



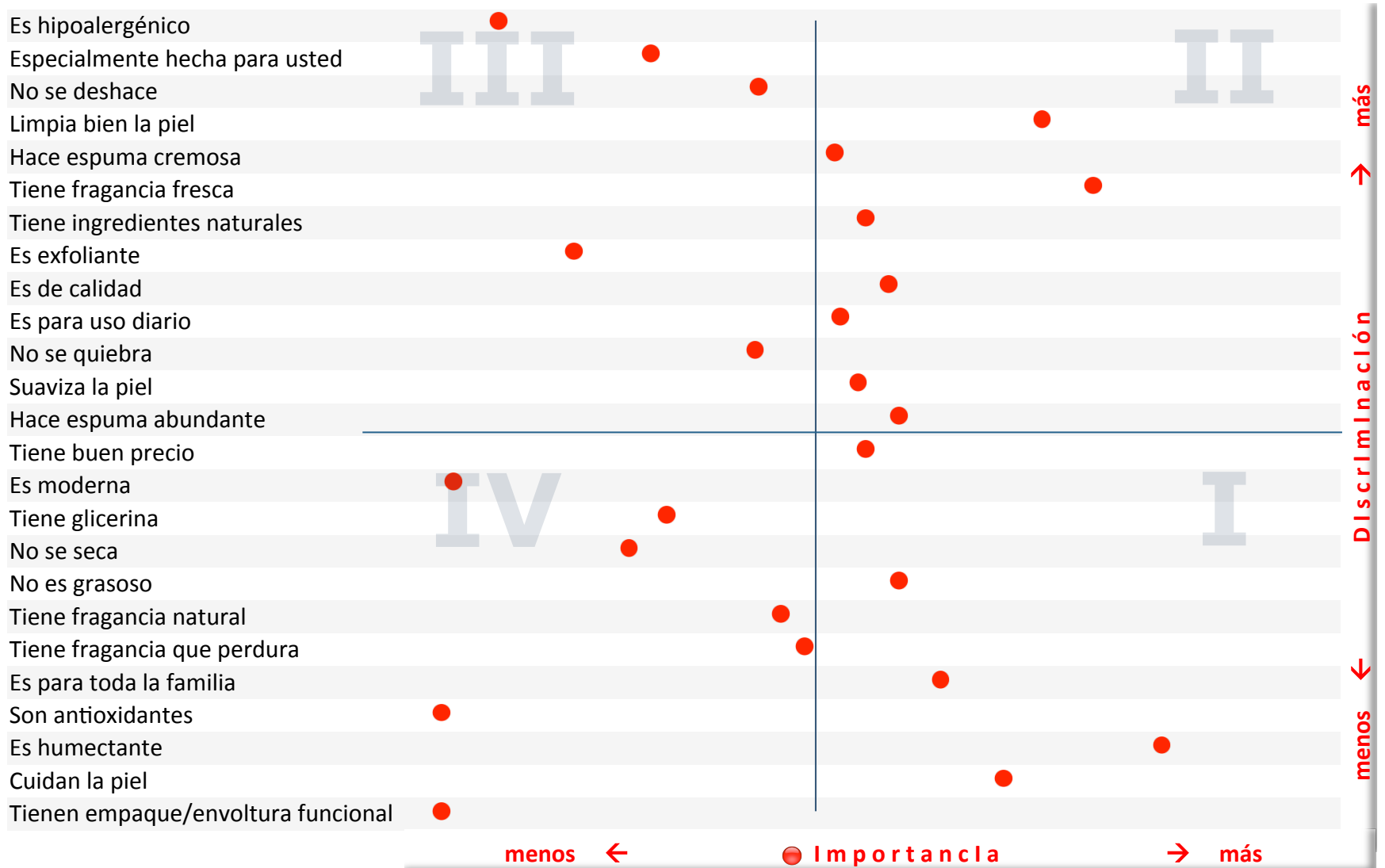
**Research  
& Consulting  
For Marketers**

# **Análisis DQA**

**(Discriminant Quadrant Analysis)**

Permite analizar la importancia y discriminación de los atributos de la categoría en la compra de una marca...

