DIAGNÓSTICO DE TURISMO

LAGOS DE MORENO

PRIMERA FASE: 2025

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CULAGOS

LINE Laboratorio de Innovación y Emprendimiento

PERFIL GENERAL DEL TURISTA

DE LAGOS DE MORENO

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CU LAGOS
LINE Laboratorio de Innovación y Emprendimiento

Datos sociodemográficos

EDAD 32

Femenino	34
Masculino	28
Otro	32

TRABAJA

✓	77.5%
✗	22.5%

GÉNERO

Femenino	53.4%
Masculino	45.0%
Prefiero no decirlo	1.6%

TIENE HIJOS

✓	50.4%
✗	49.6%

SE IDENTIFICA LGBTQ+

✓	3.6%
✗	96.4%

ETAPA DE VIDA

Adolescentes	5.7%
Jóvenes	38.8%
Jóvenes maduros	22.0%
Adultos en plenitud	12.2%
Adultos mayores jóvenes	13.1%
Adultos mayores plenos	6.9%

NIVEL EDUCATIVO

Primaria	5.6%	Básica	28%
Secundaria	15.7%		
Preparatoria	37.3%	Media	37.3%
Licenciatura	40.5%	Superior	41.3%
Maestría	.8%		

ESTADO CIVIL

Soltero/a	48.0%
Casado/a	35.3%
Viudo/a	9.5%
Divorciado/a	7.2%

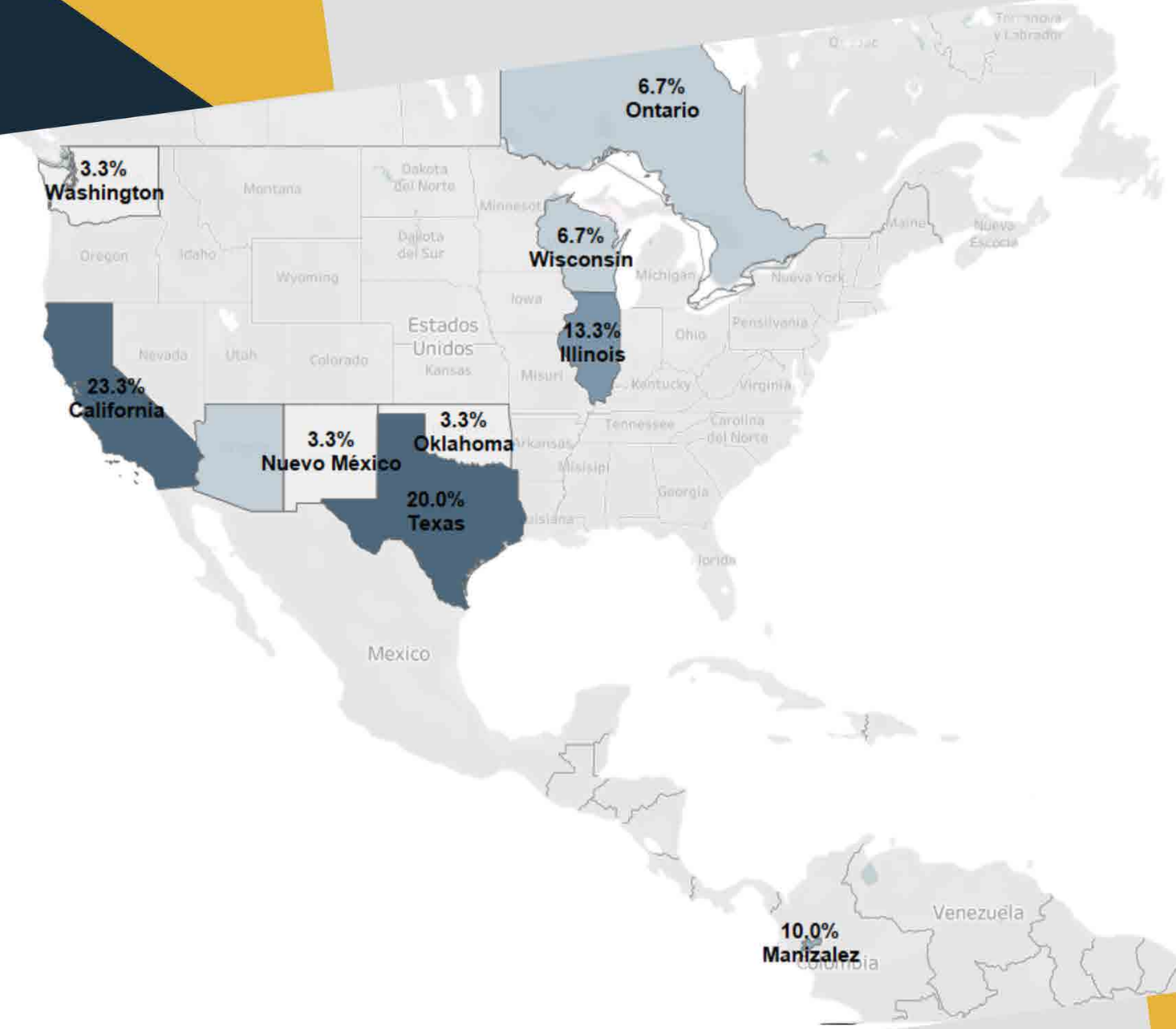
OCUPACIÓN

Funcionarios, directores y jefes	7.7%
Profesionistas y técnicos	23.7%
Trabajadores auxiliares en actividades administrativas	5.2%
Comerciantes, empleados en ventas y agentes de ventas	30.9%
Trabajadores en servicios personales y de vigilacia	6.7%
Trabajadores en actividades agrícolas, ganaderas, forestales, caza,y pesca	3.6%
Trabajadores artesanales, en la construccion y otros oficios	12.4%
Operadores de maquinaria industrial, ensambladores, choferes, y conductores de transporte	7.2%
Trabajadores en actividades elementales y de apoyo	2.6%

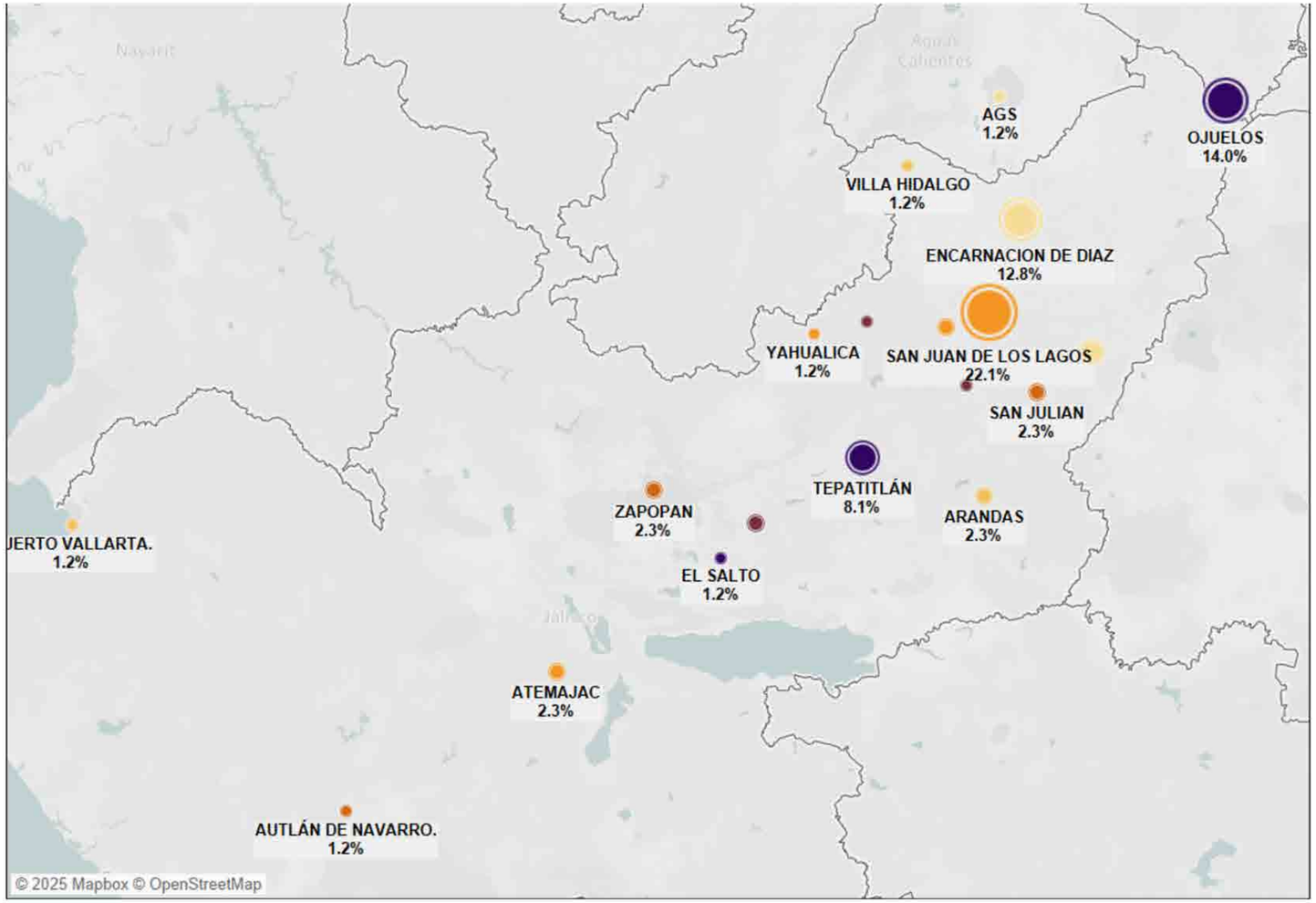
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA | CULAGOS | LINE Laboratorio de Innovación y Emprendimiento

