

PERFIL DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LA PROVINCIA DE JAÉN 2025

Elaboración y redacción:

Subvenciona:

Perfil de los turistas que visitan 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): *Perfil de los turistas que visitan la provincia de Jaén 2025*. Sistema de Inteligencia Turística de la provincia de Jaén. Cátedra de Turismo de Interior de la Universidad de Jaén, Jaén.



Índice

1. Introducción	5
2. Motivación del viaje	7
3. Gasto medio diario	9
4. Calificación realizada por los turistas	13
5. Cuota de participación de la demanda en el mercado andaluz	15
6. Estancia media de los turistas en la provincia de Jaén (incluye todos los tipos de alojamiento)	19
7. Impacto económico directo del turismo en la provincia de Jaén	23
8. Conclusiones	25

1

INTRODUCCIÓN

1. Introducción

El análisis que se realiza en este informe tiene como base la información recopilada en la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). La periodicidad con la que se facilita la información en dicha encuesta es trimestral. Por tanto, en este trabajo se presenta una comparación directa de 2025 con los correspondientes trimestres de 2024. En los casos en los que es posible, se muestran las tasas de variación interanual (comparativa porcentual con el mismo trimestre del año anterior).

Los datos presentados corresponden a la provincia de Jaén y a Andalucía, y en algunos casos se compara con otras provincias de la comunidad autónoma. En este análisis, hay información relativa a la provincia de Jaén con respecto a la motivación principal del viaje del turista, el gasto medio realizado, la calificación que los turistas otorgan a diferentes aspectos del destino que visitan, comparada con Andalucía, la cuota de participación de la provincia de Jaén en el mercado andaluz, así como la estancia media por trimestres, comparada con el resto de provincias.

El último apartado muestra el impacto directo económico del turismo en la provincia de Jaén, que toma en cuenta las pernoctaciones y el gasto promedio diario, y su comparación con los ingresos directos por turismo durante los mismos períodos del año anterior. Estos datos aportan una visión de la situación actual de la demanda turística en la provincia de Jaén.

2

MOTIVACIÓN DEL VIAJE

2. Motivación del viaje

El análisis de la motivación del viaje constituye un elemento clave para interpretar la estructura real de la demanda turística, ya que permite identificar no solo las razones declaradas del desplazamiento, sino también el tipo de impacto económico y territorial que dicho turismo genera. La Tabla 1 recoge la distribución porcentual de las motivaciones de los turistas que visitaron la provincia de Jaén a lo largo de los cuatro trimestres de 2024 y 2025.

En ambos años, el motivo predominante del viaje ha sido el ocio o las vacaciones. No obstante, en 2025 se observa una pérdida significativa de peso de esta motivación, que pasa del 76,38% del total en 2024 al 68,06% en 2025. Este descenso no se concentra en un único periodo, sino que se reproduce de forma generalizada a lo largo de todos los trimestres, con una reducción especialmente acusada en el cuarto trimestre de 2025, donde el turismo vacacional se sitúa en el 51,35%. Este comportamiento apunta a un cambio en la composición de la demanda más que a una fluctuación estacional puntual.

Paralelamente, la visita a familiares y amigos gana protagonismo en 2025, incrementando su peso del 9,71% al 16,18% del total anual. El aumento es progresivo a lo largo del año y se intensifica en el tercer y cuarto trimestre, cuando esta motivación alcanza valores próximos o superiores al 20%. Este tipo de desplazamientos, de carácter marcadamente relacional y doméstico, suele asociarse a un menor uso de alojamiento turístico reglado y a un impacto económico más limitado, lo que introduce matices relevantes en la interpretación de las cifras globales de visitantes.

En cuanto a los viajes por trabajo, negocios, asistencia a ferias, congresos o convenciones, su presencia es nula en 2024 según los datos disponibles, mientras que en 2025 adquieren cierta relevancia, concentrándose principalmente en el segundo y cuarto trimestre y alcanzando un 7,53% del total anual. Este cambio abrupto entre ambos años debe interpretarse con cautela, ya que puede responder tanto a una mejora en la captación de este perfil dentro del cuestionario como a una modificación real del comportamiento de la demanda. Por último, la categoría de otros motivos de viaje mantiene un peso elevado en ambos años, situándose en torno al 14% en 2024 y al 12% en 2025, con picos relevantes en determinados trimestres.

Tabla 1. Motivación del viaje de los turistas de la provincia de Jaén (2024-2025)

Motivo del viaje	Primer trimestre		Segundo trimestre		Tercer trimestre		Cuarto trimestre		Total	
	2024 (%)	2025 (%)	2024 (%)	2025 (%)	2024 (%)	2025 (%)	2024 (%)	2025 (%)	2024 (%)	2025 (%)
Trabajo o Negocios, Asistencia a ferias, congresos o convenciones	0,00	0,00	0,00	6,94	0,00	0,00	0,00	8,11	0,00	7,53
Vacaciones u ocio	80,88	79,71	74,32	68,06	74,65	73,13	75,68	51,35	76,38	68,06
Visita a familiares y amigos	8,82	10,14	14,86	16,67	7,04	14,93	8,11	22,97	9,71	16,18
Otros	10,29	10,14	10,81	8,33	18,31	11,94	16,22	17,57	13,91	12,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

-- Dato no disponible.

