

Herbalife recibe el premio AVD a la Innovación por su compromiso con la nutrición de vanguardia

La empresa, perteneciente a la Asociación de Venta Directa, ha sido reconocida por esta entidad por su destacado enfoque en la personalización y el uso de tecnología avanzada en la fabricación de sus productos

Herbalife, líder mundial en nutrición y bienestar, ha sido galardonada con el prestigioso premio AVD a la Innovación en reconocimiento al compromiso continuo de la empresa con la investigación y la excelencia en el sector de la nutrición y el bienestar. Otorgado por la Asociación de Venta Directa, el premio reconoce a aquellas empresas que han demostrado un enfoque innovador tanto en sus técnicas de venta como en sus productos y que han logrado un impacto significativo en sus respectivas industrias.

La innovación es el eje inspirador de Herbalife y cada año crece con aportaciones de innovación en los campos de productos, fabricación y tecnología aplicada al servicio de la venta directa. Su enfoque en este sentido gira en torno a la personalización, trabajando estrechamente con los distribuidores independientes para ofrecer planes de nutrición adaptados a las necesidades individuales de cada cliente.

"Este premio nos llena de orgullo, ya que es un reconocimiento al arduo trabajo y la dedicación del equipo de Herbalife para ofrecer soluciones de nutrición de vanguardia que mejoren la vida de los clientes", comenta Tara López, directora general de Herbalife España y Portugal. "Continuaremos con el compromiso con la investigación y el desarrollo para mantenernos a la cabeza de la innovación en la industria de la nutrición y el bienestar".

Productos innovadores de alta calidad

Herbalife desarrolla productos nutricionales para fomentar una vida más sana y saludable. Para ello, ha implementado una serie de revolucionarias innovaciones en todos sus productos, ofreciendo soluciones de vanguardia, especialmente visibles en sus dos últimos lanzamientos.

Primero fue Phyto Complete, producto formulado con el ingrediente especial Fiit-NS™, vitamina C, cromo y niacina. Fiit-NS™ es una mezcla de polifenoles extraídos de verduras, frutas y plantas (guaraná, té verde, pomelo, uva y zanahoria negra) que, según diversos estudios, contribuye a la reducción de la grasa abdominal y la circunferencia de la cintura. Este nuevo producto de Herbalife, sin gluten y apto para veganos, cumple con las expectativas de un creciente grupo de personas preocupadas por su bienestar físico y que están en la búsqueda constante de ingredientes naturales, vegetales y con trazabilidad reconocida y fiable.

El año pasado se lanzó Night Mode, una cuidadosa mezcla que incorpora extracto de azafrán y está diseñada para potenciar de forma natural los niveles de melatonina durante la noche, promoviendo así un equilibrado ciclo de sueño y vigilia. Night Mode contiene un alto contenido en vitamina B6 y

riboflavina, que contribuye a la actividad psicológica normal y al correcto funcionamiento del sistema nervioso, lo que permite reducir el cansancio y la fatiga.

Innovación en fabricación y cuidado por el medio ambiente

En materia de fabricación y embalaje, desde las fábricas de Herbalife equipadas con tecnología avanzada, como microscopios electrónicos, laboratorios de desarrollo de productos y líneas automatizadas de envasado y distribución, se entregan miles de los mejores productos en todo el mundo.

Por otra parte, Herbalife contribuye a reducir el impacto medioambiental apostando por el uso de plásticos reciclados en sus envases, alineándose no solo con los objetivos de la Unión Europea, sino también con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas. Además, han incluido un 25% de plástico de resina posconsumo (PCR) en los envases de sus productos, comenzando con los emblemáticos F1, sustitutivos de comida para el control de peso en América del Norte, para posteriormente expandirlo paulatinamente al resto de los mercados y a toda su oferta de producto. Se trata de un plástico reciclado, mucho más sostenible y de gran calidad y seguridad, ya que su uso no afecta en absoluto a los productos que envasa.

Eliminar, por tanto, plásticos y papeles en la línea de producción y distribución que no sean estrictamente necesarios también es un camino a seguir, un camino por el que comenzar a mostrar un compromiso real con el reciclaje y el medioambiente. Esa ha sido también la hoja de ruta de Herbalife, que ha reducido casi 227.000 kilos de plásticos y papeles prescindibles de sus productos.

La venta directa, motor de innovación

El sector de la venta directa, que según los últimos datos de la AVD facturó en España 642 millones de euros en 2023, apuesta por la innovación para generar valor, basada en la investigación, el conocimiento científico y los avances tecnológicos.

Las TIC ayudan a conocer mejor a los clientes y a anticiparse a las tendencias de mercado, gracias a un análisis de datos cada vez más sofisticados, que también agilizan los procesos en la compraventa y refuerzan la atención y el trato personalizado. Por tanto, el uso de plataformas y apps de marketing digital es generalizado, dato que refuerza el informe "La Venta Directa: El Futuro del Bienestar", realizado por la AVD en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid, en el que mostró el uso de aplicaciones concretas como chatbots (43%) o inteligencia artificial (31%).

En el caso de Herbalife la innovación viene de la mano de HN Grow, una plataforma móvil interactiva pionera en formación de nuevos distribuidores de la empresa. Con la aplicación de HN Grow las personas interesadas tienen acceso, desde su teléfono móvil, a módulos interactivos enfocados en: producto y trazabilidad, nutrición equilibrada, cómo poner en marcha un negocio, desarrollo personal y comunicación efectiva, o legislación y derechos del consumidor. HN Grow llega a aproximadamente 445.000 usuarios únicos y está disponible en 52 países.

Además, desde hace 5 años, Herbalife implementa la tecnología crowdsourcing (colaboración abierta

distribuida) para ayudar a expandir su cultura de innovación y desarrollarla como una ventaja competitiva sustentable. La cultura de innovación dentro de la empresa ayuda a efectuar cambios, implementando nuevas formas de pensamiento, trabajo y gestión, además de dar las herramientas y habilidades necesarias para implementarlos. Esta aportación de gestión de la innovación y el talento ha sido utilizada por los más 10 mil empleados de la compañía, generando ingresos e importantes procesos de ahorro de costes y eficiencia.

Datos de contacto:

Laura Hermida

Alana Consultores / Consultora de Comunicación

917 81 80 90

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nutrición](#) [Industria Alimentaria](#) [Consumo Sostenibilidad Premios](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>