Procedencia

TIPO DE TURISTA		
	Nacional	87.4%
	Internacional	12.6%


6.7%
Ontario
3.3%
Washington
6.7%
Wisconsin
13.3%
Illinois
23.3%
California
3.3%
Nuevo México
3.3%
Oklahoma
20.0%
Texas
10.0%
Manizalez
Mexico
Estados Unidos
Montana
Oregon
Idaho
Wyoming
Nevada
Utah
Colorado
Kansas
Iowa
Michigan
Ohio
Kentucky
Tennessee
Virginia
Georgia
Maine
Nueva Escocia
Nueva York
Pensilvania
Venezuela

Mapa Municipios que visitan LM



Número de turistas

1
5
10
15
19

Municipio

- AGS
- ARANDAS
- ATEMAJAC
- AUTLÁN DE NAVARRO.
- EL SALTO
- ENCARNACION DE DIAZ
- JALOS
- MESTICACAN.
- OJUELOS
- PUERTO VALLARTA.
- SAN JUAN DE LOS LAGOS
- SAN JULIAN
- SAN MIGUEL EL ALTO.
- TEPATITLÁN
- UNIÓN DE SAN ANTONIO
- VILLA HIDALGO
- YAHUALICA
- ZAPOPAN
- ZAPOTLANEJO

Aspectos generales/ medio de transporte

MOTIVOS POR LOS QUE VISITA LAGOS

Visitar a familiares y amigos	25.81%
Conocer pueblo mágicos/ ciudad	11.40%
Desconectarse de la ciudad	11.18%
Por trabajo	9.25%
Divertirme en los bares de la ciudad (vida nocturna)	6.45%
Asistencia a espectáculos culturales	6.02%
Actividades Religiosas	5.81%
Asistencia a festivales y festejos culturales de la zona	5.16%
Actividades gastronómicas	4.73%
Visita a parques	4.30%

FRECUENCIA DE VISITA

Primera vez que visita LM	20.7%
De 1 a 2 veces al año	40.6%
De 3 a 4 veces al año	12.4%
De 4 a 5 veces al año	5.2%
Más de 6 veces al año	21.1%

ACOMPAÑANTES

		PROMEDIO DE ACOMPAÑANTES
Sola/solo	16.5%	NA
Amigos	19.4%	3
Familia	49.2%	3
Pareja	10.9%	2
Compañeros	2.40%	3
Otros	1.60%	4

PROMEDIO GENERAL DE ACOMPAÑANTES 3

DÍAS DE VISITA

5.5
1- 15 días

8.33%
No pernocta

GASTO EN TRANSPORTE

$500

0.83%
No gasta

TRANSPORTE QUE UTILIZA PARA LLEGAR A LAGOS

Autobús foráneo	42.20%
Avión y otro transporte	11.60%
En vehículo compartido (Apps como bla bla car)	1.60%
Auto	44.80%
Moto	0.80%

Hospedaje/ alimentos y bebidas/ gastos en general

LUGAR DE HOSPEDAJE

Casa completa AirB&B	4.78%
Casa de amigos	52.63%
Casa de familiares	14.83%
Cuarto en casa o departamento compartido rentada por AirB&B	3.35%
Haciendas	0.48%
Hostales	2.87%
Hoteles boutique	1.44%
Hoteles cadena o ejecutivos	2.39%
Hoteles pequeños en el centro	13.40%
Hoteles pequeños fuera del centro	3.83%

LUGAR DONDE CONSUME AL MAYORÍA DE SUS ALIMENTOS

Preparo mis alimentos en lugar donde me hospedo	20.14%
Puestos ambulantes	18.96%
Fondas o negocios pequeños (excepto de mercados municipales)	14.22%
Restaurantes de comida rápida (como KFC, Dominos Pizza, etc.)	13.51%
Cafeterías	12.56%
Restaurantes grandes	9.00%
En los mercados municipales	7.11%
Bares	3.32%
Hotel	0.71%
Restaurantes en Haciendas	0.47%

GASTOS DIARIOS POR PERSONA

GASTO DIARIO HOSPEDAJE
62.07% No gasta
$900

GASTO DIARIO EN ALIMENTOS
$400

GASTO DIARIO ANTOJOS
6.44% No gasta
$150

GASTO DIARIO TRANSPORTE LOCAL
14.60% No gasta
$100

GASTO DIARIO RECREACIÓN
38.14% No gasta
$250

GASTO DIARIO ARTESANÍAS/ MERCHANDISING
40.99% No gasta
$300

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA | CULAGOS | 20 Aniversario | LINE Laboratorio de Innovación y Emprendimiento

Sitios de interés

SITIOS O LUGARES QUE HAN VISITADO

Templo del calvario	14.45%
Parroquia de nuestra señora de la Asunción	10.52%
Puente del Río Lado de Moreno	9.51%
Iglesia de las capuchinas	8.62%
Visita a Mercado Chico	8.24%
Visita a Mercado Grande	8.11%
Casa de la cultura	7.86%
Teatro José Rosas Moreno	4.94%
Balneario del Paraíso	4.69%
Compra de Artesanías y productos locales	3.93%
Museo Casa Carlos Terrés	2.92%
Museo de arte sacro	2.92%
Parque acuático Kikapu	2.41%
Recorrido en haciendas	2.28%
Mirador de Santa Cruz	2.03%
Terrescali (Restaurante)	2.03%
Parque la mesa redonda	1.77%
Cabalgatas en haciendas (horsback adventures) o pueblos cercanos	1.14%
Centro histórico de la ciudad (en general)	0.76%
Charreadas en Haciendas (Cantera y Rancho verde)	0.13%

SITIOS O LUGARES QUE LE GUSTARÍA VISITAR

Recorrido en haciendas	14.34%
Cabalgatas en Haciendas (hosback adventures) o pueblos cercanos	8.09%
Teatro José Rosas Moreno	6.80%
Charreadas en Haciendas (Cantera y Rancho verde)	6.43%
Museo Casa Carlos Terrés	6.43%
Terrescali (Restaurant)	6.43%
Parque acuático kikapu	6.25%
Balneario el paraíso	5.70%
Parque la mesa redonda	4.96%
Templo el calvario	4.41%
Mirador de Santa Cruz	4.23%
Museo de arte sacro	4.23%
Casa de la cultura	3.68%
Centro histórico de la ciudad (en general)	2.94%
Iglesia de las capuchinas	2.76%
Parroquia de nuestra señora de la Asunción	2.76%
Visita a mercado grande	2.39%
Puente río Lagos de Moreno	2.21%
Visita a mercado chico	2.02%
Compra de Artesanías y productos locales	1.84%
Cerro de la Mesa Redonda	0.37%
Casona de Teté	0.18%
Hospedarme en la hacienda Sepúlveda	0.18%
Parroquia de Nuestra Señora de la Merced	0.18%
Lienzo Charro Santa María de los Lagos	0.18%

Sitios de interés II

USO DE GUÍA TURÍSTICO

Sí	7.11%
No sabía que había uno	22.13%
No, no le he necesitado	70.75%

Amigos y familiares en general	83.33%

RECOMENDACIONES DE SITIOS DE INTERÉS

Amigos y familiares hechas en redes sociales	8.68%
Amigos que ya han visitado Lagos	39.93%
En el módulo de información Turística	2.08%
Familiares o amigos que viven en Lagos de Moreno	34.72%
Influencers o lideres de opinión hechas en redes sociales	3.47%
Internet a través de Google (motor de búsqueda)	6.25%
La comunidad en general de Redes sociales	1.39%
Pagina de gobierno Federal	0.35%
Pagina de gobierno municipal	0.69%
Por interés propio	1.39%
Otros (Socios de trabajo, Universitarios, Pareja)	1.04%

Festividades

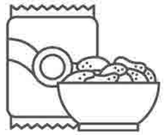
ASISTENCIA A FESTIVIDADES

Festival de Otoño, organizado por la Universidad de Guadalajara	2.56%
Fiestas al padre Jesús del Calvario, durante Agosto.	12.56%
Fiestas de la Fundación de la Ciudad, segunda quincena de marzo.	4.10%
Fiestas de los Arcos, 29 de enero. Procesión con la imagen peregrina de la Candelaria	3.08%
Fiestas de Moya, del 1 al 8 de diciembre.	13.85%
Fiestas de Nuestra Señora de la Merced, 24 de septiembre	6.41%
Fiestas en honor de San Hermión, 28 de febrero	1.79%
La Feria anual de Lagos, 26 de Julio al primer domingo de Agosto	25.90%
Otros (Fiestas familiares, navidad, 12 de diciembre, etc.)	2.05%
No he asistido a alguna	27.69%

