



**Resumen:** El exitoso caso de la gestión de Mercadona tiene como base el análisis y la optimización del conocimiento de sus clientes a través de las estrategias de segmentación las cuales son llevadas a cabo en todo momento gracias a los sistemas de información. La importancia del análisis, segmentación y satisfacción de las necesidades de los “jefes” son los valores esenciales que marcan la diferencia en la estrategia competitiva en el posicionamiento de los mercados objetivos apoyándose siempre tanto en el marketing relacional como en el uso de la tecnología más innovadora.

*Palabras clave: Mercadona, Clientes, Segmentación, Conocimiento, Sistemas de Información.*

**Abstract:** The Mercadona’s successful case management is based on the analysis and optimization knowledge of its customers through segmentation strategies the which they are carried out at all times thanks to information systems. The importance of analysis, segmentation and meeting the needs of the "leaders" are the core values that make a difference in the competitive positioning strategy of the target markets always supporting both relational marketing and use the most innovative technology.

*Key words: Mercadona, Customers, Segmentation, Knowledge, Information Systems.*