



NUTRIENDO A LAS PERSONAS Y AL PLANETA

INFORME DE RESPONSABILIDAD GLOBAL DE 2020

EN ESTE INFORME

- 2 Mensaje del Director Ejecutivo
- 6 Introducción
- 15 Administración de productos
- 26 Impacto en el medio ambiente
- 37 Impacto social
- 56 Gobernanza
- 63 Apéndice

Declaraciones prospectivas

Este informe incluye afirmaciones prospectivas. Los resultados reales pueden variar significativamente de las expectativas expresadas o implícitas en este informe. No se debe depositar una confianza indebida en las declaraciones prospectivas, que se refieren únicamente a la fecha en que se realizan. No nos comprometemos a actualizar o revisar ninguna declaración prospectiva, excepto según lo exija la ley.

En Herbalife Nutrition, nuestro éxito se ha basado en la mejora de las comunidades.

Desde ayudar a las personas a mejorar su nutrición con nuestros productos respaldados por la ciencia hasta brindar oportunidades económicas a través de nuestro modelo comercial de venta directa, hemos ayudado a millones de personas en todo el mundo a llevar un estilo de vida más saludable, a tener un impacto positivo en sus comunidades y a convertirse en empresarios.

Al entrar en nuestra quinta década, estamos más enfocados que nunca en nutrir a las personas y nutrir a nuestro planeta. Porque todos, casi 8 mil millones de nosotros, merecemos un mundo que ofrezca acceso a alimentos nutritivos, oportunidades económicas y agua y aire limpios. Estamos comprometidos a transformar eso en realidad.





Nutriendo a las personas y al planeta: Mensaje del Director Ejecutivo

Durante las últimas cuatro décadas, a medida que Herbalife Nutrition ha crecido hasta llegar a millones de personas en 95 países y territorios en todo el mundo, nuestro compromiso de mejorar las vidas y nuestras comunidades se ha mantenido en el centro de todo lo que hacemos. Dada la escala y el alcance de nuestra red global, nuestra capacidad para marcar una diferencia duradera para las personas que buscan un estilo de vida más saludable, un sentido de comunidad y una oportunidad comercial y empresarial es diferente de cualquier otra compañía.

No hacemos distinciones entre nuestra Responsabilidad Global y la operación de nuestro negocio; ambos se reflejan en nuestras estrategias de crecimiento a largo plazo y en nuestras actividades diarias. Nuestros esfuerzos por generar impactos positivos para nuestros empleados, distribuidores independientes, comunidades y el planeta, mientras impulsamos el crecimiento empresarial sostenible, abarcan todos los aspectos de nuestro negocio.

Más específicamente, nuestra estrategia de Responsabilidad Global es un componente creciente de nuestro crecimiento sostenible a largo plazo. Nuestras iniciativas se desarrollan y diseñan para garantizar que estamos protegiendo el negocio y reduciendo el riesgo. Ya sean nuestros programas enfocados en promover la importancia de la nutrición o nuestros programas enfocados en empoderar a los emprendedores, nuestros esfuerzos están diseñados tanto para mejorar nuestro mundo como para hacer que nuestro negocio y nuestro modelo de negocio sean más seguros.

Además, hemos desarrollado un proceso dedicado a mantener la gobernanza de nuestra estrategia de Responsabilidad Global, incluido el establecimiento

de un Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza dedicado de nuestra Junta de Directores, así como un Comité de Responsabilidad Global interno para evaluar, establecer y ejecutar en función de nuestros objetivos a corto y largo plazo.

Comunidades saludables, empoderamiento económico y un planeta próspero

Nuestra Compañía se basa en mejorar las vidas de las personas. Combinamos productos de nutrición de alta calidad respaldados por la ciencia, apoyo social y la oportunidad de construir un negocio. Estos son los principios básicos de quiénes somos y que nos inspiran a actuar. La fortaleza de nuestro equipo de gestión y liderazgo de distribuidores, reforzada por nuestra infraestructura global y el alcance de nuestros distribuidores dentro de las comunidades, aseguran que nuestro compromiso de nutrir a las personas y al planeta esté integrado tanto en nuestras actividades diarias como en nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo. Juntas, estas fuerzas cambian vidas. Cambian comunidades. Cambian el mundo.

