

CENSOS COMERCIALES DE MÉXICO. NORMAS PARA EL DE 1961

PARALELO AL desenvolvimiento industrial del país, se han incrementado el comercio de bienes y servicios y los complicados problemas de información estadística de la situación económica y social de éste, necesaria para hacer los estudios de la contabilidad nacional y del insumo-producto, tan indispensable para encauzar a nuestro país dentro de un franco desarrollo social y económico. Frente a este incremento de dificultades en la formación de las estadísticas comerciales, la Dirección General de Estadística ha concentrado su atención en los censos comerciales del país, mejorándolos y adecuándolos constantemente a las necesidades crecientes de información estadística.

Por ello se presenta este documento de trabajo al "*Symposium sobre los Censos de 1960*", con el fin de mostrar la evolución de los censos comerciales de nuestro país, recalcando los problemas que se han presentado en la metodología para su realización y las medidas que se han tomado para eliminarlos, e indicando, además, el aprovechamiento de la información censal y la creciente demanda de ésta, frente a los escasos recursos económicos que esta dependencia tiene para satisfacerla.

Históricamente se sabe que varios virreyes de la Nueva España, hicieron recuentos de tributarios comerciales que inicialmente fueron mostrados en las cuentas del libro de tributos de Moctezuma, y que los primeros censos fueron llevados a cabo por el virrey Revillagigedo, que ordenó la formulación de siete de ellos. Posteriormente, Alejandro de Humboldt en sus "*Tablas Geográfico-políticas del Reino de la Nueva España*" que entregó al Virrey Iturrigaray en 1804, incluyó datos sobre comercio, aclarando la situación social y económica de esta actividad en el México colonial. Al iniciarse la vida independiente de nuestro país, no se puso atención a esta clase de investigaciones estadísticas, pero en 1862 don José María Pérez Hernández formó una Estadística General de la República Mexicana en la que aparecieron da-

tos de la propiedad, de la industria y del comercio. Después de 1882, al crearse la Dirección de Estadística, ésta inició trabajos permanentes para formar estadísticas comerciales, y después, desde 1893 hasta 1907, se publicaron anuarios estadísticos que incluyen información estadística comercial permanente. Los anuarios del doctor Antonio Peñafiel publicaron los siguientes datos en relación al comercio interior del país: ubicación de las Cámaras de Comercio establecidas en México; consumo de carnes en la República; y datos de los almacenes generales de depósitos de las ciudades de México y Veracruz.

Después de la Revolución de 1910, los Anuarios Estadísticos de 1923 y 1924, publicados en 1926 por el Departamento de Estadística Nacional, empezaron a publicar estadísticas comerciales permanentes cubriendo los siguientes aspectos: consumo de gasolina en México; resumen general de los comercios existentes en la República durante el año de 1923, con expresión del capital manifestado y de las ventas anuales al menudeo; resumen del comercio al menudeo en la República, por Estados y administraciones principales del timbre, con expresión del número de establecimientos, y el importe de las ventas manifestadas durante el año de 1924; y resumen mensual de los ingresos de la Federación por concepto del comercio exterior y del comercio interior en el año de 1924.

Por su parte el Anuario Estadístico de 1930, publicado en 1932, incluyó estadísticas comerciales permanentes de los siguientes aspectos: importación y exportación de mercancías, consumo de carnes, movimiento de mercancías por ferrocarril en el Distrito Federal, movimiento de mercancías en tráfico de cabotaje, instituciones comerciales y precios.

Finalmente, a partir del Anuario Estadístico de 1938, se ha seguido publicando hasta la fecha información estadística permanente en relación al comercio interior de nuestro país, destacando los siguientes temas: consumo de carnes, gasolina, cerveza, azúcar y otros artículos de primera necesidad; precios medios rurales de algodón, arroz, cebada, frijol, garbanzo, maíz, tomate, trigo, etc.; precios al mayoreo y al menudeo de artículos diversos en la ciudad de México; e índices de precios al mayoreo y menudeo de diferentes artículos.

Los Censos Comerciales del país para obtener información del universo formado por todas las empresas comerciales en México, se han realizado sólo en los años de 1940, 1945 y 1956, y se han hecho además dos padrones comerciales preparatorios de los Censos de 1940 y 1945, en los años 1939 y

1944. A continuación se indica la metodología empleada en estos trabajos y la crítica a ésta.

Padrón Comercial de 1939. Según el programa censal de la Dirección General de Estadística, para realizar el Primer Censo Comercial ordenado por el decreto presidencial del 21 de marzo de 1939, el empadronamiento de los establecimientos comerciales se llevó a cabo el 20 de octubre de ese mismo año. Para ello, los empadronadores del Censo de Edificios, entregaron cuestionarios especiales para que los llenaran los encargados o jefes de los establecimientos comerciales, y después volvieron a recogerlos cuando estuvieron debidamente contestados.

Los cuestionarios del empadronamiento se dividieron en tres partes; la primera fue un talón-comprobante para el propietario o encargado del establecimiento comercial, que le sirvió para demostrar haber llenado totalmente los renglones del cuestionario correspondiente; la segunda sirvió para anotar el nombre del Estado, Municipio y Localidad en que estaba ubicado el establecimiento, giro o rama comercial a que se dedicaba, el nombre y la dirección tanto del propietario como del jefe del establecimiento; y la tercera se destinó para obtener algunos datos generales del negocio y del propietario como: tipo de establecimiento (miscelánea o estanco, almacén chico, mediano o grande, tienda chica, mediana o grande, fonda o restaurante, etc.); principales mercancías; clase de ventas (menudeo, medio mayorero); valor aproximado que se estimó al establecimiento o negocio (al 31 de diciembre de 1938); monto total de las ventas efectuadas durante el año de 1938; y nacionalidad actual y anterior del propietario.

La tercera parte de estos cuestionarios estaba separada de la segunda por una línea perforada para que al llegar a las oficinas generales de la Dirección General de Estadística se desprendiera de la segunda, utilizándose ésta para la formación del padrón o directorio, y la tercera para efectuar un microcenso.

Este padrón de establecimientos comerciales tuvo tres finalidades: *a)* formar un directorio que sirviera de base para el levantamiento del Primer Censo Comercial de 1940; *b)* recoger datos para la clasificación de los establecimientos comerciales, según las principales mercancías que venden o los servicios que prestan, siendo esta clasificación indispensable para la ejecución del citado Censo; y *c)* obtener algunos datos precisos de las principales actividades comerciales del país.

