

Exactitud de la información de los Mercados Agrícolas en los precios de la Soja y Maíz*

Leavy Sebastián[†], Beribe María José[‡] y Allen Bárbara[§]

1. Introducción

En las economías en las cuales el mercado regula la actividad productiva a través del precio la información juega un papel de suma importancia. La posibilidad de acceso a la información presenta un costo y genera dispersión de los precios en los mercados (STIGLER, 1961; BROWN y, GOOLSBEE, 2002). El agente decisor de la producción agropecuaria al producir *commodities*, por un lado queda expuesto a las oscilaciones del mercado y por otro se encuentra con limitaciones de tiempo, cognitivas, entre otras (SIMON, 1997), a fin de poder identificar el mejor momento de venta del grano.

La previsión del precio se puede hacer a través del análisis fundamental, llamado así porque se analiza la situación de los fundamentos o los determinantes de la oferta y la demanda, es decir, la situación de la producción, el consumo, el mercado mundial si el producto se importa o se exporta, etc. O bien, a través de la aplicación del análisis técnico, que consiste en el examen de series históricas de precios, procurando proyectar hacia el futuro las regularidades que se observan en el pasado.

El análisis fundamental, estudios o informes de los mercados consisten en la evaluación pormenorizada de toda la información disponible acerca de uno o varios productos, con la intención de poder obtener una apreciación valorativa acertada del producto. Se encuentran un gran número de informes de mercados producidos por actores nacionales, internacionales, públicos y privados. En la investigación de informes de mercados (LEAVY et. al 2015) se identifican como relevantes los de la Bolsa de Comercio de Rosario (BCR), Canal Rural, cooperativas y acopios, corredores de cereales, del INTA y/o los provistos por Internet.

Puede suceder que el estudio o informe de mercado no cuente con toda la información pertinente sobre el producto o bien que se acceda a la misma en forma parcial, o que no sea adecuadamente percibida o interpretada y no esté disponible para ser procesada al momento de decidir, afectando la capacidad predictiva respecto a la evolución de los precios futuros. Por lo cual, el objetivo del trabajo es analizar y comparar los informes de mercados relevantes de la BCR, INTA, Revista Márgenes Agropecuarios y la cotización de los precios futuros según la previsión de los posibles precios de los productos agrícolas (soja y maíz) de la siembra a cosecha.

La justificación del trabajo se basa en apreciar la capacidad predictiva de los precios que se encuentran influidos por factores importantes, como el clima, que inciden de

* Ponencia presentada en el marco del Taller de Investigación y Debate “Situación reciente y perspectivas de la producción y comercialización de granos”, organizado por el PROINGRA, FCE/UBA, 30/9 y 1/10 DE 2021.

[†] INTA EEA Oliveros. [‡] INTA EEA Pergamino. [§] Facultad de Ciencias Agrarias. Universidad Nacional de Rosario.

manera categórica al momento de determinar rendimientos y volúmenes mundiales o de países importadores y otras veces factores externos como conflictos internacionales o políticos que cambian las reglas de juego modificando los valores de mercado. En este contexto una de las herramientas a valorizar es la información de mercado elaborada por los distintos actores involucrados en el comercio de granos. La importancia de acceder y realizar una buena interpretación de los mismos sería de utilidad para tomar la decisión más adecuada respecto al momento de venta y el uso del suelo.

2. Revisión Bibliográfica

La teoría económica competitiva provee la estructura del mercado ideal. El modelo de “mercado ideal” presenta un sistema de marketing definido por la eficiencia y economía en términos relativos y comparativos. La existencia teórica del mercado ideal se basa en supuestos tales como la atomización de oferentes y demandantes, la transparencia perfecta de los oferentes y demandantes, que deben disponer de toda la información necesaria para operar, la existencia de un producto homogéneo y la libre entrada y salida de empresas que participan en el mercado. Sin embargo, una visión realista desde la economía industrial de hoy indica que es imposible alcanzar las características del mercado competitivo (RAYMOND, BRESSLER, KING, 1978).

