

# Operativo Festival 2025

Jesús María - Córdoba

Argentina



# 59° Festival Nacional de Doma y Folklore

La edición 2025 fue un éxito histórico, con un récord de entradas vendidas y de visitantes.

Desplegamos un operativo sanitario y de seguridad, en conjunto con instituciones locales y fuerzas de seguridad.

El éxito también estuvo marcado por el trabajo coordinado y la colaboración mutua con la comisión del Festival.

- **11 Noches**
- **210.000** Entradas vendidas
- **38.000** Personas promedio por jornada
- **420.000** Visitantes en total

Impacto económico en la región:

**33.376.560.000\***

Inversión municipal en el Operativo Festival:

**950 millones\*\***

\*El cálculo estimado se realizó considerando un total de 420.000 visitantes, de los cuales se deduce un 20% correspondiente a menores, resultando en 336.000 visitantes adultos. Este número se multiplicó por un gasto promedio de \$99.335 por persona.

\*\*Aproximado, al momento de cerrar este informe.

# OPERATIVO FESTIVAL 2025

Con el compromiso de brindar un entorno seguro y garantizar una buena experiencia **jesusmariense**, se trabajó de manera vinculada durante las 24 horas.

Gracias a esta sinergia, vecinos y turistas disfrutaron de propuestas turísticas, culturales y gastronómicas en un ambiente organizado, seguro y placentero.

**Más de 15  
organizaciones  
mancomunadas.**

**+ De 1.500 personas**  
al servicio de vecinos y turistas:

- **1.190**  
Referentes de entidades provinciales,  
servicios de emergencia,  
Bomberos Voluntarios  
e instituciones
- **230**  
Personal municipal
- **530**  
Contratados externos

# CAMBIOS ESTRUCTURALES

Realizamos importantes cambios en cuatro espacios estratégicos del operativo municipal con el objetivo de refuncionalizar, embellecer y optimizar cada lugar.

## Sector comercial

### • Calle Córdoba

Rediseñamos la disposición de los puestos tradicionales, logrando:

**La unificación de los espacios con 54 carpas blancas (1.295 m<sup>2</sup>).**

#### **Beneficios:**

Mejor estética y mayor seguridad ante inclemencias climáticas.

Orden y organización para un mejor control y circulación de las personas.

Mayor comodidad en el armado y exposición de la mercadería.

### • Paseo del Huerto

Creamos un corredor gastronómico más ordenado, ubicando los frente de los puestos hacia la calle.

Cada local gastronómico presentó planos previamente autorizados por la Muni, lo que **permitió una mejor organización y control.**

Veredas despejadas para **garantizar la seguridad y la libre circulación.**

**Se generó un espacio para publicidad entre las dársenas.**

### • Skate Park

Pusimos en valor este sector, generando **un nuevo espacio familiar, con food trucks y juegos para niños,** ofreciendo un espacio renovado para todas las edades.



# CAMBIOS ESTRUCTURALES

## Doña Pipa y Espacio JM

Realizamos importantes modificaciones en Doña Pipa y el Espacio Jesús María, *diseñadas para ofrecer propuestas gratuitas y atractivas durante las 10 jornadas del Festival*. Estas acciones refuerzan el compromiso de la ciudad por brindar una experiencia única tanto a vecinos como a turistas.

### • Doña Pipa

Se rediseñó bajo un nuevo concepto, basado en experiencias anteriores:  
Más artesanos y food trucks.

Sector exclusivo de fuegos y más espacios para sentarse a comer.

Escenario 360° con mayor visibilidad para más personas.

Mayor iluminación para más seguridad y disfrute.

**Intervenciones estructurales:**  
Construcción de un ingreso nuevo.  
Nivelación del piso.

Ampliación de infraestructura eléctrica y del sistema de agua y cloacas.

Eliminación del tejido perimetral para ampliar el espacio.

### • Espacio JM

Incorporación de un nuevo escenario, más grande y representativo, conocido como **La Peñita de la Muni**, que se consolidó como un espacio clave del festival.



