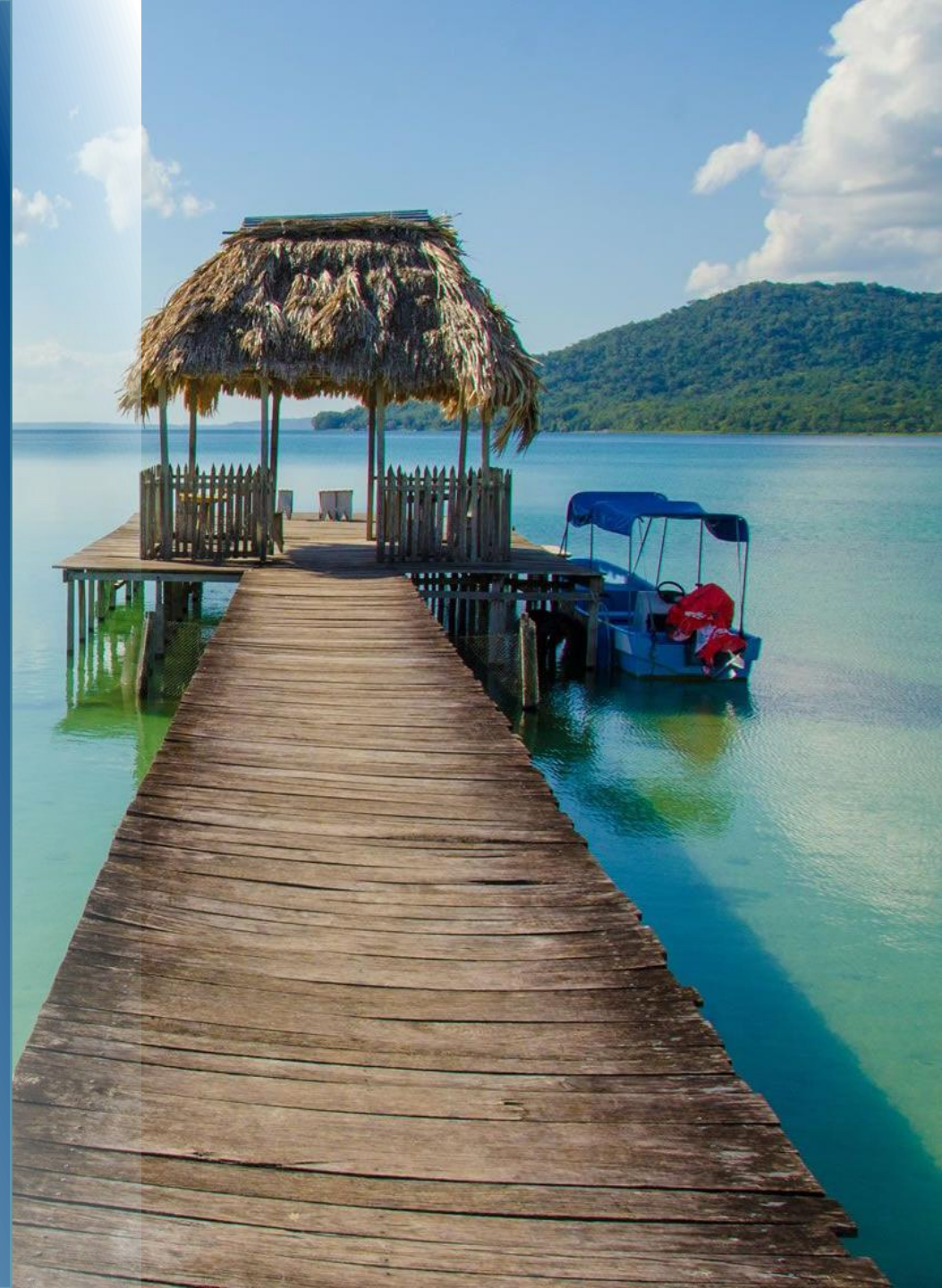


MODULO DE GASTO

Países Emisores



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**

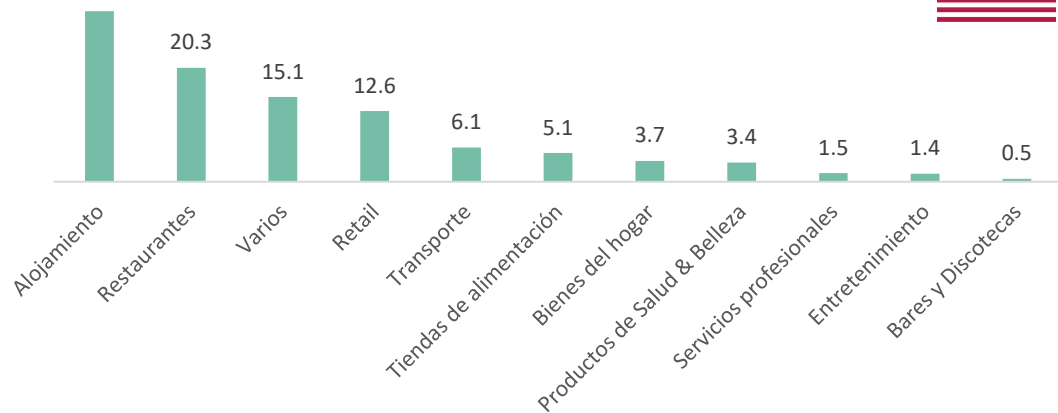




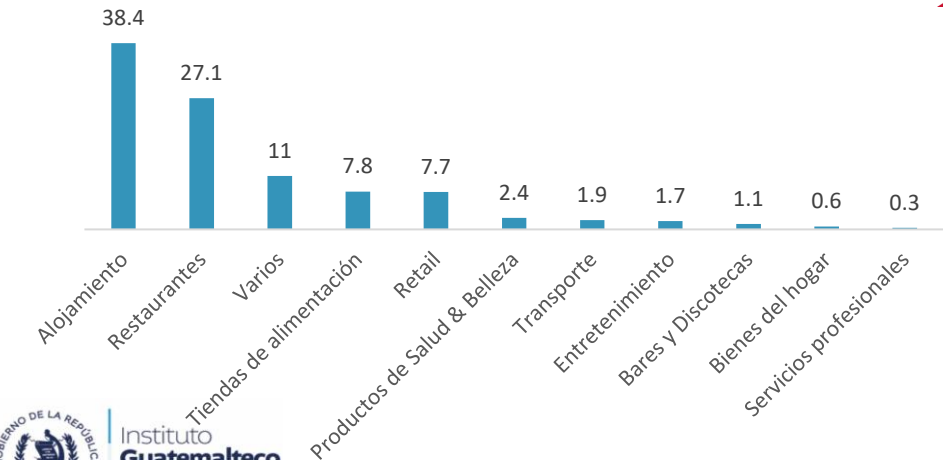
Gasto por principales mercados de origen

Analiza el gasto de los visitantes durante su estancia en el destino a través de tarjetas Mastercard (débito y crédito). Los datos presentados, contienen la "Distribución del clasto por categorías para cada país de origen.