Las Naciones Unidas han considerado que ciertos temas son de importancia crítica para el planeta y han desarrollado metas para enfrentar estos desafíos. Para demostrar nuestra fe y nuestro compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (UNSDG), nos hemos unido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas como miembro signatario.

Para tener el mayor impacto, hemos priorizado nuestros esfuerzos iniciales dentro de la responsabilidad global. Nuestras áreas de enfoque se basaron en varios factores, incluidas las necesidades sociales globales, conversaciones exhaustivas con las partes interesadas, áreas de especialización y riesgos externos de la Compañía. Estamos orgullosos de nuestro programa



La fortaleza de nuestro equipo de gestión y liderazgo de distribuidores, reforzada por nuestra infraestructura global y el alcance de nuestros distribuidores dentro de las comunidades, aseguran que nuestro compromiso de nutrir a las personas y al planeta esté integrado tanto en nuestras actividades diarias como en nuestra estrategia de crecimiento a largo plazo. Juntas, estas fuerzas cambian vidas. Cambian comunidades. Cambian el mundo”.

John Agwunobi

Director Ejecutivo y Presidente de la Junta



de Responsabilidad Global inicial, pero entendemos que queda un trabajo significativo en varias áreas y continuaremos evaluando cómo podemos ayudar mejor a hacer nuestra parte para resolver algunos de los problemas más desafiantes del mundo.

Inicialmente estamos enfocando nuestros esfuerzos en mejorar las comunidades alineándonos con las metas definidas por los UNSDG, específicamente el Objetivo 1 (Fin de la pobreza), el Objetivo 2 (Hambre cero) y el Objetivo 3 (Buena salud y bienestar), porque creemos que tenemos mucho que ofrecer dado que tenemos más de 40 años de experiencia brindando a las personas productos de nutrición de calidad y una oportunidad de negocio.

Para enfocar aún más nuestro impacto en las personas y en nuestro planeta, nos comprometemos a lograr 50 millones de impactos positivos para 2030, nuestro 50 aniversario. Estos impactos positivos incluyen acciones y resultados que son tangibles, medibles y

Dada nuestra experiencia, escala, red y alcance global, nuestra estrategia de responsabilidad global aprovecha estas fortalezas para mejorar nuestras comunidades en tres áreas significativas:



Permitir un mayor acceso a la nutrición



Incrementar el acceso a las oportunidades económicas



Fortaleciendo la administración ambiental

brindan una contribución beneficiosa a un objetivo específico. En 2020, pudimos lograr más de 3.8 millones de impactos positivos que apoyaron a las personas, las comunidades y nuestro planeta.

Ya sea que logremos un impacto positivo a través de una comida donada o una libra de plástico eliminada del flujo de desechos, estamos comprometidos a lograr este objetivo a través de las siguientes iniciativas y enfoques:

1. Nutriendo comunidades saludables

Herbalife Nutrition Foundation*

La Herbalife Nutrition Foundation (HNF) se dedica a mejorar la vida de los niños y las comunidades de todo el mundo. Centrándose en hacer que la nutrición y la educación nutricional sean más accesibles, así como en el apoyo a las comunidades, HNF está trabajando con organizaciones locales y globales para ayudar a proporcionar nutrición a las comunidades. Solo en 2020, el programa Casa Herbalife Nutrition, la iniciativa estrella de HNF, apoyó a organizaciones comunitarias en más de 57 países, llegando a más de 220,000 personas necesitadas.

