



## INFORME SOCIOECONÓMICO

### 70º FIESTA NACIONAL DEL MANÍ – AÑO 2025

La 70º edición de la Fiesta Nacional del Maní, celebrada centralmente entre el 14 y el 16 de noviembre de 2025 en la ciudad de Hernando, Córdoba, no constituyó meramente un evento conmemorativo, sino una demostración de capacidad de gestión, articulación público-privada y cohesión social.

Bajo el lema "La Fiesta de Todos", el evento logró congregar a **30.000 personas** aproximadamente en la Plaza San Martín, ofreciendo **acceso libre y gratuito** a una programación de jerarquía nacional, una exposición agroindustrial y un corredor gastronómico gestionado por instituciones locales.

Este informe detalla exhaustivamente las dimensiones operativas ("Pensar, Ejecutar, Coordinar"), el análisis financiero de ingresos y egresos, y el impacto cualitativo en el tejido social e institucional.

El balance final arroja un **superávit social positivo y un movimiento económico directo** en el Patio de Comidas de **90.220.000 de pesos** (noventa millones doscientos veinte pesos), reinvertidos íntegramente en 11 instituciones de la sociedad civil hernandense.

#### SIGNIFICADO Y MAGNITUD DE LA FIESTA NACIONAL

##### **La Identidad de la Capital Nacional del Maní**

Hernando ostenta el título de "Capital Nacional del Maní" desde mediados del siglo XX, una distinción que trasciende lo honorífico para convertirse en el eje rector de su identidad productiva y cultural. La **Fiesta Nacional del Maní** es el rito anual donde la comunidad se mira a sí misma y celebra el ciclo productivo que la posiciona en el mapa global, dado que la región es responsable de una porción mayoritaria de la exportación de maní de la República Argentina.

Celebrar 70 años ininterrumpidos de historia implica honrar el legado de aquellos dirigentes del Club Atlético Estudiantes que en 1955 iniciaron este camino,

transformando una celebración local en un evento de estado que hoy es gestionado por el Municipio con la colaboración de toda la comunidad.

**La magnitud de la edición 2025 debe entenderse en este contexto histórico:** no fue solo una fiesta más, sino el resultado de siete décadas de esfuerzo colectivo, resistencia ante adversidades económicas y adaptación a los nuevos paradigmas del entretenimiento y la gestión cultural.

---

## LA TRILOGÍA DE LA GESTIÓN: PENSAR, EJECUTAR Y COORDINAR

**Pensar** la 70º edición estuvo marcada por una decisión política fundamental: **mantener el acceso libre y gratuito del evento en un contexto económico nacional desafiante**. La administración municipal, encabezada por el intendente Dr. Ricardo Bianchini y la directora de la fiesta Lic. Marcela Brizuela, conceptualizó el evento como un derecho cultural, garantizando que el impacto económico se trasladara al consumo en: la Exposición, Patio de Comidas y los diferentes rubros comerciales de la ciudad, en lugar de quedar retenido en una barrera de acceso.

"Pensar" la fiesta también implicó diseñar una grilla que equilibrara la tradición (folklore, rock, pop, cuarteto, DJs), asegurando la participación intergeneracional del público.

**Ejecutar** es transformar la planificación en realidad tangible. La magnitud operativa se refleja en la contratación y montaje de una infraestructura temporal capaz de soportar espectáculos de nivel nacional y albergar a decenas de miles de personas.

El Área de Programación debió gestionar la contratación de proveedores para:

- **Escenotecnia:** Sonido de alta fidelidad para el escenario principal, carpas de prensa y sistemas de retardo (delay) para la plaza; iluminación robótica y pantallas LED gigantes distribuidas estratégicamente para democratizar la visión del espectáculo.
- **Logística de soporte:** Alquiler de carpas estructurales, vallas de contención, grupos electrógenos de gran potencia para asegurar la continuidad del servicio eléctrico, y sistemas sanitarios (baños químicos estándar y VIP).
- **Artística:** La gestión de contratos con artistas como Los Tipitos, Destino San Javier, Magui Olave, Bien Argentino y Trulala, que implicó no solo el pago de caché, sino la logística de (hotelería, traslados, viandas, catering en camarines, etc.).