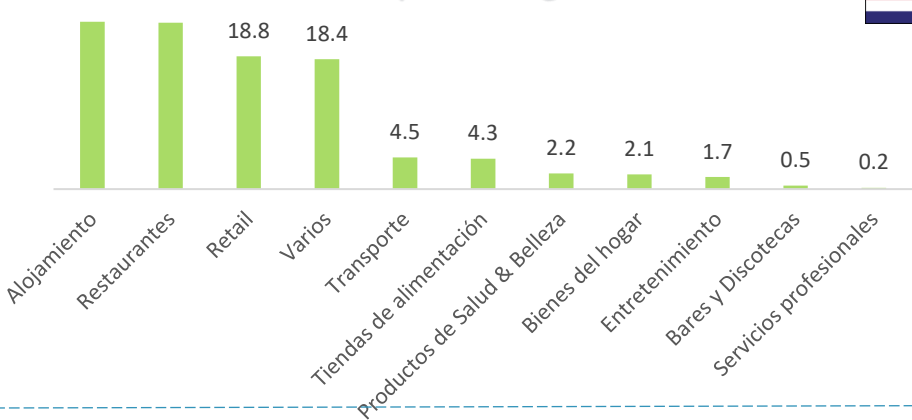
Estados Unidos - % Gasto por categoría



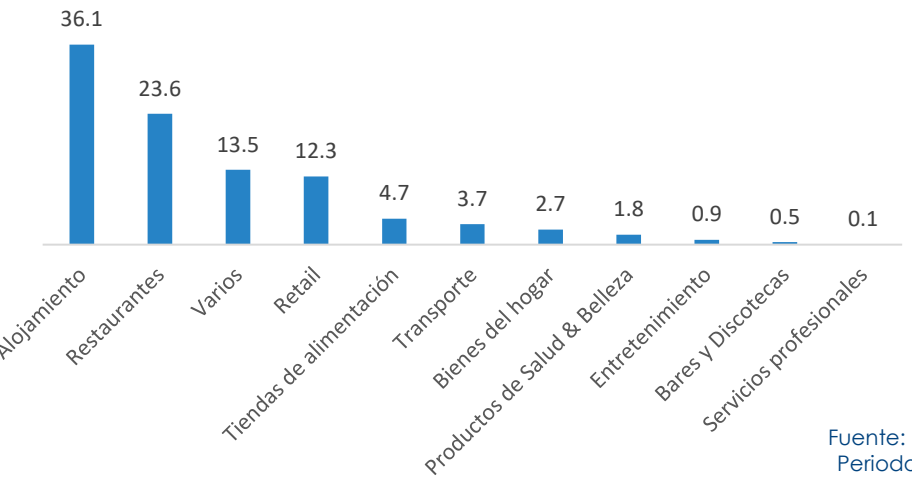
Reino Unido - % Gasto por categoría



Costa Rica - % Gasto por categoría



Colombia - % Gasto por categoría

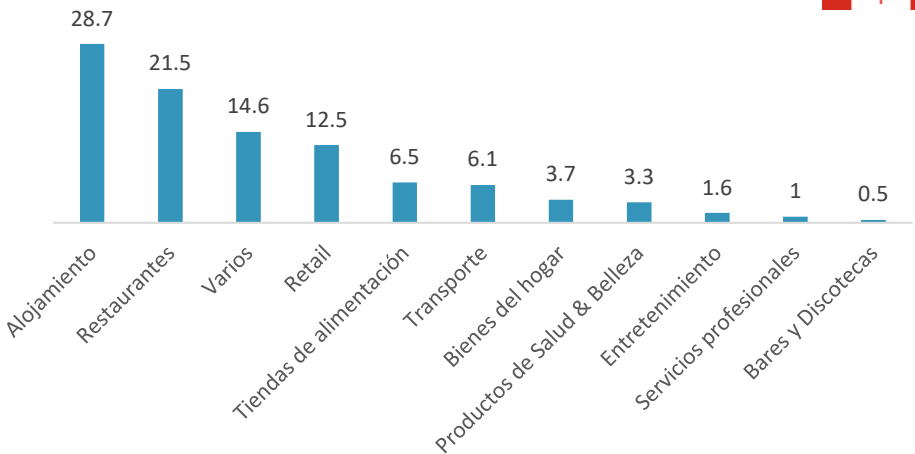




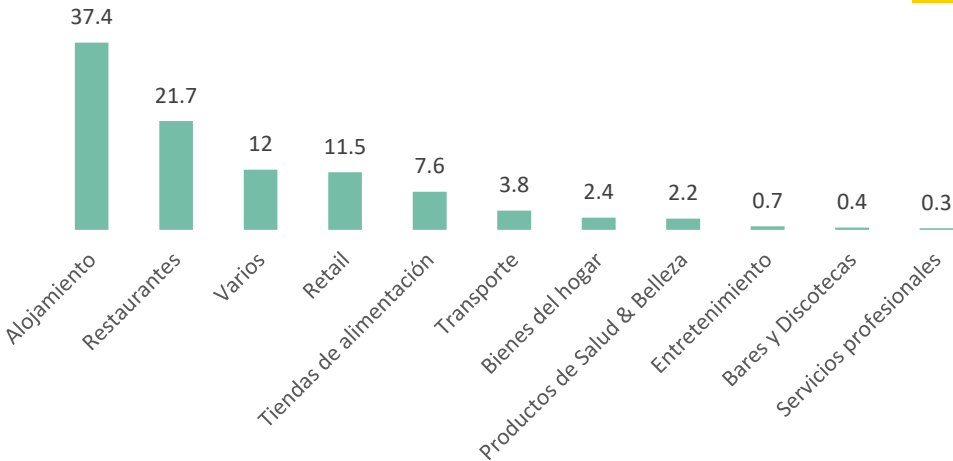
Gasto por principales mercados de origen

Analiza el gasto de los visitantes durante su estancia en el destino a través de tarjetas Mastercard (débito y crédito). Los datos presentados, contienen la "Distribución del clasto por categorías para cada país de origen.