El sistema de *marketing* debe proporcionar un servicio eficiente y económico de transferencia de propiedad en el movimiento de *commodities* entre el vendedor y comprador y además debe proveer un mecanismo eficiente de formación del precio. La eficiencia en la formación del precio es pensada como un aspecto vinculado a la estructura de mercado. La construcción teórica es generada a partir del modelo de la teoría de los mercados perfectos en espacio, tiempo y forma. En este mercado eficiente, los precios se establecerán y estarán inter-relacionados: a través del espacio por los costos del transporte, a través de la forma por los costos de procesamiento y a través del tiempo por el costo de almacenaje.

Dentro de las principales fallas que ha mostrado la libre acción de las fuerzas de mercado se encuentra las imperfecciones de la información disponible. El paradigma neoclásico plantea el supuesto de la información disponible completa y gratuita. No obstante, abundante evidencia empírica demuestra que este supuesto no se cumple en la práctica. Para empezar, acceder a la información exige incurrir en costos, mensurables tanto en términos de recursos como de tiempo. Por lo que existen límites en la cantidad y calidad de la información que cada sujeto puede disponer. La disponibilidad de información es asimétrica, lo cual significa que para muchos de los protagonistas del proceso de producción y comercialización agrícola, es cuantitativamente incompleta, lo que influiría en el poder de negociación (FAO, 1995).

Existe una interrelación entre el sistema de mercadeo en particular en uso, y el conjunto de precios que emerge. Dado que los precios son las asignaciones de recursos y de productos en una economía de mercado, se debe considerar el aspecto de la eficiencia de formación de estos precios, así como el mismo proceso productivo.

La previsión del precio antes de comenzar el proceso productivo se puede hacer a través del análisis fundamental, llamado así porque se analiza la situación de los fundamentos o los determinantes de la oferta y la demanda, es decir, la situación de la producción, el consumo, el mercado mundial si el producto se importa o exporta, etc. O bien, a través de la aplicación del análisis técnico, que consiste en el examen de series históricas de precios, procurando proyectar hacia el futuro las regularidades que se observan en el pasado.

Siempre ha existido la dicotomía entre aquellos operadores que consideran el análisis fundamental como la principal herramienta para determinar los posibles rumbos de los precios de distintos *commodities* y los que prefieren el uso del análisis técnico (QUAGLIANI, QÜESTA, 2012).

Entre las causas de la volatilidad del mercado están: las contenidas por la evolución de las condiciones climáticas, los reportes del USDA, los grandes fondos financieros especuladores, la geopolítica, el momento y asimetría en la información, y en las características de los tomadores de decisiones.

Estudios previos sobre el uso de consultoría sugieren que la utilización de información externa puede ser afectada por características socioeconómicas tales como tipo de productor, estructura de propiedad, grado de innovación, planes de operación, edad, educación y empleo. Estas características pueden ser clasificadas en categorías como características demográficas (edad, ocupación, uso de computadoras, superficie trabajada y localización), actitudes frente al riesgo y comportamiento a las ventas (uso de forwards, mercados de futuros, mercado disponible y la frecuencia de venta).

Según ORTMANN, et al. (1993) las habilidades gerenciales respecto al marketing son de las más bajas con respecto a otro tipo de capacidades gerenciales. En Estados Unidos los *farmers* continúan identificando el precio y el riesgo en el ingreso como de los mayores cambios gerenciales a ser desarrollados e implementados. Varias entrevistas y estudios muestran que los *farmers* dan valor a la información y consultorías comerciales. Los resultados del trabajo de ISENGILDINA et al. (2006) muestran que los servicios de consultoría influyen en las decisiones comerciales de grandes productores. El uso de los estudios de mercados o servicios de consultoría comercial han tenido un gran crecimiento en los *farmers* de las grandes planicies del medio oeste y del sudeste de Estados Unidos. Estos servicios son utilizados por un 82% de los productores (ISENGILDINA et al, 2006). Las entrevistas realizadas a estos productores encuentran como variables significativas categóricas entre quienes usan los estudios de mercados: características demográficas (edad, ocupación, uso de computadoras, tipo de productor, estructura de propiedad, grado de innovación, planes expansión, edad, educación, empleo) y la actitud ante el riesgo del comportamiento al mercado.