El campo de aplicación del padrón fue el universo y se denominó establecimiento comercial a todo negocio existente en un local, dedicado a hacer

operaciones consistentes en la compra, adquisición, venta o alquiler, con fines de ganancia o de especulación comercial de: *a*) productos y artículos de todas clases, mercancías o mercaderías, bienes muebles y bienes inmuebles; ejemplos: tiendas de abarrotes y cantinas, almacenes de ropa, droguerías y farmacias, empresas que negocian con bienes raíces; y *b*) servicios de cualquier clase; ejemplos: las empresas de abastecimientos y suministros, como los de agua potable, revendedoras de electricidad, gas, etc. (Se exceptuarán las productoras de energía eléctrica y gas comprendidas en el Censo Industrial, las empresas de camiones y las agencias y oficinas de negocios comerciales, los sanatorios, maternidades, etc.; las oficinas o agencias de telégrafos, de teléfonos, de radiofonía y radiotelegrafía, las casas alquiladoras de películas, las planchadurías, tintorerías, etc.; los hoteles, restaurantes, baños, peluquerías, etc.; los talleres de reparación o de renovación, las escuelas particulares, etc.).

Quedaron excluidos de este padrón los comerciantes ambulantes, los puestos en el suelo, las ferias y aquellos establecimientos que aunque venden directamente al público se consideran industriales, pues se dedican a las actividades de transformación de materias primas, como molinos de trigo, de nixtamal, panaderías, fábricas de paletas y aguas gaseosas, casas de ropa a la medida, talleres y fábricas de la industria bonetera, con mostrador directo al público y negocios similares.

Los problemas que se presentaron en la revisión de los cuestionarios del padrón fueron los siguientes: *a*) falta de antecedentes en la materia, pues se trataba del padrón preparatorio del primer Censo Comercial de México; *b*) pocos elementos para la revisión, debido al escaso número de preguntas, por lo que había que obtener el máximo partido posible de las relaciones existentes entre las preguntas fundamentales del cuestionario, material en cierto modo escaso, ya que a medida que son más breves los cuestionarios, ofrecen menores elementos para la crítica; *c*) corto nivel cultural e insuficiente educación cívico-censal de una gran proporción de propietarios y jefes de establecimientos comerciales, lo que se presentó en forma de incompreensión o desconfianza al suministrar los datos y *d*) poca atención de muchos empleados de casas comerciales, que proporcionaron de prisa y con descuido los datos. El empadronamiento se hizo en el mismo día en que se realizó el levantamiento del Censo de Edificios. En consecuencia, se presentaron muchas dificultades dentro del plazo perentorio en que se hizo el microcenso, ya que la primera revisión de cerca de 200 000 cuestionarios tuvo que terminarse en el período comprendido de octubre de 1939 a febrero de 1940.

Se hicieron trabajos de exploración previa para fines de crítica, que aunque no podían tener carácter de muestreo en el sentido rigurosamente estadístico, por lo menos proporcionaron diversos índices entre ventas, sueldos y salarios, personal ocupado y demás datos de los cuestionarios, aunque se aplicaron pocos en la crítica. Los cuestionarios notoriamente erróneos ameritaron multas con fines educativos y no se hizo mucha propaganda.

Primer Censo Comercial de 1940. Este primer Censo se inició el 6 de marzo de 1940 y se ajustó a la metodología fijada en el decreto presidencial del 21 de marzo de 1939. En detalle la metodología empleada y su crítica es la que se indica a continuación:

a) Nombre de la estadística censal: Primer Censo Comercial. Este nombre incorrecto fue dado por primera vez, y no aclaró si era de nuestro país, en qué año se realizó y para qué año eran los datos; sin embargo, al publicarse con los datos del Censo de 1945 ya se le puso un nombre relativamente correcto.

b) Periodicidad: 5 años. En el decreto presidencial antes mencionado, se estableció por primera vez que los censos comerciales se levantarán en los años terminados en 0 y en 5, y que fuera la Secretaría de Economía la que realizara estos trabajos. El Censo se realizó el 6 de mayo de 1940 como estableció el decreto presidencial antes citado.

c) Unidad censal: El establecimiento comercial. Desde este primer censo comercial se estableció que el establecimiento comercial fuera la unidad censal, considerándose como tal todo negocio dedicado a operaciones de compra-venta o alquiler de mercancías o servicios con fines lucrativos o de servicio social. También se consideraron como establecimientos comerciales aquellos que tuvieran naturaleza análoga a la antes establecida; como las instituciones de crédito, compañías de seguros, cooperativas de consumo y otras.

d) Campo censal: Sólo empresas con ventas anuales mayores de 10 000 pesos. Se incluyeron en el campo censal para este Censo, sólo los establecimientos comerciales con ventas anuales de 10 000 pesos o más, es decir, no se consideró el universo. Esta limitación fue originada porque los establecimientos con ingresos anuales menores de 10 000 pesos no fueron muy numerosos en todo el país, representando el 20 por ciento de las ventas totales de todos los establecimientos captados por el padrón, y por los escasos recursos económicos de que dispuso la Dirección General de Estadística.

e) Cuestionarios: Listas de preguntas a las fuentes informativas. El artículo 6º del Decreto antes mencionado estableció: "La Dirección Gene-

ral de Estadística consultará la formulación de las boletas con los organismos públicos o privados y con personas de los diversos grupos interesados; aquéllos estarán obligados a formular sus observaciones". Según esta disposición, durante el proyecto de los cuestionarios se hicieron reuniones previas con diferentes personas interesadas y en ellas predominó la opinión de que se hiciera un cuestionario con muchas preguntas para captar los diferentes aspectos económicos y sociales de esta actividad económica; por ello el cuestionario que se empleó fue muy amplio, formado por 17 capítulos y 133 preguntas comprendiendo observaciones e instrucciones. Los capítulos de este cuestionario fueron los siguientes: I. Ubicación y ramo comercial. II. Clase de empresa. III. Datos del propietario o propietarios. IV. Datos del jefe del establecimiento. V. País de nacimiento de los propietarios o accionistas. VI. Directores, incluyendo al jefe del establecimiento. VII. Empleados. VIII. Obreros. IX. Total del personal. X. Tiempo trabajado, etc. XI. Sueldos y salarios pagados. XII. Inversiones. XIII. Existencias. XIV. Gastos de operación y otros egresos. XV. Cuentas de pasivo. XVI. Capitales. Y, XVII. Ventas y otros ingresos. La causa principal que originó que el cuestionario fuera extenso, fue que por ser la primera vez que se realizaba un Censo Comercial, los sectores interesados en la información estadística comercial insistieron mucho en que se hiciera un cuestionario amplio, con un gran número de preguntas, siendo muchas de ellas muy confusas, mal redactadas y sin ningún ordenamiento lógico. Este cuestionario, sometido a un análisis minucioso, muestra la incongruencia de muchas preguntas y la falta de finalidad precisa, predominando en él el criterio contable, pues parece que fue hecho por contadores que influyeron en lo relacionado a hacer algunas preguntas interesantes sólo desde el punto de vista contable. Las instrucciones muy amplias y confusas sólo sirvieron para aumentar las dificultades a los establecimientos informadores. Por ello el gran número de preguntas fue el que ocasionó las dificultades que se presentaron en la crítica y tabulación de los datos censales.