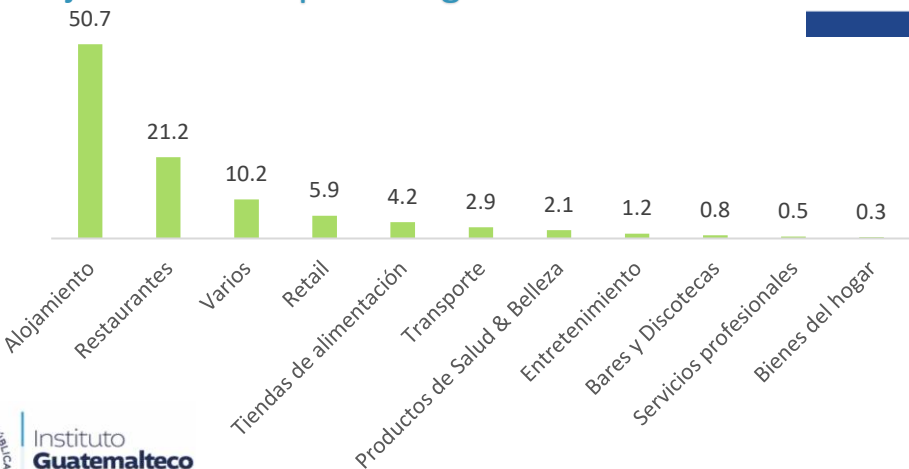
Canadá - % Gasto por categoría



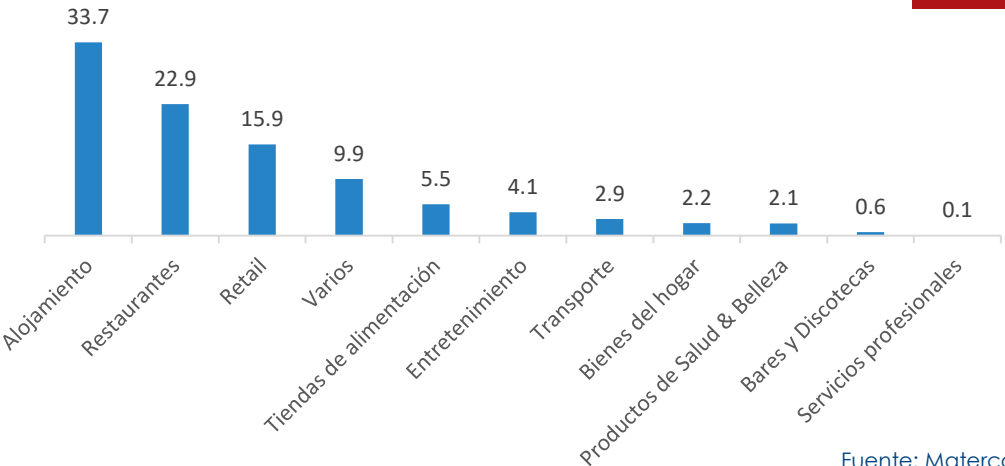
Alemania - % Gasto por categoría



Países Bajos - % Gasto por categoría



España - % Gasto por categoría

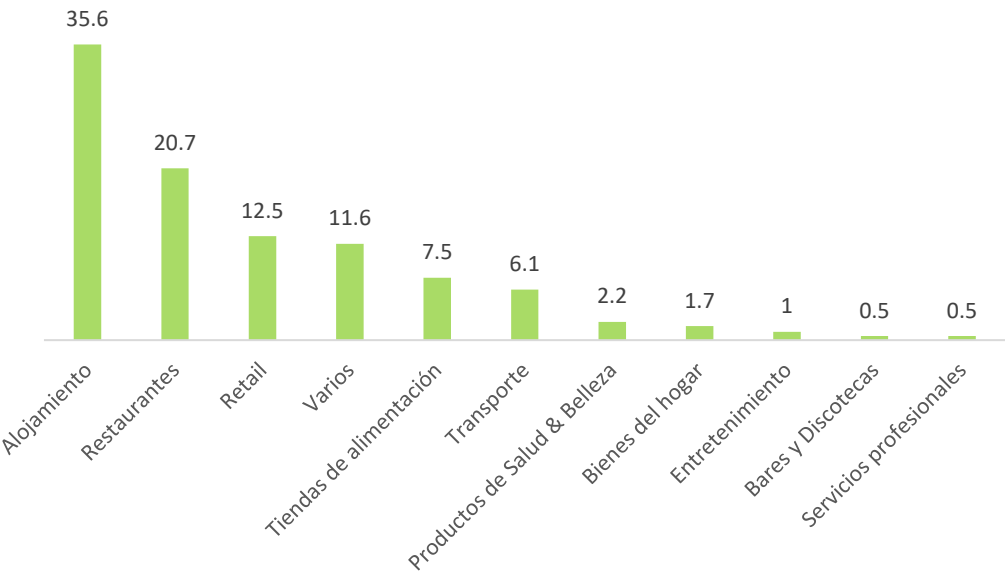




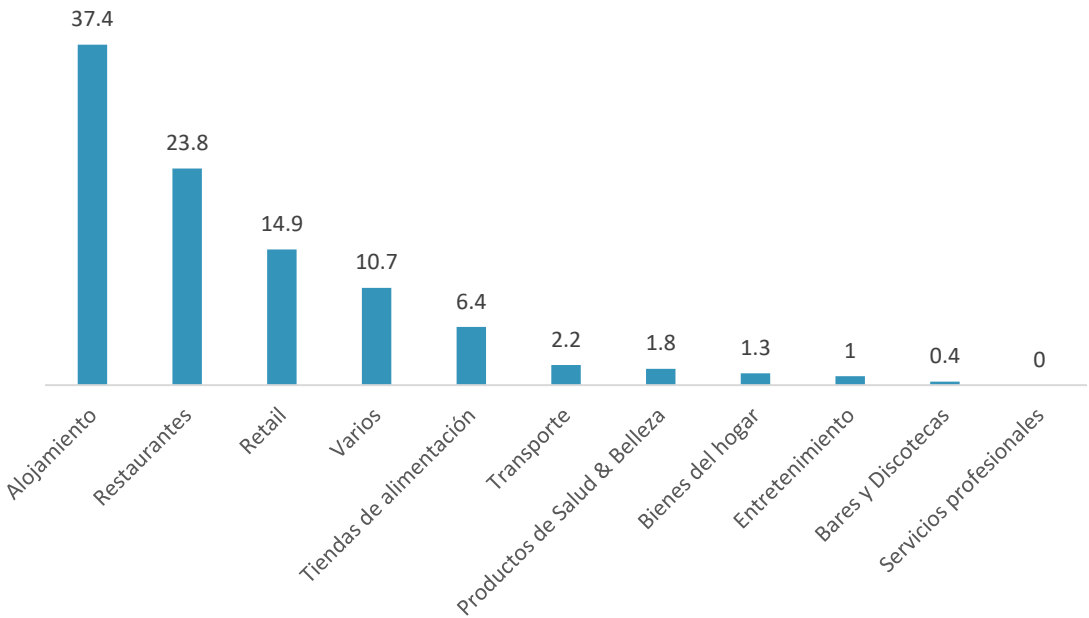
Gasto por principales mercados de origen

Analiza el gasto de los visitantes durante su estancia en el destino a través de tarjetas Mastercard (débito y crédito). Los datos presentados, contienen la "Distribución del gasto por categorías para cada país de origen.

