

¿Cómo serán los mamelucos de YPF que venderán en las estaciones de servicio y para qué?

17/08/2025



Los mamelucos de YPF llegarán a las estaciones de servicio que tiene la petrolera estatal. El anuncio fue realizado por el CEO de la compañía, Horacio Marín, en un encuentro que se llevó a cabo en Mendoza. Este mameluco tomó mayor notoriedad tras la aparición del presidente Javier Milei, cuando llevaba uno puesto, en un streaming.

La iniciativa busca **“llevar el espíritu de Vaca Muerta” a las estaciones de servicio y fortalecer la identidad de la marca** con productos que representen distintas regiones del país, según afirmó Marín. La línea de indumentaria se lanzará junto a una ampliación de la oferta gastronómica y la incorporación de artículos locales en cada punto de venta.

El CEO detalló la estrategia para potenciar la marca Full con el objetivo de ampliar la propuesta gastronómica y de productos hasta convertirla en una referencia nacional. Además, se buscará «replicar el modelo Vaca Muerta» en las estaciones de servicio.



Sin embargo, no será la versión industrial de los mamelucos la que llegue al guardarropa de los clientes, ya que **su tecnología de protección implica un alto costo de producción**. Todavía no hay información de cuándo llegarán a las góndolas de las estaciones de servicio.

Fuentes de la petrolera dijeron a NA que el interés por la ropa de Vaca Muerta aumentó cuando el presidente Javier Milei apareció en público con indumentaria técnica de YPF, pero explicaron que, su alto costo debido a la tecnología de seguridad que incorpora, hizo pensar a la compañía la necesidad de mandar a confeccionar **versiones de imitación del mameluco más accesibles**.

La revelación que hizo Milei respecto a los mamelucos de YPF

En una reciente entrevista en el canal de streaming *Neura*, el presidente Javier Milei reveló: “¿Sabés como estoy vestido todos los días en Olivos? Con unos mamelucos que me regaló Marín (Horacio), los de YPF”.

«Esos mamelucos los descubrí cuando fui a Vaca Muerta. Un día lo llamé a Horacio y le dije: ‘Vos me hiciste el tipo más feliz del mundo’... Me dice: ‘¿Por la plata que está ganando YPF?’... ‘No, por los mamelucos’», dijo el Presidente.

Incluso, Milei había revelado que se viste con un mameluco de YPF cuando está en la residencia de Olivos, porque le permite jugar con sus perros y hacer «salvajadas».

Qué quieren hacer con las tiendas Full de YPF

Marín destacó que las tiendas Full **superaron en ventas a la principal cadena de hamburguesas del país un mes antes de lo previsto**. En el último mes, además, se vendieron *3,1 millones de cafés*, lo que representa más de dos tercios del mercado nacional.

Además, Marín contó que la rentabilidad de las tiendas se duplicó desde principios del 2024 y aseguró que buscarán **cuadruplicarla** para mediados del próximo año.

Entre enero y julio de 2025, **YPF FULL** registró un crecimiento del casi 15% en sus ventas de café frente al mismo período del año anterior, consolidándose como el favorito de los argentinos.

En esos siete meses, se vendieron 20.002.308 cafés, con un promedio diario de 97.700 unidades.



Al llegar a la conducción de YPF, según informó **+e**, Marín revisó la rentabilidad de las Full y encontró margen de mejora. “Nosotros duplicamos las ganancias en un año. Y lo que tenemos como objetivo es cuadruplicar las ganancias para mediados del año que viene”, subrayó.

Una de las primeras decisiones fue reducir la cantidad de productos, priorizando los más rentables y sumando opciones regionales. Antes, la venta de alfajores estaba prácticamente concentrada en una sola marca. Ahora, la idea es diversificar con productos que representen a cada provincia, según informó **+e**.

“Desde YPF trabajamos con una mirada integral que combina datos, creatividad y conocimiento del negocio para diseñar propuestas diferenciales, fortalecer la marca y acompañar el crecimiento de toda nuestra red”, destacó *Guillermo Garat*, vicepresidente de Relaciones Institucionales.

Fuente: La Mañana de Neuquén.