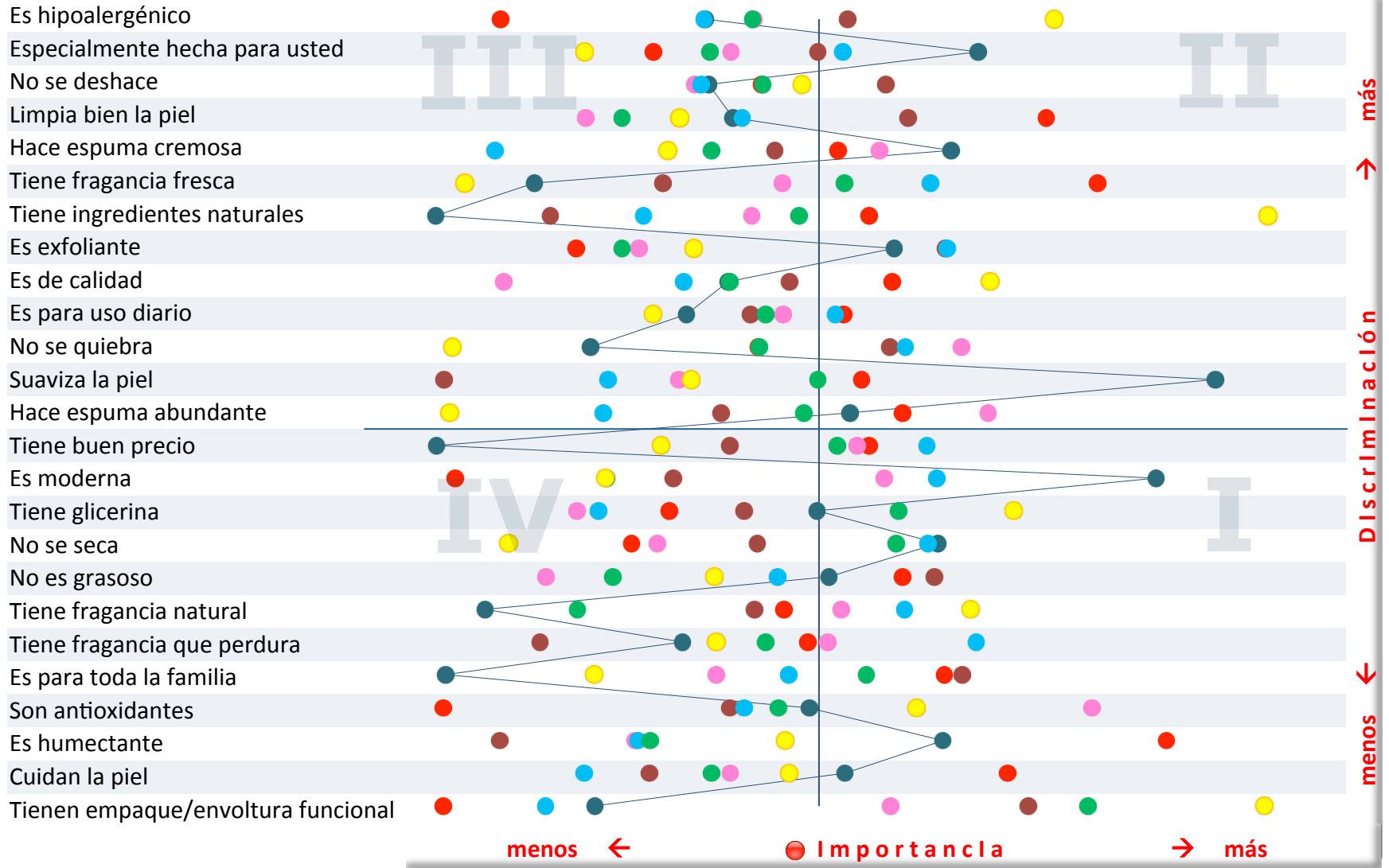
# Importancia y discriminación para Dove (jábones de tocador)



...Y el “gap” de desempeño de una marca contra su competencia.