Francia - % Gasto por categoría



Italia - % Gasto por categoría

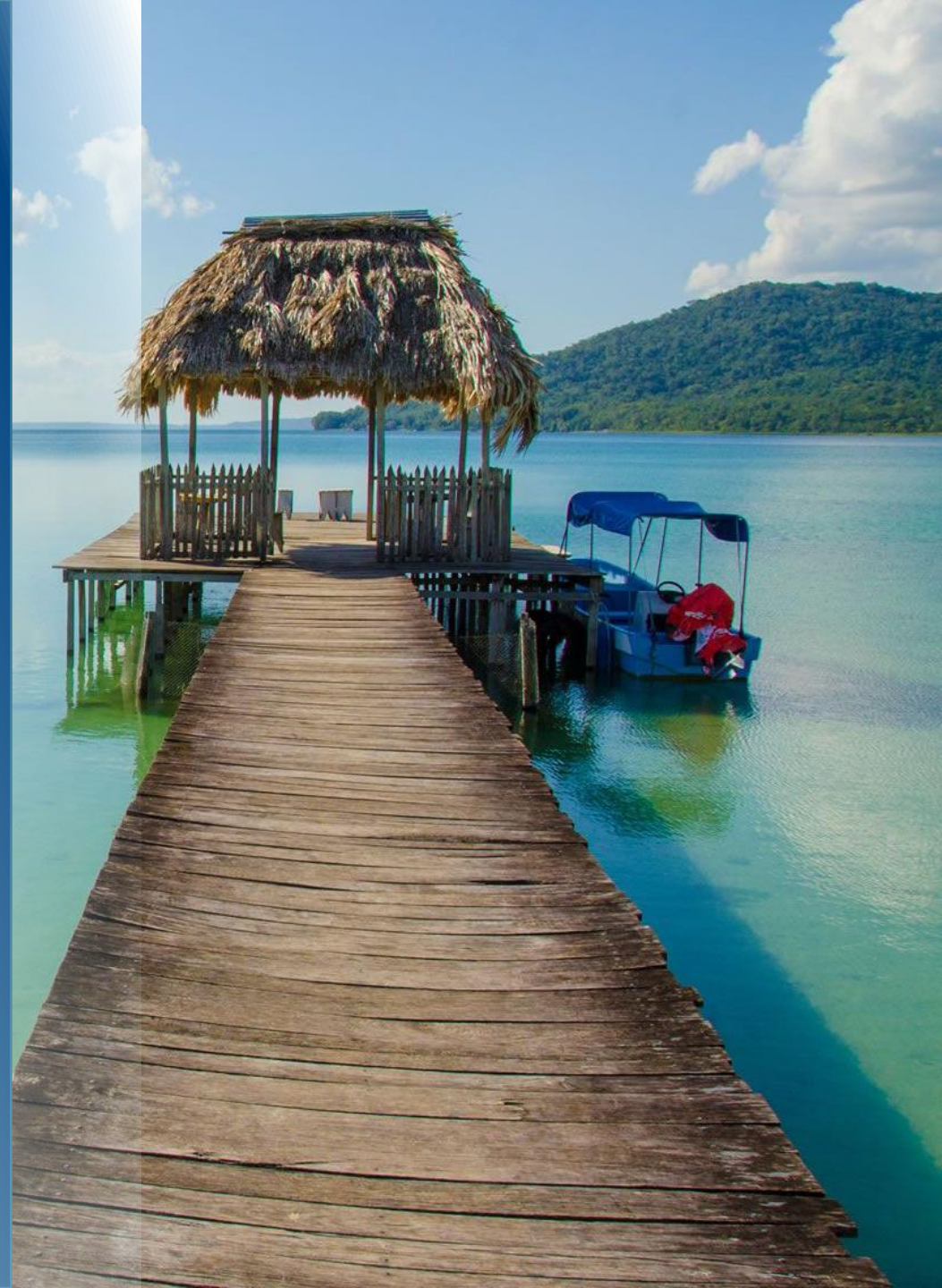


Perfil del visitante

Países Emisores



Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**



Perfil: ESTADOS UNIDOS - GUATEMALA

Duración de la estancia



Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje



Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



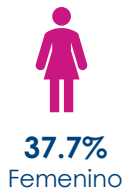
Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

Gasto

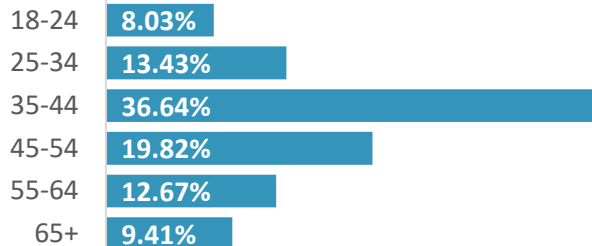
\$321 gasto medio por tarjeta

Duración media uso tarjeta 3.2 días

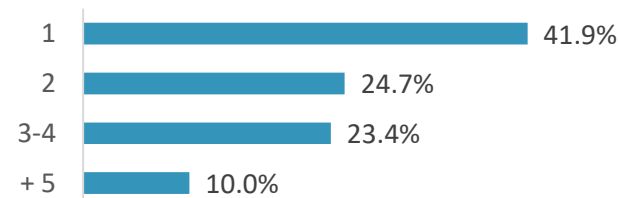
Sexo



Edad

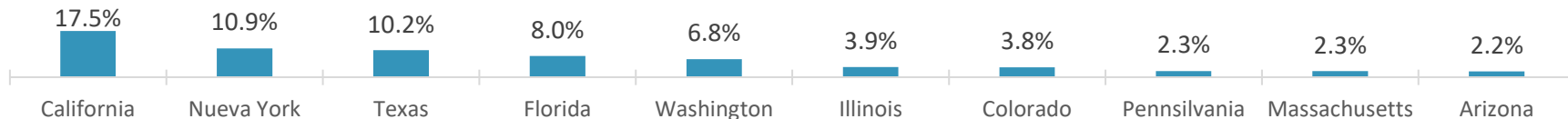


Grupo de viaje



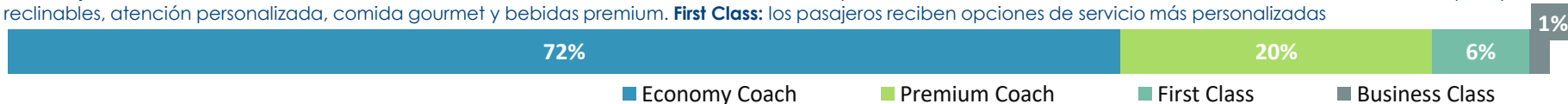
Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.



Tipo de clase

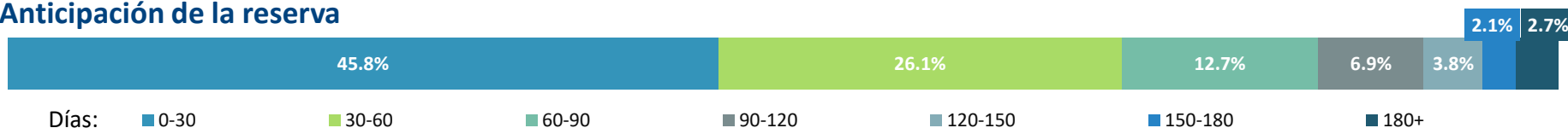
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.



Perfil: ESPAÑA - GUATEMALA

Duración de la estancia



14 días

Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje



59.9 días

Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



66.6%

Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

Gasto

\$220

gasto medio por tarjeta

Duración media uso tarjeta

3.4 días

Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

Sexo

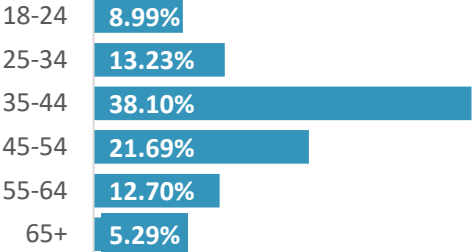


59.6%
Masculino

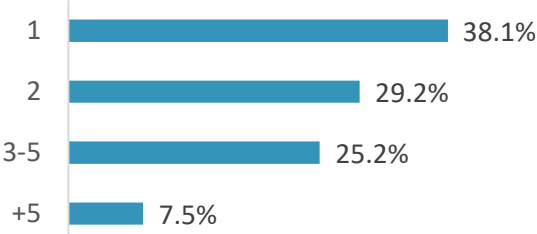


40.4%
Femenino

Edad

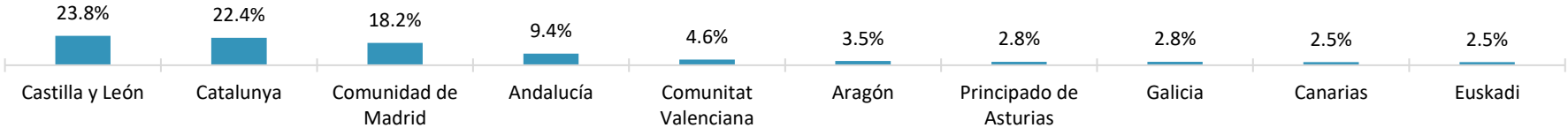


Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

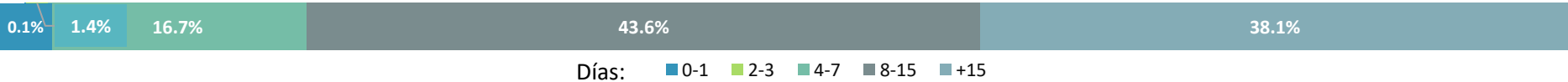


Tipo de clase

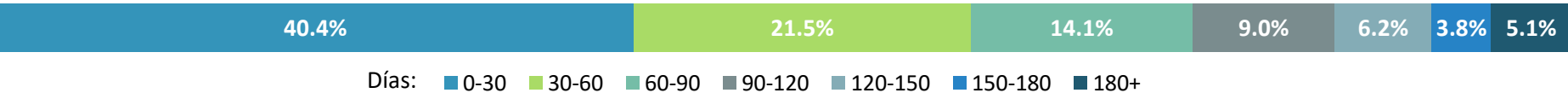
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



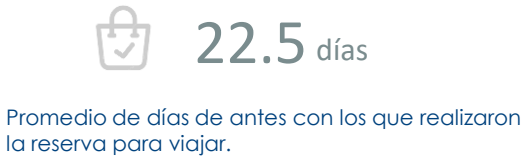
Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian
Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.

