

Alimentacion y Bebidas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Habitos alimenticios y de compra NSE 2 2. Sensibilidad al precio de la leche 3. Análisis desayuno 4. Análisis comida 5. Dime qué comes y te diré de donde eres 6. Segmentos de consumidores de las categorías de Nestlé 7. Caracterización de consumidor de Pollo Vs. No consumidor 8. Perfil consumidor de modificadores de leche 9. Perfil de los consumidores frecuentes de café vs. no consumidores 10. Análisis del consumidor colombiano con respecto a la alimentación 11. Actitudes y valores de los consumidores con inclinación hacia la compra de productos orgánicos 12. Perfil del consumidor de desayuno frío vs. consumidor de desayuno caliente 13. Actitud del consumidor de huevo frente a los atributos nutritivos, fácil de preparar y sabroso 14. Perfil psicográfico del consumidor de huevo 15. Caracterización del consumidor de pollo 16. Perfil consumidor frecuente de chocolate en pastilla 17. Análisis de los consumidores de jugos 18. Perfil del consumidor de comidas rápidas 19. Perfil psicográfico del consumidor de chocolatinas 20. Perfil de los consumidores de bebidas isotónicas 21. Caracterización de los consumidores por marca de bebidas hidratantes 22. Caracterización del consumidor de cerveza 23. Perfil de las madres con hijos menores, consumidoras de leche en polvo 24. Caracterización del consumidor de caldos y sopas instantáneas. 25. Estilo de vida del consumidor de galletas integrales 26. Actitudes, intereses y opiniones del consumidor de carnes frías 27. Caracterización del consumidor de golosinas 28. Afinidad por consumo de categorías del consumidor de Coca-Cola 29. Perfil del consumidor frecuente de pollo 30. Perfil del consumidor frecuente de huevo 31. Categorías Indulgentes 32. Análisis necesidades alimenticias según edad y estrato 33. Estilo de vida del consumidor de cereal 34. Caracterización del consumidor de carne de res vs. consumidor de carne de cerdo 35. Caracterización del consumidor de goma de mascar 36. Cómo abordar al consumidor de chocolate desde la perspectiva de la salud 37. Categoría comidas rápidas: un estilo de vida 38. El consumidor de comidas congeladas: un consumidor versátil 39. El creativo consumidor de bebidas energizantes 40. Tendencia light 41. Tendencia natural
-------------------------------	--

Compras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Servicio a domicilio 2. Hábitos de compra y consumo 3. Perfil de las personas que compran frecuentemente en tiendas de barrio 4. Caracterización del consumidor que compra de manera frecuente en supermercados. 5. Análisis del usuario de almacenes de cadena 6. Sensibilidad al precio para el consumidor colombiano 7. Caracterización de los consumidores con inclinación hacia los productos de calidad 8. Consumidor colombiano en el canal de venta 9. Perfil del consumidor leal a las marcas 10. Segmento sensible al servicio en busca de un precio razonable 11. Segmentos de consumidores de las categorías por empresa– orientación canales
Salud y Apariencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estilo de vida del segmento de consumidores orientados a la salud y la apariencia 2. Estilo de vida del consumidor con inclinación hacia productos saludables 3. Caracterización de los consumidores preocupados por no consumir suficiente calcio 4. Análisis del consumidor preocupado por no consumir suficiente fibra 5. Categorías y marcas afines a las personas preocupadas por la salud 6. Estilo de vida del consumidor de antigripales 7. Estilo de vida de los consumidores de analgésicos 8. Contextualización peso 9. Consumidor colombiano y su apariencia
Higiene y Aseo Personal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perfil psicográfico de las usuarias de toallas higiénicas 2. Análisis de las mujeres que utilizan crema de manos desde la perspectiva de la apariencia 3. Análisis de las usuarias de protectores diarios marca 1 vs. marca 2 4. Cómo fidelizar a la usuaria de crema humectante
Finanzas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perfil actitudinal de los ahorradores 2. Perfil de los usuarios de CDT's vs no usuarios 3. Perfiles de los consumidores de estrato 4, 5 y 6, que poseen algún plan de ahorro o inversión 4. Perfil de los consumidores actuales potenciales de préstamos para automóviles 5. Gastos del hogar de familias con diferente composición 6. El colombiano y su relación con las finanzas 7. Análisis de los compradores potenciales de finca raíz 8. Caracterización de los usuarios de seguros de vida 9. Perfil de los usuarios de seguros 10. Perfil del usuario de tarjetas de crédito 11. Perfil de usuario de cuentas de ahorro 12. Perfil del usuario de cuentas corrientes 13. Estilo de vida del consumidor con préstamos 14. Caracterización del consumidor con tarjeta de crédito 15. Perfil del inversionista, del propietario de seguros, de créditos y del tarjetahabiente 16. Perfil del propietario de carro 17. Perfil del propietario de carro asegurado

