



CARACTERIZACIÓN DEL VIAJERO EN LA PROVINCIA DE JAÉN

2025

Elaboración y redacción:

Caracterización del viajero en la provincia de Jaén 2025

Director: Juan Ignacio Pulido Fernández

Equipo de redacción:

Isabel Carrillo Hidalgo

Jairo Casado Montilla

Juan Ignacio Pulido Fernández

Cómo citar:

Pulido, J.I. (dir.) (2026): *Caracterización del viajero en la provincia de Jaén 2025*. Sistema de Inteligencia Turística de la provincia de Jaén. Cátedra de Turismo de Interior de la Universidad de Jaén.



Índice

1. Introducción	5
2. Caracterización del viajero.....	7
3. Medio de transporte, itinerario del viaje y alojamiento	12
4. Canal de prescripción y organización del viaje	17
5. Gasto realizado durante el viaje.....	21
6. Motivación del viaje y actividades realizadas	24
7. Conclusiones.....	28

1

INTRODUCCIÓN

1. Introducción

Con este informe se pretende caracterizar a los viajeros que visitaron algún destino de la provincia de Jaén. Dicha caracterización se ha llevado a cabo a lo largo 2025. Sin problemas para la obtención de la muestra, es posible afirmar que la información recabada recoge los rasgos puramente característicos del viajero en la provincia de Jaén. Su perfil es similar al analizado en informes anteriores, aunque presenta variaciones en sus preferencias a la hora de realizar algunas actividades.

Para el desarrollo de este informe, se diseñó un cuestionario dirigido a los viajeros que visitaron algún destino de la provincia de Jaén entre enero y diciembre de 2025. Se recogió una muestra de 1.007 encuestados de forma aleatoria, que se analizaron estadísticamente con el programa SPSS versión 22. Para un nivel de confianza del 95%, el error muestral es del 3,1%, $p=q=0,5$.

El desarrollo del informe se ha estructurado de acuerdo a las características del turista que se pretenden conocer a través de la encuesta llevada a cabo, que está dividida en cinco secciones. En la primera, se realiza una caracterización del viajero a partir de su información sociodemográfica: género, edad, procedencia, nivel de estudios, etc., así como la modalidad del grupo de viaje. La segunda sección se dirige a conocer el medio de transporte utilizado para trasladarse hacia el destino, el itinerario del viaje, las noches de estancia y el alojamiento utilizado, en su caso.

A continuación, la encuesta recopila información sobre los factores que influenciaron la realización del viaje y cómo se llevó a cabo la organización del mismo, si se realizó o no una compra anticipada y a través de qué medio. Con respecto al gasto realizado durante el viaje, la cuarta sección recoge información acerca de cuánto es el gasto promedio diario, en qué aspectos se desembolsa mayor cantidad de dinero, así como la importancia que tiene el precio a la hora de viajar a la provincia.

Finalmente, el último apartado trata aquellos aspectos que motivaron al viajero a visitar la provincia de Jaén, así como las actividades que ha realizado o piensa realizar.

La lectura de este informe va a permitir al lector tener una aproximación a las características del visitante y del viaje en la provincia de Jaén durante 2025.

The background features a large, abstract graphic composed of several concentric circles in varying shades of blue. A prominent white band with a slight curve runs diagonally across the center. A small, solid white rectangular box is positioned at the bottom center of this band.

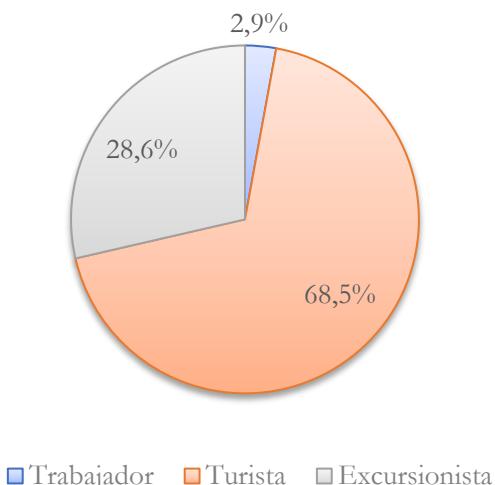
CARACTERIZACIÓN DEL VIAJERO

2. Caracterización del viajero

Esta sección inicial tiene como finalidad ofrecer una aproximación general al perfil del viajero que se ha desplazado a la provincia de Jaén entre enero y diciembre de 2025. Con características muy similares a las observadas en pasados sondeos, puede afirmarse que se confirma el perfil de viajero en la provincia de Jaén.

El Gráfico 1 muestra el tipo de viajero, si se trata de turista (pernocta al menos una noche), excursionista (regresa a su residencia habitual) o trabajador (se encuentra en el destino realizando una actividad remunerada). Los turistas destacan sobre el resto, constituyendo un 68,5% del total (levemente por debajo del 72,6% de 2024). Éstos vienen seguidos por los excursionistas (28,6%) y, en último lugar, se encuentran los trabajadores (2,9%).

Gráfico 1. Tipo de viajeros que visitan la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 1, los turistas, excursionistas y trabajadores han sido divididos en subgrupos de edad. En este caso, el total de la muestra se divide entre todos los cruces de variables propuestos, por lo que la suma de estos es el 100%. De esta manera, es posible identificar el grupo más numeroso entre los viajeros encuestados. Tal y como puede apreciarse, de entre todos los encuestados, destacan los turistas de entre 41 y 56 años (22,7%) y los de entre 25 a 40 años (22,5%). Por tanto, un 45% de los viajeros son turistas que tienen entre 25 y 56 años.

Tabla 1. Tipo de viajeros por grupos de edad que visitan la provincia de Jaén

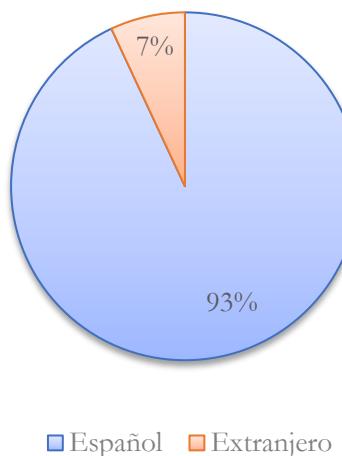
Edad	Trabajador	Turista	Excursionista
18 a 24	0,2%	3,0%	2,1%
25 a 40	1,5%	22,5%	9,1%
41 a 56	1,2%	22,7%	10,6%
57 a 75	0,0%	19,6%	6,5%
76 y más	0,0%	0,7%	0,3%

Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 2 diferencia a los viajeros según su procedencia y lo hace en dos grandes grupos: españoles y extranjeros. En la provincia de Jaén, el viajero de procedencia nacional sigue siendo el protagonista. En 2024, esto no sólo sigue sin cambiar, sino que se sigue inclinando la balanza hacia los turistas residentes en España. En 2025, el 93% de los encuestados eran residentes en España y el 7%

extranjeros. Con afán comparativo, en 2024 los resultados de esta encuesta mostraron un 95% de viajeros residentes en España y un 5% de extranjeros. Por tanto, hay un ligero incremento de los viajeros extranjeros.

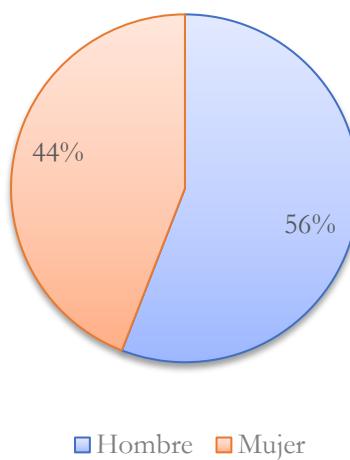
Gráfico 2. Procedencia de los viajeros que visitan la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto al género de los viajeros en la provincia de Jaén, la diferencia sigue sin ser realmente significativa. Las mujeres suponen el 44% y los hombres un 56% (Gráfico 3).