f) Distribución y recolección de los cuestionarios: Directa, personal y por correo. Según el artículo 11 del decreto presidencial del 21 de marzo de 1939 publicado en el Diario Oficial de 25 de marzo del mismo año, se constituyó una junta nacional de los censos, juntas locales en las capitales de cada entidad federativa, y juntas auxiliares en cada uno de los lugares donde se estimó conveniente, para facilitar la entrega y recolección de los cuestionarios censales. Todos los empleados censales recibieron instrucciones precisas para que asesoraran ampliamente a los propietarios o encargados

de los establecimientos comerciales. La distribución de los cuestionarios se hizo directa y personal y por correo en aquellos municipios muy alejados. Una vez contestados los cuestionarios, éstos fueron recolectados por los enumeradores censales que los mandaron a los delegados de los Censos en las capitales de las entidades federativas. Los delegados censales hicieron una revisión y crítica preliminar de los cuestionarios, y después los remitieron a las oficinas generales de la Dirección General de Estadística, en México, D. F. Este sistema de distribución y recolección de los cuestionarios implantado por primera vez, presentó el inconveniente de que el personal que se empleó no fue calificado, pues sus emolumentos fueron bajos, lo que hizo que el trabajo fuera tardado y con muchos errores, ya que estas personas, en su gran mayoría, no atendieron bien los numerosos y confusos conceptos fijados en el cuestionario.

g) Crítica y despojo de los cuestionarios: Personal la primera y manual y mecánico el segundo. Como fue la primera vez que se hicieron trabajos de esta naturaleza, no se siguió una técnica definida para llevar a cabo la crítica y despojo de los cuestionarios, pues la primera se hizo personal, sin índices de crítica por no haber suficientes datos para formarlos, y el segundo se hizo en parte manual y parte con máquinas que adquirió nuestro Gobierno. Cabe hacer notar que se hizo una crítica inicial como ya se dijo, realizada por los delegados censales; pero la crítica definitiva fue realizada en las oficinas centrales de la Dirección General de Estadística. Posteriormente y luego que se reunió un alto porcentaje de cuestionarios en la Dirección General de Estadística, se formaron algunos índices para la crítica que no se usaron para eliminar las contestaciones erróneas y en blanco que voluntaria o involuntariamente hicieron las fuentes informativas.

h) Tabulación de los datos: Cuadros generales de conceptos principales. Como se encontraron muchas dificultades para hacer la tabulación de los datos de los cuestionarios por ser la primera vez que se hacía un trabajo de tal naturaleza, sólo se formaron cuadros de resúmenes generales de los datos principales según el criterio de las personas que trabajaron en este censo, y algunos cuadros con información especial de algunas preguntas y para diferentes clases comerciales por entidades federativas.

i) Publicación de la información censal: Debido a la abundancia de errores en la contestación de los cuestionarios originada por la falta de capacidad técnica de las personas que los contestaron, la mayoría de ellos fueron desechados, originando que no se hiciera la publicación de todas las tabulaciones por carecer éstas de un grado aceptable de exactitud. Esta

causa originó que no se hicieran publicaciones especiales de toda la información censal comercial de 1940, dándose a conocer únicamente en 1941, la mayoría de los datos del padrón de 1939, incluyendo 135 cuadros, cubriendo características principales por zonas, entidades y municipios. También se publicó en 1944 un resumen, pero relacionado sólo a las instituciones de crédito, el cual incluyó varios cuadros importantes que muestran las características principales por clases de instituciones, incluyendo el número de éstas, capitales invertidos, análisis de las operaciones verificadas en 1939, personal ocupado, empleados de planta, y empleados no de planta, y otros cuadros con estas mismas características principales por entidades federativas.

Un resumen general de este Censo es el que se indica a continuación:

CENSO COMERCIAL DE 1940
DATOS DE 1939

<i>Divisiones</i>	<i>Número de es- tablecimientos</i>	<i>Porcen- taje</i>	<i>Valor de las ventas de mercancías y servicios</i>	<i>Porcen- taje</i>
Total	40 533	100.0	3 104 662 896	100.0
6.—Comercios al por mayor y al por menor	36 641	90.4	2 877 872 510	92.7
8.—Servicios	3 892	9.6	226 790 386	7.3

El análisis de la metodología que se empleó para llevar a cabo este Primer Censo Comercial muestra que: el nombre que se le dio, fue muy confuso, pues no fijó una norma a seguir en los futuros, ya que apareció en algunos documentos censales el nombre Censo Comercial, en otros Censos Comerciales de los Estados Unidos Mexicanos, y en otros Primer Censo Comercial de 1940; la periodicidad de 5 años en períodos que comprendieron los años terminados en 0 y 5 originó información censal para los años terminados en 9 y en 4, quedando por ello períodos que no cubrieron años con un orden lógico quinquenal; la unidad censal fue fijada correctamente, pues se fijó el establecimiento y se aclaró lo que debía entenderse por establecimiento comercial; en cuanto al campo censal, se determinó incorrectamente, debido a los escasos recursos económicos de que disponía la Dirección General de Estadística, ya que sólo se toma-

ron en cuenta los establecimientos con valores de transacciones anuales mayores de 10 000 pesos, es decir, no se cubrió todo el universo censal, eliminado con ello la efectividad y fines fundamentales de un Censo; los cuestionarios formados adolecieron de muchos defectos, entre los que resaltan la abundancia de preguntas, la incoherencia de éstas, y su mala agrupación en capítulos sin ordenamiento lógico, lo que ocasionó que fueran mal contestados en una abrumadora mayoría; la distribución y recolección de los cuestionarios, por haberse hecho por primera vez, se ajustó a normas que no pudieron generalizarse, originando esto que algunos cuestionarios llegaran a las oficinas centrales con crítica preliminar y otros no, ya que algunos fueron remitidos a dichas oficinas por los delegados censales y otros directamente por correo por los informadores, originando que la crítica final no fuera uniforme; las tabulaciones de los datos, debido a la mala contestación o casi nula, de la mayoría de los cuestionarios, fue tardada, laboriosa y con altos coeficientes de error, lo cual originó que no se hicieran publicaciones especiales de este Censo, pues sólo se realizó una publicación de las principales características de la actividad económica comercial tomadas del padrón de 1939, y otra con datos generales de una parte, correspondiente a instituciones de crédito.