En el caso de la región pampeana argentina, el 68% de los productores agropecuarios manifiesta que utiliza los informes de mercado y el 30% que no lo hace, mientras que el 2% restante no responde. Los primeros, manejan una superficie promedio de 995,14 has. y los segundos, de 81,2 has. En cuanto a la frecuencia en que consultan los productores dichos informes, más de la mitad (60%) manifiesta que los utiliza en forma permanente. Al pasar de un estrato de productores agropecuarios al siguiente se observa un incremento del 10% en la frecuencia de uso. En un 47% para la decisión de siembra; un 26% por otros motivos (arrendamiento, planificar campaña, compra de insumos, etc.) y un 9% para ventas (LEAVY et al 2015).

Asimismo, los momentos del año en que los productores deciden en mayor medida el destino del uso del suelo son primordialmente al término de la campaña anterior (40%) y entre los meses de mayo y julio (26%). La principal razón por la cual eligen el cultivo a sembrar es por el precio (rentabilidad) seguido por las prácticas de manejo (rotación) y las condiciones climáticas (LEAVY et al 2015).

El acceso a la información está vinculado con la superficie trabajada. Los productores más grandes, que en promedio tienen 435,5 has, consultan con corredores y mencionan mercados como el Chicago Board of Trade (CBOT) y los informes del USDA. Mientras

que los productores más chicos que tienen 150 has. en promedio, utilizan otro tipo de canales (Canal Rural, búsquedas por internet, etc). Los diversos acopios, cooperativas y corredores de la región pampeana brindan información de mercados agrícolas en forma gratuita como una forma de afianzar la relación. Los informes de mercados agrícolas que utilizan a nivel nacional son los que brindan las Bolsas de Buenos Aires, Rosario, Córdoba y Entre Ríos; los Mercados a Término Nacionales (MATBA y ROFEX) y a nivel internacional el informe de Departamento de Agricultura de Estados Unidos (sigla en Inglés USDA), Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (sigla en Inglés FAO) y (CBOT)¹. En la mayoría de los casos reenvían la información de estas fuentes, nacionales e internacionales sin realizar procesamiento alguno de la información.

En las entrevistas realizadas a los productores agropecuarios, se destaca el informe del USDA como principal fuente de información de los mercados internacionales. A nivel nacional se resaltan los de la BCR, Canal Rural, Cooperativas y Acopios, Corredores, Inta e Internet. A partir de estos, circula la información referente respecto a los mercados agrícolas. Las fuentes de información básica usada por todos los informes nacionales, es la del USDA (internacional) y el MINAGRI (nacional) en la mayoría de los casos con un cierto grado de análisis.

3. Metodología

En el trabajo de investigación se partió de investigaciones previas que pusieron de manifiesto la importancia de los informes de mercado para la toma de decisiones en el uso de la tierra (LEAVY et al 2015). De dicho trabajo se observó que la mayoría toma sus decisiones entre mayo y julio de cada año, teniendo algunas especificidades según los cultivos. Los informes de mercados relevantes manifestados en trabajos anteriores son el de la Bolsa de Comercio de Rosario, Canal Rural, Cooperativas y Acopios, Corredores, INTA e Internet, USDA (LEAVY et al 2015).

Los informes se realizan de forma diaria, mensual o quincenal. Se analizaron los informes de mercados de mayo, junio, julio, septiembre para los años 1998, 1999, 2000, 2003, 2004, 2007, 2008, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015. A partir del análisis de contenido de la información en los informes relevantes, se seleccionaron los de la BCR, INTA, y USDA analizado a partir de la Revista Márgenes Agropecuarios (se utilizó este informe a fin de analizar lo que mencionaba el USDA y además porque es utilizado como fuente de datos de precios en publicaciones científicas internacionales).

En el caso de los informes de la BCR y de la Revista Márgenes Agropecuario se tomó en consideración el mes de junio. De las Revistas Márgenes Agropecuarios para cada uno de los años se sacó la posible evolución del precio en base al contenido de análisis de Mercado que en su mayoría provenía del USDA.

Los informes de mercado de la BCR semanales no tenían un gran desarrollo en cuanto a la posible evolución del precio a cosecha, solo incluían las tablas del USDA a partir de las cuales se procesa la evolución del precio según la variación en la relación del stock/uso con respecto a la del año anterior. En caso de que la variación fuese mayor al 1% implicaría una caída en el precio a cosecha. En caso de que la variación fuese menor al 1% implicaría un aumento en el precio a cosecha. Variaciones de stock/uso entre -1% y 1% implicaría poca variación en el precio a cosecha. En el caso de los informes de

¹ Actualmente integra el Chicago Merchantile Exchange (CME).

mercado de INTA se contemplaron aquellos publicados en la primera quincena de los meses de Mayo, Junio, Julio y Septiembre de cada año seleccionado.