Perfil: COSTA RICA - GUATEMALA

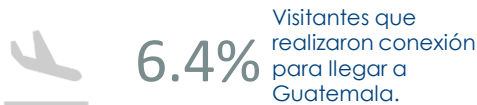
Duración de la estancia



Anticipación reserva viaje



Pasajeros que hacen conexión



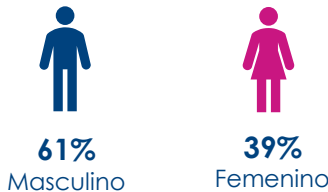
Gasto



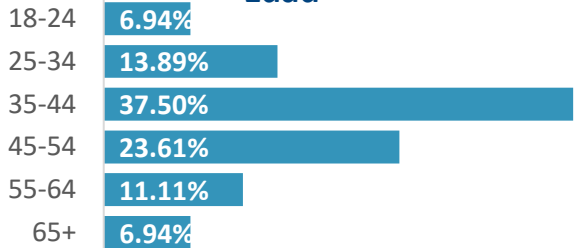
Duración media uso tarjeta 3 días

Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

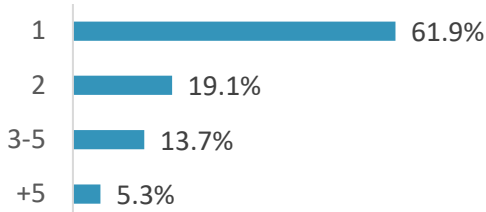
Sexo



Edad



Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

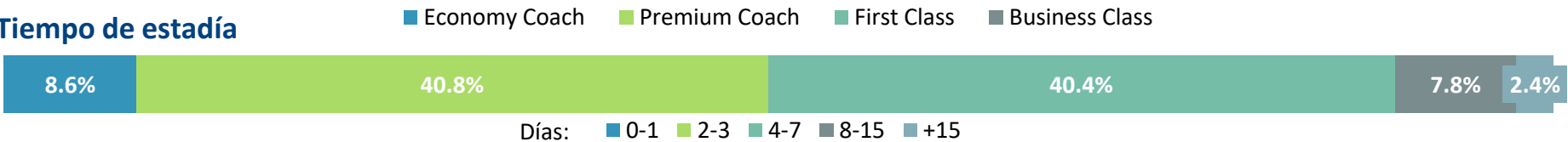


Tipo de clase

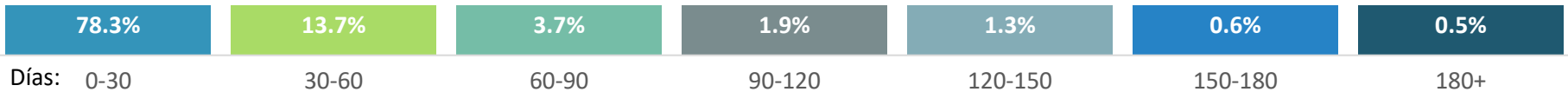
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



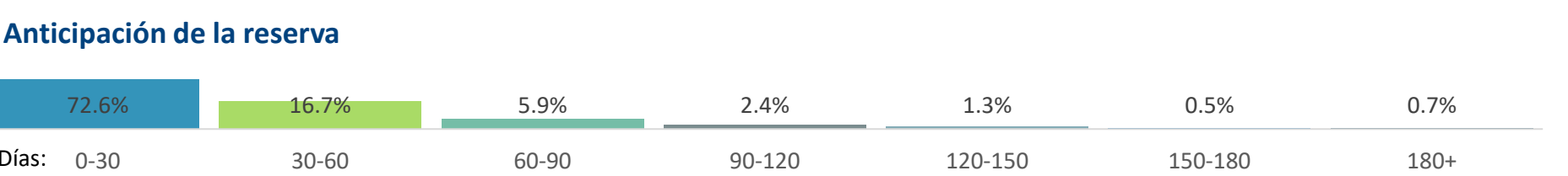
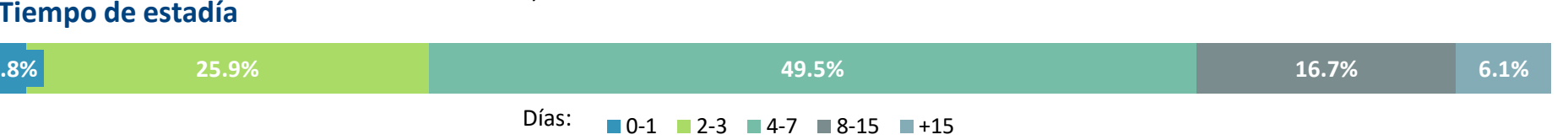
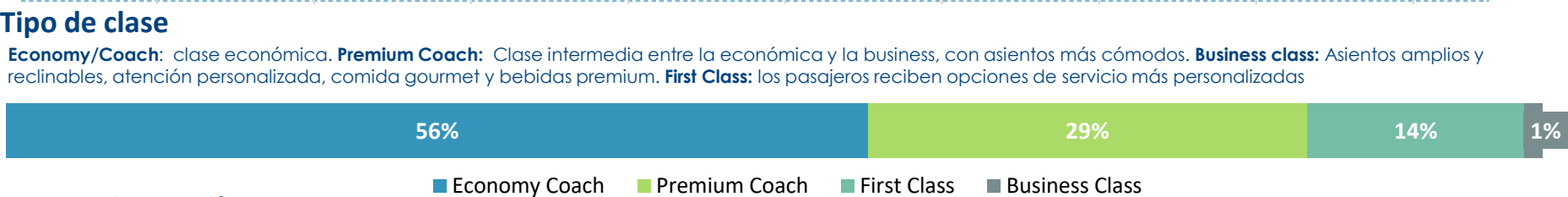
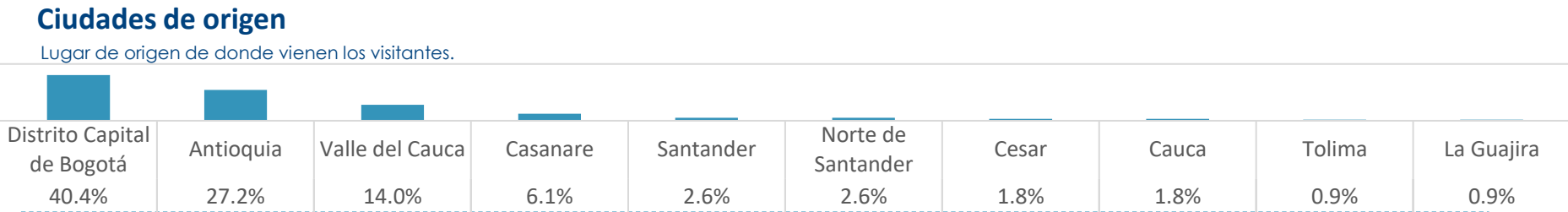
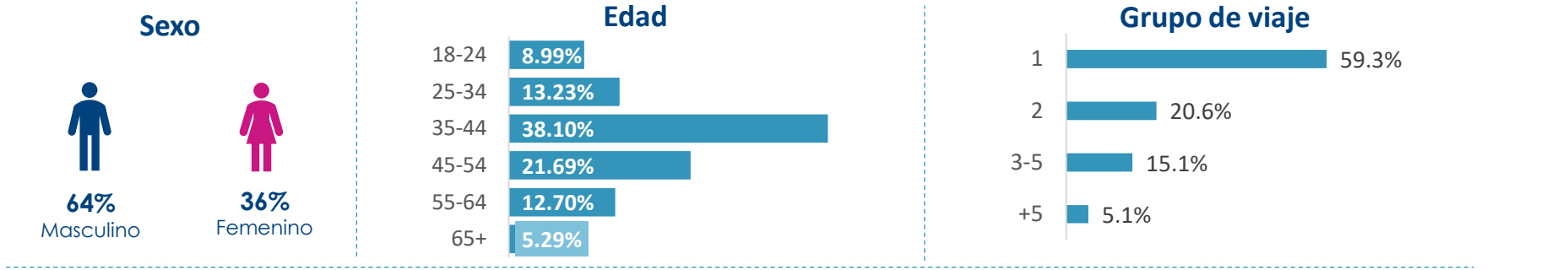
Anticipación de la reserva



Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian
Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.



Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.



Perfil: CANADÁ - GUATEMALA

Duración de la estancia



Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje



Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

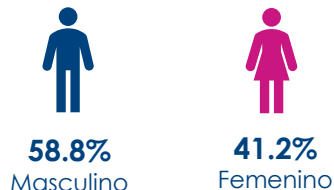
Gasto

\$297 gasto medio por tarjeta

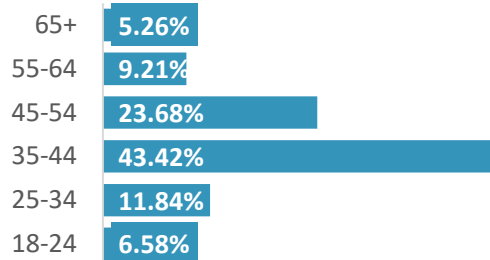
Duración media uso tarjeta 4.4 días

Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

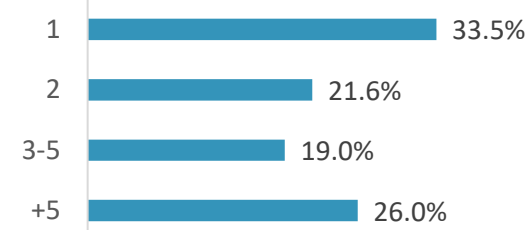
Sexo



Edad



Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

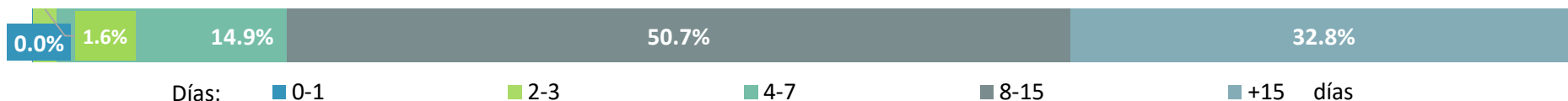


Tipo de clase

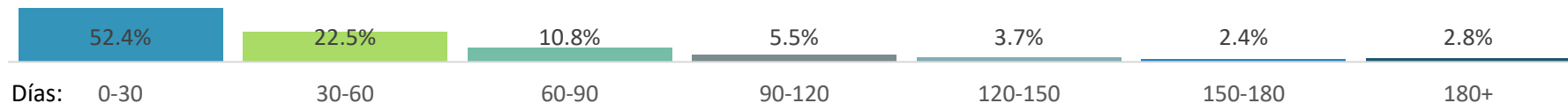
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian

Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.

Perfil: FRANCIA - GUATEMALA

Duración de la estancia



Anticipación reserva viaje



Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



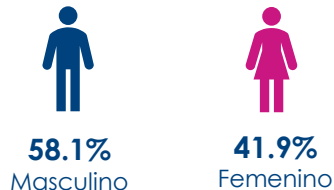
Gasto



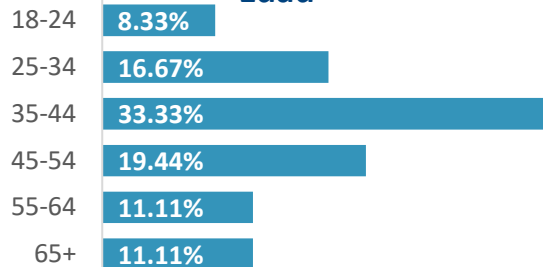
Duración media uso tarjeta 4.8 días

Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

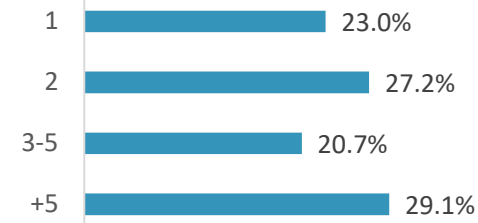
Sexo



Edad

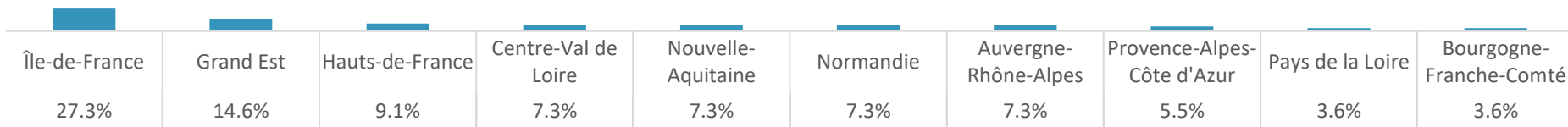


Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

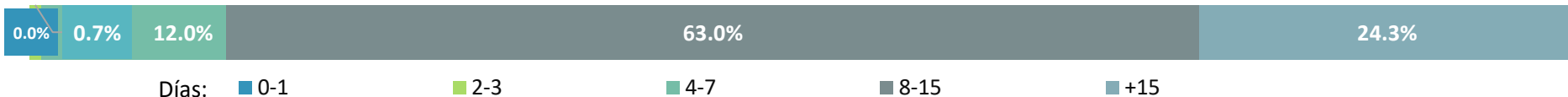


Tipo de clase

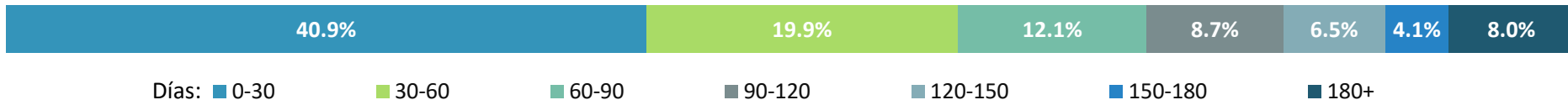
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian

Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.



