**YPF seguirá fortaleciendo su vínculo con el agro**

*En la edición pasada canjearon casi 500 mil toneladas de granos y facturaron unos 100 millones de dólares en insumos. En esta edición van por más.*

“Para nosotros es muy importante participar de Expoagro porque allí están todos los referentes del sector. Además es en un momento previo a la cosecha gruesa donde el productor busca su capital de trabajo para enfrentar esa etapa y proyectar la campaña que sigue”, afirma Marcos Capdepont, gerente de Negocios Agro de YPF, quien afirma que el campo representa un 10% del total de volumen de negocios de la compañía, que a través de los más de 100 centros de distribución de YPF Directo ofrece combustibles, lubricantes, fertilizantes, silobolsas, agroquímicos y semillas.

Durantela 12 edición de la muestra, que se realizará del 13 al 16 de marzo en el KM 225 de la RN 9, en San Nicolás, YPF ofrecerá hasta 200 pesos extra por tonelada de grano para la compra de cualquiera de sus productos: gas oil, lubricantes, fertilizantes, fitosanitarios, bolsas para silo, inoculantes y semillas. “En la última edición nos fue muy bien. Canjeamos casi 500 mil toneladas de granos y facturamos alrededor de 100 millones de dólares en insumos”, detalla Capdepont.

Al realizar un balance del 2017, el ejecutivo destaca que fue “de muchísimo trabajo”, en el marco de un mercado de commodities a nivel mundial “muy inestable” sobre el cual hubo que adaptarse rápidamente.

“Por un lado, abrimos 20 nuevos centros de distribución en todo el país. Por otro, lanzamos 10 nuevos productos ampliando nuestra paleta de agroinsumos. Aumentamos 20% la venta de fertilizantes en un mercado que creció a un promedio del 5%. También aumentamos en un 18% la facturación por venta de fitosanitarios, un 6% en volumen de gas oil, un 27% en granos canjeados y un 36% en venta de semillas”, cuenta Capdepont, quien además detalla que el producto más demandado fue el fertilizante nitrogenado, debido al crecimiento del maíz y herbicidas especiales para combatir la problemática de malezas.

Para este año, la empresa va por más. “Seguiremos lanzando nuevos agro productos con una novedad no menor: tendremos el primer producto desarrollado por YTEC. A su vez, actualizaremos nuestro portfolio con el reciente acuerdo con Adama. Por otro lado, queremos estar muy cerca de nuestros clientes y consideramos que aún nos falta capilaridad en algunas regiones del país. Por eso estaremos armando plantas de apoyo logístico e incrementaremos la oferta de servicios a campo”, finaliza Capdepont.