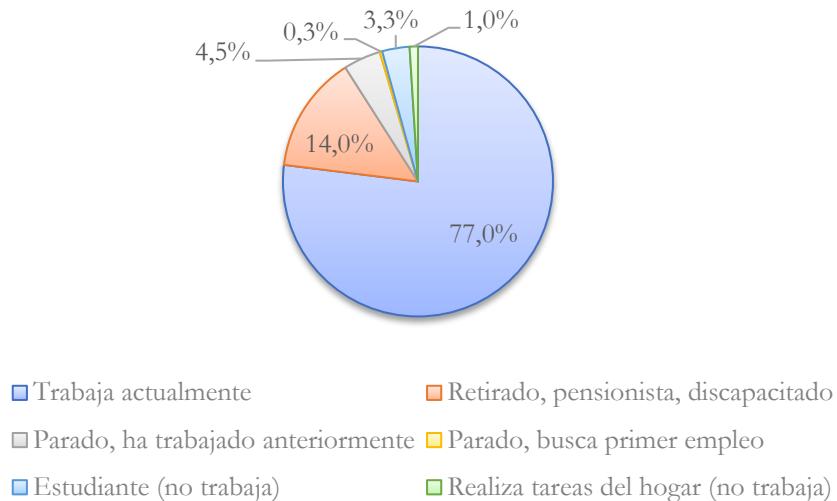
Gráfico 3. Género de los viajeros que visitan la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 4 muestra la situación laboral de los viajeros que visitan la provincia de Jaén. El mayor porcentaje de viajeros se encontraban trabajando en el momento en el que realizaban su viaje en la provincia (77%). El segundo grupo más voluminoso lo forman los retirados y pensionistas (14%), seguido por los parados (4,5%). En menor medida, hay que considerar a los estudiantes (3,3%), personas que realizan las tareas del hogar (1%) y los parados en busca de su primer empleo (0,3%).

Gráfico 4. Situación laboral de los viajeros que visitan la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 2 analiza la situación laboral de los viajeros en función de su género. De nuevo, el total de la muestra se divide entre todos los cruces de variables propuestos, por lo que la suma de estos es el 100%. El grupo con mayor representación es el de hombres que trabajan actualmente (44,2%), seguido por las mujeres que se encuentran en la misma situación (32,8%). Esto se traduce en el 77% de la muestra que trabaja actualmente, como se vio en el gráfico anterior. En segundo lugar, y muy de lejos, están las personas retiradas, pensionistas o que presentan alguna discapacidad (14%), siendo un 8,1% hombres y un 5,9% mujeres (Tabla 2).

Tabla 2. Situación laboral por género de los viajeros que visitan la provincia de Jaén

Situación laboral	Hombre	Mujer
Trabaja actualmente	44,2%	32,8%
Retirado, pensionista, discapacitado	8,1%	5,9%
Parado, ha trabajado anteriormente	1,8%	2,7%
Parado, busca primer empleo	0,0%	0,3%
Estudiante (no trabaja)	1,7%	1,6%
Realiza tareas del hogar (no trabaja)	0,1%	0,9%

Fuente: Elaboración propia.

La tabla que muestra el nivel de estudios entre ambos géneros tiene la misma interpretación que la anterior. El grupo que destaca de nuevo son los hombres con estudios universitarios de grado superior, incluyendo máster o doctorado (28,6%), seguido por las mujeres con la misma formación (22,7%). Si se consideran tanto los graduados universitarios de grado medio, como los de grado superior, el total asciende a un 64,1% de los encuestados. El segundo grupo, tras los universitarios de grado superior, son las personas con estudios de segundo grado (ESO, Ciclos FP o Bachiller), constituyendo el 28,8% de la muestra (15,4% hombres y 13,4% mujeres).

Tabla 3. Nivel de estudios por género de los viajeros que visitan la provincia de Jaén

Nivel de estudios	Hombre	Mujer
Sin estudios	0,0%	0,2%
Primer grado	4,8%	2,2%
Segundo grado (ESO, Ciclos FP, Bachiller)	15,4%	13,4%
Universitarios grado medio	7,1%	5,6%
Universitarios grado superior	28,6%	22,7%

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar la modalidad de grupo de viaje de los viajeros que visitan la provincia (Tabla 4), se observa un patrón que se viene repitiendo durante los últimos años. Los viajeros que viajan en pareja constituyen el grupo más numeroso (44,2%). Los viajeros que disfrutan de su estancia con su familia, independientemente de la edad de los hijos, suponen un 23,4% del total (en 2024 eran casi un 30%). Los viajeros en solitario son el 8,5% del total, dos puntos más que en 2024. Los grupos de amigos, teniendo en cuenta todas las edades contempladas, suponen un 17,7% sobre el total, destacando los grupos de entre 36 a 55 años (6,9%). Los grupos de familiares de distintas edades sin niños constituyen el 4,9% de los viajeros encuestados.

Tabla 4. Modalidad de grupo de viaje de los viajeros que visitan la provincia de Jaén

Modalidad de viaje	Porcentaje
Sólo/a	8,5%
Con pareja	44,2%
Con familia (hijos pequeños e hijos mayores de 16 años)	4,6%
Con familia (hijos <16 años)	14,2%
Con familia (hijos >16 años)	4,7%
Grupo de amigos de <35 años	6,4%
Grupo de amigos entre 36 a 55 años	6,9%
Grupo de amigos entre 56 y 70 años	4,3%
Grupo de amigos >70 años	0,2%
Grupo de familiares de distintas edades con niños (<16 años)	1,3%
Grupo de familiares de distintas edades sin niños.	4,9%

Fuente: Elaboración propia.



MEDIO DE TRANSPORTE, ITINERARIO DEL VIAJE Y
ALOJAMIENTO

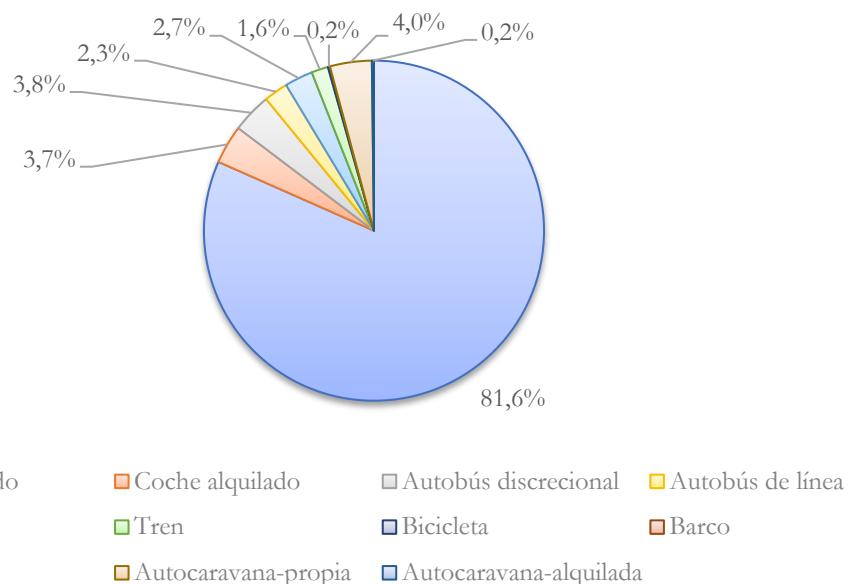
3

3. Medio de transporte, itinerario del viaje y alojamiento

El presente apartado incluye información acerca de los medios de transporte utilizados para llegar al destino, el número de noches que pernoctan, el itinerario del viaje, así como el alojamiento preferido por los viajeros.

El medio de transporte más utilizado para llegar a la provincia de Jaén es el coche privado (81,6%). El autobús discrecional ocupa la segunda posición, siendo el transporte del 3,8% de los encuestados, seguido muy de cerca por el uso de coche alquilado (2,2%). El autobús de línea ha sido la opción del 2,3% y la motocicleta y el tren son los transportes utilizados por el 2,7% y el 1,6%, respectivamente. La autocaravana propia es la tercera opción preferida (4%), alcanzando un 4,2% si se consideran las alquiladas (0,7%) (Gráfico 5).

