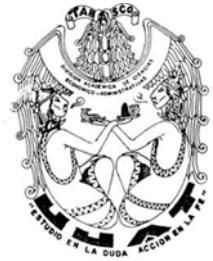




UJAT

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>