# SEGURIDAD

El operativo implicó un gran despliegue estratégico, logístico e interinstitucional, integrado por agentes dedicados a brindar asistencia y controlar las calles adyacentes al anfiteatro, puestos gastronómicos, terminal, paseo de emprendedores, peñas y atractivos.

El equipo interdisciplinario estuvo integrado por diversas fuerzas e instituciones: Defensa Civil, la Policía de la Provincia de Córdoba; Gendarmería Nacional, Bomberos Voluntarios, Dirección de Protección Civil de la Provincia, Guardia Urbana, ETAC, GEER, áreas municipales de Jesús María: dirección de Tránsito, Control Urbano y Gestión Integral de Riesgos, Servicios Privados de Urgencias Médicas, el Hospital Regional Vicente Agüero, la Cooperativa de Servicios Públicos, Plan Nacional de Manejo del Fuego, la Dirección de Tránsito de Colonia Caroya y Sinsacate y la Comisión Directiva del Festival.

- **1190 Personas**  
**+15 Instituciones**  
**121 Cámaras de seguridad**  
conectadas al Centro de Monitoreo, las 24 horas del día.

## **12 Operadores en turnos rotativos en el Centro de Operaciones Municipales (COM)**

6 Operadores en el Centro Único de Coordinación y Control Municipal (C.U.C.C.).

**Más de 20 personas estuvieron abocados en la tarea de Defensa Civil**



# TRÁNSITO

Agentes estuvieron abocados a garantizar una mejor organización de la circulación y ordenamiento vehicular, en diferentes puntos de la ciudad.

El personal se desempeñó, además, en regular el funcionamiento de los corredores peatonales.

- **107 personas trabajaron en Guardia Urbana Municipal.**
- **Zona de exclusión: 20 manzanas.**
- **Personal de Trenes Argentinos coordinó la seguridad de las vías en los horarios del Festival.**



# CONTROL Y FISCALIZACIÓN

El equipo estuvo integrado por Recursos Tributarios, GUM, Bromatología y Obras Privadas.

Se llevaron a cabo inspecciones para asegurar que los comercios y puestos cumplieran con todos los requisitos establecidos por la ordenanza municipal.

- **37 Agentes de control**
- **275 Espacios públicos comercializados**
- **141 Carpas entregadas**
- **353 Comercios controlados/habilitados**
- **70 Permisos de venta ambulante otorgados**
- **31 Decomisos realizados**
- **8 Actas por infracción a comercios**

## 149 Inspecciones realizadas por Obras Privadas

- **40 Predios privados**
- **31 Playas estacionamiento**
- **25 Food trucks**
- **82 Comercios y puestos**
- **1 Establecimiento bailable**
- **2 Peñas parrillas**
- **3 Natatorios**
- **5 Campings**



# BROMATOLOGÍA

Se efectuaron inspecciones en todos los puestos gastronómicos y transportes de mercadería, con el objetivo de garantizar la seguridad alimentaria en todos los locales comerciales ubicados en el anfiteatro como en sus alrededores.

- **1149** Capacitados en el curso de Manipulación de Alimentos
- **895** Libretas sanitarias entregadas
- **195** Locales gastronómicos y puestos inspeccionados a diario
- **655** Kilos de alimentos decomisados
- **124** Transportes de sustancias alimenticias controlados
- **34** Actas realizadas entre decomisos, intervenciones y notificaciones



# SALUD

Por las 11 noches, se pusieron en funcionamiento dos puestos sanitarios con profesionales de la salud y enfermeros de guardia.

Estuvieron ubicados en puntos estratégicos para una atención inmediata, disponible las 24 horas. Además, un hospital móvil totalmente equipado al servicio de vecinos y turistas.

- **2 Puestos sanitarios**  
ubicados en Córdoba y 9 de julio ; Doña Pipa
- **22 Profesionales:**  
médicos, paramédicos y personal de enfermería
- **413 Atenciones**  
en los puntos de salud  
(160 corresponden a libretas sanitarias)



# SALUD MENTAL Y ADICCIONES

Se realizaron actividades, juegos de realidad virtual e iniciativas para promover hábitos saludables y prevenir el consumo de alcohol entre los asistentes.