The background is a solid blue color. Overlaid on this is a large, white, stylized number '3'. Behind the number, there is a faint, light blue graphic of a hand with fingers spread, palm facing forward. The hand graphic is composed of several curved, overlapping shapes that suggest movement or a gesture.

3

GASTO MEDIO DIARIO

3. Gasto medio diario

El gasto medio diario (GMD) constituye uno de los indicadores más relevantes para evaluar la capacidad real de generación de valor del destino, ya que permite ir más allá del volumen de visitantes y aproximarse al impacto económico efectivo del turismo. A continuación, se presenta la evolución del gasto medio diario en las provincias andaluzas, por trimestres, a lo largo de 2024 y 2025, para su comparativa.

El GMD confirma a Jaén como uno de los destinos con mayor capacidad de generación de valor turístico en Andalucía. En el primer trimestre de 2024 (Tabla 2), la provincia registra el GMD más elevado del conjunto regional (94,08€), muy por encima de la media andaluza (78,34€), lo que evidencia un posicionamiento vinculado a un turismo menos masivo y de mayor gasto por turista.

En 2025, el GMD de Jaén desciende ligeramente hasta los 92,21€ (-1,99%), si bien se mantiene en niveles elevados y competitivos dentro del contexto regional. Este ajuste se produce en un escenario de crecimiento generalizado del gasto en Andalucía (6,48%), impulsado por incrementos significativos en provincias como Granada (16%) y Málaga (9,86%).

Tabla 2. Gasto medio diario por provincias (Primer trimestre 2024-2025)

Territorio	Primer trimestre			
	2024		2025	
	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	74,03	13,90	77,22	4,32
Cádiz	92,78	7,40	91,80	-1,05
Córdoba	85,96	8,84	86,53	0,66
Granada	84,60	5,29	98,14	16,00
Huelva	60,29	4,65	65,85	9,22
Jaén	94,08	4,95	92,21	-1,99
Málaga	66,52	4,63	73,08	9,86
Sevilla	82,28	1,02	84,67	2,91
Andalucía	78,34	5,34	83,42	6,48

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

En el segundo trimestre, el GMD vuelve a situar a Jaén en una posición destacada. En 2024, el GMD alcanza los 83,19€, con un crecimiento interanual del 2,86%, superando al GMD andaluz. Que se situó en los 80,65% (2,30%) consolidando a Jaén en el grupo de provincias con mayor gasto por turista. En 2025 llega a superar los 90€ de GMD, que es un 8.98% más elevado que el de 2024. Este comportamiento se produce en un contexto de crecimiento generalizado del GMD en Andalucía (6,87%), impulsado especialmente por Cádiz (10,19%), Jaén, Huelva (7,51%) y Málaga (6,45%) (Tabla 3).

Tabla 3. Gasto medio diario por provincias (Segundo trimestre 2024-2025)

	Segundo trimestre			
	2024		2025	
Territorio	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	61,66	1,77	66,46	7,77
Cádiz	84,87	-0,79	93,52	10,19
Córdoba	88,62	10,53	91,34	3,08
Granada	84,61	4,54	89,21	5,44
Huelva	51,38	-0,18	55,24	7,51
Jaén	83,19	2,86	90,66	8,98
Málaga	89,01	0,63	94,75	6,45
Sevilla	79,43	0,26	83,71	5,39
Andalucía	80,65	2,30	86,19	6,87

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

Durante el tercer trimestre, el GMD no sitúa a Jaén entre las provincias con mejor rendimiento económico por turista. En 2024, el GMD alcanza los 83,35€, con un incremento interanual del 8,39%, que, aunque no alcanzando el GMD de Andalucía (84,39€) sí crece a mayor ritmo. En 2025, el gasto se eleva hasta los 93,37€, lo que supone un crecimiento adicional del 12,03%, consolidando una trayectoria claramente ascendente. Este avance se enmarca en un contexto de aumento general del gasto en Andalucía (7,57%), destacando Almería, Córdoba, Jaén y Málaga con incrementos superiores al 10%.