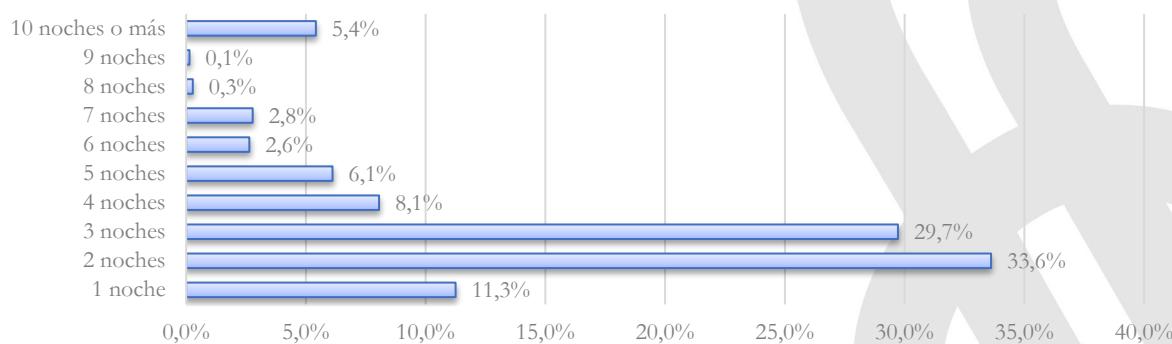
Gráfico 5. Medio de transporte para llegar a Jaén



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 6 muestra el número de noches que los viajeros pernoctan en la comarca de la provincia en la que se les ha entrevistado, siendo el 71,4% de viajeros que se identificaron como turistas o trabajadores en el Gráfico 1. El número de noches preferido para pernoctar ha sido de 2, con un 33,6% de turistas que marca esta opción. Las personas que pernoctan 3 noches son un 29,7%, seguidas por un 11,3% que pernocta solo una noche en la comarca en la que se realiza la encuesta. Finalmente, y considerando el resto de opciones, un 25,4% pasarán más de cuatro noches en la zona.

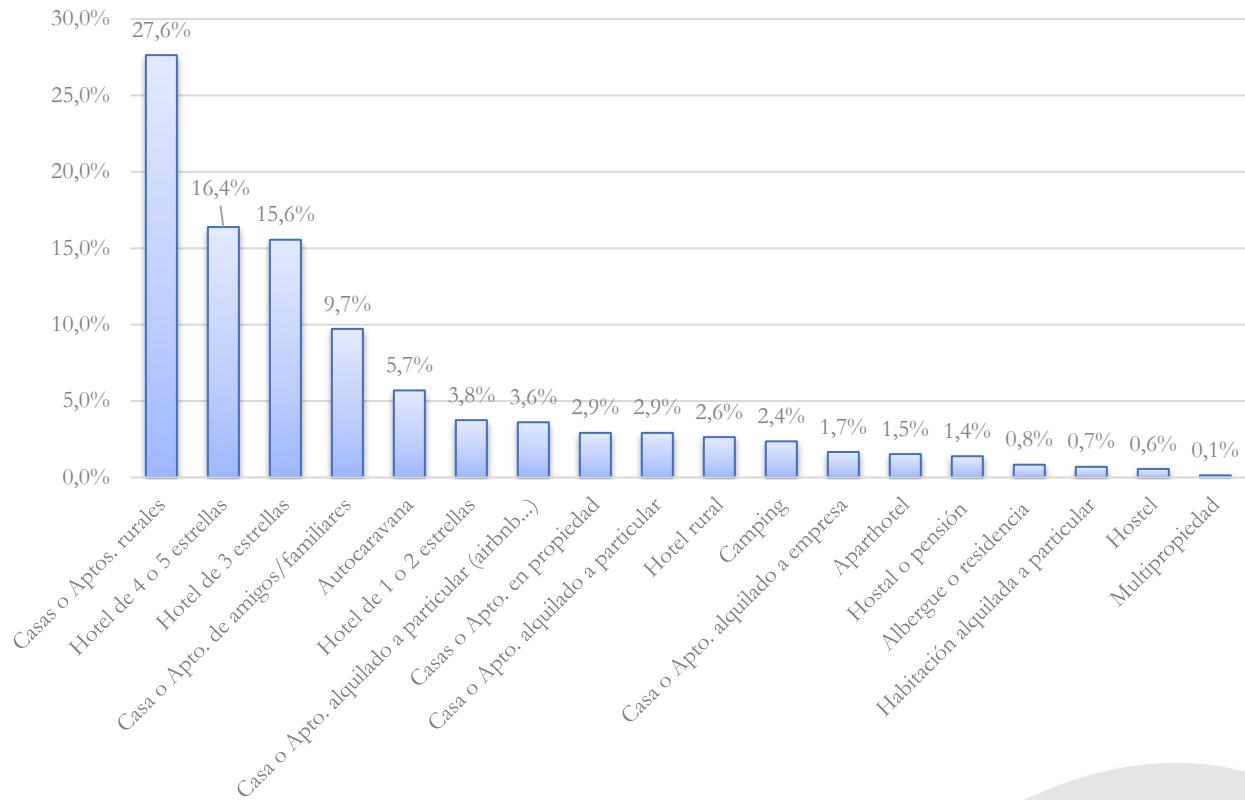
Gráfico 6. Número de noches que pasará el viajero en la comarca en la que se encuentra en el momento de la encuesta



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 7 recoge los tipos de alojamiento que han elegido los turistas en la provincia de Jaén para realizar sus pernoctaciones. El 27,6% de los turistas prefieren las casas o apartamentos rurales, seguidos por los que se alojan en hoteles de 4 o 5 estrellas (16,4%). En tercera posición, se encuentra el 15,6% que opta por hoteles de tres estrellas. En cuarto lugar, se posicionan los turistas que hacen uso de casas o apartamentos de familiares o amigos (9,7%), y en quinta posición los viajeros en autocaravana (5,7%). Los hoteles de 1 o 2 estrellas son la opción del 3,8% del total, mientras que el uso de casas o apartamentos ofertados en Airbnb y similares es la preferencia del 3,6% del total.

Gráfico 7. Tipo de alojamiento preferido por los viajeros que pernoctan en la provincia de Jaén

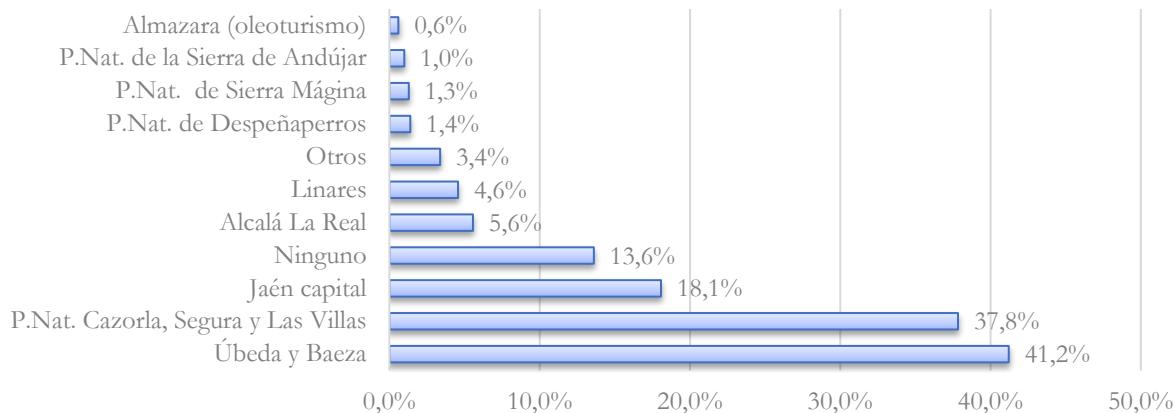


Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 8 muestra los lugares visitados, o que se pretenden visitar, en la provincia de Jaén durante la estancia del turista, tratándose únicamente de una excursión. Úbeda y Baeza se consolidan como la opción preferida del 41,2% de los encuestados. El Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas ostenta el segundo lugar, con un 37,80% de las respuestas obtenidas (7 puntos más que en 2024). Jaén capital fue visitada, o sería visitada, por el 18,1% de los encuestados, interés similar al registrado en el año anterior. De entre las opciones propuestas, un 13,6% afirmó no mostrar interés por las mismas para realizar una visita. Alcalá La Real fue la opción seleccionada por el 5,6% de los encuestados, mientras que Linares (4,6%), el Parque Natural de Despeñaperros (1,4%), el Parque Natural de Sierra Mágina (1,3%) y el Parque Natural de la Sierra de Andújar (1%) y presentan valores inferiores.

Es necesario apuntar que el oleoturismo ha sido señalado únicamente por el 0,6% de los encuestados, manteniendo un valor residual que sigue sin despegar como cabría esperar en la provincia.