Los esfuerzos de HNF tienen el potencial de tener un impacto duradero y brindar oportunidades para un niño o adulto que se beneficia de uno de los programas apoyados por HNF.

Nutrición para Hambre Cero

Nuestra iniciativa global para erradicar el hambre incluye asociaciones con organizaciones sin fines de lucro líderes a nivel internacional, regional y local, incluido el Programa Mundial de Alimentos de EE. UU., Feed the Children, The Hunger Project y más. Nuestros socios de Nutrición para Hambre Cero apoyan a más de 164 millones de personas en más de 80 países.



De 2019 a 2020, Herbalife Nutrition y Herbalife Nutrition Foundation* han donado más de \$ 3.5 millones en ayuda financiera y obsequios en especie a asociaciones y programas para ayudar a reducir el hambre, la inseguridad alimentaria y la desnutrición, esto incluye 1 millón de comidas donadas y suplementadas y más de 800,000 porciones de productos Herbalife Nutrition donadas a comunidades necesitadas. Creemos que podemos ayudar a reducir el hambre a cero con la compasión y dedicación de nuestra comunidad global y socios. Estamos inspirados para ayudar debido al poder que cada persona tiene para traer un cambio positivo a su comunidad que puede trascender generaciones.

* HNF es una organización benéfica pública, no una subsidiaria o afiliada de Herbalife Nutrition. HNF elige unirse a Herbalife Nutrition en algunas iniciativas benéficas. HNF ha donado aproximadamente \$1.4M en ayuda financiera, y Herbalife Nutrition ha donado aproximadamente \$2.1M en ayuda financiera y obsequios en especie, a socios sin fines de lucro como parte de Nutrition para hambre cero. Ver detalles sobre la información de donaciones de HNF en el Apéndice.



No hay mejor momento que ahora, cuando tantos lo necesitan, para tomar medidas para que mañana y en los años venideros, ninguna persona tenga que preocuparse por cuándo será su próxima comida o irse a la cama con hambre.

2. Nutriendo oportunidades económicas

Empoderamiento económico

Como compañía centrada en el empoderamiento económico, apoyamos con orgullo a las organizaciones que potencian las oportunidades para las comunidades minoritarias, vulnerables y desatendidas. Entendemos y apreciamos los desafíos y oportunidades para los empresarios y creemos firmemente que las pequeñas empresas son una parte esencial de cualquier comunidad próspera.

Además, los principales líderes de nuestra red global de distribuidores independientes han desarrollado habilidades significativas y están especialmente capacitados para enseñar a otros que buscan oportunidades económicas sobre lo que han aprendido.

Planeamos trabajar con organizaciones líderes sin fines de lucro para inspirar a la próxima generación de empresarios a través de programas de liderazgo y mentores que conectan a los distribuidores independientes de Herbalife Nutrition con los estudiantes para apoyar la educación, el crecimiento potencial del negocio y el desarrollo del camino en el campo crítico del espíritu empresarial, una disciplina en la que se destacan nuestros principales distribuidores independientes. Estas alianzas pueden transformar comunidades enteras y cambiar vidas al empoderar a las personas con nuevas habilidades y recursos que potencialmente podrían desbloquear oportunidades económicas en los campos que planean perseguir.

También apreciamos los desafíos únicos que enfrentan muchas comunidades subrepresentadas cuando se trata de iniciar un negocio, y apoyamos a las organizaciones que brindan oportunidades a las comunidades minoritarias, vulnerables y desatendidas. En 2020, la Compañía y HNF apoyaron a más de una

docena de estas organizaciones en todo el mundo y se comprometen a continuar trabajando con estas organizaciones y otras para que más personas puedan tener el poder de alcanzar su máximo potencial.