Tabla 4. Gasto medio diario por provincias (Tercer trimestre 2024-2025)

	Tercer trimestre			
	2024		2025	
Territorio	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	71,15	12,07	78,79	10,73
Cádiz	96,26	5,30	96,64	0,39
Córdoba	82,02	15,88	90,25	10,04
Granada	91,29	7,63	91,43	0,14
Huelva	66,89	6,93	71,26	6,53
Jaén	83,35	8,39	93,37	12,03
Málaga	86,47	5,01	96,86	12,02
Sevilla	82,12	12,01	89,83	9,39
Andalucía	84,39	7,34	90,77	7,57

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

En el cuarto trimestre, Jaén mejora de forma clara su gasto medio diario, pasando de 81,21€ en 2024 a 87,09€ en 2025, lo que supone un incremento interanual del 7,24%. El dato es relevante por dos motivos: primero, porque el avance supera el crecimiento medio de Andalucía (84,43€; 3,06%); segundo, porque se produce en un trimestre donde varias provincias retroceden de manera significativa, como Cádiz (-6,10%), Granada (-3,04%) o Huelva (-8,90%). En paralelo, destacan subidas intensas en Córdoba (4,09%) y Málaga (9,38%).

Tabla 5. Gasto medio diario por provincias (Cuarto trimestre 2024 - 2025)

Territorio	Cuarto trimestre			
	2024		2025	
	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Gasto medio diario (€)	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	68,39	-	72,50	6,00
Cádiz	93,16	-	87,48	-6,10
Córdoba	81,48	-	92,95	14,09
Granada	82,59	-	80,08	-3,04
Huelva	57,15	-	52,06	-8,90
Jaén	81,21	-	87,09	7,24
Málaga	85,08	-	93,06	9,38
Sevilla	85,58	-	87,03	1,69
Andalucía	81,92	5,29	84,43	3,06

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

-- Dato no disponible.

En el conjunto del año, el gasto medio diario refuerza el posicionamiento de Jaén como uno de los destinos con mayor capacidad de generación de valor turístico en Andalucía. En 2024, el GMD se sitúa en 85,46€, mientras que en 2025 asciende hasta los 92,08€, lo que supone un incremento del 7,75%, claramente por encima del crecimiento medio regional. Este avance sitúa a Jaén en un grupo reducido de provincias que combinan niveles elevados de gasto con una evolución positiva, junto a territorios como Cádiz (93,99€) o Granada (92,92€)

El comportamiento agregado de Andalucía muestra un aumento del GMD del 6,72%, situándose en los 86,60€ de GMD, lo que indica un contexto favorable general. Sin embargo, el caso de Jaén destaca por mantener un diferencial de gasto sostenido en el tiempo, confirmando un modelo turístico menos dependiente del volumen y más orientado al valor económico del visitante.

Tabla 6. Gasto medio diario por provincias (2024 – 2025)

Territorio	Gasto medio diario (€) 2024	Gasto medio diario (€) 2025	Tasa de variación 25/24 (%)
Almería	68,81	74,16	7,77%
Cádiz	91,77	93,99	2,42%
Córdoba	84,52	89,37	5,75%
Granada	85,77	92,92	8,34%
Huelva	58,93	64,12	8,81%
Jaén	85,46	92,08	7,75%
Málaga	81,77	88,23	7,90%
Sevilla	82,35	86,07	4,51%
Andalucía	81,33	86,80	6,72%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

4

CALIFICACIÓN REALIZADA POR LOS TURISTAS

4. Calificación realizada por los turistas

La Tabla 7 muestra la valoración global que otorgan los turistas a la comunidad autónoma de Andalucía y a la provincia de Jaén durante todos los trimestres de 2024 y 2025. La escala de color permite apreciar los valores más bajos (color rojo) y más altos (color verde) con mayor facilidad.

La calificación global del viaje evidencia niveles de satisfacción muy elevados a lo largo de todo el año, tanto en Jaén como en el conjunto de Andalucía, si bien la provincia presenta un desempeño sistemáticamente superior en todos los trimestres. En 2024, Jaén alcanzó sus mejores valoraciones en el segundo y cuarto trimestre (9,34 y 9,35), superando de forma consistente la media regional y mostrando una experiencia turística bien valorada.

En 2025, esta pauta se intensifica. Mientras la percepción global en Andalucía registra un ligero descenso progresivo desde el primer al tercer trimestre, Jaén mantiene e incluso mejora sus niveles de satisfacción, alcanzando valores de 9,43 en el segundo y tercer trimestre y un máximo anual de 9,50 en el cuarto. Esta evolución sugiere una mayor estabilidad cualitativa del destino, capaz de sostener altos niveles de satisfacción tanto en temporada alta como en periodos de menor demanda, reforzando su posicionamiento basado en valor y experiencia.