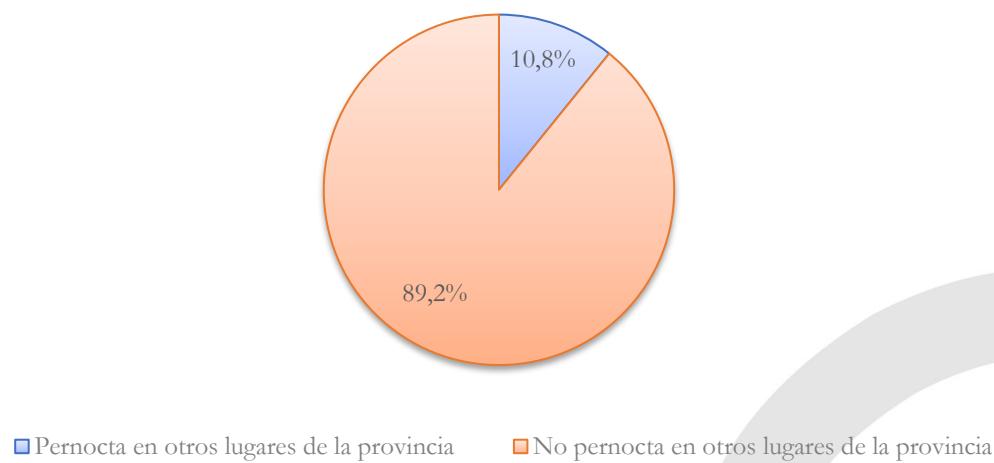
Gráfico 8. Lugares de la provincia de Jaén que ha visitado o pretende visitar sin pernoutar



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 9 muestra el porcentaje de viajeros que pernoctaron en una comarca diferente de la que se encontraba en el momento de la encuesta. Tan solo un 10,8% afirmó que sí lo haría (frente al 46% que indicó esta opción en 2024). En este sentido, este grupo de viajeros pernoctó una media de 2,67 noches en otros puntos de la provincia, aparte del lugar en el que fueron encuestados.

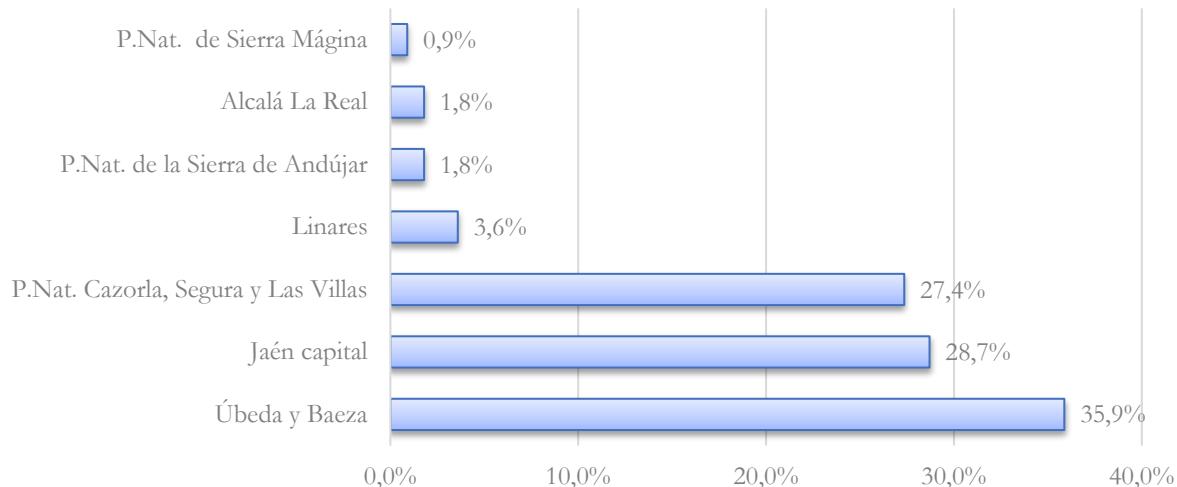
Gráfico 9. Viajeros que pernoctarán en el resto de la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, la preferencia de los viajeros que afirmaron que habían pernoctado o que pernoctarían en otro punto de la provincia de Jaén se muestra en el Gráfico 10. Las zonas que prefieren los viajeros para pernoctar son Úbeda y Baeza (35,9%), que pasa al primer puesto, Jaén capital (28,7%) y el Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, que es la opción favorita del 27,4 % de viajeros.

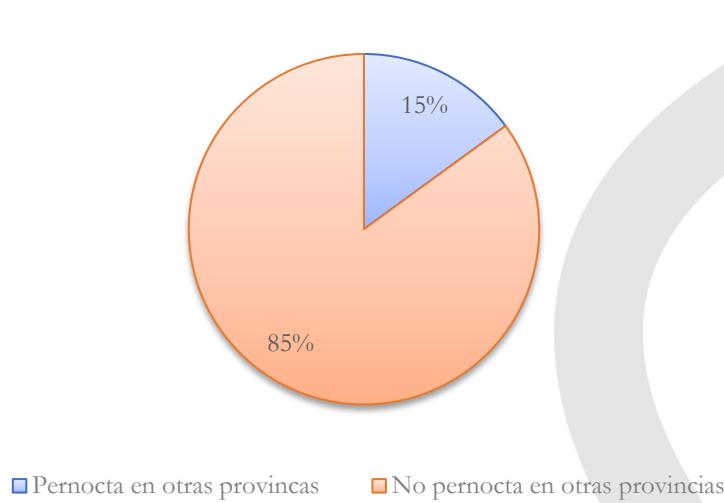
Gráfico 10. Zonas de la provincia de Jaén en las que ha pernoctado o pretende pernoctar aparte de su destino principal



Fuente: Elaboración propia.

Por último, hay que señalar que, entre los viajeros encuestados, un 15% afirmó que ha pernoctado o pernoctaría fuera de la provincia de Jaén algunas noches adicionales (Gráfico 11). De media, lo harán 5,95 noches y las provincias en las que se hospedaron fueron Granada, Córdoba, Málaga, Madrid y Sevilla.

Gráfico 11. Viajeros que pernoctarán fuera de la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

CANAL DE PRESCRIPCIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

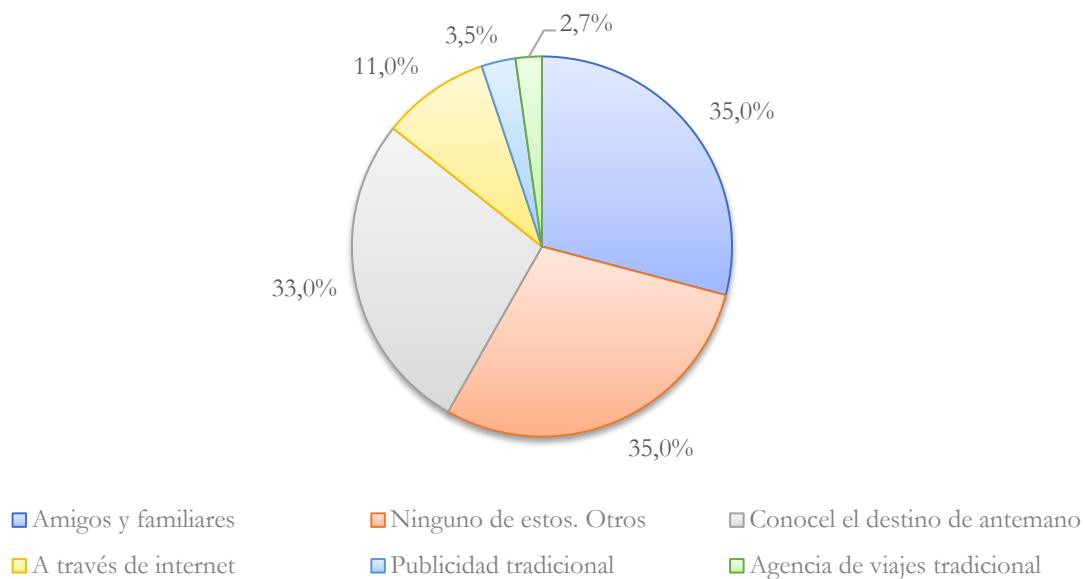


4. Canal de prescripción y organización del viaje

Esta sección recopila información acerca de la organización del viaje. Los factores que motivan la visita a la provincia de Jaén, el conocimiento del destino, la forma de organizar el viaje y las motivaciones son algunas de las cuestiones abordadas.

El Gráfico 12 muestra qué factores son los que más han influido en la decisión final de visitar la provincia de Jaén. En primer lugar, la recomendación de familiares y amigos ha influido en un 35% de los viajeros, mientras que hay un 33% son viajeros con conocimientos del destino previos. Entre estos últimos, un 80% viaja la provincia con frecuencia y un 20%, aunque en su primera visita, deseaban visitar este destino. Internet es la cuarta opción más señalada (11%), seguido por la publicidad tradicional y las agencias de viajes tradicionales (3,5% y 2,7%, respectivamente).