3. Nutriendo un planeta próspero

Impacto en el medio ambiente

Para respaldar nuestros esfuerzos por promover un futuro sostenible, estamos reduciendo nuestro uso de plástico, utilizando más materiales reciclados y disminuyendo la cantidad de envases para nuestros productos. Hemos adoptado un enfoque de varios niveles que incluye eliminar el uso de bolsas de plástico de todos nuestros centros de distribución y ventas en todo el mundo e incorporar un 25% de resina posconsumo en nuestros envases de Formula 1 a nivel mundial durante los próximos dos años en países y territorios donde sea posible. Desde 2008, ya hemos eliminado más de 1,800 toneladas métricas de plástico, lo que equivale a más de 91 millones de botellas de plástico de 16 onzas que se reciclaron en lugar de terminar en vertederos.

Estamos comprometidos a hacer nuestra parte para mitigar el cambio climático comprometiéndonos a cero emisiones netas para 2050 en nuestras fábricas, almacenes y oficinas y mejorando la eficiencia en nuestras operaciones de fabricación. Tenemos la intención de expandir estos esfuerzos a nivel mundial al buscar oportunidades para reducir nuestra huella general, los desechos operativos y aumentar los esfuerzos de reciclaje.

Administración de productos

Más de 5 millones de batidos de proteínas elaborados con nuestro producto estrella, Formula 1 Healthy Meal Nutritional Shake Mix, se consumen a diario. Con una cadena de suministro global que respalda la entrega de 120 tipos de productos en 95 países y territorios en todo el mundo, nuestros productos brindan una oportunidad increíble para respaldar nuestro planeta.



Al trabajar con nuestros proveedores, estamos trabajando para incorporar estándares ambientales que garanticen que nuestros ingredientes se obtengan de manera ética y responsable. Hemos agregado requisitos de sostenibilidad en nuestro Código de conducta para proveedores, que requiere que los proveedores consideren el uso de recursos naturales, la logística y el transporte, entre otras consideraciones.

También estamos trabajando para aumentar la transparencia de nuestra cadena de suministro de propiedad vertical, proporcionando información de fácil acceso a los consumidores, incluido dónde y cómo se obtienen los ingredientes y cómo se fabrican los productos.

Nuestra mayor fortaleza: Nuestra gente

Nuestra red global de distribuidores independientes de Herbalife Nutrition juega un papel crucial en nuestras iniciativas de Responsabilidad Global: muchos apoyan firmemente el programa Casa Herbalife Nutrition de HNF y actúan como mentores compartiendo sus conocimientos con la próxima generación de empresarios. Además, con aproximadamente 72,000 clubes de nutrición en todo el mundo, más que el doble de la cantidad de Starbucks que hay en todo el mundo, los propietarios de clubes de nutrición tienen el potencial de reducir de diversas maneras el desperdicio en las comunidades en las que operan. Por ejemplo, al reemplazar los vasos de plástico con vasos reciclados y reciclar los envases de productos Herbalife Nutrition, nuestra comunidad global puede marcar una diferencia significativa para reducir los desechos. Apoyamos plenamente sus esfuerzos para implementar prácticas sostenibles en sus negocios y planeamos proporcionar herramientas para potenciar una mayor gestión ambiental, incluidos el entrenamiento y la educación dedicados. Además, estamos utilizando nuevos envases de formato más grande desarrollados específicamente

para clubes de nutrición que reducen el desperdicio, el uso de plástico y las emisiones del transporte.

Nuestros más de 10,000 empleados globales también juegan un papel crucial en nuestro proceso de Responsabilidad Global. Nuestros empleados están unidos por la pasión y la energía de ayudar a los demás. Para seguir nutriendo nuestra cultura altamente colaborativa y solidaria, estamos fortaleciendo nuestro compromiso de larga data de hacer que nuestra fuerza laboral sea más inclusiva y diversa al construir sobre la diversidad, la equidad y las iniciativas de inclusión existentes que tienen como objetivo crear oportunidades para el talento diverso en todos los niveles, fomentar la pertenencia y garantizar que todas nuestras políticas apoyen un entorno en el que puedan prosperar personas de todos los géneros, etnias, habilidades, culturas, razas, religiones y orientaciones sexuales.