Tabla 7. Calificación global del viaje realizado por los turistas a la provincia de Jaén y Andalucía (2024 y 2025)

2024	1er trimestre		2º trimestre		3er trimestre		4º trimestre	
Índice sintético de percepción	Andalucía	Jaén	Andalucía	Jaén	Andalucía	Jaén	Andalucía	Jaén
2024	9,18	9,26	9,08	9,34	9,04	9,23	9,19	9,35
2025	9,12	9,19	9,03	9,43	8,95	9,43	9,10	9,50

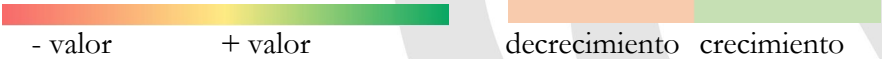


Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

La Tabla 8 muestra la media anual de las calificaciones que los turistas realizaron para la provincia de Jaén y Andalucía, junto a la variación que presenta 2025 respecto a 2024. El índice sintético de percepción confirma una evolución diferenciada entre la provincia Jaén y el conjunto de Andalucía. Mientras que la percepción global de Andalucía registra un ligero descenso en 2025 (-0,76%), hasta los 9,05 puntos, Jaén presenta una mejora neta, elevando su índice sintético de 9,29 a 9,39 (1,00%).

Tabla 8. Calificación desagregada por aspectos de la provincia de Jaén y Andalucía (2024-2025)

	2024		2025		Tasa de variación 25/24 (%)	
	Andalucía	Jaén	Andalucía	Jaén	Andalucía	Jaén
Índice sintético de percepción	9,12	9,29	9,05	9,39	-0,76%	1,00%



Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

The background features a large, stylized logo of the University of Seville, which is a circular emblem with a crown on top. The logo is rendered in a light blue color against a darker blue background. The number 5 is prominently displayed in the center of the logo.

5

CUOTA DE PARTICIPACIÓN DE LA DEMANDA
EN EL MERCADO ANDALUZ

5. Cuota de participación de la demanda en el mercado andaluz

Este apartado analiza el número total de turistas que se recibieron en Andalucía y en sus provincias durante los cuatro trimestres de 2024 y 2025, según la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA). Los datos se muestran desagregados por provincias, indicando qué porcentaje supone cada una de ellas sobre el total y calculando su variación con respecto al mismo período del año anterior.

A la vista de la Tabla 9, en el primer trimestre, la distribución del número de turistas confirma una alta concentración del mercado andaluz en un reducido grupo de provincias, con Málaga, Sevilla y Granada acumulando más del 65% del total de visitantes en ambos años. En este contexto, Jaén mantiene una cuota claramente minoritaria, que pasa del 2,85% en 2024 al 2,61% en 2025, acompañada de una reducción del número de turistas del -7,13%, hasta los 168.347. Esta evolución contrasta con el crecimiento regional, aunque moderado, registrado en Andalucía (1,28%).

Tabla 9. Número de turistas y cuota de participación de las provincias en el mercado andaluz (Primer trimestre 2024 – 2025)

	Primer trimestre					
	2024			2025		
Territorio	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	5,35	340.602	5,47	4,58	295.602	-13,21
Cádiz	13,85	882.186	15,16	12,13	782.168	-11,34
Córdoba	7,03	447.893	16,99	7,71	497.659	11,11
Granada	17,41	1.109.056	5,32	17,63	1.137.427	2,56
Huelva	7,40	471.471	5,24	6,26	403.511	-14,41
Jaén	2,85	181.263	9,86	2,61	168.347	-7,13
Málaga	27,41	1.745.734	12,11	28,55	1.841.494	5,49
Sevilla	18,70	1.190.823	11,23	20,53	1.324.510	11,23
Andalucía	100,00	6.369.030	10,47	100,00	6.450.720	1,28

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

La Tabla 10 muestra el número de turistas para el segundo trimestre. En el segundo trimestre, el mercado turístico andaluz muestra una evolución moderadamente expansiva, con un aumento del número total de turistas del 2,43%. En este contexto, Jaén presenta un comportamiento estable en términos absolutos, pasando de 424.716 a 425.739 turistas, lo que supone un crecimiento prácticamente nulo (0,24%). Su cuota de participación se mantiene en torno al 4%, ligeramente por debajo del valor registrado en 2024.

A diferencia del primer trimestre, la provincia logra amortiguar la pérdida de peso relativo en un periodo de mayor competencia turística, especialmente frente a destinos de fuerte atracción estacional como Málaga o Cádiz.

Tabla 10. Número de turistas y cuota de participación de las provincias en el mercado andaluz
(Segundo trimestre 2024 – 2025)

	Segundo trimestre					
	2024			2025		
Territorio	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	6,99	697.283,06	0,73	6,92	706.659,70	1,34
Cádiz	18,67	1.861.778,71	17,07	18,40	1.880.060,10	0,98
Córdoba	6,03	601.369,73	-5,41	5,90	602.286,19	0,15
Granada	11,59	1.156.363,16	2,65	11,65	1.190.430,35	2,95
Huelva	9,01	898.817,32	-9,32	9,11	931.027,16	3,58
Jaén	4,26	424.716,22	11,55	4,17	425.738,68	0,24
Málaga	27,80	2.772.654,21	8,74	27,92	2.852.898,06	2,89
Sevilla	15,65	1.561.068,74	2,33	15,93	1.627.290,98	4,24
Andalucía	100,00	9.974.051,15	5,08	100,00	10.216.391,22	2,43