Se capacitó a un profesional en el análisis y comprensión de la lectura de los informes de granos a fin de extraer la conclusión de la evolución del precio. El análisis incluyó primeramente la identificación de variables que afectan el mercado de granos y analizar el grado de influencia en el mercado local. Una vez analizadas las variables se interpretó (subjetivamente) y se determinó una posible situación de perspectivas/predicción de precios a cosecha en base a la información relevante de cada informe.

La precisión o exactitud en cuanto a previsión sobre los precios a cosecha para cada uno de los informes de mercado se realiza considerando el precio disponible al momento de siembra (Maíz = Julio; Soja = Septiembre) versus el logrado en la cosecha. En caso de que en el periodo considerado (siembra – cosecha) el precio se incremente le corresponde a la tendencia una A (Aumento), caso contrario una B (Baja).

Posteriormente a partir del análisis de cada uno de los informes y en cada mes analizado se determinó si concluía que existía una tendencia a un incremento en los precios “A” o a una baja “B” hasta la cosecha. Luego en caso de que coincida cada informe en el periodo analizado con lo sucedido realmente, corresponde un 1 si es “A-A” o “B-B” y un 0 si no existe correspondencia “A-B” o “B-A”.

Los informes se mencionan de la siguiente forma: informe de Inta en el mes de mayo (InfIntaMy); informe de Inta en el mes de junio (InfIntaJn); informe de Inta en el mes de julio (InfIntaJl); informe de Inta en el mes de septiembre (InfIntaSept); informe de la Bolsa de Comercio de Rosario de Junio (InfBCRJn); informe bolsa de comercio en el mes de Julio (INFBSCRJL); informe de la Revista Márgenes Agropecuarios (RevMargAgrop); información referente al precio del mercado a término según el momento de siembra y de cosecha para cada cultivo (SiembraFutEnero; SiembraFutAb; SiembraFutMayo) respectivamente para el maíz y soja.

Se analizan los datos obtenidos mediante el test Q de Cochran. El diseño presenta el siguiente escenario: involucra a N=13 individuos, en nuestro caso los años, donde una medida binaria (1: Éxito: la tendencia que ocurrió en la realidad con los precios de ese año coincide con la tendencia estimada a partir de un informe de mercado, 0: no coinciden las tendencias) se obtiene para cada uno de los k informes.

Individuos (Años)	Informes			Total	
	1	...	j		...
1					y _{1.}
⋮					
⋮					
i			y _{ij}		y _{i.}
⋮					
⋮					
N					y _{N.}
Total	y _{.1}	...	y _{.j}	...	y _{.k}

El test Q de Cochran prueba la hipótesis nula de que la proporción de "éxitos" es la misma en todos los informes, (es decir que la proporción de veces que la tendencia estimada a partir de un informe coincide con la tendencia de los precios de ese año, es la

misma para todos los informes), frente a la alternativa de que la proporción es diferente en al menos uno de los informes.

El estadístico del test es:

$$Q = \frac{(k-1)(kC - T^2)}{kT - R} \sim \chi_{k-1}^2$$

el cuál tiene una distribución chi-cuadrado con k-1 grados de libertad, donde:

$$C = \sum_{j=1}^k y_j^2, T = \sum_{i=1}^N y_i, R = \sum_{i=1}^N y_i^2$$

Se rechaza la hipótesis nula si $Q > \chi_{k-1, (1-\alpha)}^2$

Cuando la hipótesis nula de igualdad de proporción de éxito es rechazada por la prueba Q de Cochran, se puede proceder a determinar cuáles de los informes son diferentes realizando test de comparaciones múltiples.

