

Nestlé amplía su colaboración con Qualifio, llevando el engagement de consumidores a escala global

Comunicado de prensa

Louvain-la-Neuve, Bélgica, enero de 2026 — Qualifio, la plataforma europea líder en recopilación de datos first-party y zero-party, acaba de anunciar un gran hito en su larga colaboración con Nestlé. Ya en 2016, Nestlé comenzó a usar Qualifio en Bélgica como proyecto piloto. Desde entonces, la plataforma se ha implementado en mercados globales y desempeña hoy un papel estratégico clave en el ecosistema de tecnologías de marketing de Nestlé.

En 2026, Nestlé implementará Qualifio de forma amplia en sus mercados, marcando una aceleración importante en la transformación digital de la empresa. Este capítulo dará a las marcas de Nestlé un fácil acceso a las herramientas que necesitan para crear experiencias más enriquecedoras y personalizadas para millones de consumidores en todo el mundo.

Una colaboración construida en el tiempo y lista para escalar rápidamente

La colaboración entre Nestlé y Qualifio ha crecido de forma constante, capacitando a equipos en todo el mundo para interactuar con los consumidores a través de experiencias interactivas y gamificadas. En 2025, las marcas de Nestlé lanzaron múltiples campañas que recopilaron información valiosa sobre los consumidores, lo que permitió ofrecerles experiencias más personalizadas y fomentar su fidelidad.

Con la última expansión a nuevos mercados, Qualifio ayudará a más marketers, brand managers y especialistas CRM de Nestlé a conectar con los consumidores de marcas tan icónicas como KitKat, Nescafé o Maggi.

Programas de recompensas: un nuevo capítulo en cómo Nestlé genera valor para los consumidores

Como parte de esta nueva etapa, Nestlé introducirá los programas de recompensas de Qualifio, diseñados para generar un intercambio de valor constante con los consumidores, más allá de interacciones simples.

Al premiar el engagement recurrente de cada consumidor con recompensas, estos programas tienen el potencial de:

- **Construir relaciones de valor** con los consumidores
- Mejorar su **retención** y las **participaciones repetidas**
- Profundizar la **comprensión de las preferencias del consumidor**
- Ofrecer **experiencias** más ricas y relevantes en los mercados y categorías de Nestlé

Los programas de recompensas marcan una evolución natural en el marketing digital de Nestlé, poniendo el foco sobre el consumidor y la construcción de relaciones a largo plazo.

Anna Rosàs Bresca, Global Senior Product Manager en Nestlé, comentó: *“Qualifio se ha convertido en una parte esencial de nuestra estrategia de datos y de engagement de consumidores. Su flexibilidad y facilidad de uso nos permiten crear experiencias personalizadas y consistentes para nuestros mercados y categorías, todo ello con el más alto estándar de privacidad de datos. Al escalar la adopción de la plataforma a nivel global, y usando programas de recompensas y funciones como la captura de leads o el perfilado progresivo, estamos acelerando nuestros esfuerzos para comprender a los consumidores y ofrecerles un mayor valor en el ecosistema de Nestlé.”*

Una historia de éxito en el ecosistema tecnológico europeo

Desde su base en Bélgica, Qualifio ha crecido hasta convertirse en un partner MarTech de confianza para algunas de las marcas de consumo más grandes en Europa. La plataforma permite a estas empresas recopilar datos first-party y zero-party a través de experiencias gamificadas e interactivas, convirtiendo el engagement de los consumidores en información explotable. Su expansión dentro de Nestlé refleja la creciente importancia de las **tecnologías**

europeas centradas en la privacidad de datos a la hora de ayudar a las empresas a conectar con sus consumidores de forma más transparente, personalizada y significativa.

Laurent Mélon, Director General de Qualifio, comentó: *“Este hito refleja años de desarrollo de nuestro producto y una estrecha colaboración con Nestlé. Su elección de escalar Qualifio a nivel global reafirma el potencial de nuestra plataforma y la confianza que hemos construido juntos en esta última década. Estamos ilusionados con esta nueva etapa y comprometidos a seguir ofreciendo valor de forma constante en los próximos años.”*

Sobre Qualifio

Qualifio es la plataforma europea líder en recopilación de datos first-party y zero-party para marcas de consumo. Hacemos posible que los equipos de marketing recopilen información valiosa a través de campañas interactivas y gamificadas, creando con ella experiencias personalizadas que potencian el engagement y generan ingresos.

Más de 400 empresas en todo el mundo usan Qualifio, incluyendo a Nestlé, L'Oréal, Unilever, Currys, Valencia CF, LolaLiza, Daily Mail Group, Vivendi y DPG.

Para saber más, visita <https://qualifio.com/es/>

Si necesitas más información, ponte en contacto con Anastasia Babatzikis al +32 498 59 08 74 o por email en anastasia@qualifio.com