La base de todos nuestros esfuerzos es nuestro compromiso central de trabajar con honestidad, ética y en total cumplimiento de todas las reglas y regulaciones gubernamentales. Entendemos el importante papel que desempeñamos en las vidas de millones de personas en todo el mundo y sabemos que, todos los días, debemos mantener su confianza. Nos regimos por los más altos estándares de ética y cumplimiento y nos enorgullecemos de la calidad de nuestra línea completa de productos nutricionales.

Inspirando a través de acciones significativas

Siempre hemos sido una compañía increíblemente dinámica. Los distribuidores, empleados, socios sin fines de lucro y otras partes interesadas llegan a ser parte de la comunidad de Herbalife Nutrition con diversos orígenes y estilos de vida. Trabajamos juntos para promover nuestros objetivos compartidos y estamos subiéndolo para nosotros mismos.

Es evidente para todos nosotros: la sostenibilidad es imperativa para asegurar el éxito, lo que nos permite servir mejor a nuestras comunidades. Si bien continuaremos trabajando en los proyectos descritos en este informe, ya estamos investigando qué más podemos hacer. Tenemos las motivaciones adecuadas a la vanguardia de cada decisión. Cuando nos unimos para repensar, reaccionar y responder, tenemos el poder de inspirar un cambio positivo e implementar, gestionar y potenciar su impacto. Nuestro crecimiento constante y la presencia global aumentan nuestra responsabilidad de hacer más para brindar oportunidades que cambian vidas. Estamos más que listos.

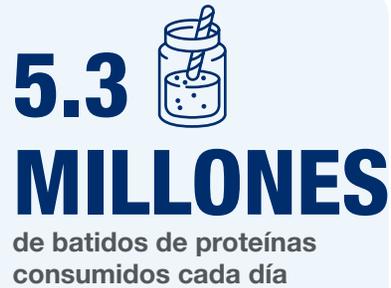
Al entrar en nuestra quinta década, estamos más enfocados que nunca en nutrir a las personas y nutrir a nuestro planeta. Porque ambos conducen a un mundo más saludable, uno en el que todos tengan acceso a alimentos nutritivos, igualdad, oportunidades económicas y agua y aire limpios.

Hay un inmenso potencial en el futuro, y creemos que nutrir a nuestra gente y al planeta hoy puede generar oportunidades que brinden mayores posibilidades para el mañana.

Dr. John Agwunobi
Primer Ejecutivo y Presidente de la Junta



La escala y el alcance de nuestras operaciones globales **



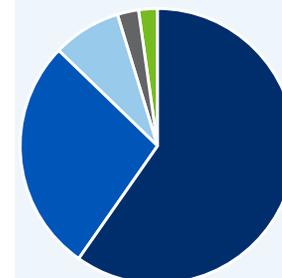
Herbalife Nutrition ha emprendido un recorrido para mejorar los hábitos nutricionales en todo el mundo con productos de gran sabor respaldados por la ciencia que ayudan a las personas a alcanzar sus metas personales de bienestar y nutrición.



VENTAS NETAS POR REGIÓN PARA 2020

(en millones)

■ Norteamérica	\$1,372.9
■ Asia-Pacífico	\$1,347.7
■ EMEA	\$1,208.3
■ China	\$809.6
■ México	\$436.9
■ América del Sur y Central	\$366.4



VENTAS NETAS POR CATEGORÍA PARA 2020

■ Control del peso	59.8%
■ Nutrición objetivo	27.6%
■ Energía, deportes y aptitud física	7.9%
■ Bibliografía y materiales educativos	2.7%
■ Otra Nutrición	2.0%

* Fuente Euromonitor International Limited; según Consumer Health 2021 ed, definición de control de peso y bienestar; porcentaje combinado del precio de venta minorista (RSP) participación del propietario de la marca global (GBO)