De hecho, la información, incluyendo las características principales, se publicó después de haberse realizado el Censo Comercial de 1945, presentándose comparativamente con los datos de éste.

Censo comercial de 1945. Con la experiencia obtenida en los trabajos censales de 1940, después de formar el directorio para este Censo y según lo dispuesto por los artículos 1o., 2o. y 3o. del Decreto Presidencial del 1o. de agosto de 1944, que textualmente dicen: "Artículo 1o. Se declara de interés nacional la organización en 1944 y el levantamiento en 1945 de los siguientes censos: Cuarto Censo Industrial, Segundo Censo Comercial y Segundo Censo de Transportes; artículo 2o. La dirección, organización, ejecución y exposición de los trabajos relacionados con los censos de que trata el artículo primero y la expedición de los instructivos correspondientes, estarán a cargo de la Secretaría de la Economía Nacional, por conducto de la Dirección General de Estadística; y artículo 3o. La Secretaría de la Economía Nacional a través de la Dirección General de Estadística, fijará la fecha para el levantamiento de los padrones necesarios y los de los levantamientos censales propiamente dichos". Se procedió a llevar a cabo este evento según la metodología siguiente:

- a) Nombre de la estadística censal: "Segundo Censo Comercial de los

Estados Unidos Mexicanos 1945". En esta ocasión, ya se fijó un nombre más adecuado al indicarse su numeral, que pertenecía al país y el año en que se llevó a cabo.

b) Periodicidad: 5 años. Se conservó la periodicidad de 5 años y el año en que se llevó a cabo fue 1945, conservando el error de captar datos del año de 1944.

c) Unidad censal: El establecimiento comercial. Para la ejecución de este Censo se siguió considerando el establecimiento comercial como unidad censal, aclarando que éste era todo negocio dedicado a operaciones de compra, venta o alquiler de mercancías o servicios con fines de ganancia o de servicio social; y también se consideraron como establecimientos comerciales todos aquellos que tuvieran una naturaleza análoga como las instituciones de crédito, compañías de seguros, cooperativas y otros.

d) Campo censal: Los establecimientos comerciales con valores de transacciones de 10 000 pesos o más. En este Censo, siguiendo la práctica establecida en el anterior, se consideraron sólo los establecimientos comerciales cuyas ventas anuales fueron de 10 000 pesos o más, originando nuevamente que no se tomara todo el universo censal; sin embargo, se estimó que los datos aportados por el Censo, fueron el 90 por ciento de las ventas totales de todos los establecimientos comerciales de todo el país según la información del padrón que cubrió todo el universo.

e) Cuestionarios: Listas de preguntas para los informadores. El cuestionario para este censo fue formado con la intervención de los sectores interesados. En las reuniones celebradas se insistió en hacer el cuestionario con un número reducido de preguntas, pues las fallas del anterior hicieron concluir que fuera lo más corto posible. Por ello, sólo se formó con 16 capítulos y 45 preguntas y advertencias. Los temas de los capítulos fueron los siguientes: I. Ramo comercial del establecimiento. II. Ubicación del establecimiento. III. Propietario o razón social. IV. Clase de empresa a que pertenece el establecimiento. V. Apertura. VI. Carácter de la empresa. VII. Inversiones principales del establecimiento. VIII. Directores, incluyendo al jefe del establecimiento y empleados de planta, por sexo y país de nacimiento. IX. Empleados de planta por grupos de edad, sexo y sueldos. X. Obreros de planta, por grupos de edad, sexo y salario. XI. Tiempo trabajado. XII. Suspensiones de trabajo. XIII. Sueldos y salarios pagados. XIV. Otros gastos generales de operaciones. XV. Créditos a favor de residentes en el país y en el extranjero. Y, XVI. Importe de los ingresos por ventas de mercancías y servicios. Además, se formó otro

cuestionario similar para la clase, instituciones de crédito y organizaciones auxiliares, incluyendo sus aclaraciones, etc.

f) Distribución y recolección de los cuestionarios: Directa, personal y por correo. Durante la formulación del padrón comercial de 1944, se dividió la República en regiones formadas por cada entidad federativa y en cada una de éstas, los municipios concentraron la información censal, ya que en ellos los enumeradores censales llevaron a cabo los censos industrial y comercial. Los cuestionarios fueron entregados directamente por los enumeradores a las unidades informadoras, haciéndoles las aclaraciones correspondientes, y después los recogieron ya contestados haciéndoles una crítica inicial. En los municipios muy alejados, la distribución se hizo por correo. La devolución de los cuestionarios entregados a los enumeradores, subdelegados y delegados censales, después de la crítica inicial se hizo concentrándolos posteriormente en las oficinas generales de la Dirección General de Estadística, en la ciudad de México, D. F.

g) Crítica y despojo de los cuestionarios: Crítica personal y despojo mecánico. Al igual que en el Censo de 1940, se hizo una crítica inicial a los cuestionarios, y posteriormente, cuando ya se les concentró en un gran porcentaje en la Dirección General de Estadística, se sometió a la crítica más minuciosa, usando para ella instructivos con índices de corrección. Con este fin, se entrenó a un grupo de personas de la propia Dirección y el despojo y la tabulación se hicieron en máquina.

h) Tabulación de los datos: Cuadros resúmenes generales y especiales. Se formularon cuadros de datos generales y especiales comparables con los del censo de 1940. Las tabulaciones se hicieron para 126 020 cuestionarios, correspondientes a otros tantos establecimientos comerciales en 9 grupos y 86 clases que no tuvieron ordenamiento lógico, pues no se hicieron estudios internacionales para fijar una clasificación más adecuada a la realidad de esta actividad económica en todos los países del mundo.