Perfil: ALEMANIA - GUATEMALA

Duración de la estancia



16.5 días

Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje



82.8 días

Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



100%

Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

Gasto

\$295

gasto medio por tarjeta

Duración media uso tarjeta 4.8 días

Sexo

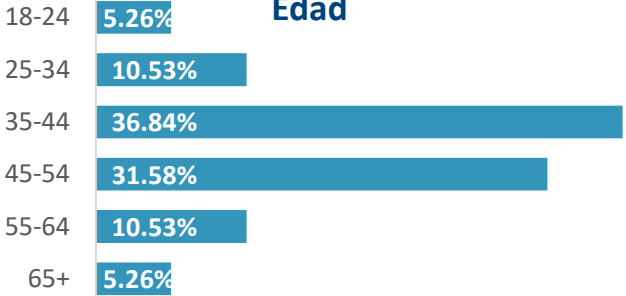


56.1% Masculino

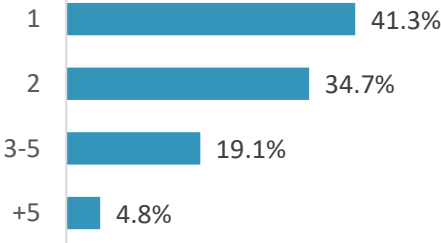


43.9% Femenino

Edad



Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

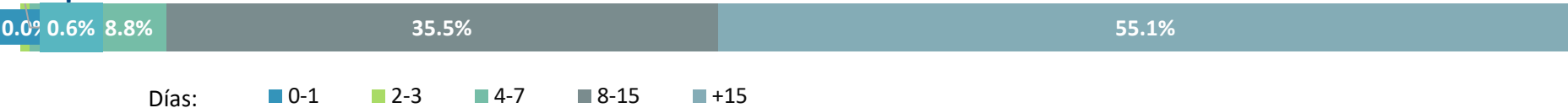


Tipo de clase

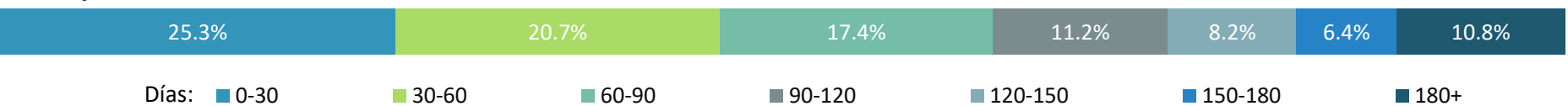
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian
Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.



Perfil: ITALIA - GUATEMALA

Duración de la estancia



13.8 días

Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje



67.6 días

Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



100%

Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

Gasto

\$232

gasto medio por tarjeta

Duración media uso tarjeta

3.9 días

Sexo

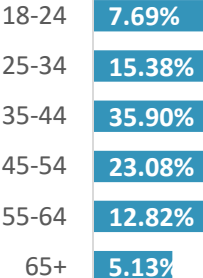


57.5%
Masculino

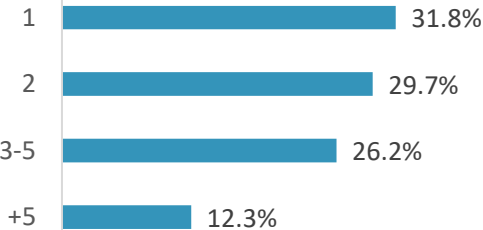


42.5%
Femenino

Edad

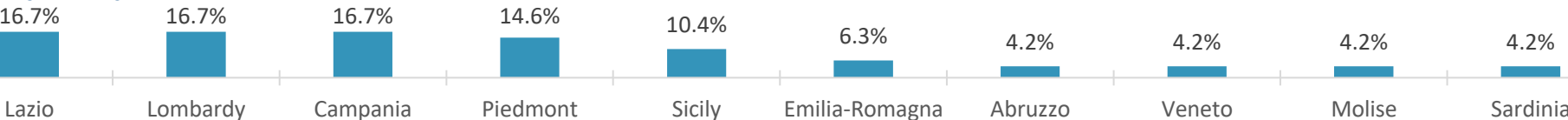


Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

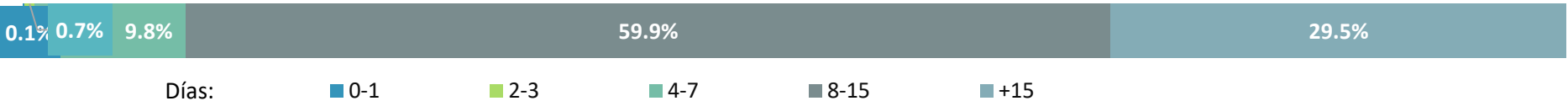


Tipo de clase

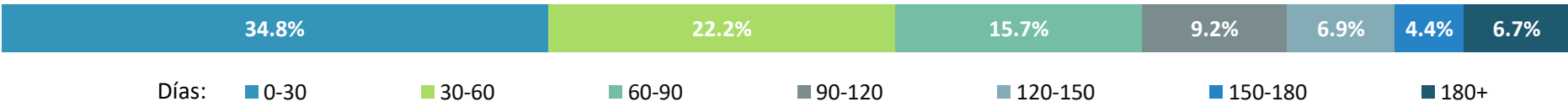
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian
Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.



Instituto
Guatemalteco
de Turismo

Perfil: REINO UNIDO - GUATEMALA

Duración de la estancia



Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje



Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión



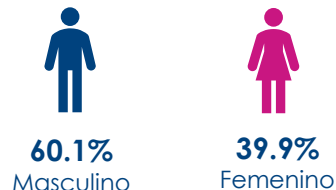
Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

Gasto

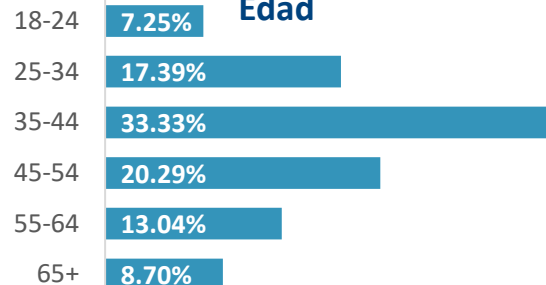
\$232 gasto medio por tarjeta

Duración media uso tarjeta 5.6 días

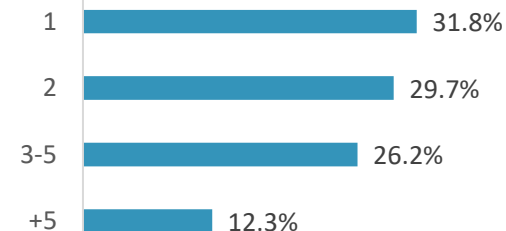
Sexo



Edad

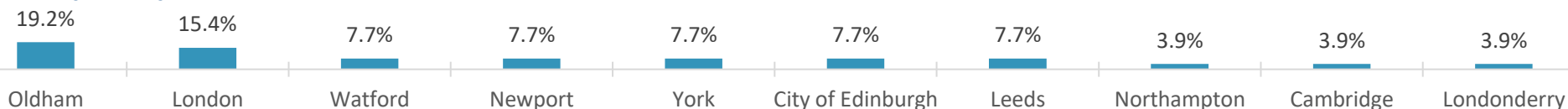


Grupo de viaje



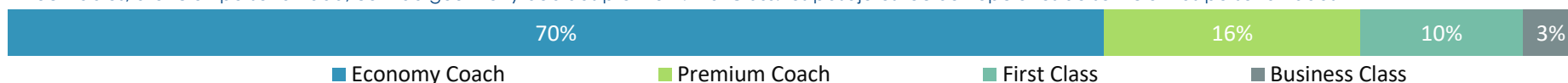
Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.