Campaña “Conductor designado”: se entregaron pulseras identificatorias a la persona elegida por cada grupo.

Se llevó a cabo una campaña de promoción del consumo del mate para reemplazar el de bebidas alcohólicas. Una empresa local acompañó la acción brindando charlas y regalando un mate por noche a los participantes.

**Más de 50 participantes, entre 14 a 70 años.**

## Consultas generales sobre:

- **Lugares de atención**
- **Consumo problemático de alcohol**
- **Medidas de prevención**
- **Ludopatía**
- **Crianza y prevención del consumo de drogas**



# UNIDAD DE POLÍTICAS DE GÉNERO

El área impulsó el programa **“Ponete la Diez”** un espacio interactivo didáctico que tuvo por objetivo de sensibilizar, promover, promocionar y prevenir la violencia de género, a través de juegos.

La Municipalidad junto a la Secretaría de la Mujer activó dos Punto Mujer; uno dentro del Anfiteatro y otro en sus inmediaciones, se trata de un dispositivo integral de asistencia y acompañamiento.

Se trabajaron en consultas específicas. Además, se aplicó el protocolo interno con el Festival de Doma y Folklore.

- 352 Participantes del programa “Ponete la 10”
- 1604 Intervenciones lúdicas, entrega de premios y apoyo de comercios y empresas
- 22 Participantes ganadores de entradas al Festival

## ENTREGAMOS

### 30 mil acciones de promoción

con la entrega de pulseras con números de emergencia y folletos informativos

**2828 Preservativos**

**553 Kits de emergencia**

**93 Usos de lactario y cambiador**

# DOÑA PIPA

Se planteó un espacio actualizado, moderno, con un escenario 360° y una puesta en escena innovadora.

**47.000 Personas en las 10 noches**  
**+ 75 Artistas en el escenario 360°**

- **58 Músicos** (43 del certamen y 16 invitados, 6 de ellos del Festival)
- **20 Ballets**
- **10 Food trucks**
- **2 Parrillas**
- **37 Emprendedores /artesanos**
- **8 Espacios institucionales**
- **1 Patio de juegos**

## Certamen “Camino al Festival”

- **43 Músicos**
- **20 Ballets**
- **Ganadores:**

<b>Categoría Artistas Folklórico</b>	<b>Categoría Ballet</b>
<b>1º</b> puesto: Decime Cambio	<b>1º</b> puesto: Herencia
<b>2º</b> puesto: La Bolada	<b>2º</b> puesto: Añoranzas
<b>3º</b> puesto: Almas Mellizas	<b>3º</b> puesto: Pasión folklórica

\* Se entregaron 150 mil pesos para el primer puesto y 100 mil pesos para el segundo y tercer puesto (de las dos categorías).



# ESPA JESÚS MARÍA

Un lugar de encuentro e intercambio entre referentes, organizaciones, vecinos y miembros de instituciones públicas y privadas. Ubicado en la esquina más festivalera de la ciudad se consolidó como un punto de promoción turística para localidades del país y provincias.

Con una nueva apuesta y un escenario renovado, los asistentes disfrutaron de espectáculos gratuitos en la previa de la noche festivalera. Artistas de renombre ofrecieron un show íntimo y cercano.

- 7 ediciones de **"Peñita de la Muni"** con artistas reconocidos como: Lázaro Caballero, Christian Herrera, Paquito Ocaño, Ahyre, Coroico y Los Tekis, Sergio Galleguillo, Ceibo, El Indio Lucio Rojas y Las Voces de Orán.
- **+ de 60 destinos turísticos se promocionaron turísticamente:** Corredores turísticos de Sierras Chicas, Norte Cordobés. Ansenuya y Traslasierras; Ente Mixto de Promoción Turística y Conservación Ambiental de Salinas Grandes; las provincias de Santa Fe, Mendoza, San Luis y La Rioja; y la ciudad de Córdoba Capital.
- **52 Artistas** se presentaron en el escenario.
- **30 Clases gastronómicas** de "El Mejor Asado del Mundo" y otras comidas típicas de nuestro país.
- **12 Cocineros invitados** de otras ciudades y provincias.