INTENCIÓN DE ASISTIR A FESTIVIDADES

Festival de Otoño, organizado por la Universidad de Guadalajara	14.06%
Fiestas al padre Jesús del Calvario, durante Agosto.	10.60%
Fiestas de la Fundación de la Ciudad, segunda quincena de marzo.	7.37%
Fiestas de los Arcos, 29 de enero.	7.83%
Fiestas de Moya, del 1 al 8 de diciembre.	14.06%
Fiestas de Nuestra Señora de la Merced, 24 de septiembre	7.14%
Fiestas en honor de San Hermión, 28 de febrero	5.99%
La Feria anual de Lagos, 26 de Julio al primer domingo de Agosto	19.35%
Otros (Fiestas familiares, navidad, 12 de diciembre, etc.)	13.13%

EVALUACION DE FESTIVIDADES

8.63	8.25	8.94	8.78	8.89	8.66	8.51	8.49	8.07
								
Ambiente	Artesanías o merchandising (recuerditos)	Bebidas	Botanas o antojos	Comida	Música	Calidad-precio	Servicio al visitante	Seguridad en el lugar y eventos

Percepción de seguridad

SUPERVISIÓN PERMANENTE EN ZONAS RECREATIVAS
frecuentadas por turistas

	%	% ACUMULADO	PERCEPCIÓN	
NADA	4.9	17.5	BAJA	
POCO	12.6			
REGULAR	45.3	45.3	MEDIA	
MUCHO	25.1	37.2	ALTA	82.5
BASTANTE	12.1			

IMPLEMENTACION DE CONTROLES DE ACCESO
en sitios turísticos relevantes

	%	% ACUMULADO	PERCEPCIÓN	
NADA	3.8	19.0	BAJA	
POCO	15.2			
REGULAR	46.0	46.0	MEDIA	
MUCHO	21.5	35.0	ALTA	81.0
BASTANTE	13.5			

SEGURIDAD EN SERVICIOS DE ATENCIÓN MÉDICA DE EMERGENCIA

	%	% ACUMULADO	PERCEPCIÓN	
NADA	5.9	17.7	BAJA	
POCO	11.8			
REGULAR	55.1	55.1	MEDIA	
MUCHO	17.6	27.2	ALTA	82.3
BASTANTE	9.6			

SEGURIDAD EN SUPERVISIÓN CONSTANTE
actividades turísticas, haciendo hincapié en aquellas de mayor riesgo

	%	% ACUMULADO	PERCEPCIÓN	
NADA	7.8	22.0	BAJA	
POCO	14.2			
REGULAR	48.5	48.5	MEDIA	
MUCHO	18.6	29.4	ALTA	77.9
BASTANTE	10.8			

SEGURIDAD EN HIGIENE EN LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS
que se ofrecen al público

	%	% ACUMULADO	PERCEPCIÓN	
NADA	4.8	14.0	BAJA	
POCO	9.2			
REGULAR	39.8	39.8	MEDIA	
MUCHO	25.5	46.2	ALTA	86.0
BASTANTE	20.7			

SEGURIDAD EN EL TRANSPORTE

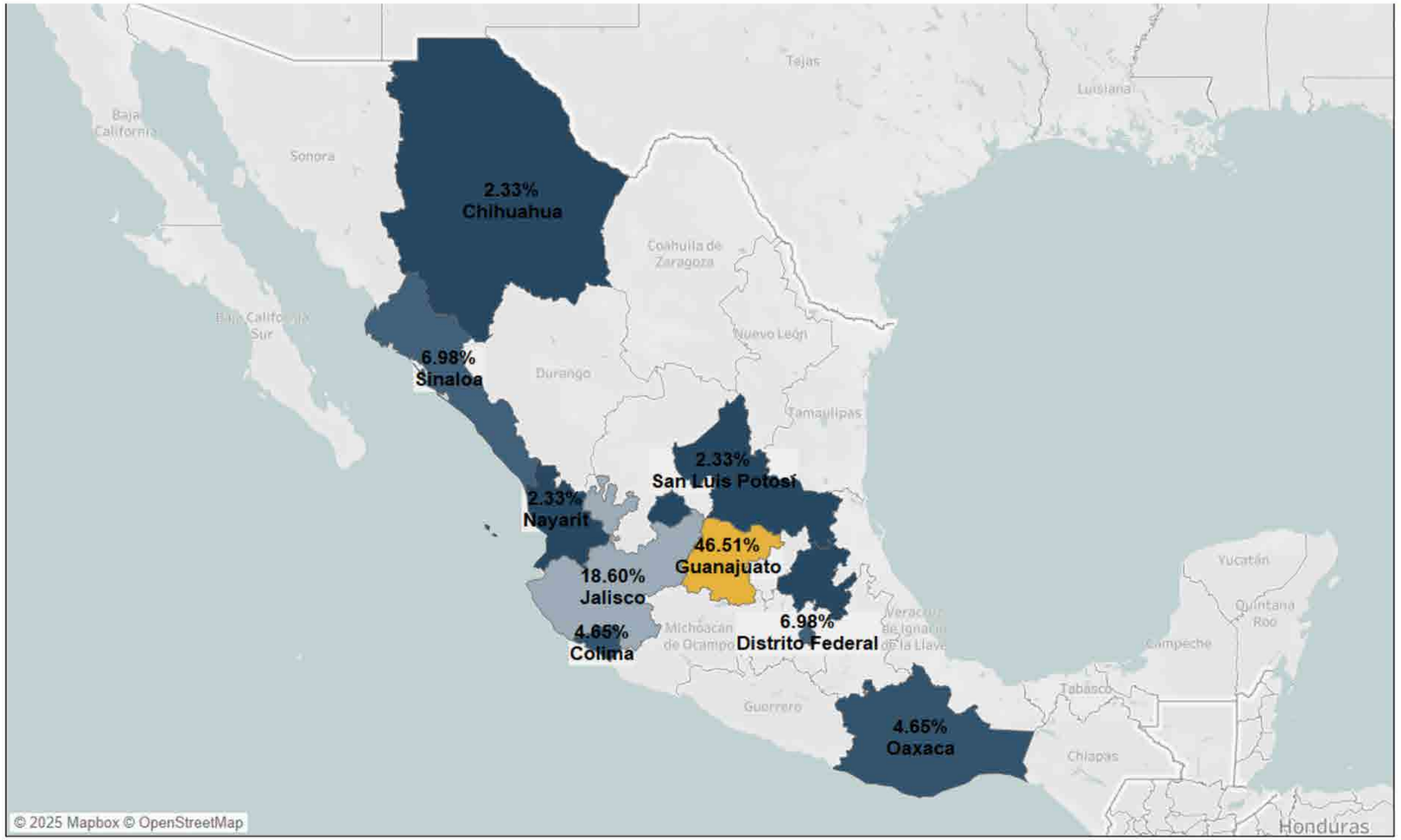
	%	% ACUMULADO	PERCEPCIÓN	
NADA	7.1	24.4	BAJA	75.7
POCO	17.3			
REGULAR	37.2	37.2	MEDIA	
MUCHO	19.9	38.5	ALTA	
BASTANTE	18.6			

PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD GENERAL

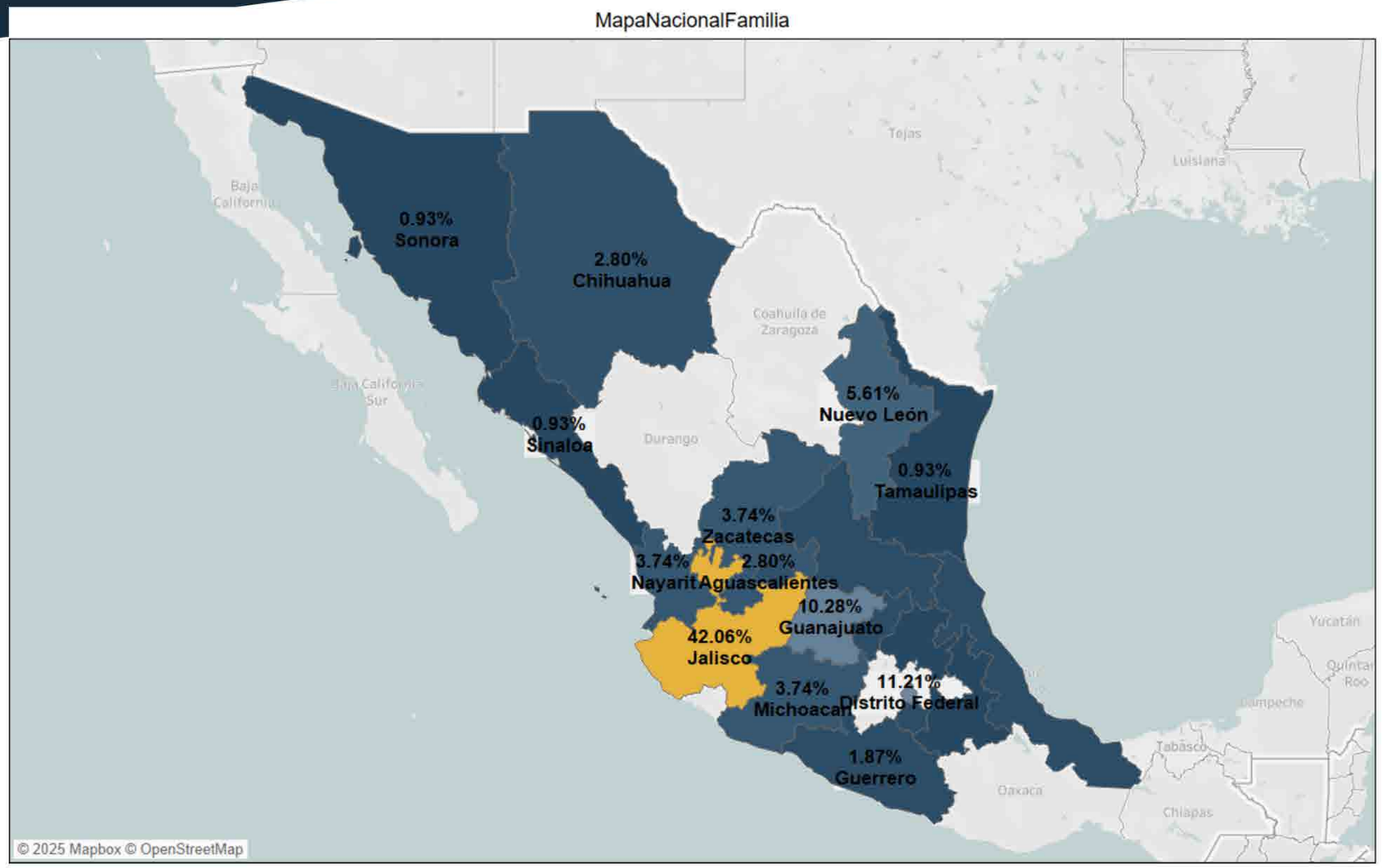
7.55

PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN GENERAL

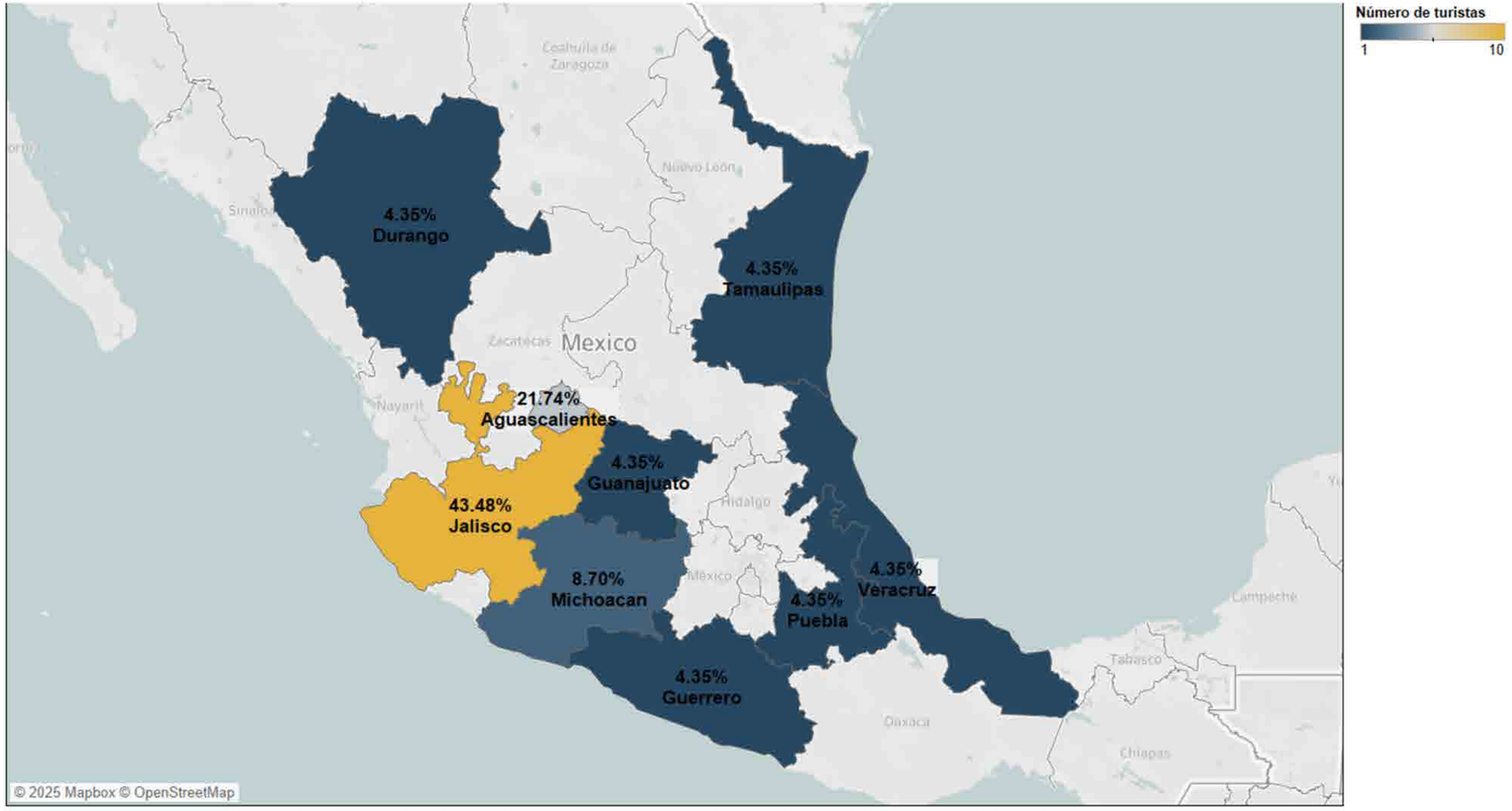
8.6