4. Resultados

En la tabla 1 se exponen los resultados para la soja desde 1998 a 2015 de los InfIntaMy, InfIntaJn, InfIntaJulio, InfIntaSept, InfMargAgrop, SiembraFutMayo, Total, DispSiembra y en CosechaDispMayo. Los datos faltantes en la tabla se deben a que no hacían mención en cuanto a la posible evolución futura del precio. El mayor número de aciertos se alcanzó con InfIntaMy 11 sobre 13 y el menor número de aciertos 1 en InfBCRJI. El promedio de aciertos de los informes en el periodo considerado fue del 55%. Al existir datos faltantes para los InfBCRJun e InfBCRJul no se tuvieron en consideración en el análisis del Test de Cochran. Asimismo, se observa que el número de aciertos estuvo entre 3/5 y 1/3 de la mitad o menos del periodo de años considerados.

Tabla 1: Informes de mercado de Soja

Soja	InfIntaMy	InfIntaJn	InfIntaJul	InfIntaSept	InfBCRJun	InfBCRJul	RevMargAgrop	SiembraFutMayo	Total	DispSiembra (Sept)	CosechaDispMayo
1998	1	1	1	1			1	0		191,8	150,1
1999	0	0	0	1			0	0		178,9	184,2
2003	0	1	0	0	I		1	1		174,44	167,69
2004	1	0	0	0	0		1	0		166,86	167,69
2006	1	1	1	1		I	0	0		169	194,12
2007	1	0	1	1	1		0	0		240,49	286,33
2008	1	1	1	1		0	1	1		277,95	272,86
2010	1	0	1	1		0	0	0		273,69	317
2011	1	1	0	0		1	0	1		316,09	346,55
2012	1	0	0	0	I		0	1		429,18	330,61
2013	1	0	1	0	1		1	1		339,15	320,37
2014	1	0	0	0	1		0	1		272,31	216,39
2015	1	1	1	1	0		0	1		230,52	277,17
Acier tos	11	6	7	7	3	1	5	7	47		
No aciert os	2	7	6	6	2	2	8	6	39		
Total	13	13	13	13	5	3	13	13	86		

Fuente: Elaboración propia

Al aplicar el Test de Cochran, el valor de tabla Chi-2 Tabla (alfa= 0.05 , gl=k-1) es de 11.07 y el valor de Q es de 6.87 por lo cual no se rechaza la H0, o sea que la proporción de aciertos, a través de los años, en las 6 fuentes son iguales (no difieren significativamente).

En el caso del maíz (Tabla 2) se exponen los distintos informes y años correspondientes con los datos del test de Cochran. El informe de inta mayo alcanzó el nivel más alto de aciertos, de 9 de 16, seguido del informe de inta de julio y en último lugar la previsión considerada según el mercado a término- precios futuros. En el Test de Cochran, el valor de tabla Chi-2 Tabla (alfa= 0.05, gl=k-1) es de 11.07 y el valor de Q es de 14.57 por lo cual se rechaza la H0, por lo cual existen diferencias significativas en la proporción de aciertos en cada uno de los informes de mercados, implicando contrastes según cada fuente utilizada.

Tabla 2: Informes de mercados de maíz

Maíz	InfIn taMy	InfIn taJn	InfIn taJul	InfInt aSept	InfB CRJ n	InfB CRJI	RevMar gAgrop	Siembra FutAbril	To tal	PrecioD ispJulio	Cosecha DispAbril
1998	0	0	0	0			0	0		94,6	85,5
1999	0	0	0	0			0	0		90,5	83,9
2003	1	0	0	1	1		1	0		76,37	93,03
2004	1	1	1	0	0		0	0		80,76	65,9
2006	1	1	1	0		1	1	0		88,02	117,78
2007	1	1	0	0	1		0	0		113,41	163,48
2008	0	0	0	0		0	0	0		162,89	106,5
2010	1	1	1	1		I	1	0		127,8	187,92
2011	1	0	0	0		I	0	0		167,48	160,84
2012	1	1	1	1		0	0	1		160,19	169,64
2013	1	0	1	1	0		1	0		169,56	176,49
2014	0	0	1	0	1		0	0		138,93	116,48
2015	1	0	0	0	I		1	0		100,57	172,48
Acier tos	9	5	6	4	3	1	5	1	34		
No aciert os	4	8	7	9	2	2	8	12	52		
Total	13	13	13	13	5	3	13	13	86		

Fuente: Elaboración propia

A partir de la diferencia según la fuente usada se realizaron las comparaciones múltiples de a pares con el mismo Test chi 2 (Tabla 3). El “Informe de inta mayo” difiere con el resto de los informes excepto con el “Informe de inta de Julio”. El “Informe de inta Julio” difiere con la información provista por el mercado a término, con el precio futuro abril. El informe de inta junio difiere con los anteriores informes de inta, mayo y julio y con el informe de siembra futuro abril. La información provista por el precio futuro abril en la siembra difiere con los tres primeros informes de INTA.