**Coordinar** implica la sincronización de cientos de actores:

- **Fuerzas de seguridad:** La coordinación con la Policía, seguridad privada, seguridad ciudadana y bomberos voluntarios fue vital para gestionar una masa de aproximadamente 30.000 personas sin incidentes mayores.
- **Servicios públicos:** La Cooperativa de Obras y Servicios Públicos de Hernando proveyó bajadas eléctricas reforzadas, sistemas cerrados de cámaras de seguridad e internet de alta velocidad para la transmisión y la prensa.
- **Instituciones:** La coordinación con las 11 instituciones que operaron el Patio de Comidas requirió meses de planificación bromatológica, logística de abastecimiento

- **Recursos Humanos:** Desde el personal de limpieza que mantuvo la plaza en condiciones durante tres días intensos, hasta los encargados de carga y descarga, electricistas de guardia y personal de protocolo que atendió a autoridades y soberanas visitantes.
- 

## ANÁLISIS DE CONVOCATORIA Y PÚBLICO

Uno de los datos más relevante en términos de impacto social es la asistencia confirmada por la Policía: **30.000 personas concurrieron a la Plaza San Martín durante las tres noches centrales.**

Esta cifra adquiere mayor relevancia si se considera la población estable de Hernando. La fiesta logró convocar un número de personas superior a la población total de la ciudad, lo que evidencia una fuerte afluencia de turismo regional. Visitantes de localidades vecinas y de otras provincias se movilizaron atraídos por la calidad de la grilla y la gratuidad del acceso.

---

## ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO

La sustentabilidad de la fiesta depende de un equilibrio entre la inversión pública, el aporte privado y la generación de recursos propios. El **"Balance Social 2025"** ofrece una radiografía precisa de este ecosistema financiero.

### Egresos: La Inversión en la ciudad

El costo total operativo para la realización de la 70º Fiesta Nacional del Maní ha sido de: **\$ 175.295.895 pesos** (ciento setenta cinco millones doscientos noventa y cinco mil ochocientos noventa y cinco).

### Principales partidas de costos

- **Programación y Técnica:** Alquiler de escenario, sonido, iluminación, pantallas LED (escenario y plaza), carpas, generadores y contratación de artistas (cachets, viandas, hotelería, traslados).
- **Logística y Seguridad:** Alquiler de vallas, baños químicos, seguridad privada, limpieza, seguros de responsabilidad civil.
- **Prensa y Difusión:** Pauta en medios, diseños y grabaciones.
- **Protocolo:** Atención a invitados especiales, presentes institucionales, grabado de medallas.

## Ingresos: Diversificación de Fuentes

Fuente de Financiamiento	Monto	% del Total	Ánálisis
Comercialización (Publicidad)	\$ 76.490.000	43,63%	El sector privado aportó casi la mitad del costo a través de sponsoreo
Venta de Stands (Expo)	\$ 12.280.000	7,01%	Ingreso directo por alquiler de espacios
Asistencia Financiera Hernando	\$ 40.000.000	22,82%	Ministerio de Gobierno de Córdoba
Apporte Ministerio de Bioagroindustria	\$ 4.000.000	2,28%	Apoyo específico del Ministerio
Apporte Ente de Cooperación Recíproca de Municipios y Comunas de la Prov. De Córdoba	\$ 3.500.000	2,00%	Colaboración intermunicipal
Inversión Municipalidad Hernando	\$ 39.025.895	22,26%	Aporte del Municipio Organizador
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 175.295.895</b>	<b>100%</b>	

### Eficiencia de la Inversión Municipal

La Municipalidad de Hernando solo debió cubrir el 22,26% del costo total. El 77,74% restante se financió mediante gestión: venta de publicidad, espacios y gestión de subsidios provinciales.

Esto demuestra un modelo de gestión virtuosa: el municipio actúa como "generador" y

"facilitador", movilizando recursos de terceros para ofrecer un servicio cultural de alto valor a la comunidad con un costo fiscal controlado.

---

## IMPACTO COMERCIAL Y EXPOSICIÓN

### Exposición Industrial, Comercial, Artesanal y de Micro-emprendimientos

- **Total de Stands:** 128 espacios comercializados.
- **Composición:** 95 stands vendidos a empresas regionales y 33 a expositores locales.
- **Perfil:** La muestra incluyó desde maquinaria agrícola de precisión (tecnología del maní) hasta artesanos y micro-emprendedores de todo el país.

### Comercialización y Sponsoreo:

El apoyo corporativo fue masivo, reflejando la confianza del sector privado en la marca "Fiesta del Maní".

- **67 empresas** participaron activamente en la comercialización.
  - **53 empresas locales y 14 de la región** invirtieron en publicidad. Este fuerte respaldo local (casi el 80% de los sponsors son de Hernando) evidencia la simbiosis entre la fiesta y el empresariado local, que ve en el evento una oportunidad de devolver valor a la comunidad y fidelizar clientes.
- 

## EL IMPACTO EN LAS INSTITUCIONES: PATIO DE COMIDAS MANISERO

Si la exposición es el motor comercial, el Patio de Comidas es el **corazón solidario** de la fiesta.

La organización delega la explotación del servicio gastronómico (comidas y bebidas) en las instituciones intermedias de la ciudad. Esto transforma el consumo de los visitantes en inversión social directa.