Mapa Nacional Turista que viaja con amigos

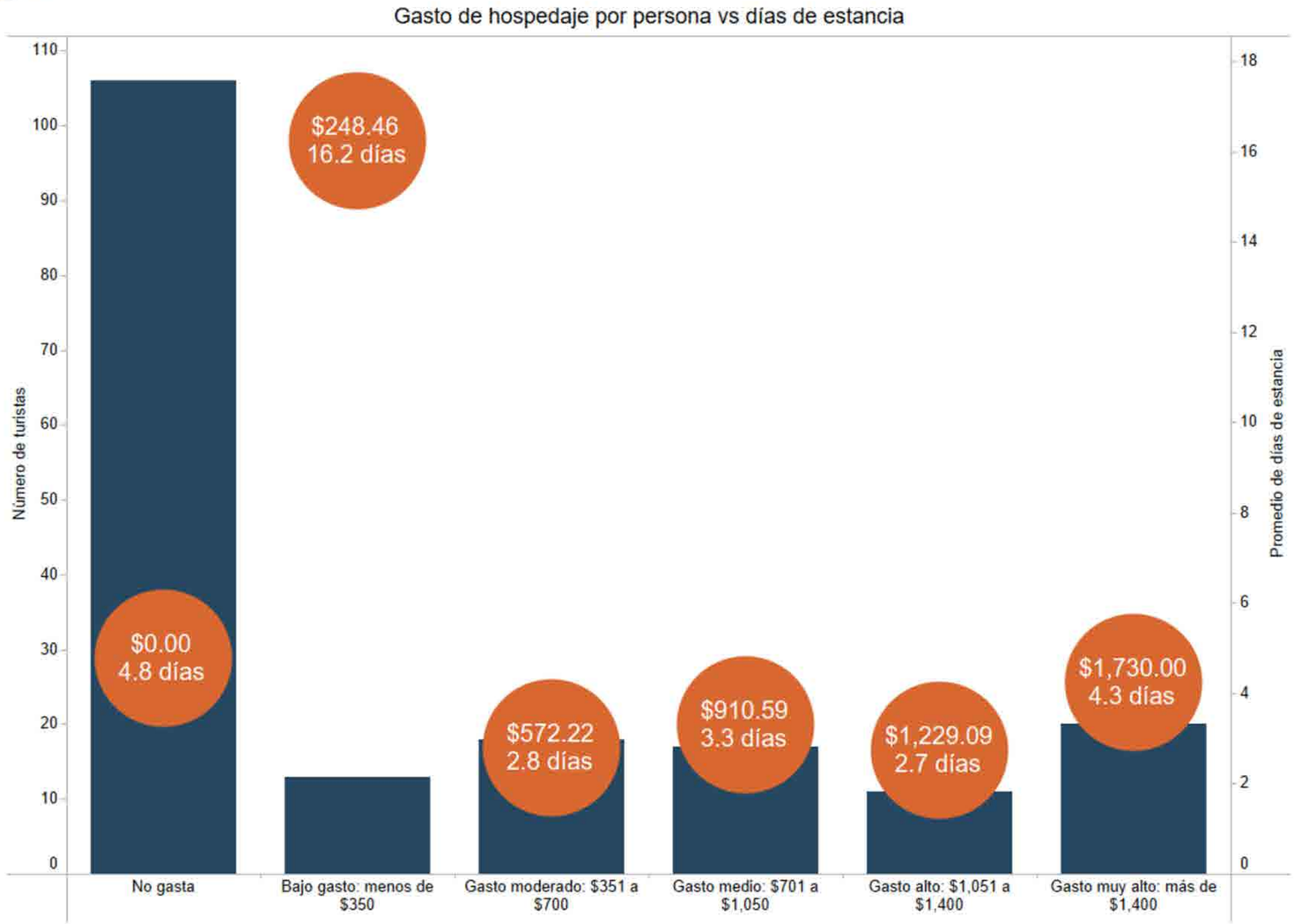


Mapa Nacional Turista que viaja con familia



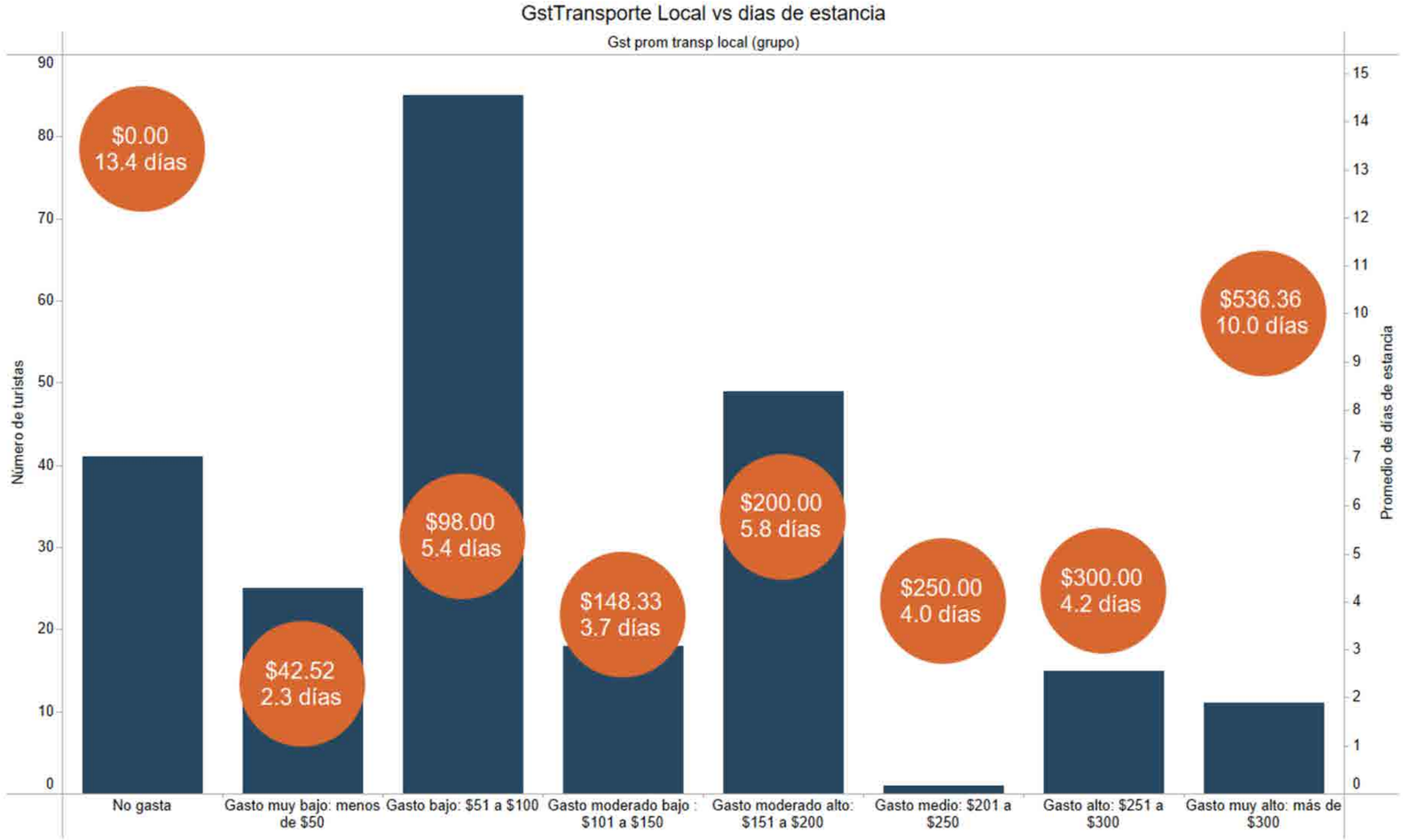
Mapa Nacional Turista que viaja con pareja