i) Publicación de la información censal: Publicaciones especiales y periódicas. Con las tabulaciones generales y especiales se formaron dos volúmenes, uno especializado para las instituciones de seguros, conteniendo los siguientes cuadros con datos comparables con los que se obtuvieron en el censo de 1940. 1. Primas cobradas por las compañías de seguros. 2. Inversiones afectas a las garantías legales de las instituciones de seguros. 3. Reservas técnicas de las instituciones de seguros. 4. Instituciones de seguros, por clases de sociedades. 5. Instituciones de seguros por riesgos. 6. Instituciones de seguros, por grupos de capital exhibido. 7. Planes de seguros

de vida. 8. Clasificación de las enfermedades de los asegurados, por edades. 9. Incendios ocurridos, según el uso de la casa asegurada (números absolutos). 10. Incendios ocurridos, según el uso de la casa asegurada (números relativos). 11. Incendios ocurridos, considerando el carácter de la casa asegurada. Y, 12. Accidentes de tránsito, número de víctimas y monto de las indemnizaciones. Y el otro, en forma de un resumen general publicado en 1950, con números comparables con los obtenidos en el Censo de 1940. El contenido de este resumen es el siguiente: 1. Principales características de los establecimientos comerciales, por entidades. 2. Valor de las existencias y personal ocupado, por ramos mercantiles. 3. Importe de las ventas y egresos, por ramos mercantiles. 4. Valor de las existencias y personal ocupado, por grupos del monto anual de sus ventas. 5. Valor de las existencias y personal ocupado, según su constitución legal. 6. Valor de las existencias y personal ocupado, según la forma en que operan. 7. Valor de las existencias y personal ocupado, según la clase de operaciones que efectúan. 8. Importe de las ventas y egresos de los establecimientos, por grupos del monto anual de sus ventas. 9. Importe de las ventas y egresos de los establecimientos, según su constitución legal. 10. Importe de las ventas y egresos de los establecimientos, según la forma en que operan. 11. Importe de las ventas y egresos de los establecimientos, según la clase de operaciones que efectúan. Y, 12. Principales características de los establecimientos comerciales, por municipios y entidades federativas.

Un resumen general del número de establecimientos censados y el valor de las ventas de mercancías y servicios realizados en el año de 1944, se indican en el cuadro siguiente:

CENSO COMERCIAL DE 1945
DATOS DE 1944

<i>Divisiones</i>	<i>Número de es- tablecimientos</i>	<i>Porcen- taje</i>	<i>Valor de las ventas de mercancías y servicios</i>	<i>Porcen- taje</i>
Total	126 020	100.0	8 549 794 182	100.0
6.—Comercios al por mayor y al por menor	109 438	86.8	7 702 028 374	90.1
8.—Servicios	16 582	13.2	847 765 808	9.9

El fracaso del Censo Comercial de 1940 hizo que se pusiera más cuidado en la metodología que se empleó en el Censo de 1945, principalmente en la formulación de los cuestionarios, pues se llegó a la conclusión de que el de 1940, por ser muy extenso y mal redactado, ocasionó la tardanza en la crítica, tabulación y publicación de los datos obtenidos concretamente; los errores cometidos en la metodología para la realización de este censo fueron los siguientes: el nombre de la estadística censal fue más ajustada a la necesidad de dar un nombre, indicando de qué censo se trataba, en qué año se llevó a cabo y a qué año correspondieron los datos publicados; la periodicidad de 5 años fijada desde el Censo de 1940 fue buena, conservando el defecto de llevarlo a cabo en un año terminado en 5 y captar datos del año de 1944; la unidad censal fue el establecimiento comercial, aunque ello presentó algunas dificultades en algunas clases comerciales, que se eliminaron con las aclaraciones que se hicieron en los instructivos fijando el concepto de unidad censal; en cuanto al campo censal, nuevamente se cometió el error de tomar sólo establecimientos comerciales con transacciones cuyos valores fueron de 10 000 pesos o más, ocasionando, como en el Censo de 1940, que no se conociera la situación real del universo, por lo que los datos sólo mostraron aproximadamente la realidad nacional, eliminando la posibilidad de que sirvieran de base en encuestas posteriores; los cuestionarios formulados redujeron notablemente el número de preguntas de 133 a 45; sin embargo, todavía éstas no se organizaron en capítulos ordenados lógicamente, y su redacción no fue clara; la distribución y recolección de los cuestionarios adoleció nuevamente de los mismos defectos que tuvo la de 1940, sin embargo, se logró mayor rapidez debido a que se puso mayor empeño en seleccionar a los delegados, subdelegados y enumeradores censales, según niveles de capacidad cultural; la crítica y despojo de los cuestionarios se hizo también con la misma técnica empleada en el Censo de 1940, pero la tabulación fue más rápida; sin embargo, la publicación de los datos de este censo sólo se logró realizar hasta el año de 1950, perdiéndose nuevamente la oportunidad necesaria en estos trabajos estadísticos; por su parte, las unidades informadoras colaboraron mejor con la Dirección General de Estadística, al convencerse de que la información censal es completamente impersonal y de la utilidad que ésta presta al conocimiento del desarrollo económico y social de nuestro país.

Censo comercial de 1956. En el año de 1951 no se realizó censo comercial por considerar inoportuna su ejecución. Sin embargo, se inició la preparación de directorios y a considerar conceptos para llevar a cabo el

de 1956. Por ello, para cumplir con lo establecido en el artículo 95 de la Ley Federal de Estadística en vigor, la Dirección General de Estadística inició sus trabajos con 3 años de anticipación, tomando en cuenta la experiencia del Censo de 1945. Durante este lapso se celebraron juntas periódicas con representantes de las Cámaras Nacionales de Comercio y de Servicios que hicieron resaltar la necesidad de mejorar la estadística censal comercial de 1956, para conocer mejor las principales características económicas y sociales de todo el universo de esta actividad económica. Las juntas se celebraron de acuerdo con lo establecido en el artículo 3o. de la Ley de referencia y los sectores interesados intervinieron no sólo en la formulación de cuestionarios sino también en la fijación de los diferentes aspectos de la metodología que se empleó y que es la siguiente:

a) Nombre de la estadística censal: Aún no se le ha dado nombre a esta estadística, pero se piensa llamarle "Tercer Censo Comercial de los Estados Unidos Mexicanos 1956". "Información Censal de 1955", no obstante que en los cuestionarios empleados no se usó el término censo, sino el de una estadística comercial sobre actividades de los establecimientos en el año de 1955.

