



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Tema: Antecedentes del Marketing en México
- Profesor(a): M.A. Heidy Cerón Islas
M.A. Miguel Leonel Cortes Miranda
M.A. Joel Ramírez Ortega
- Periodo: Julio Diciembre 2017



Tema: Antecedentes del Marketing en México

Abstract:

- . Marketing in Mexico has its antecedents in the period where the towns begin to have the need to exchange products. Nowadays, shopping centers are a clear evolution of marketing efforts and activities carried out by marketing directors.

Keywords: (market, customer, marketing, products, México.)

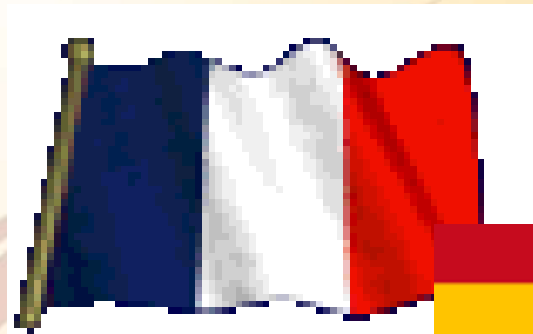


Antecedentes de la Mercadotecnia en México

- México estuvo habitado antes de la llegada de los españoles, por diferentes pueblos, tales como los chichimecas, zapotecas, Mixtecos, Huastecos, Totonacas, Olmecas, Toltecas, Mayas, Teotihuacanos y Aztecas, fueron estos últimos los que poblaron el altiplano central y constituyeron una de las culturas más resplandecientes del periodo prehispánico.



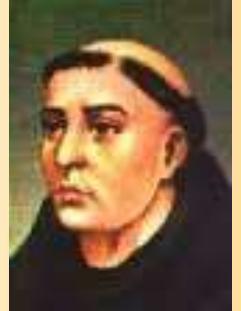
Mapeo





- También *Fray Toribio de Benevente* mejor conocido como Motolinia, habla del tianguis: El lugar donde venden y compran le llaman **Tiantiztli** que en nuestra lengua diremos **mercado**, para la cual tenían hermosas y grandes plazas, en ella señalaban a cada oficio su asiento y lugar y cada mercadería tenía su sitio, los pueblos grandes que acá llaman cabecera de provincia tenía entre sí repartido por barrios las mercaderías que habían de vender y así si los de un barrio vendían pan cocido, otro barrio vendía chilli, los otros vendían sal, otros fruta.

...



- Estos comerciantes hacían el pago de impuestos el cual era previamente descontados de sus mercancías, por otra parte estaban eximidos de trabajos rudos y del servicio personal.
- El mercado o pochtlan más importante era el de Tlatelolco en su obra historia general de las cosas de la Nueva España.



- Los principales mercaderes que se llamaban Tealtinime o Tecoanime llevaban esclavos para vender, hombres, mujeres, muchachos y vendían los para su sacrificio posterior.





Los mercaderes mexicanos hicieron también el **comercio marítimo en muchas barquillas**, así en el seno mexicano como en los mares del sur había muchos comercios llevados a cabo por agua en la laguna de México, como lo era el pescado, algunas semillas frutas, flores.





Tres etapas generales deben distinguirse en la evolución mercantil de nuestro país en dicha época colonial:

- **la primera que fue de 1521 a 1810** (de la conquista hasta el momento en que el monopolio comercial de España en México queda destruido casi totalmente). Se caracterizó este periodo por la explotación de metales, principalmente plata, la que se exportaba a Europa, pero los beneficios más importantes no fueron para España sino para Inglaterra, Holanda, Francia, Italia, Alemania.



- **La segunda que abarca de 1810 a 1880** (en que se inicia el imperialismo económico moderno. Durante este periodos beneficios del comercio mexicano, fueron para Inglaterra).



Penetración de naciones materialmente sólidas en otros territorios, a fin de obtener beneficios económicos en detrimento de la prosperidad o riqueza de los países sometidos. En la esfera económica es donde la potencia del Estado adquiere un nivel más elevado, surge el llamado poder económico (imperialismo).



- **La tercera que abarca de 1880 a la fecha** (durante esta etapa los beneficios del comercio y riquezas de México han sido principalmente para Estados Unidos. A partir de la conquista de México se fundieron costumbres y creencias de los españoles, lo que acabo con una serie de ritos y fiestas de los pueblos mexicanos, la manera de hacer el comercio por los indígenas fue sustituida en vez de los tianguis, se construyeron edificios especialmente destinados para fungir como mercados.





En esta época se inicia la costumbre de la población de acudir al centro de la ciudad para satisfacer sus necesidades de compra, por ello se concentraron en ese sitio las casas comerciales de prestigio, o aunque en la actualidad se han creado, en otros **puntos de la ciudad, plazas comerciales** que ofrecen otras opciones de compra, pero se sigue utilizando el tianguis como forma de comercio.



Referencias Bibliográficas

- La historia del marketing:1450 a 2012 extraído desde <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/la-historia-del-marketing-de-1450-a-2012>
- Philip Kotler; Gary Armstrong, (2012). Fundamentos de Marketing. Decimocuarta edición. Pearson Educación, México.