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

En el tercer trimestre, el mercado turístico andaluz registra un crecimiento intenso del número de turistas (10,24%), impulsado principalmente por los grandes destinos litorales y urbanos. En este contexto expansivo, Jaén muestra un comportamiento especialmente positivo, al incrementar el número de visitantes un 20,26%, el mayor crecimiento relativo entre las provincias analizadas. Este avance permite a la provincia aumentar su cuota de participación del 2,25% al 2,45%, rompiendo la tendencia de pérdida de peso observada en otros periodos del año (Tabla 11).

Tabla 11. Número de turistas y cuota de participación de las provincias en el mercado andaluz (Tercer trimestre 2024 – 2025)

	Tercer trimestre					
	2024			2025		
Territorio	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	9,82	1.233.145	-0,58	9,03	1.249.967	1,36
Cádiz	20,93	2.628.579	4,97	21,71	3.005.723	14,35
Córdoba	4,28	537.203	2,25	3,69	511.401	-4,80
Granada	10,74	1.348.535	4,47	10,47	1.449.614	7,50
Huelva	12,04	1.511.547	8,79	12,06	1.669.192	10,43
Jaén	2,25	282.069	6,11	2,45	339.205	20,26
Málaga	27,87	3.500.284	1,01	29,12	4.030.948	15,16
Sevilla	12,07	1.516.070	9,71	11,47	1.587.288	4,70
Andalucía	100,00	12.557.432	4,10	100,00	13.843.336	10,24

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

En el cuarto trimestre, el mercado turístico andaluz mantiene una evolución moderadamente positiva, con un crecimiento del número total de turistas del 3,64%. En este contexto, Jaén vuelve a destacar por evolución positiva, al incrementar el número de visitantes un 11,98%, muy por encima de la media regional, superando los 300.000 turistas. Este avance se traduce en un aumento de su cuota de participación, que pasa del 3,74% al 4,04%, reforzando su presencia en el mercado andaluz en un periodo tradicionalmente menos favorable para el turismo de interior. El comportamiento de Jaén contrasta con la evolución desigual observada en otras provincias, donde se registran descensos en destinos como Almería o Huelva. (Tabla 12).

Tabla 12. Número de turistas y cuota de participación de las provincias en el mercado andaluz (Cuarto trimestre 2024 – 2025)

Territorio	Cuarto trimestre					
	2024			2025		
	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	% Turistas	Turistas	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	6,32	454.279	0,39	5,98	445.191	-2,00
Cádiz	13,49	969.578	-1,06	13,44	1.000.690	3,21
Córdoba	6,94	498.544	13,51	7,42	552.231	10,77
Granada	14,29	1.027.047	-5,22	14,68	1.092.779	6,40
Huelva	9,08	652.655	3,61	8,12	604.743	-7,34
Jaén	3,74	268.471	26,94	4,04	300.626	11,98
Málaga	26,97	1.937.611	3,53	26,71	1.989.121	2,66
Sevilla	19,16	1.376.775	6,98	19,62	1.460.839	6,11
Andalucía	100,00	7.184.959	3,30	100,00	7.446.221	3,64

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

Finalmente, la Tabla 13 muestra el total de turistas que visitaron las diferentes provincias andaluzas en 2025. En el conjunto de 2025, el mercado turístico andaluz crece un 5,19%, superando los 37,9 millones de turistas, con una distribución fuertemente concentrada en Málaga, Sevilla y Cádiz, que acumulan más del 60% del total. En este contexto, la provincia de Jaén mantiene una cuota reducida (3,25%), coherente con su menor escala turística, pero registra un crecimiento del 6,69%, superior a la media regional y solo superada por Málaga, llegando a recibir un total de 1.233.917 turistas. Este comportamiento sitúa a la provincia entre las que muestran un mayor dinamismo relativo, por delante de destinos con mayor peso estructural como Granada o Córdoba.

Tabla 13. Número de turistas y cuota de participación de las provincias en el mercado andaluz (2025)

Territorio	% Turistas	Turistas	Variación 25/24 (%)
Almería	7,11	2.697.421	-1,02%
Cádiz	17,57	6.668.640	5,15%
Córdoba	5,70	2.163.577	3,77%
Granada	12,83	4.870.251	4,94%
Huelva	9,51	3.608.473	2,09%
Jaén	3,25	1.233.917	6,69%
Málaga	28,23	10.714.461	7,62%
Sevilla	15,81	5.999.929	6,29%
Andalucía	100,00	37.956.668	5,19%

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

A large, stylized graphic of a hand with fingers spread, rendered in various shades of blue. The hand is positioned on the left side of the page, with the fingers pointing towards the right. The background is a solid blue color.