Mapa Nacional Turista que viaja con solo



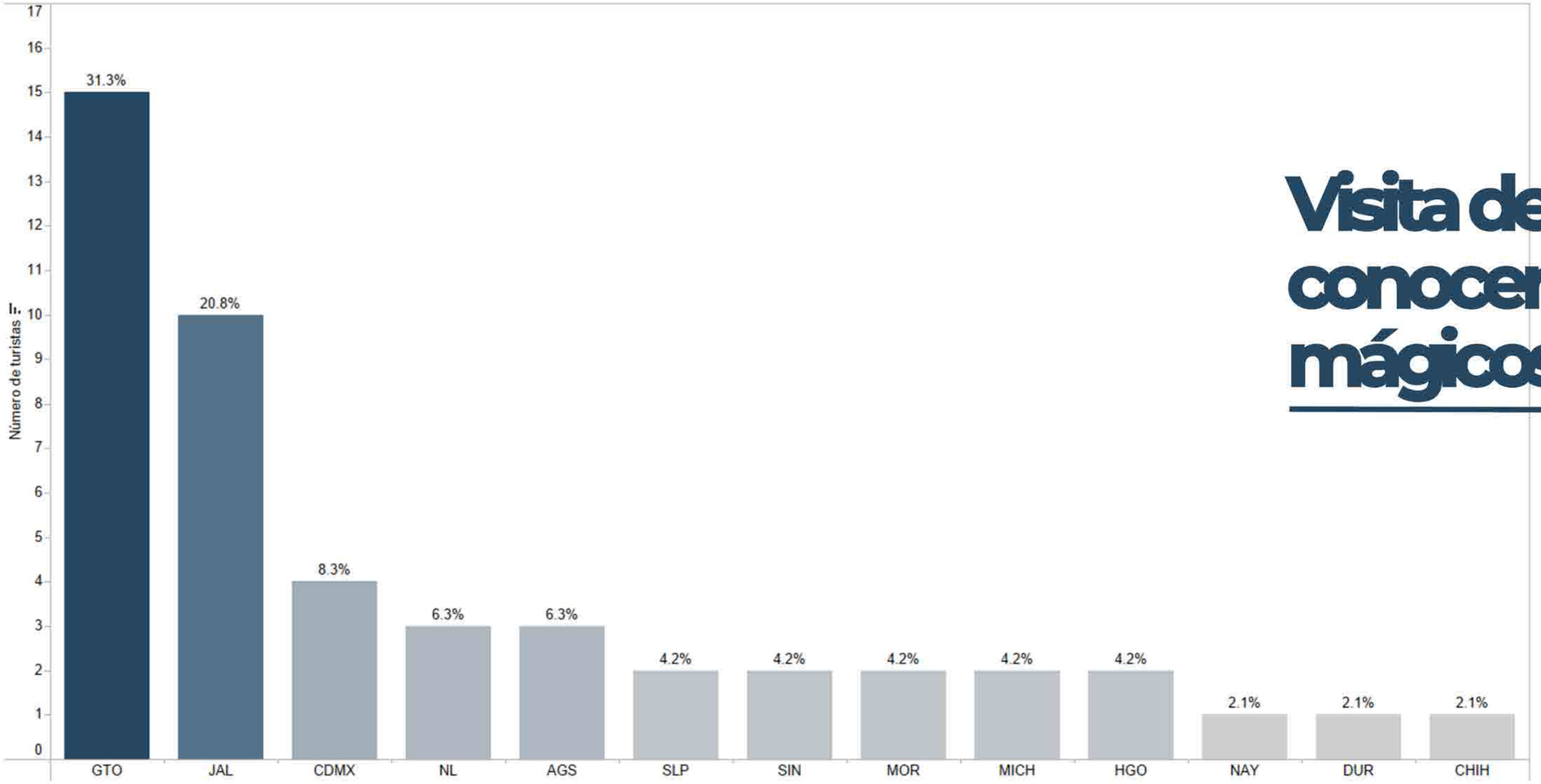
Gasto hospedaje vs días de estancia

Estancia vs motivo de visita

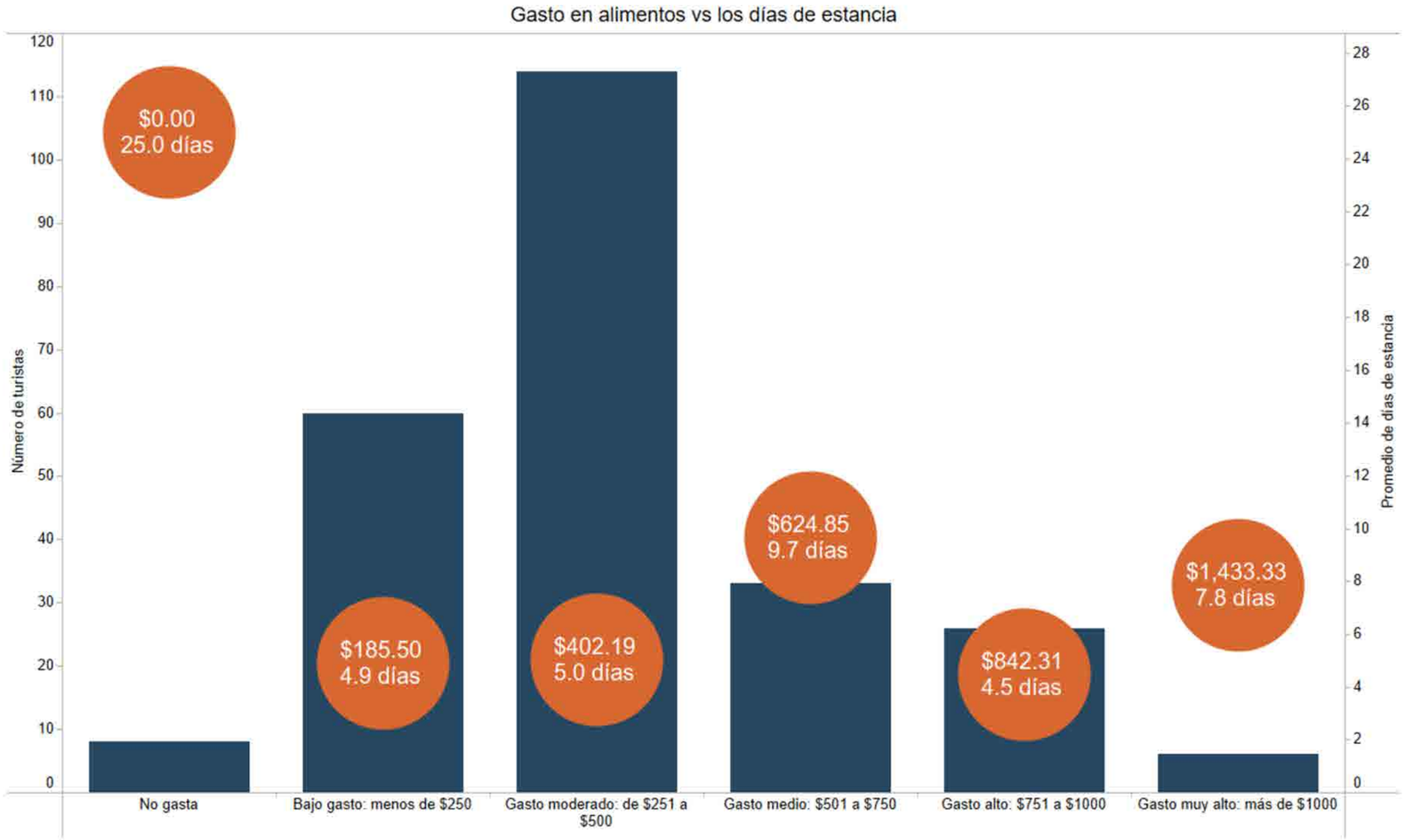


Transporte local vs días de estancia

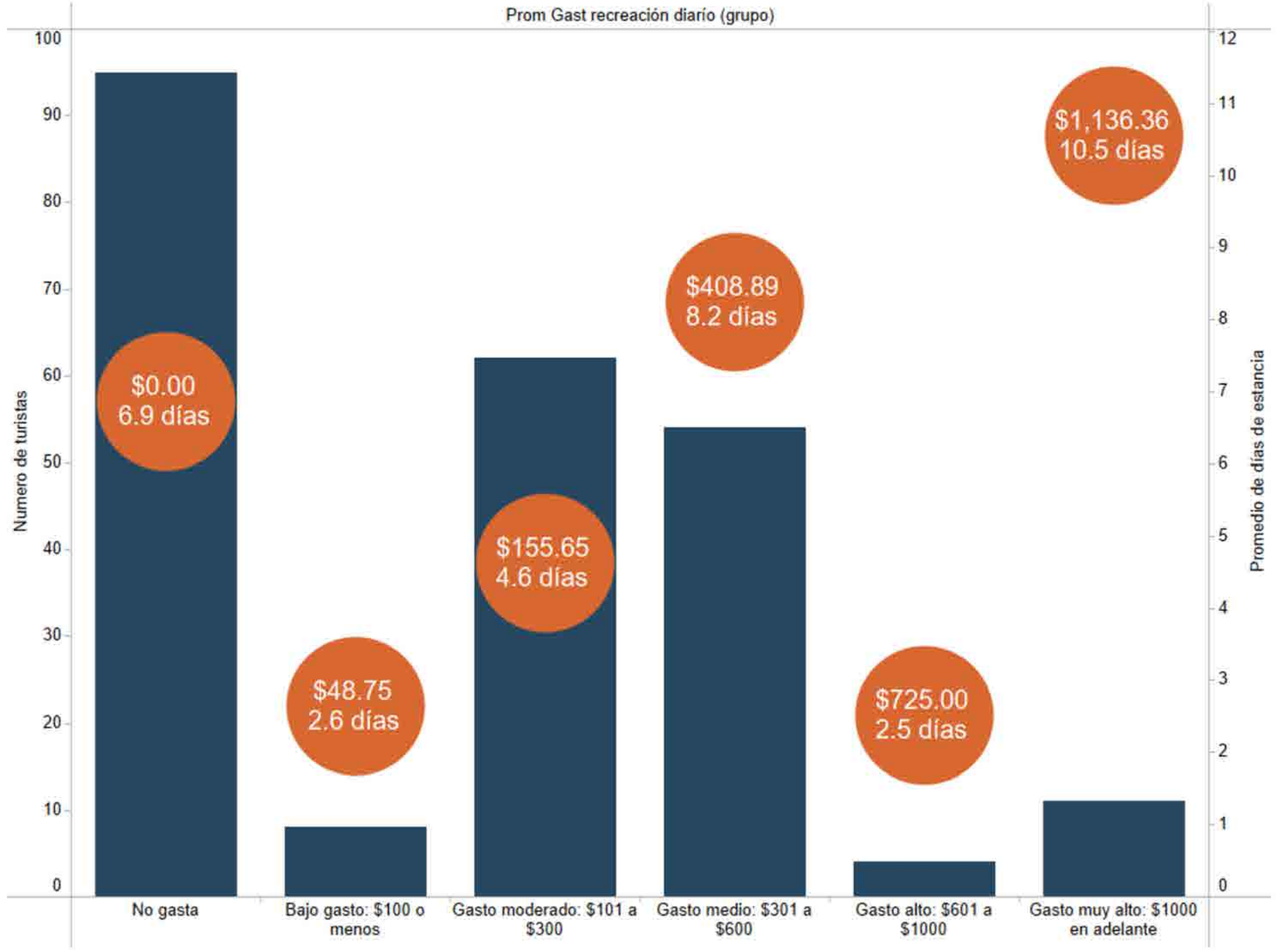
CONTEO DE TURISTAS POR PUEBLOS MAGICOS