Perfilación por edad	<ol style="list-style-type: none"> 1. CMR Jóvenes (2006, 2009,2011) 2. CMR Silver is gold (2009) 3. Young adults 4. Segmentación de los jóvenes adultos 5. Así es el joven colombiano de 17 a 24 años 6. Mujeres de la generación X y guayaba y mujeres de la generación W 7. Caracterización de consumidores de 60 años ó más 8. Análisis generacional 9. Jóvenes profesionales: un estilo de vida 10. Perfil de los jóvenes casados 11. Caracterización del jóvenes estudiantes 12. Jóvenes, un mundo por explorar 13. Perfil ciclo de vida 14. Análisis los jóvenes y la tecnología 15. Perfiles jóvenes según nivel socioeconómico
-----------------------------	---

Perfilación por estrato	<ol style="list-style-type: none"> 1. CMR Bajos ingresos (2004, 2006, 2009,2011) 2. CMR Renta alta (2009) 3. LIC (Estratos 2 y 3) 4. Hombres estratos 5 y 6 5. Mujeres de bajos ingresos 6. Caracterización de los estratos 4, 5 y 6 7. Caracterización de las personas de estratos 4, 5 y 6, de 19 a 35 años 8. Análisis de los estratos 4, 5 y 6 9. Estratificación a partir de nivel educativo y ocupación 10. Oportunidades de negocio en la base de la pirámide colombiana 11. Perfil psicográfico del consumidor de acuerdo a su estrato social-renta alta 12. Estilo de vida del estrato socio económico: 2 y 3 vs. 4
--------------------------------	--

Perfilación de otras variables demograficas	<ol style="list-style-type: none"> 1. CMR Ellas (2009) 2. Análisis padres 3. Madres actuales VS madres potenciales 4. Consumidores por género 5. Motivadores de las mujeres cabeza de familia 6. Análisis amas de casa vs. Trabajadoras 7. Perfil de las mujeres trabajadoras 8. Perfil de las amas de casa 9. Perfil del trabajador de tiempo completo 10. Caracterización de trabajadores independientes (2011) 11. Segmentación de mujeres colombianas de acuerdo con sus actitudes y valores 12. Perfil psicográfico por regiones (2011)
--	--

Otros	<ol style="list-style-type: none"> 1. Familia y estratos sociales 2. Perfil de los radioescuchas 3. Estilo de vida de las personas fumadoras de 17 a 30 años 4. Análisis de los viajeros frecuentes 5. Perfil psicográfico del usuario de bingos 6. Importancia de la moda para el consumidor colombiano 7. Cómo dirigirse al consumidor de acuerdo a su cercanía a la tecnología 8. Cómo construir mensajes persuasivos para los adolescentes (comparación entre 17 a 18 años y 19 a 21 años) 9. Estilos de vida de los consumidores que poseen mascotas 10. Consumidor colombiano frente a la simplificación 11. Tipologías del consumidor colombiano 12. Paralelo del consumidor colombiano vs consumidor americano 13. ¿Qué hacen los colombianos en sus vacaciones? 14. Los hogares colombianos 15. Composición familiar de los colombianos 16. La seguridad para el consumidor colombiano 17. Inclinação de los consumidores hacia los bienes tangibles 18. Consumidor colombiano y el deporte 19. Actitud del consumidor frente a los medios de comunicación 20. Cómo reacciona el consumidor colombiano frente a la innovación 21. Practicidad y tecnología van de la mano 22. La practicidad describe al usuario de Call Centers 23. Tendencia natural
--------------	--