6

ESTANCIA MEDIA DE LOS TURISTAS EN LA PROVINCIA DE
JAÉN (INCLUYE TODOS LOS TIPOS DE ALOJAMIENTO)

6. Estancia media de los turistas en la provincia de Jaén

La estancia media constituye un indicador clave para analizar la intensidad real del consumo turístico, ya que condiciona de forma directa el gasto total, la ocupación de los alojamientos y la distribución temporal de la demanda. A diferencia del número de turistas, este indicador permite evaluar hasta qué punto un destino es capaz de retener al visitante y estructurar su oferta más allá de la visita puntual o de corta duración. Este apartado analiza la estancia media de los turistas en Andalucía y en sus provincias por trimestres en 2024 y 2025.

La estancia media en el primer trimestre muestra una contracción generalizada en 2025 tanto en Jaén como en el conjunto de Andalucía (Tabla 14). La media regional desciende de 6,38 a 6,21 noches (-2,66%), reflejando un acortamiento de las estancias tras el repunte observado en 2024.

La provincia de Jaén continúa situándose entre las provincias con las estancias medias más cortas, pasando de 2,69 noches en 2024 a 2,36 en 2025, lo que supone una reducción del -12,34%. Este ajuste se produce tras un crecimiento notable en 2024 (19,84%).

Tabla 14. Estancia media de los turistas en Andalucía y provincias (Primer trimestre 2024-2025)

Territorio	Primer trimestre			
	2024		2025	
	Estancia media	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Estancia media	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	5,35	3,31	5,26	-1,70
Cádiz	4,96	19,96	4,45	-10,16
Córdoba	3,27	-12,82	2,39	-26,95
Granada	2,78	-21,96	2,71	-2,61
Huelva	3,88	30,12	3,36	-13,39
Jaén	2,69	19,84	2,36	-12,34
Málaga	8,16	-8,64	7,89	-3,25
Sevilla	3,54	-14,80	3,04	-14,13
Andalucía	6,38	5,85	6,21	-2,66

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

En el segundo trimestre (tabla 15), la estancia media muestra un comportamiento de ligera recuperación en la mayoría de provincias, aunque sin alterar de forma sustancial los patrones estructurales del turismo andaluz. En el conjunto de Andalucía, la duración media de la estancia se mantiene prácticamente estable, con un leve ajuste a la baja del -0,48%, situándose en 5,14 noches.

En la provincia de Jaén, la estancia media aumenta de 2,58 a 2,68 noches (3,93%), corrigiendo parcialmente la caída observada en el primer trimestre. Aunque el incremento es moderado, resulta significativo al producirse en un periodo de mayor competencia turística, lo que sugiere una cierta capacidad de retención del visitante. No obstante, la provincia continúa registrando estancias sensiblemente más cortas que la media regional, confirmando un perfil de destino asociado a viajes breves.

Tabla 15. Estancia media de los turistas en Andalucía y provincias (Segundo trimestre 2024-2025)

	Segundo trimestre			
	2024		2025	
Territorio	Estancia media	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Estancia media	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	5,08	-17,46	5,32	4,80
Cádiz	3,47	-16,18	3,66	5,25
Córdoba	2,53	-10,31	2,64	4,29
Granada	4,06	-8,15	4,15	2,24
Huelva	4,29	10,51	4,44	3,67
Jaén	2,58	-10,39	2,68	3,93
Málaga	6,04	-7,14	5,99	-0,82
Sevilla	3,01	-2,49	2,93	-2,78
Andalucía	5,17	2,33	5,14	-0,48

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

La Tabla 16 muestra la estancia media en Andalucía y provincias para el tercer trimestre de 2024 y 2025. En este periodo, la estancia media presenta un comportamiento desigual entre territorios, marcado por ajustes en destinos tradicionalmente estivales. En el conjunto de Andalucía, la duración media de la estancia desciende de 8,29 a 7,70 noches (-7,09%), reflejando un descenso en la duración de los viajes de las vacaciones estivales.

Frente a este contexto, Jaén muestra una evolución claramente positiva. La estancia media pasa de 2,34 a 2,67 noches, lo que supone un incremento del 14,23%, el más elevado entre las provincias analizadas. Aunque los valores absolutos siguen siendo reducidos, el crecimiento resulta significativo por producirse en el trimestre de mayor presión turística en la comunidad autónoma andaluza.