b) Periodicidad: 5 años. Al igual que los censos industrial y de comunicaciones y transportes, y de acuerdo con el párrafo 2o. del artículo 95 de la mencionada Ley Federal de Estadística, este censo se llevó a cabo en 1956 para obtener datos del año de 1955, ya que el mencionado párrafo establece que dichos censos se deben realizar cada 5 años, en los terminados en 1 y en 6.

c) Unidad censal: El Establecimiento comercial. Para este censo se siguió fijando al establecimiento comercial como unidad censal, ya que se dedicará al comercio al por mayor, al por menor o a la venta de servicios de esparcimiento y de otras clases. En el cuestionario se tomó en cuenta que un establecimiento comercial puede ser matriz, sucursal o en cadena, y otros aspectos importantes para hacer una agrupación más congruente de la verdadera situación de los establecimientos comerciales en el territorio nacional.

d) Campo censal: Todos los establecimientos comerciales en el territorio nacional de cualquier clase y magnitud. Fue hasta este censo, cuando se logró cubrir todo el universo censal de esta actividad económica, para tener bases seguras de información que sirvieran como base en encuestas directas o por muestreo que se hicieran en los períodos intercensales. Para cubrir el campo censal se formularon directorios con los de los censos

anteriores y los de otras fuentes; la información anual que los comerciantes proporcionan a la Dirección General de Estadística según el artículo 8o. de la Ley Federal de Estadística, y preferentemente con los directorios que los municipios remitieron a las oficinas generales de la Dirección General de Estadística un año antes del Censo. Fue así como por primera vez se realizó un verdadero censo, cubriendo todo el universo y se formuló un directorio lo más completo posible, ajustándolo a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas de las Naciones Unidas que desde los censos de 1951 ya se habían tomado en cuenta. Para este fin se cubrieron las divisiones: 6 para el comercio al por mayor y al por menor y la 8 para los servicios de esparcimiento y otros servicios. De hecho, por primera vez se hizo una clasificación racional para esta actividad económica de acuerdo con la clasificación internacional, aunque sólo como prueba, pues sólo se formaron 12 grupos en 3 agrupaciones, incluyendo 29 clases comerciales.

e) Cuestionarios: Listas de preguntas generales para todas las clases comerciales. La nueva modalidad tomó en cuenta la necesidad de hacerlos lo más reducidos posible, para evitar el gran número de errores y preguntas en blanco que obligan una tardada crítica, tabulación y publicación. Éste se ajustó a los mismos lineamientos que se establecieron en los cuestionarios para el Censo Industrial de 1956, y se formuló después de estudios minuciosos, en los que colaboraron ampliamente los representantes de las Cámaras Nacionales de Comercio y de otras instituciones interesadas, como el Banco de México, S. A., el Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A., etc. Se usaron dos cuestionarios: uno para cubrir la división 6 y otro para la división 8, CIIU de las Naciones Unidas. El de la división 6 cubrió los establecimientos comerciales dedicados al comercio al por mayor y al por menor y se formó con 7 capítulos y 46 preguntas; los nombres de los capítulos de este cuestionario son los siguientes: I. Características principales del establecimiento. II. Capitales invertidos. III. Equipos para el transporte de mercancías. IV. Empleados y obreros ocupados y sueldos, salarios y prestaciones pagadas. V. Consumo de combustibles, lubricantes y refacciones para equipos de autotransportes y otros gastos. VI. Ingresos del establecimiento. Y, VII. Existencias. En el capítulo I se fijaron sólo 18 clases comerciales, debido a que se inició la clasificación de acuerdo con la internacional de las Naciones Unidas. El cuestionario para establecimientos de servicios correspondiente a la división 8 de la CIIU se formó con 41 preguntas en 7 capítulos cuyos títulos

son los siguientes: I. Características principales del establecimiento. II. Capitales invertidos. III. Equipos de transporte. IV. Empleados y obreros ocupados y sueldos, salarios y prestaciones pagadas. V. Consumo de combustibles, lubricantes, refacciones y otros gastos. VI. Ingresos del establecimiento. Y, VII. Existencias. Y al igual que en el otro cuestionario, se fijaron sólo 12 clases de servicios, siendo las más representativas de todos los que se suministran en el país, pues los cuatro primeros fueron de esparcimiento y los restantes para otros servicios. Los dos cuestionarios se formularon lo más claro posible según la nueva técnica, consistente en hacer las aclaraciones e instrucciones para contestar los cuestionarios, al lado izquierdo de las preguntas con el fin de evitar al informador pérdida de tiempo. Los cuestionarios se inician con advertencias y recomendaciones en la primera hoja, y en la siguiente página de ésta, un conjunto de preguntas necesarias para fijar las características y ubicación de las oficinas principales del establecimiento, la declaración y un talón que sirvió al informador para comprobar ante la Dirección General de Estadística, haber contestado y remitido el cuestionario numerado, que por duplicado se les envió. Al final de cada cuestionario se incluyeron aclaraciones en relación a este censo.

f) Distribución y recolección de los cuestionarios: Directa, por correo en todos los estados de la República, y personal y por correo en el Distrito Federal. La distribución de los cuestionarios se realizó por correo en todos los municipios de las entidades federativas en dos ejemplares debidamente foliados; un sobre con la ubicación de la Dirección General de Estadística para que en él se devolviera un cuestionario contestado, y dos facturas. La remisión de los cuestionarios se realizó a fines de septiembre de 1956 y se dio un plazo de 15 días con prórrogas hasta de 3 meses para que fueran debidamente contestados; sin embargo, en algunos casos, se impusieron multas a las personas que no los contestaron en tiempo oportuno, de acuerdo con lo que establece la Ley Federal de Estadística en vigor, en su artículo 15. Hasta la fecha y por correo se ha recibido aproximadamente el 90 por ciento de los cuestionarios remitidos.

g) Crítica y despojo de los cuestionarios: Para hacer la crítica se formaron instructivos de despojo de crítica con índices de corrección para aquellos datos mal proporcionados y para llenar las preguntas no contestadas, incluyendo los métodos para hacer dicha crítica. El despojo de los cuestionarios se ha pensado hacerlo totalmente en máquina; pero, según las cir-

cunstancias que se presenten, es posible que algunos volúmenes de cuestionarios sean despojados manualmente.

h) Tabulación de los datos: Se ha iniciado ya la elaboración de un plan de tabulación de los datos de los cuestionarios, con cuadros generales y especiales, cubriendo cuando menos los mínimos aprobados en la III Sesión de la Comisión del Censo de las Américas de 1950, celebrada en Bogotá, Colombia. Las tabulaciones que se hagan, fijarán datos comparables cuando menos con la información del Censo Comercial de 1945.