Gráfico 12. Factores que influyen en la motivación del viaje

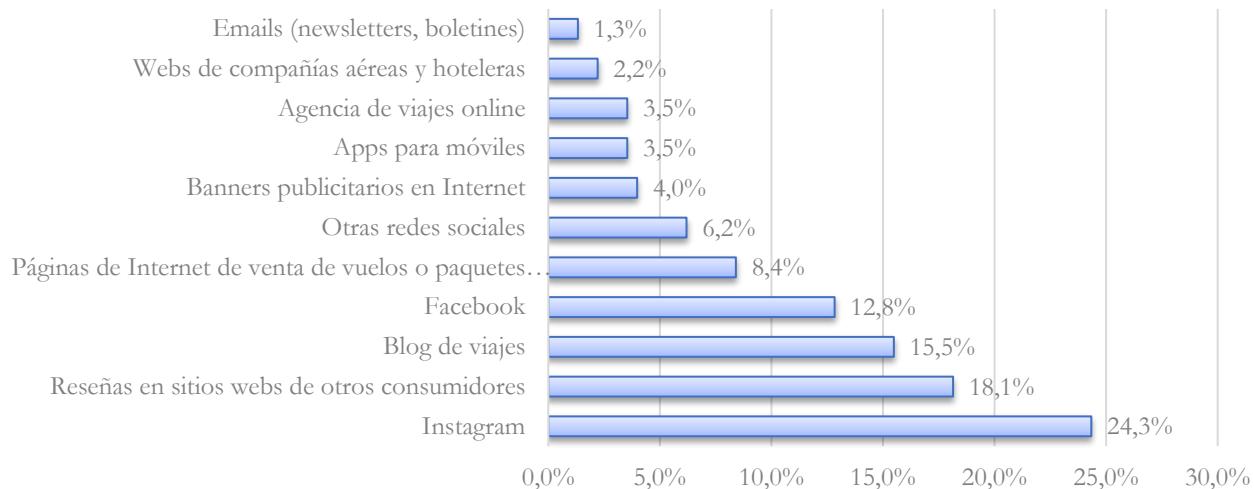


Fuente: Elaboración propia.

Es interesante profundizar en el conocimiento a través de Internet de la provincia de Jaén, tratándose de la tercera forma más habitual por la que muchos viajeros conocieron el destino. El Gráfico 13 presenta una desagregación de esta categoría, dadas sus múltiples variantes y el interés que supone conocer cuáles han sido más efectivos sobre el total de personas de este grupo. Entre los que conocieron la provincia a través de Internet, casi un 45% lo hizo a través de redes sociales (suma de todas las redes contempladas). Instagram dio a conocer la provincia al 24,3% de los viajeros que la descubrieron a través de internet. Facebook lo hizo para el 12,8% y otras redes para el 6,2%.

Hay que destacar la importancia de las valoraciones de otros viajeros en la provincia, debido a que un 18,1% la descubrió a través de reseñas en sitios webs de otros consumidores. Los portales de venta de vuelos o paquetes, como Edreams, Booking o Kayak constituyen un 8,4% de las respuestas. En esta ocasión, las agencias de viajes online tan solo han influido en el 3,5% de los viajeros que conocieron la provincia en la red.

Gráfico 13. Conocimiento del destino a través de Internet



Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 5 muestra la organización de compra del viaje de los encuestados por comarcas. La organización del viaje de los visitantes de la provincia de Jaén se ha venido definiendo por su bajo nivel de intermediación, siendo los propios viajeros los que adquieren únicamente el alojamiento, o bien no adquieren ningún producto antes de comenzar su viaje. Esta tabla debe leerse en base a las columnas de cada comarca, analizando así el comportamiento de los viajeros en cada una de ellas. En la Sierra Sur y en la Comarca Metropolitana de Jaén destacan aquellos viajeros que no han comprado ningún producto a la hora de iniciar su viaje (90% y 62,8%, respectivamente) y sólo adquieren el alojamiento un 7% y un 16,3%. En La Loma, un 51,7% compra únicamente el alojamiento, mientras que en la Sierra de Cazorla y en la Sierra de Segura lo hacen un 75% y un 76,9%, respectivamente. En estos tres casos, no compran ningún producto de manera previa un 37,1%, un 22% y un 19%. En Sierra Morena, casi un 60% de los viajeros no adquiere ningún producto antes de comenzar el viaje y un 29% solo compra el alojamiento.

Tabla 5. Organización de la compra del viaje por comarcas

	Sierra Sur	Comarca Metropolitana de Jaén	Campiña de Jaén	El Condado	La Loma	Sierra de Cazorla	Sierra de Segura	Sierra Mágina	Sierra Morena
Transporte y alojamiento independientemente	1,0%	8,2%	--	--	1,5%	1,5%	0,0%	--	3,2%
Transporte + alojamiento conjunto.	1,0%	1,5%	--	--	3,5%	0,0%	0,5%	--	6,5%
Paquete turístico / viaje organizado	1,0%	2,6%	--	--	3,1%	1,0%	2,7%	--	3,2%
Sólo he comprado transporte	0,0%	8,7%	--	--	3,1%	0,5%	0,9%	--	0,0%
Sólo he comprado el alojamiento	7,0%	16,3%	--	--	51,7%	75,0%	76,9%	--	29,0%
No he comprado ningún producto antes de comenzar el viaje	90,0%	62,8%	--	--	37,1%	22,0%	19,0%	--	58,1%

Fuente: Elaboración propia.

-- Información no disponible.

La organización de compra del viaje relacionada con la edad se muestra en la Tabla 6. Para interpretar esta tabla, cabe recordar que el total de la muestra se divide entre todos los cruces de variables propuestos, siendo la suma de estos el 100%. Ya se ha visto que, principalmente, la organización del viaje se reduce a la reserva del alojamiento en la mayoría de los grupos. Ahora bien, el mayor porcentaje de la muestra se encuentra en las personas entre 41 y 56 años que han adquirido únicamente el alojamiento para su viaje (17,3%), seguido del grupo de entre 25 y 40 años que han optado por hacer lo mismo (16,7%). Llegados a este punto, hay que indicar que sólo compran alojamiento el 59,9% de los encuestados, seguidos por aquellos que no compran ningún tipo de producto antes de comenzar el viaje (41%). La adquisición de paquetes turísticos o viajes organizados sólo supone un 2,3% del total.

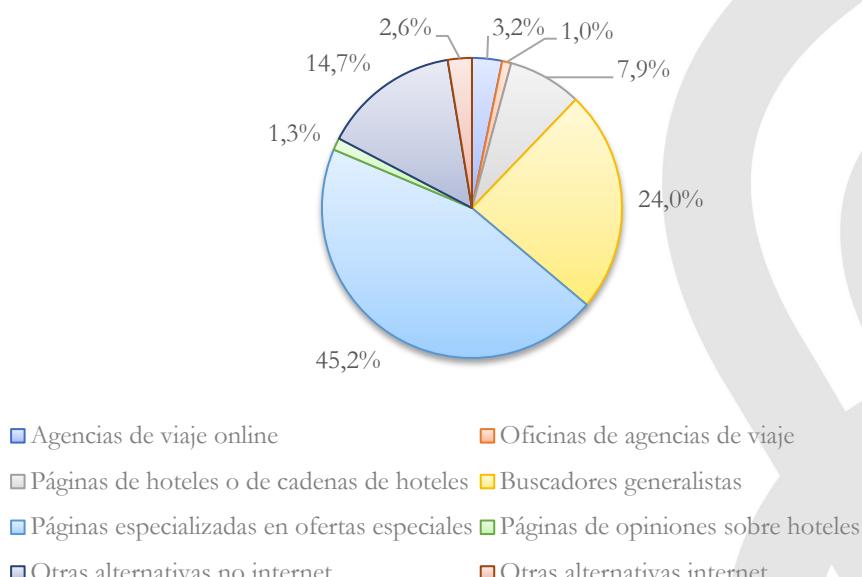
Tabla 6. Organización de la compra del viaje por rangos de edad

	18-24 años	25-40 años	41-56 años	57-75 años	76 y más años
Transporte y alojamiento independientemente	0,0%	1,0%	1,1%	0,4%	0,0%
Transporte + alojamiento conjunto.	0,2%	0,4%	0,3%	0,6%	0,1%
Paquete turístico / viaje organizado	0,1%	0,3%	0,4%	1,5%	0,0%
Sólo he comprado transporte	0,2%	1,0%	0,5%	0,8%	0,3%
Sólo he comprado el alojamiento	2,1%	16,7%	17,3%	13,5%	0,3%
No he comprado ningún producto antes de comenzar el viaje	2,7%	13,8%	15,0%	9,2%	0,3%

Fuente: Elaboración propia.

