

Segmentación de mercado:

VARIABLES	DESGLOSES TÍPICOS
Geográficas	
Región	Pacífico, Noroeste, central, Sur, Oeste central, Noroeste central, Atlántico del sur, Atlántico medio.
Tamaño de la población	Menos de 5,000 19,000 – 20,000 49,000 –100,000 más de 4,000,000
Densidad	Urbana, Sub urbana, Rural
Clima	Cálido, frío, templado, húmedo ...
Demográficas	
Edad	Menos de 6 Entre 6 y 12, 13 y 25, 50 y 64
Sexo	Masculino, femenino
Tamaño de la familia	1,2,3,4,5
Ciclo de la vida en la familia	Joven, soltero; Joven casado, sin hijos; Joven casado con el hijo más chico de 6 ó más años: Mayor casado con hijos; mayor casado con hijos menos de 18 años: mayor soltero;,
Ingreso	Salario mínimo de 1 a 2 sm,
Ocupación	Profesionistas y técnico; gerentes, funcionarios y propietarios; empleados, ventas, dibujantes, operarios; campesinos, jubilados, estudiantes, otros
Educación	Primaria o menos, secundaria, bachillerato, licenciatura, postgrado, otros
Religión	Católico, protestante, judío, mormón,
Raza	Negra, Blanca, oriental
Nacionalidad	Mexicano, Británico, Alemán, Italiano, Japonés,
Clase social	Baja inferior, baja superior, media inferior, media, media superior, y superior baja, superior alta
Sicográficas	
Personalidad	Compulsiva, gregario, autoritario, ambicioso,
Beneficios buscados	Economía, conveniencia, prestigio
Posición del usuario	No usuario, exusuario, usuario y probable usuario por primera vez, usuario regular,
Tasa de uso	Usuario leve, usuario medio, gran usuario,
Posición de lealtad	Ninguna, media, fuerte, absoluta, ...
Sensibilidad de factores de mercadotecnia	Calidad, precio, servicio, publicidad, promoción de ventas,