i) Publicación de la información censal: Dentro del plan general de publicaciones para los censos industrial, comercial y de comunicaciones y transportes que se está formando, se han incluido renglones específicos para la publicación de las tabulaciones generales y especiales del Tercer Censo Comercial de 1956. Además, se ha previsto que esta información sea publicada permanentemente en nuestros anuarios generales, compendios y revistas de estadística, y en otras publicaciones especiales que se estime pertinente. Lo más importante de esta información censal consiste en que será la base para hacer las estimaciones de la contabilidad nacional y del insumo-producto del país. Sin embargo, y no obstante todos los esfuerzos y empeño que se han puesto para mejorar la información del Tercer Censo Comercial de nuestro país, todavía subsisten deficiencias en la metodología que se puntualiza a continuación: el nombre correcto para este censo, debe ser, "Tercer Censo Comercial de los Estados Unidos Mexicanos, 1956", "Información Censal de 1955"; la periodicidad de este nuevo censo es correcta y el año en que se llevó a cabo también, pues obtuvo datos del año de 1955; la unidad censal en esta ocasión siguió siendo el establecimiento comercial, aunque no cubrió todas las clases del comercio de bienes y servicios, pues sólo se fijaron 30 clases comerciales; el campo censal por primera vez fue el universo, presentándose sin embargo, la dificultad de un directorio completo, pues existe un gran número de establecimientos comerciales y de servicios de poca importancia diseminados en todo el territorio nacional que no fueron controlados; los dos cuestionarios empleados, el de los establecimientos para comercio al por mayor y comercio al por menor, y el de los establecimientos de servicios de esparcimiento y otros servicios, fueron formados según la estructura general de los cuestionarios que se emplearon para los censos industrial y de comunicaciones y transportes que simultáneamente se llevó a cabo, y contienen los capítulos más importantes considerados en las conclusiones a que llegaron los representantes de todos los sectores interesados en que este censo se haga lo mejor

posible, sin cubrir sólo información censal específica para determinados fines, como el Banco de México, S. A. lo desea; la distribución y recolección de los cuestionarios adoleció del defecto de hacerlas directas y por correo, lo que ha originado un gran retardo en la devolución de los cuestionarios y en las aclaraciones posteriores; por su parte, la crítica y despojo, aunque se ha planteado mejor, sigue adoleciendo del defecto de no basarse en índices de corrección bien formados, y en que ésta la hace personal con escasos conocimientos, es decir, de poca cultura general; por último la tabulación de los datos de este censo comercial se hará próximamente ajustándola a los recursos presupuestarios que la Dirección tenga para estos fines en el año próximo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El estudio de la metodología empleada en los tres censos comerciales ya realizados, origina las siguientes conclusiones:

a) En 16 años, nuestro país ha llevado a cabo sólo tres censos comerciales, los dos primeros con periodicidad quinquenal y el último 10 años después;

b) El nombre que se ha dado a este censo ha sido variable, afectándose con ello la seriedad de la información estadística censal de esta actividad económica;

c) No obstante que la Ley Federal de Estadística en vigor establece periodicidad quinquenal para la ejecución de estos censos, en 1950 no se llegó a realizar este evento debido a que los directorios para estos fines eran incompletos, al realizarse 5 censos nacionales, éstos absorbieron un elevado presupuesto.

d) Desde 1940, el establecimiento comercial ha sido la unidad censal, aunque algunas clases comerciales han presentado el problema de que varios establecimientos son propiedad de una sola empresa que lleva contabilidad uniforme de los gastos generales de todos ellos, resultando que la información de la unidad muchas veces es sólo aproximada;

e) En los Censos de 1940 y 1945, debido a que el universo era aún muy amplio y disperso, se optó por un campo formado sólo por los establecimientos que tuvieron transacciones con valores de 10 000 pesos o más, y los catálogos formados cubrieron pocas clases y grupos comerciales, sin

alguna base para la comparación internacional. El campo censal en el Censo de 1956, fue todo el universo y el catálogo empleado cubrió todos los establecimientos comerciales, en las divisiones 6 y 8 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, de las Naciones Unidas, en 3 agrupaciones, 12 grupos y 29 clases, fijados en vía de prueba para definirlos mejor en el Censo de 1961;

f) La estructura y número de preguntas de los cuestionarios empleados en los tres censos ha variado notablemente, siempre con la tendencia de reducir el número de cuestiones, pues mientras al cuestionario de 1940 lo formaron 133 preguntas, el de 1956 sólo estuvo formado con 46, en 7 capítulos ordenados lógicamente para obtener la información económica y social más importante de esta actividad económica. El cuestionario de 1956 se formuló según las normas fijadas en todos los cuestionarios que se emplearon para llevar a cabo los censos industrial, comercial y de comunicaciones y transportes de este año, entre las que destacan: ordenamiento lógico de los capítulos; aclaraciones e instrucciones al margen izquierdo de las preguntas; amplia información adicional en el mismo cuestionario; y diferentes colores del papel de los cuestionarios para las diversas actividades económicas. Lo fundamental de los 2 cuestionarios empleados fue que con la información que capten se podrá informar a varios sectores interesados en el desarrollo económico y social de esta actividad y principalmente al Banco de México, S. A., para que formule las cuentas nacionales y las estimaciones del insumo-producto para fines de planeación y política nacionales;

g) La distribución y recolección de los cuestionarios se ha hecho con diferentes métodos, pero tratando siempre de mejorarla, aunque no se ha logrado del todo, pues la devolución de los documentos ya contestados siempre es tardada e incorrecta; lo primero, por la carencia de recursos económicos de parte de la Dirección General de Estadística para nombrar enumeradores censales competentes que contesten los cuestionarios de aquellas clases comerciales más importantes, y lo segundo, por la falta de capacidad cultural y ciudadana de las personas que contestan estos documentos;

h) En los dos primeros censos comerciales se ha hecho crítica inicial a los cuestionarios y, después, la definitiva, en las oficinas generales de la Dirección General de Estadística, pero esto ha traído retardos y errores, ya que la crítica final de los cuestionarios muchas veces se hace mal, al no ajustarse a instructivos con índices precisos de corrección, para mejorar la información incorrecta y poner los datos faltantes en los documentos. Los