** Datos al 31 de diciembre de 2020. Datos de Clubes de Nutrición al 14 de septiembre de 2021.



Responsabilidad global en Herbalife Nutrition

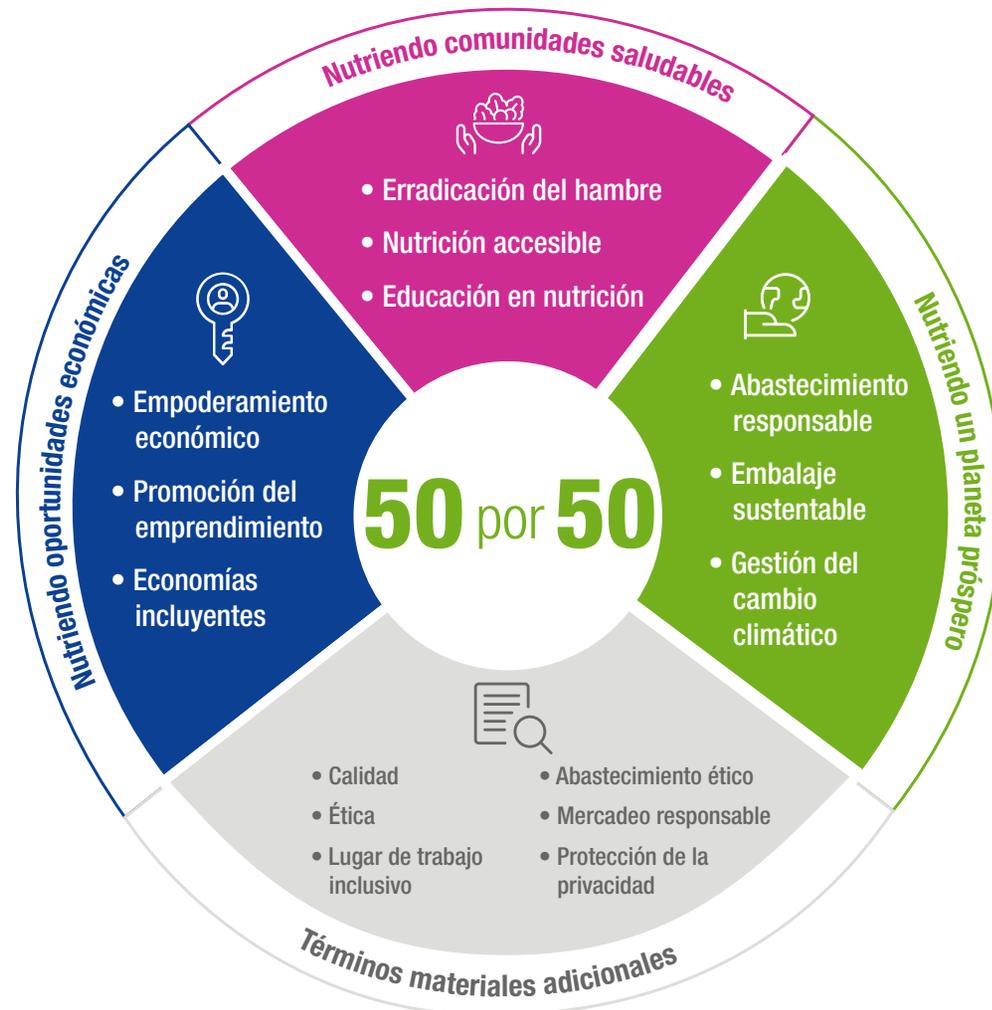
Nutrir a las personas y a nuestro planeta conduce a un mundo mejor y más saludable, en el que todos tienen acceso a alimentos nutritivos, oportunidades económicas y agua y aire limpios.

