

Herbalife recibe el premio AVD Impacto Social por su contribución a la nutrición de los más desfavorecidos

La empresa, perteneciente a la Asociación de Venta Directa, ha sido reconocida por esta entidad por sus programas de apoyo nutricional y responsabilidad social corporativa en poblaciones vulnerables

Herbalife, líder mundial en nutrición y bienestar, ha sido galardonada con el prestigioso premio AVD al Mejor Impacto Social en reconocimiento al impacto positivo de las acciones sociales desarrolladas y su contribución a la sociedad. Otorgado por la Asociación de Venta Directa, el premio reconoce a aquellas empresas que han demostrado un compromiso excepcional con la responsabilidad social y el desarrollo sostenible.

Herbalife no ha querido dejar de lado a los más vulnerables y para contribuir a mejorar su calidad de vida, ha emprendido acciones internacionales y nacionales, con las que la compañía ha mejorado —y continúa haciéndolo— la vida de muchas comunidades en todo el mundo mediante educación nutricional, su experiencia y donaciones de productos alimentarios nutritivos y saludables.

"Estamos profundamente orgullosos de recibir este reconocimiento por parte de la AVD. Este premio refleja el arduo trabajo y la dedicación de todo nuestro equipo y de nuestros distribuidores, quienes se esfuerzan cada día por marcar una diferencia positiva en la vida de las personas", comenta Tara López, directora general de Herbalife España y Portugal. "Continuaremos con nuestro firme compromiso de llevar la nutrición y el bienestar a todos los rincones del mundo".

Herbalife Family Foundation, el compromiso de Herbalife con los más necesitados

La educación nutricional es un pilar esencial en la misión de Herbalife. Tanto es así, que a través la Herbalife Family Foundation, la compañía no solo concientiza sobre los problemas nutricionales para contribuir a acabar con el hambre, sino que también utiliza su experiencia, y desarrolla y ofrece programas de nutrición y alimentación destinados a los más desfavorecidos.

Nutrición para el Hambre Cero, es uno de sus principales proyectos. Ante la creciente necesidad experimentada por los bancos de alimentos para cubrir el suministro de alimentos saludables, y el compromiso de Herbalife para reducir el hambre a cero, la compañía ha desarrollado su iniciativa Nutrición para Hambre Cero, con la colaboración de Herbalife Family Foundation (HFF) y socios globales como Feed the Children y The Hunger Project, con el objetivo de ayudar a afrontar los retos mundiales del hambre, la inseguridad alimentaria y la desnutrición.

Por su parte, Casa Herbalife, programa insignia de la Fundación, además de contribuir a mejorar las comunidades locales, proporciona a los niños la alimentación, cuidado y educación necesarios para prosperar y mejorar sus vidas.

Además, la empresa también colabora con diversas organizaciones para ayudar a los más desfavorecidos. Reciente es el acuerdo firmado con la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA), organización europea sin ánimo de lucro compuesta por una red de más de 341 bancos de alimentos en toda Europa, para combatir el desperdicio y reducir la inseguridad alimentaria. También en 2021, Herbalife anunció una nueva asociación con The Power of Nutrition y el Banco Mundial, centrada en un programa para combatir el retraso en el crecimiento de los niños en Ruanda.

La venta directa, un modelo de negocio con impacto positivo en la sociedad

La venta directa y multinivel ofrece una oportunidad de desarrollo profesional y acceso a un negocio independiente con un bajo nivel de inversión en comparación con otros sectores empresariales. En venta directa se eliminan muchos de los costes fijos y variables necesarios para emprender de forma tradicional y se cuenta con un proceso formativo constante.

Empresas como Herbalife han demostrado que este modelo de negocio puede ir más allá de las transacciones comerciales, promoviendo el bienestar y el desarrollo social. Al ofrecer oportunidades de emprendimiento a individuos de diversas comunidades, la venta directa facilita la inclusión económica y el empoderamiento personal facilitando el emprendimiento sin barreras de entrada por edad, género, formación o inversión inicial y fomentando la igualdad de oportunidades.

Según datos recientes de la Asociación de Venta Directa, actualmente en España hay más de 190.000 personas dedicadas a la venta directa, el 77% mujeres frente al 23% de los hombres. En el caso de Herbalife, el porcentaje de distribuidoras alcanza el 85%, perteneciendo el 49% de las mismas a la Generación Millennial y Z. Las mujeres valoran las ventajas de flexibilidad e independencia que les ofrece la venta directa como fórmula para facilitar la conciliación.

Datos de contacto:

Laura Hermida

Alana Consultores / Consultora de Comunicación

667 69 96 16

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

Categorías: [Nutrición](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Bienestar](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>