# CIUDAD FESTIVALERA POR DENTRO

Por segundo año consecutivo, la ciudad abrió las puertas de su Operativo Festival mediante visitas guiadas.

Estuvo dirigida a equipos de gestión, autoridades, vecinos, empresarios y referentes.

Se mostraron los pilares fundamentales del despliegue municipal.

- **94 Personas**
- **9 Guías**
- **36 Instituciones**
  - > 19 Municipios y comunas
  - > 8 Centros vecinales
  - > 9 Empresas, instituciones públicas y privadas



# OFICINA DE TURISMO

**Jesús María, se ubicó entre los cinco lugares más elegidos por los argentinos para vacacionar en la primera quincena de enero.**

Según el ranking publicado por la Secretaría de Turismo, Ambiente y Deportes de la Nación, la ciudad se posicionó como punto turístico y de interés a nivel nacional.

- **3 Oficinas de turismo abiertas todos los días del Festival**

- > Córdoba y Kennedy
- > Córdoba y Cleto Peña
- > Doña Pipa

- **545 Alojamiento alternativos registrados**

- > 1517 Acudieron a solicitar información
- > 105 Participaron de recorridos guiados por la ciudad



# EXPLANADA DEL FERROCARRIL

Otro espacio festivalero que se activó los fines de semana con una variedad de propuestas para quienes recorrieron las calles céntricas de la ciudad.

Ofreció espectáculos en vivo de danza y música, con paseos con artesanías locales y regionales.

- **32 Artesanos**
- **20 Artistas en el escenario**



# PASEO DE LOS EMPRENDEDORES

Un sector exclusivo de emprendedores locales en el corazón de la zona festivalera.

Durante las 11 noches, hicieron de la calle Delfín Díaz y Córdoba un lugar lleno de creatividad y tradición.

**+de \$32 millones de recaudación**

- **24 Emprendedores locales**
- **20 De Córdoba Emprendedora**
- **\$1.351.871 Promedio de venta por emprendimiento**
- **\$2.949.536 Promedio de venta por noche**



# OPERATIVO LIMPIEZA Y AMBIENTE

El mantenimiento de la ciudad se realizó durante las 24 horas, de forma ininterrumpida, tanto en el interior como en los alrededores del anfiteatro para garantizar que se mantuviera limpia y en óptimas condiciones.

- **346** Agentes de limpieza en el interior y el exterior del anfiteatro, baños químicos y terminal de ómnibus
- **78.250** Bolsas recolectadas
- **4.510** Toneladas de residuos recolectados
- **2.200** Toneladas de residuos reciclados

\* toneladas de residuos recolectadas: **4510 toneladas**

\* toneladas de residuos recicladas: **2200 toneladas**

## Ambiente

Se implementaron medidas y acciones sostenibles para contribuir al cuidado del ambiente.

- **Vasos reutilizables**  
Esta iniciativa, establecida por ordenanza municipal, se aplicó en los comercios y puestos de expendio de bebidas para reducir el uso de plástico desechables y el volumen de residuos que se genera ante la masividad.
- **Recolección de aceite vegetal usado**  
Durante el Festival, se recolectaron **1.600 litros**  
Se realizó en los puestos gastronómicos asesorados para fomentar la reutilización de este recurso.
- **Recolección diferenciada**  
En las inmediaciones al anfiteatro, se colocaron contenedores para facilitar la separación de PET y cartón para promover el reciclaje.

# SPONSORS

## +20 Empresas locales promocionaron su marca y acompañaron las iniciativas municipales

En esta edición se sumaron más de 20 empresas locales para promocionar su marca y acompañar las iniciativas municipales de promoción de la cultura, el turismo, la salud, y la prevención de la violencia de género.

Estas propuestas fortalecen la colaboración entre el sector público y privado logrando potenciar y fortalecer el crecimiento económico de la región.

- **7.000.000 Ingresos en efectivo**
- **2.000.000 Ingresos en regalos**  
(regalos entregados en Punto Mujer)
- **3.000.000 Ingresos por canje**

# Encuestas

## EXPERIENCIA FESTIVALERA 2025

Se realizó a 1120 personas en las afueras del Anfiteatro, durante las 11 jornadas.