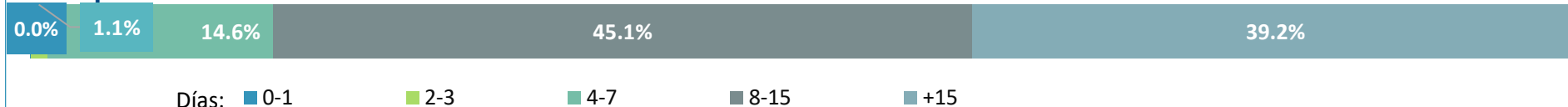


Tipo de clase

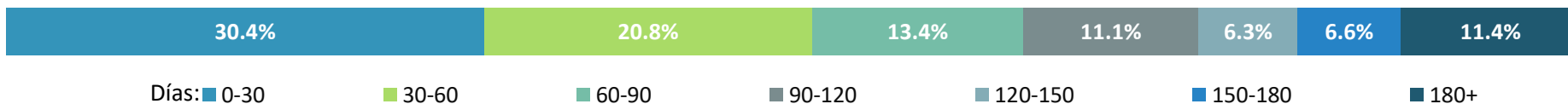
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

Perfil: PAÍSES BAJOS - GUATEMALA

Duración de la estancia

 15.6 días

Promedio de estadía de los visitantes.

Anticipación reserva viaje

 108.5 días

Promedio de días de antes con los que realizaron la reserva para viajar.

Pasajeros que hacen conexión

 100%
Visitantes que realizaron conexión para llegar a Guatemala.

Gasto

\$352 gasto medio por tarjeta

Duración media uso tarjeta 5.3 días

Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

Sexo

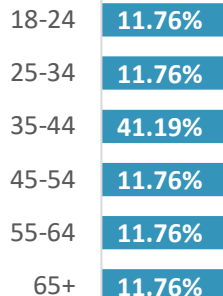


50%
Masculino

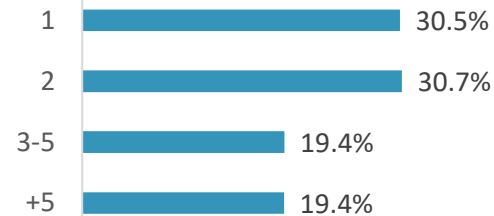


50%
Femenino

Edad

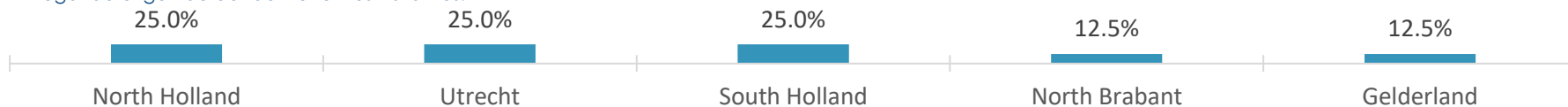


Grupo de viaje



Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.



Tipo de clase

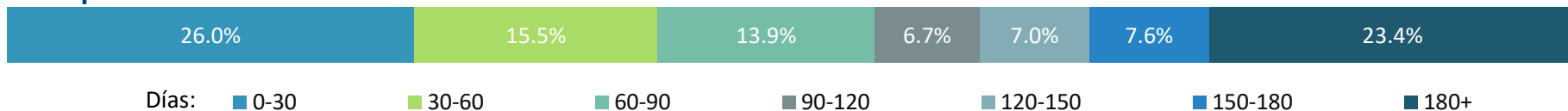
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva



Fuente: Red social X, Instagram, Cirium vía Mabrian

Período consultado: Comportamiento 28/08/2023 a 01/09/2024, fecha de búsqueda 31/01/2023 al 29/06/2024, fecha de viaje 31/07/2023 al 04/08/2024.

Perfil: MÉXICO- GUATEMALA

Duración de la estancia



Anticipación reserva viaje



Pasajeros que hacen conexión



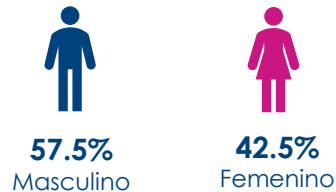
Gasto

\$200 gasto medio por tarjeta

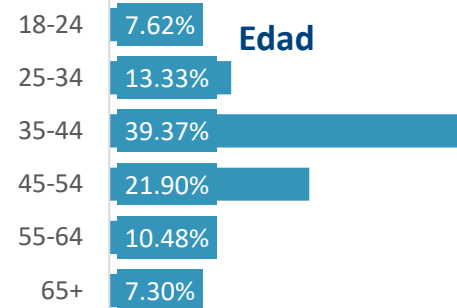
Duración media uso tarjeta 2.8 días

Fuente: Mastercard vía Mabrian. Período: Abril 2024 – junio 2024.

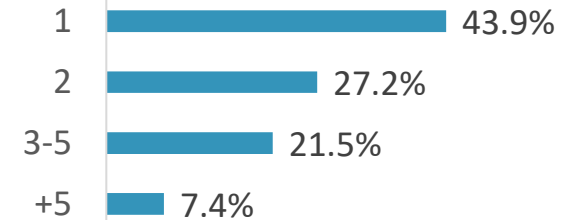
Sexo



Edad

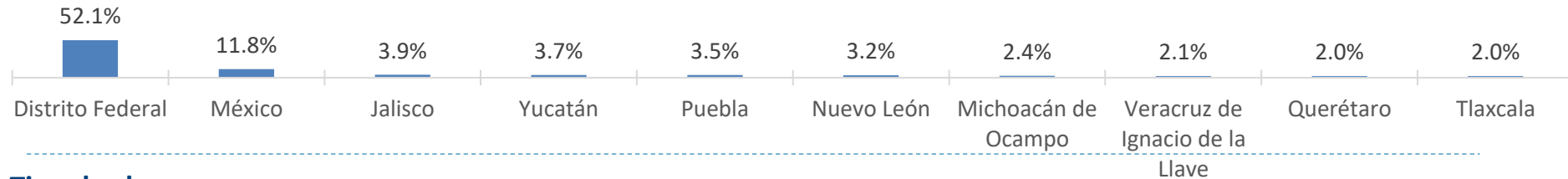


Grupo de viaje



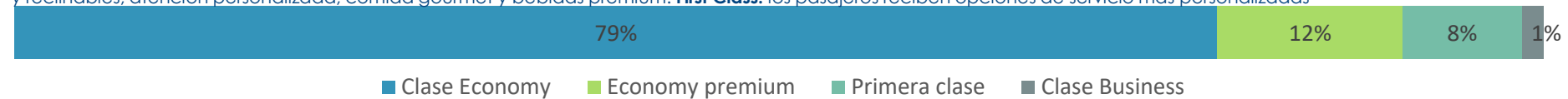
Ciudades de origen

Lugar de origen de donde vienen los visitantes.



Tipo de clase

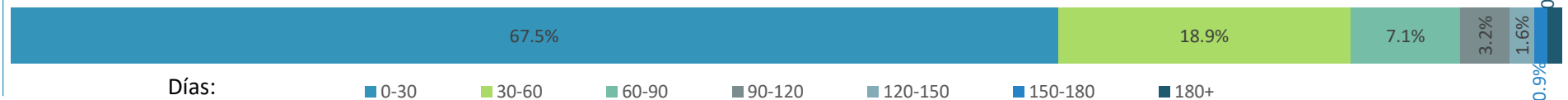
Economy/Coach: clase económica. **Premium Coach:** Clase intermedia entre la económica y la business, con asientos más cómodos. **Business class:** Asientos amplios y reclinables, atención personalizada, comida gourmet y bebidas premium. **First Class:** los pasajeros reciben opciones de servicio más personalizadas



Tiempo de estadía



Anticipación de la reserva





Instituto
**Guatemalteco
de Turismo**