

# **Revista**

de

# **Ciencias Económicas**

---

Publicación mensual del "Centro estudiantes de ciencias económicas"

---

Director:

**DÍVICO ALBERTO FÜRKNORN**

Administrador:

**Luis Podestá**

Sub-administrador:

**Jorge Traverso**

Redactores:

**Dr. José Barrau - Dr. Mauricio Greffier - Juan R.  
Schillizzi - Guillermo J. Watson - Silvio J. Rigo  
Egidio C. Trevisán - Raúl Prebisch - Julio Silva**

---

**Año VIII**

**Septiembre de 1919**

**Núm. 75**

DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN  
**CHARCAS 1835**  
BUENOS AIRES

## Zona de afluencia a los puertos

---

La exportación de los productos de un país a los mercados de consumo de ultramar, se efectúa por los puertos más cercanos a sus zonas de producción; siempre que se hallen vinculados con los mismos, mediante una red de caminos, que facilite el transporte de las mercaderías objeto del tráfico marítimo.

A cada puerto le corresponde una determinada región de producción, cuyos productos son enviados a los mercados de consumo. A esta región se denomina "zona de afluencia". Su amplitud depende de la distancia existente entre los distintos puertos y de los caminos que permiten la conducción de los artículos a exportar.

El costo del transporte de los productos desde el lugar de producción hasta el de consumo, es el factor determinante de la zona de afluencia; cuyo límite es fijado en el punto donde se equilibra dicho costo, que comprende el transporte terrestre y el marítimo (en algunos casos, también el fluvial). Esto es en tesis general, pues en la práctica, a veces intervienen otros elementos que modifican los límites de la zona de afluencia; elementos que son difíciles de prever. Si se equilibra el costo del transporte, al productor le es indiferente enviar sus artículos a uno u otro puerto; salvo que existan otras razones, que le hagan preferir un transporte más costoso, por ofrecer ventajas que le compense el gasto realizado.

Considerando solamente el transporte terrestre, es decir, se supone que el marítimo implica el mismo gasto; para dos puertos A y Z, distantes entre sí en 200 kilómetros; tendremos que su zona de afluencia es determinada por los puntos en que el flete es igual, para el transporte de los productos desde

el centro de producción hasta cualquiera de ellos. Así si el flete del lugar de producción P es de 50 \$ por tonelada de un artículo determinado, para su conducción al puerto A o al puerto Z indistintamente, resulta que al productor del lugar P le es indiferente mandar sus mercaderías a A o a Z, desde que pagará el mismo flete para su transporte (50.—). Esta igualdad de flete puede o no corresponder a igualdad de distancia kilométrica, por diversas causas, entre las cuales, se puede indicar la competencia entre las empresas de transporte terrestre para efectuar el tráfico de una determinada región. En el caso anterior, si existe igualdad entre el flete y la distancia kilométrica, el punto P estará situado a 100 kilómetros de A y de Z.

Si el puerto A ofrece mayores facilidades para la exportación, que el puerto Z, puede esto influir en la determinación de la zona de afluencia, siempre que los beneficios que proporcionan estas facilidades resultan mayores o por lo menos iguales al mayor flete que implica el hecho de llevar el punto P a más distancia de A. Estas facilidades pueden consistir en instalaciones especiales que permiten realizar con más rapidez y comodidad las operaciones de descarga, almacenamiento y carga, como serían los elevadores de granos; o bien, en la capacidad del puerto para almacenar los productos hasta el momento del embarque o para dar acceso a un mayor número de barcos, que asegura al productor del punto A una carga más rápida de sus artículos, por lo tanto, menos gastos y quizás mejor precio de venta, por la oportuna llegada de los mismos en los mercados de consumo. En síntesis, para determinar la zona de afluencia de cada puerto hay que considerar, además del transporte terrestre, sus condiciones particulares, relativas a las instalaciones destinadas al almacenamiento y carga de mercaderías y a su capacidad para recibir los buques destinados a efectuar el transporte.