- **¿Lugar de procedencia?**

30,4% Interior de Córdoba  
26,7% Otra provincia  
24,9% Región (JM, CC, Sinsacate)  
14,9% Córdoba Capital  
3% Exterior

- **¿Con quién vino al Festival?**

42,5 Amigos  
46,5% Familia  
17,3% Pareja  
3,7% Sólo

- **¿Edad de la persona o grupo social?**

34,3% 26 a 35 años  
27,9% 36 a 55 años  
27,2% 19 a 25 años  
7,6% 56 a 75 años  
2,6% 12 a 18 años  
0,3% Más de 75 años

- **¿Cuánto tiempo permanece en la ciudad?**

39,6% 1 día  
26,3% Vive en la zona  
15,2% 3 a 7 días  
11,8% 1 a 3 días  
4,6% 7 a 10 días  
2,6% Más de 10 días

- **En caso de ingresar al anfiteatro, ¿es la primera vez que lo hace?**

81,7% No  
18,3% Sí

- **¿Gasto aproximado por persona, por día (teniendo en cuenta alojamiento, comida, movilidad, gastos varios, etc)?**

27,7% Entre \$80.000 y \$100.000  
24,7% Entre \$50.000 y \$80.000  
19,8% Entre \$100.000 y \$150.000  
11,4% Menos de \$50.000  
8,9% Más de \$200.000  
7,4% Entre \$150.000 y \$200.000

- **¿Experiencia sobre el alojamiento?**

88,7% Valoración positiva  
(70,4% Muy buena - 18,3% Buena)

# Encuestas

## EXPERIENCIA FESTIVALERA 2025

Se realizó a 1120 personas en las afueras del Anfiteatro, durante las 11 jornadas.

### • Valoraciones sobre:

- > **Limpieza de calle**  
97,4% Valoración positiva  
(80,8% Muy buena - 16,6% Buena)
- > **Limpieza de baños**  
93% Valoración positiva  
(64,9% Muy buena - 28,1% Buena)
- > **Seguridad**  
85% Valoración positiva  
(62% Muy buena - 23% Buena)
- > **Propuesta gastronómica**  
95,3% Valoración positiva  
(73,9% Muy buena - 21,4% Buena)
- > **Oferta cultural y artística**  
97,2% Valoración positiva  
(79,7% Muy buena - 17,5% Buena)
- > **Tránsito**  
81,5% Valoración positiva  
(56,7% Muy buena - 24,8% Buena)
- > **Visita al Patio de Doña Pipa**  
46,4% No lo conoce  
42,3% Sí  
11,2% No

### • Calificación del Doña Pipa

- > **97,4% Valoración positiva**  
(84,1% Muy buena - 13,3% Buena)
- > **Calificación de la experiencia general en el Festival** (Escala de 1 a 10 estrellas)
- > **97,4% Valoración positiva**  
(70,4% 10 estrellas - 14% 8 estrellas - 13% 9 estrellas)
- > **Probabilidad de visitar el Festival en la edición del año 2026**  
95,4% Tiene pensado visitarlo  
3,9% No sabe  
0,7% No tiene pensado visitarlo



# Encuestas

Realizada a más de 100 comerciantes y puestos ubicados en las inmediaciones del anfiteatro.

## ¿A qué rubro pertenece su comercio?

- 36.6% > Gastronómico
- 7.9% > Almacén / Quiosco
- 31.7% > Indumentaria
- 5% > Talabartería
- 8.9% > Artesanías
- 7.9% > Bebidas
- 2% > Otro rubro

## ¿De dónde son sus proveedores?

- 39.6% > Jesús María
- 4% > Colonia Caroya
- 56.4% > Otras localidades

## ¿Alquila algún servicio local?

- 49.5% > Sí
- 50.5% > No

## ¿Contrata personal para que trabaje durante el Festival?

- 52.5% > Sí
- 46.5% > No

## En caso de responder "Sí" ¿De dónde es el personal?

- 61% > Jesús María
- 6.8% > Colonia Caroya
- 1.7% > Sinsacate
- 30.5% > Otras localidades



**Operativo Festival  
2025**

