



UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA DE TABASCO



**DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS ECONÓMICO
ADMINISTRATIVAS**

ZONA DE LA CULTURA

Mercadotecnia , GRUPO CLM

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

M.A. MINERVA CAMACHO JAVIER

Alumno: JUAN ENRIQUE MALAGA ISIDORO

Agosto 2025 – Febrero 2026

Cuadro de Análisis: Productos como Extensiones de Identidad, Estatus o Valores Personales

Introducción

Este cuadro de análisis examina cómo los productos funcionan como extensiones de la identidad, el estatus y los valores personales del consumidor. El objetivo es comprender la función simbólica del consumo y su impacto en la construcción del yo.

Cuadro de Análisis

Propósito del análisis	Analizar cómo los productos representan identidad, estatus y valores personales, y cómo influyen en el comportamiento del consumidor.
Criterios de análisis	Tema central: relación entre consumo e identidad. Objetivos: identificar función simbólica de los productos. Metodología: revisión conceptual y observación de patrones de consumo.
Estructura del cuadro	División por propósito, criterios, metodología y síntesis de hallazgos.
Síntesis	Los productos actúan como símbolos que comunican quiénes somos y qué valores poseemos, influyendo en decisiones de compra más allá de lo funcional.

Conclusión

El análisis demuestra que el consumo es un acto simbólico cargado de significado. Los productos permiten expresar identidad, reflejar estatus y comunicar valores personales. Comprender este fenómeno es esencial para el marketing y para interpretar la conducta del consumidor.

Referencias

Bauman, Z. (2007). Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica.

Belk, R. W. (2013). El yo extendido en un mundo digital. Revista de Estudios de Consumo, 4(1), 45-60.

Solomon, M. R. (2011). Comportamiento del consumidor. Pearson Educación.