Además, interviene el factor distancia del puerto de embarque al de destino. El puerto A puede ser el más conveniente para transportar los productos de la región P al mercado de consumo M, por el reducido costo del flete terrestre y sus condiciones especiales que facilitan el embarque de los artículos; pero puede estar situado a una distancia mayor de M que el puerto Z que no reúne las mismas ventajas, en cuanto, al flete terrestre y elementos destinados a las operaciones de

exportación. En este caso, el mayor flete marítimo que implique enviar los productos de P a M por el puerto A, pueden compensar con exceso las ventajas que este ofrece y hacer conveniente la exportación por el puerto Z, más cercano del lugar de consumo M.

Puede presentarse el caso especial de dos puertos A y Z situados sobre la misma ribera de un río, en comunicación con el mar, pero Z en la parte superior y A en la inferior e inmediata al mar, siendo el río de idénticas condiciones de navegabilidad en todo su curso. Es indudable que la exportación para ultramar ha de establecer una zona de afluencia en que no solamente interviene en su determinación el flete del transporte terrestre sino también la diferencia que debe existir entre el marítimo de los puertos A y Z y el mercado de consumo M. El flete por tonelada de A a M será por ejemplo \$ 100 y el de Z a M de \$ 120 puesto que Z se halla a una mayor distancia de M que A. De manera que, todos los productores que remiten sus artículos al puerto Z para su exportación a M deben pagar \$ 20 más de flete que los que los mandan por A. Resulta que el productor de P (punto límite entre A y Z, en cuanto al flete del transporte terrestre) que antes remitía indiferentemente sus productos al puerto Z o al puerto A, preferirá ahora a A que le da un beneficio de \$ 20 por cada tonelada de carga que exporte a M. Esto sucede no solamente con los productores del punto P sino con todos los de la zona inmediata superior hasta llegar a un lugar en que el aumento de flete terrestre por la mayor distancia del punto A compense el beneficio obtenido por el menor flete de A a M.

Si antes el punto P límite de la zona de afluencia entre A y Z estaba situado a 100 kilómetros de distancia de ambos puertos con una tarifa de 0.50 \$ por kilómetro y tonelada de mercaderías, resulta que ahora, estará situado a una mayor distancia de A, es decir, aumentará la amplitud de la zona de afluencia al puerto A. Este aumento se determina por el punto en que el mayor flete al puerto, compense con el menor flete al mercado de consumo. En este caso, siendo el beneficio del flete marítimo de \$ 20 y el costo de la tonelada kilométrica de la carga de 0.50 \$ resulta que el aumento de distancia de A a P será de 20 kilómetros, o sea un nuevo punto P' de una distancia de 120 kilómetros de A y de 80 kilómetros de Z que delimitará la nueva zona de afluencia. Si suponemos

que el puerto A ofrece ventajas especiales que puede estimarse en una cifra de 10 \$ por tonelada, tendremos un nuevo punto P'' que estará situado a 130 kilómetros de A y a 70 de Z. En efecto:

1° El productor de P'' para remitir sus productos a M por el puerto A debe pagar:

P'' a A = flete terrestre 130 kms. a 0.50	\$ 65.—
A = beneficio que produce las instalaciones especiales. . . . .	„ 10.—
	„ 55.—
A a M = flete marítimo. . . . .	„ 100.—
	\$ 155.—

2° El productor de P'' para remitir sus productos a M por el puerto Z debe pagar:

P'' a Z = flete terrestre, 70 kms. a 0.50	\$ 35.—
Z a M = flete marítimo . . . . .	„ 120.—
	\$ 155.—

De donde le es indiferente al productor de P'' de enviar sus productos al mercado de consumo M por intermedio de los puertos A o Z; P'' constituye, por lo tanto, el límite de sus respectivas zonas de afluencias.

En síntesis puede resumirse los elementos determinantes de la zona de afluencia de los puertos en los siguientes términos:

- 1° Costo del transporte terrestre del lugar de producción al puerto de embarque.
- 2° Condiciones especiales del puerto de embarque.
- 3\* Costo del transporte marítimo del puerto de embarque al mercado de consumo.

MAURICIO E. GREFFIER.