Tabla 16. Estancia media de los turistas en Andalucía y provincias (Tercer trimestre 2024-2025)

	Tercer trimestre			
	2024		2025	
Territorio	Estancia media	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Estancia media	Tasa de variación interanual 25/23 (%)
Almería	6,33	1,48	6,54	3,32
Cádiz	9,96	2,39	9,78	-1,76
Córdoba	2,82	-5,60	2,83	0,54
Granada	4,78	-7,02	5,25	9,73
Huelva	7,53	-14,27	8,27	9,82
Jaén	2,34	2,01	2,67	14,23
Málaga	6,39	6,93	6,36	-0,48
Sevilla	3,50	-0,57	3,70	5,62
Andalucía	8,29	3,32	7,70	-7,09

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

En el cuarto trimestre, la estancia media vuelve a mostrar una dinámica contractiva en el conjunto de Andalucía, donde la duración media desciende de 5,16 a 5,01 noches (-2,94%) (Tabla 17). Este comportamiento confirma una pauta de estancias más cortas en la recta final del año, especialmente en varios destinos consolidados como Cádiz, Córdoba o Huelva.

En contraste, Jaén registra el mayor aumento de la estancia media del trimestre, con una tasa de variación 32,97%, al pasar de 2,25 a 2,99 noches. Aunque el nivel absoluto continúa siendo reducido, el salto resulta especialmente relevante por producirse en temporada baja, lo que apunta a una mejora clara en la capacidad de retención del visitante fuera de los periodos de máxima demanda. (Tabla 17).

Tabla 17. Estancia media de los turistas en Andalucía y provincias (Cuarto trimestre 2024-2025)

	Cuarto trimestre			
	2024		2025	
Territorio	Estancia media	Tasa de variación interanual 24/23 (%)	Estancia media	Tasa de variación interanual 25/24 (%)
Almería	5,37	--	5,82	8,33
Cádiz	5,07	--	4,13	-18,47
Córdoba	2,86	--	2,47	-13,62
Granada	3,30	--	3,79	14,89
Huelva	3,44	--	3,09	-10,28
Jaén	2,25	--	2,99	32,97
Málaga	5,38	--	6,03	12,01
Sevilla	3,22	--	3,07	-4,77
Andalucía	5,16	4,75	5,01	-2,94

Fuente: Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).



IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO DEL TURISMO
EN LA PROVINCIA DE JAÉN

7. Impacto económico directo del turismo en la provincia de Jaén

La Tabla 20 muestra el impacto directo del turismo en la provincia durante cada uno de los trimestres de 2025 y su variación respecto a 2024, a partir de los datos publicados en el Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

La estimación del impacto directo del turismo en la provincia de Jaén se ha calculado a partir de una relación directa entre número de turistas, gasto medio diario (GMD) y estancia media, lo que permite aproximar con mayor precisión el efecto económico real de la actividad turística, más allá del mero volumen de visitantes. Bajo este enfoque, el año 2025 cierra con unos ingresos directos estimados de 303,1 millones de euros, lo que supone un incremento interanual del 25,64%, claramente superior al crecimiento del número de turistas observado en el mismo periodo del año anterior (12,89%). Este diferencial confirma que el aumento del impacto económico no se explica únicamente por más visitantes, sino por una mejora combinada en gasto y duración de la estancia.

El análisis trimestral revela que, salvo en el primer trimestre, los ingresos directos por turismo han aumentado más que los de 2024. El primer trimestre registra una caída significativa de los ingresos (-20,20%), coherente con el descenso del número de turistas y la reducción de la estancia media, lo que evidencia la elevada sensibilidad del impacto económico a pequeñas variaciones en estas variables. En contraste, el segundo trimestre muestra una evolución positiva (13,53%), apoyada en la estabilidad del volumen turístico y en una ligera recuperación de la estancia media, consolidando una fase de transición hacia un mayor rendimiento económico.

El punto de inflexión se produce en el tercer y cuarto trimestre, donde los ingresos directos crecen con intensidad (53,9% y 59,67%, respectivamente). Este fuerte incremento se explica por la convergencia de tres factores: aumento del número de turistas, niveles elevados de gasto medio diario y, especialmente, una mejora significativa de la estancia media, incluso en periodos tradicionalmente menos favorables.

Tabla 8. Impacto directo estimado por el turismo en la provincia de Jaén por trimestres (2024-2025)

	2024		2025	
Período	Ingresos directos por turismo	Tasa de variación interanual 25/24	Ingresos directos por turismo	Tasa de variación interanual 25/24
1 ^{er} trimestre	45.824.816,63 €	38,17%	36.566.545,59 €	-20,20%
2 ^a trimestre	91.203.337,00 €	2,81%	103.547.645,26 €	13,53%
3 ^{er} trimestre	54.959.652,05 €	17,32%	84.581.400,83 €	53,90%
4 ^o trimestre	49.106.719,14 €	9,49%	78.409.225,37 €	59,67%
Total anual	241.094.524,82 €	12,89%	303.104.817,05 €	25,72%

Fuente: Elaboración propia a partir de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA).

8

CONCLUSIONES

8. Conclusiones

En 2025, el turismo en la provincia de Jaén presenta una estructura de motivaciones claramente dominada por el ocio y las vacaciones, que siguen siendo el principal motivo del viaje, aunque con una pérdida de peso respecto a 2024. Este descenso se ve compensado por un aumento significativo de los desplazamientos por visita a familiares y amigos, así como por la irrupción del turismo vinculado al trabajo y los negocios, lo que apunta a una diversificación progresiva de la demanda, aunque con perfiles de impacto económico desigual.