El medio más empleado para la reserva y/o compra de alojamiento han sido las páginas especializadas en ofertas especiales (45,2%), seguidas por buscadores generalistas (24%) y otras alternativas sin acceder a Internet (14,7%). Las propias webs de los hoteles y cadenas hoteleras (7,9%) ocupan la cuarta posición a la hora de reservar el alojamiento (Gráfico 14).

Gráfico 14. Medio utilizado para la reserva y/o compra de alojamiento



Fuente: Elaboración propia.



GASTO REALIZADO DURANTE EL VIAJE

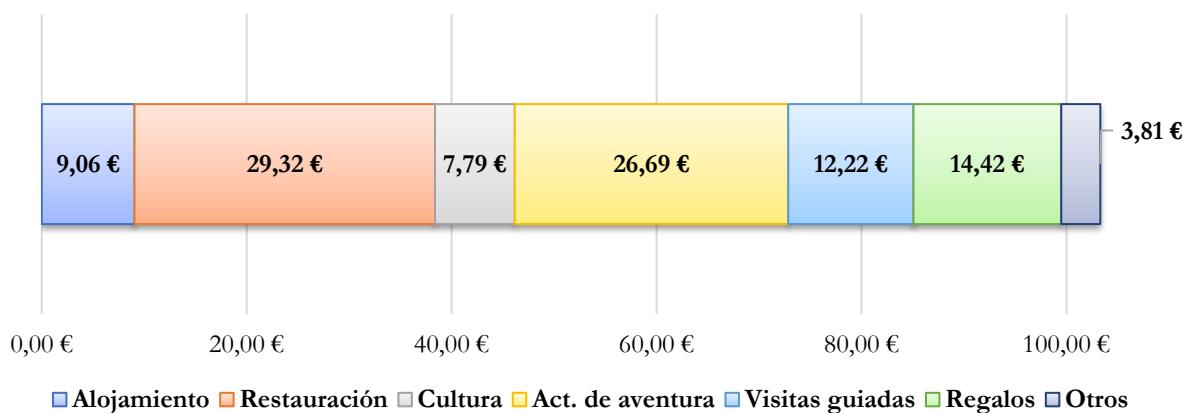
51

5. Gasto realizado durante el viaje

En esta sección, se analiza el gasto realizado por los viajeros en la provincia de Jaén durante su estancia. El promedio de personas que viaja bajo un mismo presupuesto o unidad de gasto es de 2,94 viajeros. Un 2,3% de los encuestados adquirieron paquetes turísticos para su viaje, pagando de media por éstos 345,78€, cantidad inferior a los 370,65€ de 2024.

Como promedio, el gasto diario total en la provincia de Jaén por persona es de 103,31€, 30€ más que en 2024 (73,90€) (Gráfico 15). Desglosando este gasto en diferentes partidas, sigue destacando la importancia que la gastronomía está ganando en la provincia, destinándose 29,32€ por persona y día en restauración, ocupando el primer lugar (en 2024 esta partida fue de 12,86€). El gasto destinado al alojamiento es de 9,06€ y las actividades de aventura constituyen una media diaria de 26,69€. La adquisición de souvenirs y regalos de 14,42€.

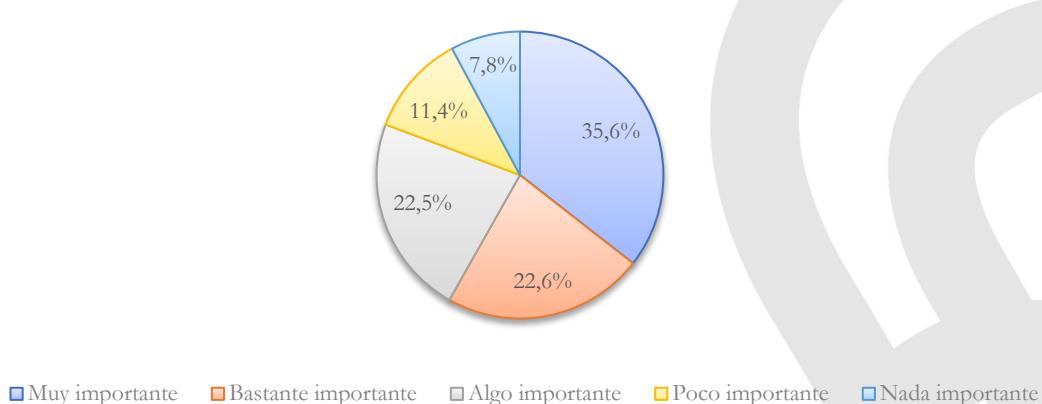
Gráfico 15. Gasto medio diario en la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

El Gráfico 16 muestra la importancia del precio a la hora de realizar el viaje a la provincia de Jaén. El 7,8% no otorga importancia a éste, mientras que un 11,4% lo considera poco importante. Otorgando algo de importancia se encuentra el 22,5% de los encuestados, a los que le sigue un 22,6% que lo valoran como bastante importante. Finalmente, un 35,6% de los viajeros lo consideran muy importante, aumentando este grupo en 12 puntos porcentuales con respecto a 2024.

Gráfico 16. Importancia del precio a la hora viajar a la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

El análisis de la importancia del precio por comarcas (Tabla 7) consiste en la misma aproximación a la importancia otorgada al precio por parte de los viajeros en la provincia, pero esta vez desagregada en las comarcas en las que se ubica cada punto de realización de encuestas. En Sierra Sur destacan los viajeros que otorgan al precio poca importancia (47%) y ninguna (24%). En cambio, en la Comarca Metropolitana de Jaén la situación se invierte, siendo un 68,4% los que lo consideran muy importante y un 30,1% bastante importante. En La Loma destacan el grupo de los que dan bastante o mucha importancia (57,5% entre ambos), mientras que en la Sierra de Cazorla otorgan mucha importancia el 44% de los encuestados en la zona. En la Sierra de Segura la mayor parte da algo de importancia al precio en la comarca (39,4%) y en Sierra Morena, casi un 50% lo considera muy importante.

Tabla 7. Importancia del precio a la hora viajar a la provincia de Jaén, por comarcas

	Sierra Sur	Comarca Metropolitana de Jaén	Campiña de Jaén	El Condado	La Loma	Sierra de Cazorla	Sierra de Segura	Sierra Mágina	Sierra Morena
Muy importante	3,0%	68,4%	--	--	29,3%	44,0%	19,0%	--	48,4%
Bastante importante	8,0%	30,1%	--	--	28,2%	21,5%	17,6%	--	19,4%
Algo importante	18,0%	1,0%	--	--	27,4%	22,5%	39,4%	--	12,9%
Poco importante	47,0%	0,0%	--	--	5,0%	4,5%	18,1%	--	19,4%
Nada importante	24,0%	0,5%	--	--	10,0%	7,5%	5,9%	--	0,0%

Fuente: Elaboración propia.

-- Información no disponible.

La Tabla 8 muestra la importancia otorgada al precio según los diferentes rangos de edad de los viajeros encuestados y para su interpretación, cabe recordar que el total de la muestra se divide entre todos los cruces de variables propuestos, siendo la suma de estos el 100%. A simple vista, no hay grandes variaciones ni grupos destacados. En cualquier caso, sobresalen ligeramente los viajeros que otorgan mucha importancia de entre 25 y 40 años (12,9%) y de entre 41 y 56 años (11%), constituyendo un 23,9% del total.

Tabla 8. Importancia del precio a la hora viajar a la provincia de Jaén según rangos de edad

	18-24 años	25-40 años	41-56 años	57-75 años	76 y más años
Muy importante	2,2%	12,9%	11,0%	8,7%	0,7%
Bastante importante	1,5%	9,2%	6,8%	5,1%	0,1%
Algo importante	0,9%	7,4%	8,3%	5,7%	0,2%
Poco importante	0,4%	2,4%	5,1%	3,6%	0,0%
Nada importante	0,3%	1,2%	3,4%	3,0%	0,0%

Fuente: Elaboración propia.