Visita de turistas por conocer pueblos mágicos

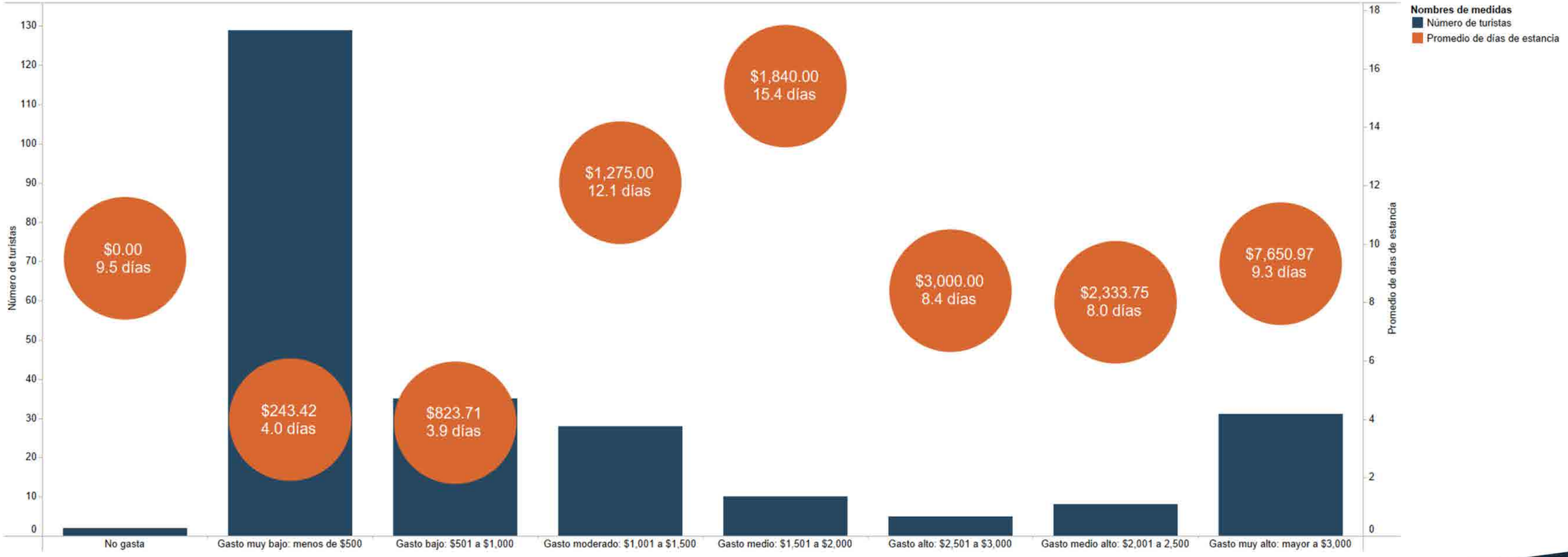


Gasto alimentos vs días de estancia

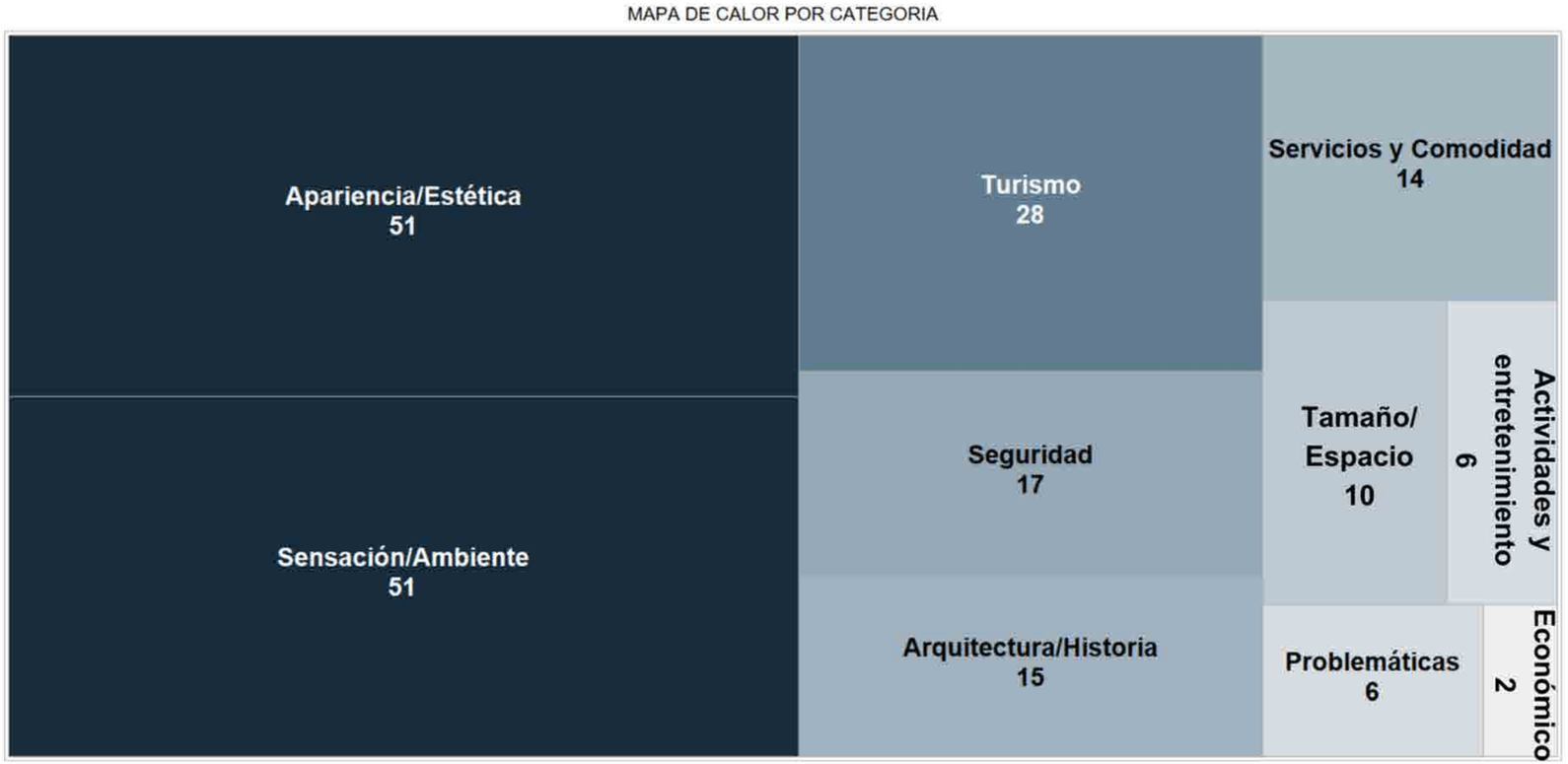


Gasto recreación vs días de estancia

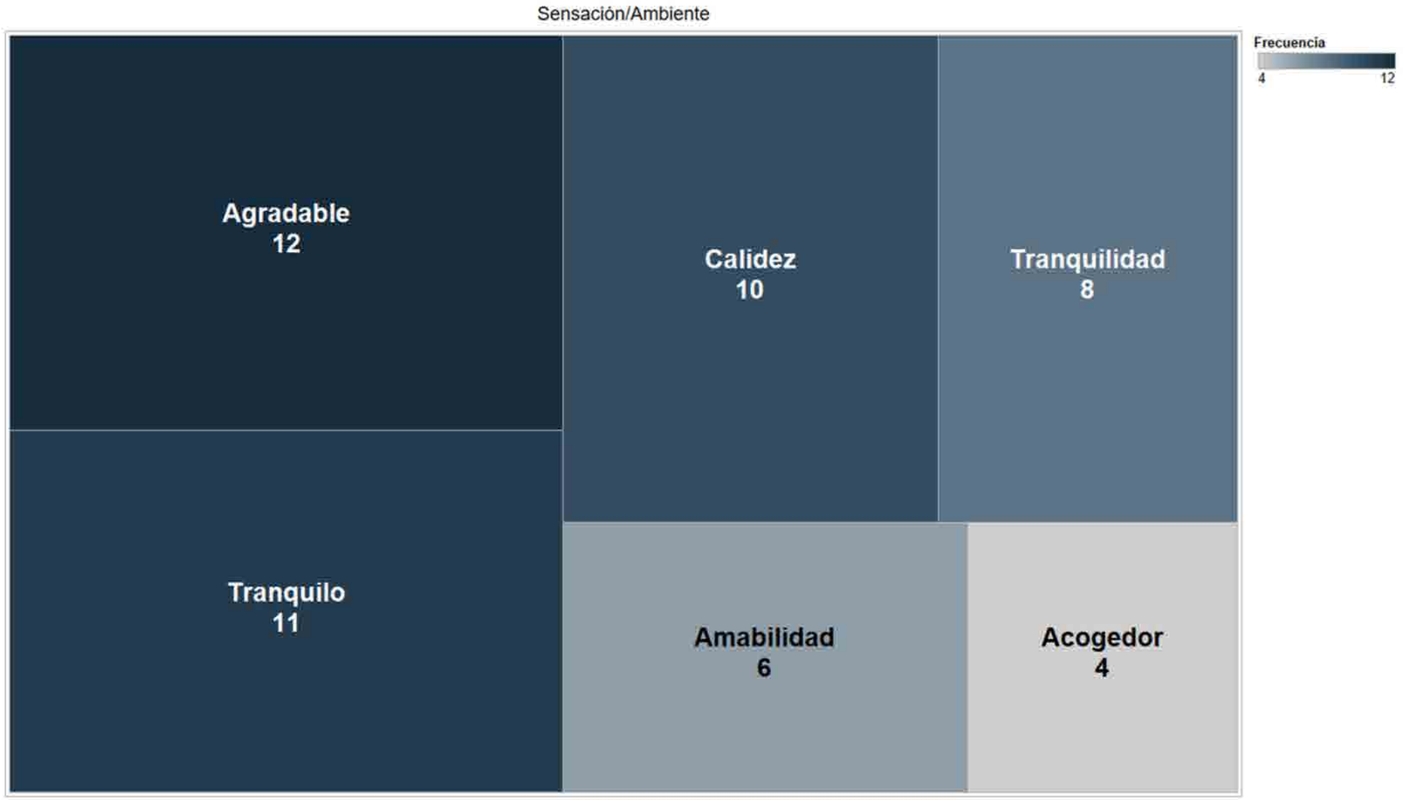
Gasto transporte vs días de estancia



Percepción Lagos de Moreno (categorías)