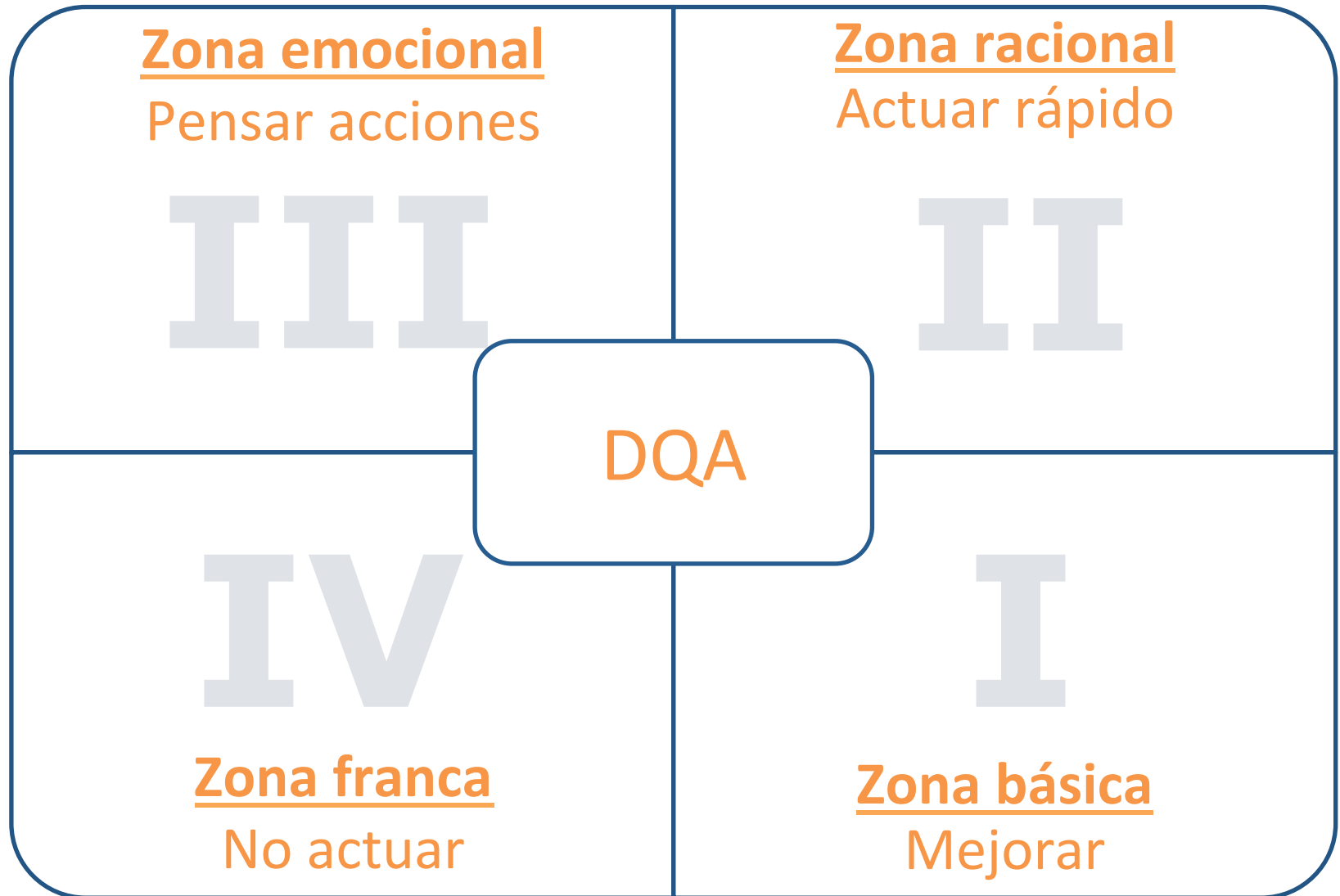
# “Gap” de Dove y las otras marcas

—●— Dove    ● Camay    ● Escudo    ● Zest    ● Palmolive Cl    ● Grisi



Los cuadrantes del mapa proporcionan elementos para actuar estratégicamente.

# Cuadrantes del DQA

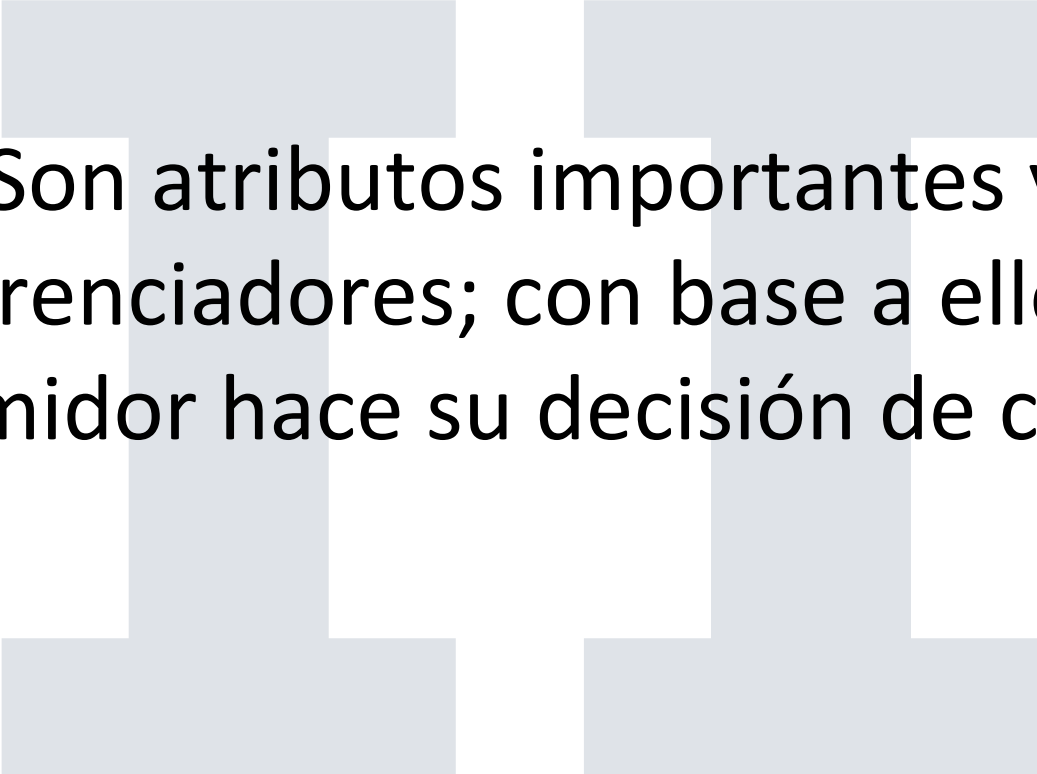




# Zona básica

Son atributos importantes pero poco diferenciadores; es lo mínimo que el consumidor demanda de la marca.

# Zona racional



Son atributos importantes y diferenciadores; con base a ellos el consumidor hace su decisión de compra.

# Zona emocional

Son atributos poco importantes pero que discriminan a la compra; se sugiere hallar el “valor” subyacente y recrearlo en la marca.

# Zona franca

Atributos poco importantes y sin impacto en las ventas; es algo que el consumidor da por hecho o que dejó de ser funcional.