-- Información no disponible.

The background features a large, abstract graphic design composed of several concentric circles and radiating arcs in various shades of blue. The design is centered and occupies most of the page.

MOTIVACIÓN DEL VIAJE Y ACTIVIDADES REALIZADAS

6. Motivación del viaje y actividades realizadas

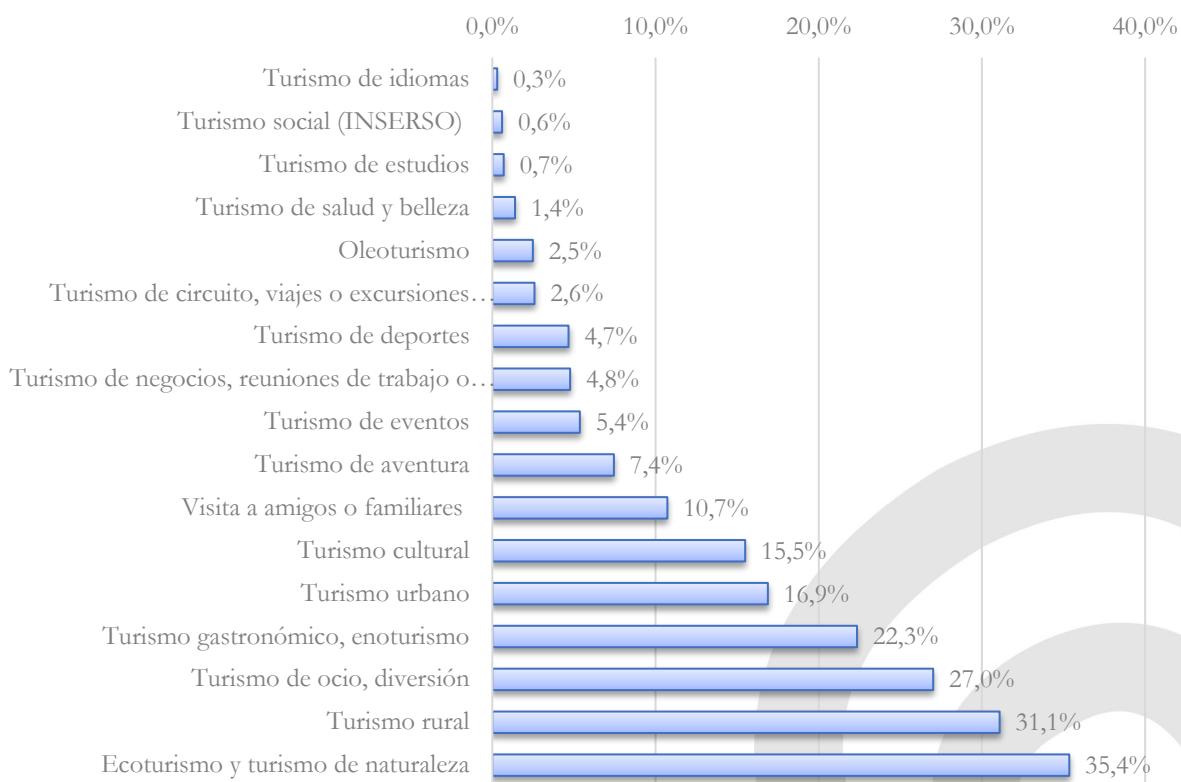
En esta sección se abordan las motivaciones del viaje, así como las actividades realizadas durante la estancia. La principal motivación para viajar a la provincia de Jaén son las prácticas de ecoturismo y turismo de naturaleza (35,4%), que ha pasado desde la tercera a la primera posición.

El turismo rural mantiene la segunda, siendo la opción del 31,1% de los viajeros, seguido muy de cerca por el turismo de ocio y diversión (27%). El turismo gastronómico ha sido la motivación del 22,3% de los encuestados, 2 puntos menos que en 2024.

Hay que mencionar que el turismo cultural ocupó la primera posición en 2024, con un 40% de los viajeros que lo indicaron como su motivación principal. En 2025, ha caído a la sexta posición con un 15,5% de las respuestas.

La visita a amigos o familiares motivan al 10,7% de los encuestados. El resto de tipologías turísticas contempladas presentan valores con menor peso sobre el total, destacando el turismo de aventura (7,4%) y el turismo de eventos (5,4%). El oleoturismo, en este caso, fue la opción indicada por el 2,5% de los viajeros.

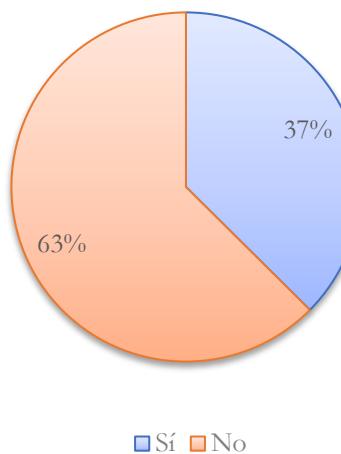
Gráfico 17. Motivaciones principales para viajar a la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

En 2024, ha disminuido el porcentaje de viajeros que afirma hacer uso de las oficinas de turismo. En 2024, fue un 43%, mientras que en 2025 ha sido un 37% (Gráfico 18). Los resultados del uso de las oficinas de turismo en 2025 vuelven a mostrar una tendencia negativa, la cual se había roto en la encuesta anterior.

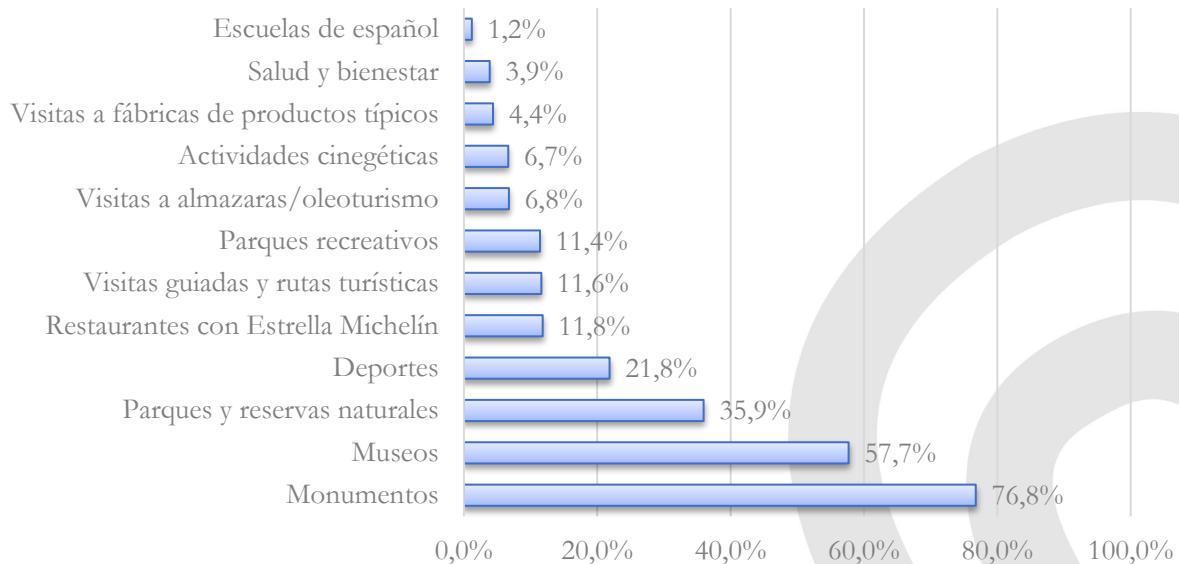
Gráfico 18. Utilización de servicios de oficina de turismo en la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

Entre las actividades que realizan los viajeros que visitan la provincia de Jaén, un 76,8% visitó diferentes monumentos por la provincia, junto al 57,7% que accedió a museos. El disfrute de cualquiera de los parques y reservas naturales ha sido llevado a cabo por el 35,9% de los viajeros. Un 21,8% practica deportes durante su estancia (mejora frente al 13,5% de 2024). Un 11,8% de los encuestados ha disfrutado de la gastronomía en Restaurantes con Estrella Michelín, lo que supone 10 puntos porcentuales más que en 2024 y la confirmación de la importancia de estos recursos en la provincia. Las visitas guiadas y rutas turísticas están en la organización del viaje de un 11,6%.