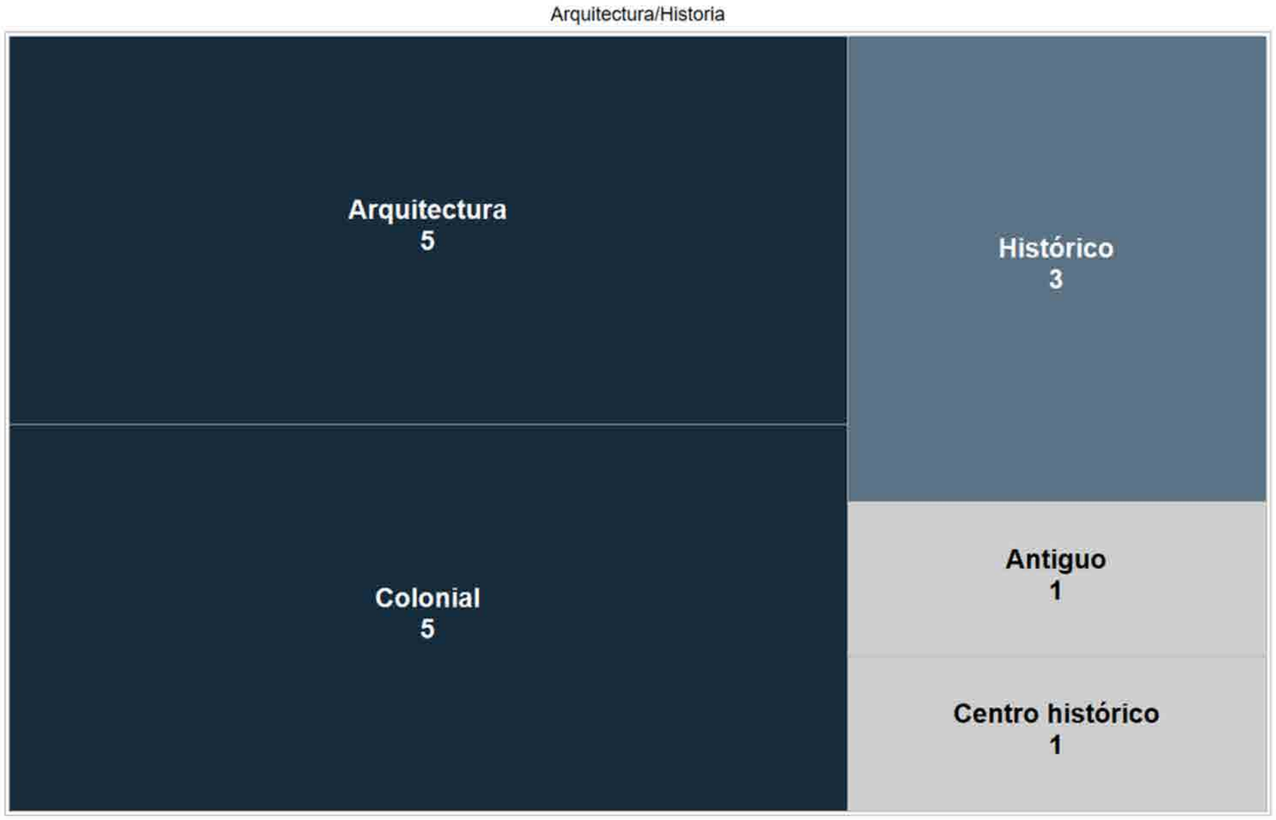
Percepción Lagos de Moreno (Apariencia)



Percepción Lagos de Moreno (sensación)

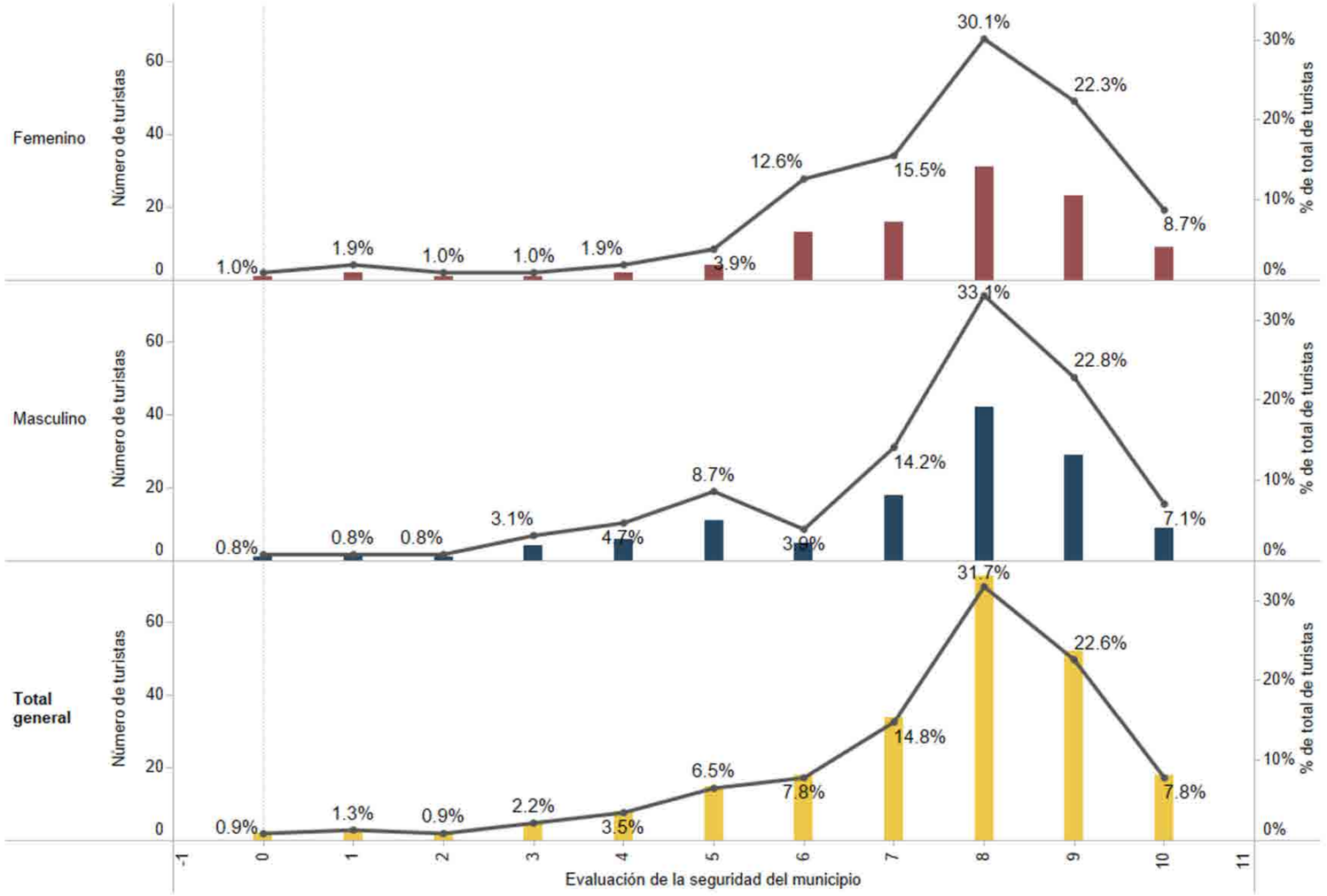
Percepción Lagos de Moreno (turismo)

Percepción Lagos de Moreno (arquitectura/ historia)



Percepción Lagos de Moreno (arquitectura/ historia)

Seguridad


Femenino
Masculino
Total general
Número de turistas
% de total de turistas
0
20
40
60
0%
10%
20%
30%
1.0%
1.9%
1.0%
1.0%
1.9%
3.9%
12.6%
15.5%
30.1%
22.3%
8.7%
0.8%
0.8%
0.8%
3.1%
4.7%
8.7%
3.9%
14.2%
33.1%
22.8%
7.1%
0.9%
1.3%
0.9%
2.2%
3.5%
6.5%
7.8%
14.8%
31.7%
22.6%
7.8%
-1
0
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
Evaluación de la seguridad del municipio

Análisis de Convergencias y divergencias

(TURISTAS/PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS)

Cuadro 1. Infraestructura e imagen de la ciudad

Aspecto	Encuesta Turistas (2023)	Grupo Focal Prestadores (2024)
Infraestructura	40% la considera adecuada para estancias cortas, pero con pocas opciones de hotelería económica.	Señalan déficit de apoyo a hostales y hoteles pequeños; advierten la falta de estándares de calidad y capacitación del personal.
Señalética y mapas	35% reclama insuficiente señalética y falta de planos o folletos.	Coinciden en la urgencia de actualizar la señalética y cartografía; proponen digitalizar la información.
Mantenimiento del centro	Buena valoración del centro histórico, pero con críticas al desorden vial y la iluminación escasa.	Confirman la percepción de “descuidado” e inseguro en la noche; falta una estrategia clara de promoción e imagen.

CUADRO 1. INFRAESTRUCTURA E IMAGEN DE LA CIUDAD

Explicación: Mientras los turistas valoran la estética colonial y la ubicación de hoteles, recalcan la carencia de material informativo. Los prestadores, por su parte, sugieren que no solo se trata de mapas y señalamientos, sino de un plan urbano integral que también mejore la iluminación y la seguridad

Cuadro 2. Oferta gastronómica y apoyo institucional

Aspecto	Encuesta Turistas (2023)	Grupo Focal Prestadores (2024)
Valoración de la gastronomía local	65% resalta los platos tradicionales, 15% inconforme con horarios de restaurantes.	Destacan el 95% de aceptación a la comida típica; lamentan baja promoción de productos locales y cierre temprano.
Apoyo gubernamental	—	Se percibe nulo apoyo durante la pandemia; falta de subsidios o promoción dirigida para pequeños establecimientos y hostales.

CUADRO 2. OFERTA GASTRONÓMICA Y APOYO INSTITUCIONAL
Entre la encuesta y el grupo focal hay consenso en que la gastronomía tradicional es un punto fuerte, pero no está bien explotada. El cierre temprano de restaurantes, la escasa variedad de opciones y la falta de un plan de promoción coordinado son las principales brechas.

Integración de los resultados

1. Imagen e Identidad
2. Desarticulación Sectorial
3. Oferta Gastronómica y Horarios
4. Apoyo Gubernamental y Profesionalización
5. Retos en Seguridad y Promoción

Propuestas surgidas de los actores locales

1. Fortalecer la articulación sectorial.
2. Mejorar la infraestructura y la señalética.
3. Impulsar la gastronomía con énfasis en la diversificación.
4. Apoyo gubernamental y profesionalización.
5. Capacitación y profesionalización.
6. Seguridad integral y nocturna.
7. Promoción e innovación post-pandemia.

DIAGNÓSTICO DE TURISMO

LAGOS DE MORENO

PRIMERA FASE: 2025

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CUCSH
LINE Laboratorio de Innovación y Emprendimiento