índices de corrección que se han empleado han sido formados arbitrariamente, es decir, según el criterio de cada funcionario y no siguen un plan general bien meditado. La crítica que se está haciendo a los cuestionarios de 1956, se está ajustando a índices más racionales;

i) El despojo de los cuestionarios se ha hecho manual y mecánicamente, lográndose mayor rapidez con el último método;

j) La tabulación de los datos se ha llevado a cabo sin algún plan general bien meditado, sino únicamente siguiendo la tradición censal con el fin de conservar la continuidad. Además, nunca se han tomado en cuenta, como en otros censos, los compromisos que nuestro país contrajo en la III Sesión del Censo de las Américas, celebrada en Bogotá, Colombia, en 1950. Las tabulaciones del Censo de 1956, se harán ajustadas a un plan que cubra los mínimos internacionales;

k) Al igual que las tabulaciones, la publicación de la información censal comercial de 1940 y 1945 no se ajustó a planes específicos, dejándose de publicar muchos datos captados en los cuestionarios. La publicación de los resultados del Censo de 1956, se ha pensado adecuarla a un plan que cubra los mínimos internacionales y tomando en cuenta la comparabilidad con los Censos de 1940 y 1945;

l) Para lograr éxito en los censos comerciales, la Dirección General de Estadística ha intensificado la propaganda censal, logrando con ello mayor colaboración de las autoridades federales, estatales y municipales, y de los informadores en general.

Las conclusiones anteriores originan las siguientes recomendaciones que tienen la firme tendencia de resolver, aunque sea en parte, los problemas que se presentarán en la ejecución de los próximos censos comerciales de nuestro país:

I. Deben seguirse realizando los censos comerciales en nuestro país, para conocer periódicamente la situación real del universo de esta actividad económica en sus principales aspectos sociales y económicos.

II. Para ello, es necesario, después de un estudio minucioso, establecer oficialmente el nombre de esta estadística censal; se sugiere el siguiente para el Censo de 1961: "IV Censo Comercial de los Estados Unidos Mexicanos, 1961". "Información Censal de 1960". Para los censos posteriores sólo se cambiarán el numeral y los años.

III. La periodicidad de estos censos conviene que siga siendo quinqu-

nal, llevándose a cabo en los años terminados en 1 y en 6 para que capten datos de los años terminados en 0 y 5.

IV. Técnicamente la unidad censal es el establecimiento comercial.

V. En el Censo de 1960 y en los siguientes, es conveniente seguirse trabajando con todo el universo, y con el concepto moderno de comercio, formado por las divisiones 6 y 8 de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, de las Naciones Unidas. Los catálogos y directorios que se formen en 1961 y los posteriores deben adaptarse a la CIU de las Naciones Unidas, estructurándolo lo mejor posible y según la realidad nacional, incluyendo divisiones, agrupaciones, grupos y clases.

VI. Los cuestionarios que se usen en el Censo de 1961 y siguientes, requieren para formarlos estudios minuciosos preliminares, para que sean más efectivos, queriendo decirse con ello que estén formados por un número corto de capítulos y preguntas que cubran un campo amplio de información estadística censal y no dar preferencia únicamente a determinados sectores interesados, pero sin perder de vista la necesidad de que esta información es fundamental para la formulación de las cuentas nacionales y las estimaciones del insumo-producto, tan necesarias en el desarrollo económico y social de nuestro país. Es necesario que los cuestionarios sean formulados con preguntas claras, mediante terminología accesible a los informadores; e indicaciones y aclaraciones para su contestación al margen de las preguntas, y con otras normas importantes entre las que pueden destacar advertencias, recomendaciones y aclaraciones generales, así como capítulos sobre características y ubicación de las oficinas principales de la empresa y el establecimiento; y declaración y talones de comprobación, de contestación y devolución para los informadores.

Además, es necesario diferenciar con diferentes colores de papel los cuestionarios para las diversas divisiones, con el fin de que sea más fácil su manejo durante la distribución, recolección, crítica, despojo y tabulación.

VII. La distribución y recolección de los cuestionarios deben llevarse a cabo en 1961, con la mayor rapidez posible, para eliminar pérdidas de tiempo que sólo hacen retardar la publicación de la información censal. Es necesario para ello estudiar minuciosamente, sujetándose al monto de los presupuestos que se asignen a estos eventos, la posibilidad de que, para determinadas clases comerciales al por mayor que representen un gran por ciento en las transacciones totales, la distribución y recolección de los

cuestionarios se hagan individualmente por enumeradores bien adiestrados que directamente con las personas informadoras llenen los cuestionarios.

VIII. En cuanto a la crítica necesaria para que los cuestionarios puedan ser despojados rápidamente para la tabulación, es necesario que con la información obtenida en 1956, correspondiente al año de 1955, se formen índices de corrección bien planeados y precisos; se formulen instructivos claros que muestren a los empleados que harán la crítica, cómo mejorar la información errónea y sustituir aquella que el informador por ignorancia o tendenciosamente no contesta.

IX. El despojo de los cuestionarios debe hacerse mecánicamente para eliminar los errores que cometa el personal mal adiestrado; lográndose con ello que este censo se lleve a cabo con la mayor rapidez y lo más correctamente posible.

X. Las tabulaciones del futuro Censo de 1961 deben hacerse bajo un plan fijo, formado con anterioridad, respetando fundamentalmente la comparabilidad y los mínimos que se fijen para el Censo de las Américas de 1960. Es necesario para ello que se hagan tabulaciones generales de todo el universo, indicando los aspectos sociales y económicos más importantes y tabulaciones especiales con toda la información para todas y cada una de las clases comerciales que se fijen en los catálogos.

XI. Es conveniente que la información del próximo censo comercial se haga en publicaciones especiales, con datos comparativos en aquellos aspectos en los que se conserve la comparabilidad con la información de los censos de 1940, 1945 y 1956. También deben hacerse publicaciones de la información obtenida, en anuarios, compendios, revistas de estadísticas y otras publicaciones especiales; y

XII. Bajo un plan general, y en virtud de que este censo se llevará a cabo simultáneamente con otros censos en 1961, es necesario impulsar la propaganda, empleando todos los medios que existan en el país y sin escatimar gastos, con el fin de convencer al máximo al informador censal de la importancia de su información individual, que sólo será aprovechada para agruparla a la información nacional o regional, tan útil en los estudios para impulsar el desarrollo integral, económico y social de nuestro país, y sin fines fiscales, o para que sean aprovechados por otros informadores en una competencia ilegal.*

* Véanse comentarios (pp. 641-42).