Gráfico 19. Actividades realizadas durante la estancia en la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 9 muestra el porcentaje de viajeros que asistió a actividades concretas en la provincia de Jaén. Hay que indicar que un 69% de los encuestados afirmó no participar en ninguna de las actividades propuestas, por lo que el resto de opciones presentan valores bastante residuales. Destacan las fiestas populares (8,1%), otro tipo de espectáculos (música, teatro, danza, etc.) (6,9%) y otro tipo de eventos (5,9%). Las reuniones de empresa lo son del 4,3%.

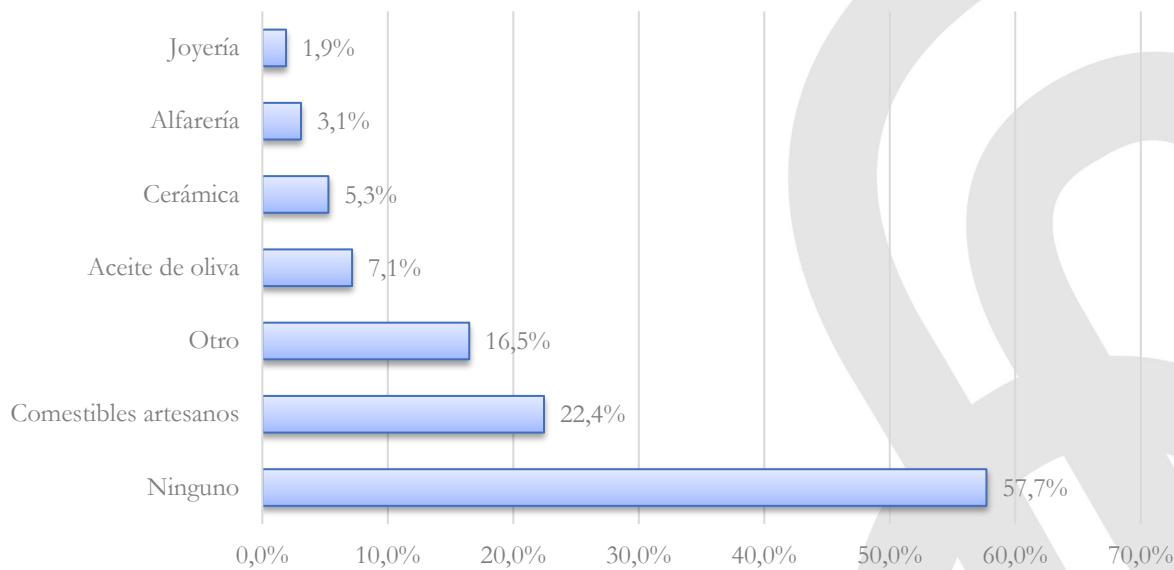
Tabla 9. Asistencia a actividades específicas en la provincia de Jaén

Actividades específicas	Asistencia
Espectáculos Deportivos (spectador)	1,7%
Espectáculos Deportivos (participante)	1,6%
Otro tipo de espectáculos (música, teatro, danza, etc.)	6,9%
Congresos	2,3%
Reuniones de empresa	4,3%
Ferias de muestras	1,7%
Fiestas populares	8,1%
Celebraciones	4,0%
Eventos religiosos	4,0%
Otro tipo de eventos	5,9%
Ninguno de los anteriores	69,0%

Fuente: Elaboración propia.

Para conocer aspectos sobre la compra de artesanía en la provincia de Jaén, el Gráfico 20 recoge los artículos que los visitantes adquirieron durante su estancia. Como puede apreciarse, hay un elevado porcentaje (57,7%) que no ha comprado souvenirs. A estos le siguen un 22,4% de viajeros que compran comestibles artesanos y, muy de cerca, los que optan por adquirir otros no contemplados en la encuesta (16,5%) y preferían productos gastronómicos como quesos, embutidos, patés o souvenirs diversos que suponen un recuerdo de la provincia (ímanes, llaveros, etc.) Tras estos viajeros se encuentran los que han adquirido principalmente aceite de oliva (7,1%) y cerámica (5,3%).

Gráfico 20. Compra de artesanía en la provincia de Jaén



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES



7. Conclusiones

Las encuestas realizadas a lo largo de 2025 en la provincia de Jaén permiten obtener una caracterización del perfil del turista. Al igual que en 2023 y 2024, atraer un mayor volumen de turismo extranjero sigue siendo una tarea pendiente en la provincia. De hecho, la gran mayoría de viajeros que ha mostrado un interés especial en conocer la provincia de Jaén son de origen nacional (93%), frente al 7% de origen internacional.

El 68,5% de los viajeros son turistas que pernoctan, al menos, una noche y el 28,6% son excursionistas. Tan sólo un 2,9% son trabajadores. Cabe destacar alta tasa de empleo entre los viajeros, siendo el 77% los que se encontraban trabajando en el momento de la encuesta. Además, el nivel de formación del turista que visita la provincia de Jaén sigue siendo muy elevado, ostentando un título universitario, de grado medio o superior, el 64,1% de los encuestados, lo que implica un descenso con respecto a 2024 en 6 puntos porcentuales. En esta ocasión, el 92% de la muestra posee, al menos, un título de ESO, ciclo de FP, bachiller o superior.

La forma preferida de viaje entre los visitantes de la provincia de Jaén sigue siendo viajar en pareja (44,2%), seguida de los diferentes grupos de familias individuales, que suponen un 23,4% del total. Por otro lado, el coche privado es el medio de transporte más utilizado para llegar a Jaén (81,6% de los encuestados), que se hospedan en casas o apartamentos rurales (27,6%). Los hoteles de 4 o 5 estrellas (16,4%) y los hoteles de 3 estrellas (15,6%) son los siguientes tipos de alojamiento preferidos, soliendo pernoctar una media de entre dos y tres noches en su viaje por la provincia.

Úbeda y Baeza vuelven a ser los destinos con la intención de visita más alta (41,2%), superando al Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas (37,8%). La ciudad de Jaén es la opción preferida por el 18,1% de los entrevistados, con una popularidad similar a la de 2024. A la hora de pernoctar, las ciudades Patrimonio de la Humanidad (35,9%) y la propia capital (28,7%) son las opciones elegidas por aquellos que pasan la noche en más de un destino. El Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas (27,4%) ha pasado de la primera a la tercera posición en este caso.

La recomendación de amigos y familiares influye en el 35% de los que deciden visitar la provincia. Por otro lado, un 33% tenía conocimiento previo de la provincia, lo que equivale a casi un 20% real de viajeros con un elevado potencial de fidelización. Además, la información disponible en Internet atrae al 11% de la muestra. Atendiendo a este grupo, el 45% afirmó que fue a través de redes sociales (frente al 23,9% de 2024). Instagram (24,3%) y Facebook (12,8%) fueron las redes con mayor impacto. Otro 8,4% conoció el destino a través de portales de venta de vuelos o paquetes como Edreams, Booking o Kayak, 15 puntos porcentuales menos que en 2024.

La desintermediación se sigue notando en la organización del viaje a la provincia de Jaén, siendo los propios viajeros los que compran únicamente el alojamiento (49,9%) o que, incluso, no adquieren ningún producto antes de comenzar su viaje (41%). Un 45,2% de los que han realizado algún tipo de reserva la han hecho a través de páginas especializadas en ofertas especiales.

El gasto diario por viajero que visita la provincia se sitúa en 103,31€, aumentando con respecto a los 73,90€ registrados en 2024. La restauración supone un 28,4% del gasto diario total (29,32€), seguida por el alojamiento, que está en torno al 9% (9,06€). Las actividades de aventura ocupan de nuevo el tercer lugar según su porcentaje sobre el gasto total, ascendiendo su cuantía a 26,69€. Un 19,3% de los viajeros otorgan poca o ninguna importancia al precio a la hora de viajar a la provincia de Jaén, porcentaje que disminuye respecto al 37,5% del año anterior y aumentando la importancia en general. Finalmente, los comestibles artesanos repiten como los souvenirs preferidos por los viajeros de la provincia, con un 22,4%. Un 7,1% compró aceite de oliva durante su viaje.



Sistema de Inteligencia Turística de la provincia de Jaén

Campus de Las Lagunillas, s/n. D3-273

23071 Jaén

Teléfono: 953 21 20 70

Email: jipulido@ujaen.es

Web: www.sit-jaen.com