El gasto medio diario consolida a Jaén como un destino de alto valor dentro del contexto andaluz. En el conjunto del año, el GMD alcanza los 92,08€, con un crecimiento del 7,75% respecto a 2024, situándose por encima de la media regional. Esta evolución confirma que la provincia mantiene una ventaja competitiva basada en el gasto por turista, más que en el volumen de visitantes, reforzando un modelo menos dependiente de la masificación.

En términos de percepción, Jaén registra niveles de satisfacción muy elevados y crecientes, superando de forma sistemática la media de Andalucía en todos los trimestres. En 2025, el índice sintético de percepción mejora respecto al año anterior, mientras que el conjunto regional muestra una ligera corrección. Este diferencial sugiere una experiencia turística sólida, coherente y bien valorada a lo largo de todo el año, especialmente en los trimestres de menor presión turística.

El análisis del volumen de turistas muestra que Jaén mantiene una cuota reducida dentro del mercado andaluz, pero registra en 2025 un crecimiento anual del 6,69%, superior al promedio regional. Destaca especialmente el comportamiento del tercer y cuarto trimestre, donde la provincia incrementa tanto el número de visitantes como su cuota de participación, evidenciando una mayor capacidad de atracción en la segunda mitad del año.

No obstante, la estancia media continúa siendo uno de los principales retos estructurales del destino. Aunque en 2025 se observan mejoras relevantes en el tercer y cuarto trimestre, con incrementos especialmente intensos a final de año, los valores absolutos siguen siendo inferiores a la media andaluza y no alcanzan las tres noches. Este patrón confirma el carácter de Jaén como destino de escapadas cortas, pero también señala un amplio margen de mejora mediante la articulación de productos que favorezcan estancias más prolongadas.

Desde una perspectiva económica, el impacto directo del turismo en la provincia alcanza en 2025 los 303,1 millones de euros, lo que supone un crecimiento interanual del 25,72%. Este incremento se debe a la combinación de mayor GMD, aumento del número de turistas y mejora de la estancia media en la segunda mitad del año, tercer y cuarto trimestre, que concentran los mayores crecimientos. El resultado confirma que el impacto económico crece a un ritmo superior al volumen de visitantes, reforzando un modelo orientado al valor.

Con estos datos, puede afirmarse que el principal desafío a medio plazo no reside solo en atraer más turistas, sino en prolongar la estancia, estabilizar el rendimiento económico a lo largo del año y seguir diversificando las motivaciones del viaje, consolidando así un crecimiento sostenible y de mayor impacto económico.

Como se ha venido haciendo en los últimos informes, es necesario plantear la preocupación del equipo redactor de este informe con la importante brecha existente entre los datos que vienen facilitando INE e IECA en los últimos meses acerca del comportamiento de los flujos turísticos en la provincia de Jaén, a través de las diferentes encuestas de ocupación, y los que se analizan en este informe, también facilitados por el IECA, pero en este caso a través de la ECTA. Siendo conscientes de que esta brecha puede sorprender igualmente al lector, cabe señalar lo siguiente:

- Las encuestas de ocupación facilitan información sobre “viajeros que pernoctan en alojamientos turísticos” (establecimientos hoteleros, campings, apartamentos turísticos y alojamientos de turismo rural), mientras que la ECTA informa sobre “el conjunto de viajeros que se desplazan

por Andalucía con fines turísticos por un periodo inferior a 6 meses”, teniendo como única condición que pernocten, en cualquier tipo de alojamiento. En consecuencia, la población objeto de estudio en las encuestas de ocupación es más restringida que en la ECTA (que incluye, por ejemplo, a aquellos que se alojan en casas de amigos y familiares, que son alrededor del 10% de la muestra).

- En relación con lo anterior, en la provincia de Jaén existe un número importante de alojamientos ofertados a través de plataformas de economía colaborativa. La información sobre viajeros alojados en este tipo de viviendas no se recoge en las encuestas de ocupación, pero sí en la ECTA.
- Para la elaboración de la ECTA, el IECA ha realizado un total de 800 encuestas a lo largo de todo 2025, entre Jaén capital y resto de la provincia. Aunque se desconoce la distribución geográfica de estas encuestas, este equipo considera que es probable que el mejor comportamiento de Jaén capital durante el año pueda estar distorsionando la percepción sobre el conjunto de la provincia.

En consecuencia, el equipo redactor de este informe recomienda prudencia a la hora de interpretar estos datos referidos a 2025, pues puede que no sean un reflejo absolutamente fiel y estadísticamente fiable de la realidad del sector en el conjunto de la provincia de Jaén.



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