

**TENDENCIAS DE CONSUMO EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ QUE DEBEN CONSIDERAR LOS MERCADOS EMERGENTES HACIA EL 2025.**

Erika Morales Meléndez<sup>1</sup>, Pedro Manuel Rodríguez Suarez<sup>2</sup>, Pedro Manuel Rodríguez Suarez<sup>3</sup>  
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Dpto. de Ingeniería y Tecnologías de la Información. <sup>1</sup>

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. <sup>2</sup>

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. <sup>3</sup>

Doctorado en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología

erika.morales@upaep.edu.mx<sup>1</sup>; pedrosuarezbuap@yahoo.com.mx<sup>2</sup>;

mixteca\_migration@hotmail.com<sup>3</sup>

**RESUMEN**

Los datos de la evolución de las preferencias de los consumidores en el sector automotriz, permite vislumbrar los escenarios de este sector en los mercados emergentes más significativos, por lo que reconocer las Tendencias de Consumo permite estructurar una clasificación que distingue y asocia las tendencias de mayor incidencia con los retos estratégicos clave que las los Fabricantes de Equipamiento Original (OEM's-Original Equipment Manufacturers) deben satisfacer.

Palabras clave: teoría neoclásica del consumo, mercados emergentes, tendencias, consumidores, sector automotriz.