El informe reporta un movimiento económico en el Patio de Comidas de: **\$ 90.220.000 pesos (noventa millones doscientos veinte)**

Este monto representa una inyección de liquidez extraordinaria para las 11 entidades que trabajaron y se beneficiaron de esta recaudación conforman la red de contención social de Hernando:

- **Educación:** Instituto Divino Corazón, Instituto Pablo A. Pizzurno, Escuela María Montessori, I.P.E.T. 71.
  - **Deporte:** Club Atlético Independiente, Club Atlético Estudiantes, Club Centro Recreativo, Club Deportivo Libertad.
  - **Social y Religioso:** Asociación F.L.I.A., Iglesia Ministerio Crecer, Asociación Gorrones.
-

## IMPACTO EN LA ECONOMÍA LOCAL

El movimiento de 30.000 personas, más la demanda del evento, generó un efecto multiplicador inmediato en la economía urbana de Hernando. El informe cualitativo destaca que "han trabajado todos sus rubros", mencionando específicamente:

- **Hotelería:** Capacidad colmada al 100%, derivando huéspedes a localidades vecinas.
- **Gastronomía Privada:** Restaurantes, rotiserías y bares trabajaron a plena capacidad, complementando la oferta del patio de comidas.
- **Comercio Minorista:** Supermercados, despensas, kioscos, tiendas de ropa y vinerías.
- **Servicios:** Estaciones de servicio, remises, terminal de ómnibus, peluquerías y centros de estética.
- **Proveedores Técnicos:** Carpinterías, metalúrgicas, electricistas y gráficas locales fueron contratados para el montaje

---

## PROYECCIÓN EXTERIOR: EMBAJADORAS Y PRENSA

### **Soberanas: 28.845 Kilómetros en un año**

El Área de Soberanas ejecutó una labor diplomática federal. Las representantes de la fiesta recorrieron casi 30.000 kilómetros visitando:

- 12 Fiestas Nacionales en 9 provincias argentinas.
- 3 Fiestas Provinciales.

Estas visitas posicionan la marca "Hernando" y el producto "Maní de Córdoba" en mercados turísticos y culturales lejanos, generando intercambios que atraen delegaciones de todo el país a nuestra ciudad.

### **Cobertura de Prensa**

La estrategia comunicacional aseguró la visibilidad del evento más allá de los límites locales:

- **46 periodistas acreditados** cubrieron el evento in situ.
- Pauta publicitaria en **14 medios regionales** y **6 locales**, garantizando presencia en todo el centro de la provincia de Córdoba.
- Difusión en redes sociales y plataformas digitales oficiales de la Fiesta.

---

## AGRADECIMIENTOS

El éxito de la 70º edición es el resultado de una construcción colectiva. Se extiende un agradecimiento formal y profundo a:

- **Fuerzas de Seguridad:** Policía de la Provincia y Bomberos Voluntarios de Hernando, por garantizar la paz social y la seguridad de miles de familias.
- **Cooperativas:** A la Cooperativa de Obras y Servicios Públicos (infraestructura eléctrica y conectividad) y a la Cooperativa La Vencedora (logística de

estacionamiento y recepción de autoridades).

- **Personal Municipal:** A todas las secretarías y direcciones, y en especial a los empleados que trabajaron en el armado, limpieza y logística.
  - **Voluntarios Culturales:** A los más de 200 artistas locales que donaron su talento y tiempo para las aperturas, demostrando un amor incondicional por su tierra.
  - **Instituciones:** A la Fundación Hernando, Guardería "Peque Landia" y las 11 instituciones del patio de comidas, por su trabajo incansable.
  - **Sponsors y Expositores:** Por confiar e invertir en la fiesta.
  - **Al público:** Por responder en esa dimensión cada actividad y encuentro.
- 

**La 70º Fiesta Nacional del Maní** cierra su balance 2025 con un saldo altamente positivo, no solo en sus números, sino en su espíritu.

Hemos honrado 70 años de trayectoria. Desde la visión pionera de 1955 hasta la realidad masiva de 2025, la fiesta ha sabido evolucionar sin perder su esencia: la celebración del trabajo y la tierra.

Los números demuestran que la unidad es rentable y efectiva. La articulación entre el Estado (que invierte y planifica), el Privado (que acompaña) y el "Tercer Sector" (que trabaja y reinvierte) ha creado un modelo de gestión virtuoso capaz de generar 90 millones de pesos para las instituciones y autofinanciar el 70% del costo del evento.

La masiva respuesta del público y la participación activa en los eventos preliminares, aseguran la continuidad de la fiesta. Hernando ha demostrado que, incluso en tiempos difíciles, tiene la capacidad de organizar un evento de calidad nacional, accesible para todos y beneficioso para el conjunto de la comunidad.

Que este balance sirva de cimiento para comenzar a soñar la edición 71º, con la certeza de que cuando Hernando se une, el resultado siempre es motivo de orgullo.