Tabla 3: Análisis de comparación de a pares

Maíz		InfIntaMy	InfIntaJul	InfIntaJun	RevMargAgrop	InfIntaSept	SiembraFutAbril
InfIntaMy	0,69	A					
InfIntaJul	0,46	A	B				
InfIntaJun	0,38		B	C			
RevMargAgrop	0,38		B	C	D		
InfIntaSept	0,31		B	C	D	E	
SiembraFutAbril	0,08				D	E	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4 se observa que el promedio de aciertos es mayor en soja que en maíz. El informe de mayor estabilidad fue el de inta junio. El valor de mayor acierto se dio en el informe de inta soja mayo y el menor valor el informe de la bolsa de comercio de Rosario de junio, julio para la soja y maíz y el informe en base al precio futuro para la posición abril de maíz.

Tabla 4: Porcentaje de aciertos según cultivos e Informes

Aciertos %	Soja	Maíz	Promedio
InfIntaMy	85	69	77
InfIntaJun	46	38	42
InfIntaJul	54	46	50
InfIntaSept	54	31	42.5
InfBCRJn	23	23	23
InfBCRJI	8	8	8
RevMargAgrop	38	38	38
En siembra la posición futura (MAT)	54	8	31
Promedio	45	33	39

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la soja no se rechaza la hipótesis nula, por lo cual no hay diferencias significativas entre las proporciones de aciertos de cada uno de los informes de mercados, lo cual implica que poseer un informe u otro aportaría la misma información. Por otro lado, en el caso de maíz se rechaza la hipótesis nula existiendo diferencias según las fuentes.

5. Conclusiones

La capacidad predictiva en cuanto a la evolución del precio según el análisis fundamental, los determinantes de la oferta y la demanda, realizada por los informes de mercados agrícolas de INTA, Bolsa de Comercio de Rosario, Revista Márgenes Agropecuarios y según la información brindada por los precios futuros, fue distinta según el tipo de cultivo. Existiendo diferencias según el tipo de informe de mercado para el caso del maíz, pero no para la soja. O sea que para estos dos cultivos es distinta la información provista por cada informe de mercado en cuanto a la evolución futura de los precios.

Bibliografía

- BRESSLER, R. G., KING R. Markets, Prices and Interregional Trade. Chapter 21. Efficiency in marketing, 1978.
- BROWN J., GOOLSBEE, A. Does the Internet Make Markets More Competitive? Evidence from the Life Insurance Industry. *Journal of Political Economy*, 110 (3): 481–507, 2002.
- FAO. Food and Agriculture Organization of the United Nations. 1995. FAO Rome Italy.
- ISENGELDINA, O.; PENNING S. M.; IRWIN S.; GOOD, D. “U.S. Crop Farmers’ Use of Market Advisory Services”. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, Vol. 18(3/4), 2006.
- LEAVY, S.; QUESTA, M; PIERMATEI, C.; JONES, R; ALLEN, B. Informes de Mercado, su uso en la Argentina. En el Centro Interdisciplinario de Estudios Agronómicos (CIEA) – UBA- Económicas, 2015.
- SIMON, H.A. Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review* 63, 129–138, 1956.
- SIMON, H.A. *Administrative Behavior*, 4th Edition. A Study of Decision Making Processes in Administrative Organization, 1997.
- STIGLER, G. “The Economics of Information.” *Journal of Political Economy*, 69(3): 213–25, 1961.
- ORTMANN, G.; PATRICK, G.; MUSSER, W. DOSTER, D. “Use of Private Consultants and Other Sources of Information by Large Cornbelt Farmers.” *Agribusiness* 9 (1993): 391-402, 1993.
- QUAGLIANI, A. J.; QUESTA, M.T. *Comercialización Agropecuaria*. Editorial Juglaria. 360Pp. Argentina, 2012.