Herbalife Nutrition tiene la oportunidad de ayudar a construir un mundo así, dada nuestra experiencia, escala, red y alcance global. Nuestra estrategia de Responsabilidad Global, que es una parte integral de nuestra estrategia comercial, utiliza estas fortalezas para mejorar nuestro mundo de tres maneras significativas: nutrición, oportunidad económica y administración ambiental.

Dada la enormidad de los problemas que estamos abordando, ninguna entidad podrá resolverlos por sí sola. Los gobiernos, las organizaciones no gubernamentales y las compañías deben trabajar juntos en una asociación verdaderamente colaborativa para lograr un impacto significativo. Los resultados verdaderos y medibles requieren trabajo duro, perseverancia y un compromiso decidido. Con la publicación de este informe, volvemos a comprometernos con los principios y el trabajo de los últimos 40 años, pero lo que es más importante, forjamos un camino a través de aguas inexploradas pero importantes. Todos en Herbalife Nutrition estamos entusiasmados con este nuevo trayecto y aceptamos la responsabilidad que adoptamos.

Para impulsar el progreso, nos hemos fijado la meta de generar 50 millones de impactos positivos en estas tres áreas para 2030, el 50 aniversario de Herbalife Nutrition. Estamos trabajando para institucionalizar la gobernanza de los riesgos y oportunidades de ESG, así como garantizar que existan prácticas comerciales responsables para gestionarlos. Nuestra estrategia ha sido informada por múltiples aportes, incluido un ejercicio de evaluación comparativa, una evaluación de materialidad detallada y rigurosa, múltiples rondas de participación interna de las partes interesadas y está sujeta a la supervisión de la Junta.

Estrategia de Responsabilidad Global de Herbalife Nutrition



OBJETIVO: 50 millones de impactos positivos que nutren a las personas y al planeta para nuestro 50 aniversario en 2030



50x50: Logro de 50 millones de impactos positivos

Nuestro objetivo es lograr 50 millones de impactos positivos que nutran a las personas y al planeta para 2030, nuestro 50 aniversario. A partir de 2020, nuestro compromiso es un compromiso para fomentar actos tangibles de bien en las comunidades donde vivimos y trabajamos.

Un impacto positivo significa afectar o influir de manera beneficiosa. En el ámbito de nuestra Responsabilidad Global, un impacto positivo es una acción o resultado tangible y medible que contribuye a las metas específicas identificadas dentro de nuestros pilares centrales y áreas fundamentales de enfoque.

Ya sea que logremos un impacto positivo a través de una comida donada, una libra de plástico eliminado del flujo de desechos o un programa que llegue a los beneficiarios, lograremos estos impactos positivos a través de nuestros programas combinados de Responsabilidad Global, asociaciones y donaciones adicionales realizadas por la Herbalife Nutrition Foundation.

Nuestro objetivo de 50 millones de impactos positivos sirve como un conjunto de puntos de referencia para medir el progreso de nuestros programas y pilares clave para nutrir a las personas, las comunidades y nuestro planeta.

Junto con HNF, esto es lo que logramos en 2020.

+ 3.8M

impactos positivos totales logrados *



+ 874,000

porciones de productos nutricionales donados a las comunidades

+ 975,000

comidas y cajas de subsidio de alimentos donadas a familias y comunidades *

+ 766,000

kilogramos totales de envases y otros materiales reciclados

+ 367,000

beneficiarios totales del programa alcanzados a través de asociaciones sin fines de lucro *

+ 403,000

unidades de equipo de protección personal y equipo de seguridad donados a trabajadores de primera línea para responder a la pandemia de COVID-19 *

+ 227,000

kilogramos totales de materiales de embalaje, plásticos, papel y otros materiales propensos al desperdicio retirados del embalaje y las operaciones de nuestros productos

+ 222,000

otros materiales en especie donados a las comunidades, incluidos artículos de higiene como jabón, champú y acondicionador, equipo de cocina como licuadoras, ropa y otros artículos

Otros logros de 2020

0 compromiso con lograr cero emisiones netas para 2050

72% de minorías raciales o étnicas en la fuerza laboral de EE. UU.

