



UJAT

UNIVERSIDAD JUÁREZ
AUTÓNOMA DE TABASCO

“ESTUDIO EN LA DUDA. ACCIÓN EN LA FE”



Universidad Juárez Autónoma De Tabasco

**División Académica De Ciencias Económico
Administrativas**

Comportamiento Del Consumidor

Cuadro de análisis

Presenta:

Nancy Guadalupe Vasconcelos León

Asignatura Impartida por la:

Minerva Camacho Javier

Introducción

Este cuadro de análisis busca comparar tres marcas que son Nike, Gucci y Tesla. A través de distintos aspectos como su identidad de marca, la percepción que generan, la conexión emocional con sus consumidores y la forma en que se posicionan en el mercado, se pretende entender cómo cada una logra atraer y mantener la atención del público. Se busca comprender cómo cada una logra captar y mantener la atención del público. Asimismo, se analizarán las estrategias que emplean para construir su imagen, la lealtad y generar vínculos emocionales con las personas.

Criterio	Nike	Gucci	Tesla
Identidad de marca	Rendimiento, superación, juventud.	Lujo, exclusividad, prestigio.	Innovación, lujo sostenible.
Percepción de la marca	Símbolo de éxito deportivo y comunitario.	Símbolo de estatus cultural y social.	Estado futurista, tecnología y sustentabilidad.
Conexión emocional	Motivación, pertenencia y orgullo de superación.	Deseo de prestigio y validación social.	Identificación con modernidad y valores ecológicos.
Posicionamiento de mercado	Ropa deportiva masiva, estilo de vida deportivo.	Mercado premium, moda de lujo.	Autos eléctricos de lujo con foco en innovación.
Estrategia e impacto en el consumidor	Fuerte vínculo emocional para la fidelidad.	Estrategia centrada en exclusividad y estatus.	Marca referente en innovación y responsabilidad.

Conclusión

Al analizar estas tres marcas, se puede ver que cada una ha sabido ganarse un lugar en el mercado a través de estrategia. Nike inspira a sus clientes con valores como la superación y el esfuerzo. Gucci se distingue por su exclusividad y elegancia. En cambio, Tesla combina la innovación tecnológica con la sostenibilidad, atrayendo a un público que valora el progreso y el cuidado. En conjunto, las tres marcas demuestran que el éxito no solo depende del producto, sino también de la manera en que logran conectar emocionalmente con las personas y valores.

Nike, Inc. (2025). *Relaciones con los inversores*. <https://investors.nike.com>

Gucci. (2025). *Marca y herencia*. <https://www.gucci.com>

Tesla, Inc. (2025). *Acerca de Tesla*. <https://www.tesla.com>