14 premios de RSE recibidos

51% de mujeres en la fuerza laboral global

Se convirtió en signataria del **CONTRATO GLOBAL DE LAS NU**

\$9.5 MILLONES en contribuciones caritativas

+ 220,000 beneficiarios de la Herbalife Nutrition Foundation

91% de participación en la encuesta global de compromiso de los empleados

* Refleja los impactos positivos logrados de las donaciones financieras de HNF en 2020 de aproximadamente \$ 5.2M. Contribuciones específicas de HNF a los impactos positivos logrados en 2020 enumerados en el Apéndice.



Tres áreas principales de enfoque



Nutriendo comunidades saludables

Nos hemos centrado en ayudar a las personas a mejorar sus hábitos nutricionales durante más de 40 años, por lo que trabajar para acabar con el hambre es una oportunidad natural para nuestro negocio. Poner fin al hambre es también una de las necesidades más urgentes del mundo. En 2020, casi una de cada nueve personas en todo el mundo se vieron afectadas por el hambre y más de 2.000 millones de personas se vieron afectadas por alguna forma de inseguridad alimentaria, según las Naciones Unidas. Afortunadamente, tenemos una base sólida para ayudar a abordar este desafío: Nutrición para Hambre Cero, nuestra iniciativa global que combina una variedad de alianzas y programas para combatir el hambre, la inseguridad alimentaria y la desnutrición (obtengan más información en la página 40). De manera similar, la Herbalife Nutrition Foundation (HNF) apoya a los socios comunitarios de Casa Herbalife Nutrition en todo el mundo que ayudan a brindar una buena nutrición a los niños y apoya a las poblaciones socialmente vulnerables (obtengan más información en la página 43). Estamos construyendo sobre nuestros esfuerzos heredados a través de nuevas iniciativas que aspiran a lograr cero platos vacíos.



Nutriendo oportunidades económicas

Según un informe de la Organización Internacional del Trabajo de 2020, casi 500 millones de personas trabajan menos horas remuneradas de las que les gustaría o carecen de acceso adecuado al trabajo remunerado. Nuestro objetivo es abordar este desafío global de dos maneras. En primer lugar, nuestro modelo comercial de ventas directas puede brindar una oportunidad económica significativa a las personas que desean mejorar aún más sus ingresos al agregar la oportunidad de complementar los ingresos laborales existentes con las ganancias de la oportunidad de negocio de Herbalife Nutrition. En segundo lugar, con nuestros distribuidores, aspiramos a ayudar a otros aprovechando la orientación, la formación, la tutoría y el empoderamiento de los empresarios y las pequeñas empresas para prepararlos mejor para el éxito. Nuestras habilidades en esta área se han obtenido al apoyar a distribuidores independientes en todo el mundo y se pueden aplicar para apoyar programas en todo el mundo que promueven el empoderamiento económico de las comunidades subrepresentadas y promueven el espíritu empresarial en las áreas que están buscando.



Nutriendo un planeta próspero

El cambio climático es el desafío más urgente en nuestro mundo de hoy. Desde esta perspectiva, nuestro enfoque en mejorar la salud individual se extiende a mejorar la salud de nuestro planeta. Estamos comprometidos a trabajar en todas nuestras operaciones y cadena de suministro para reducir y, en última instancia, eliminar los impactos ambientales negativos. Dada la urgencia del cambio climático, también estamos comprometidos a contribuir con impactos ambientales positivos en áreas como proteínas e ingredientes de origen vegetal, restauración forestal y economía circular. Esto último se centra en el envasado de productos sostenibles, una de nuestras principales prioridades. En esta área, estamos enfocados en reducir los plásticos de un solo uso en toda nuestra red de distribución global e incorporar contenido más sustentable, como resina posconsumo, en nuestro envasado.



United Nations
Global Compact

Nos dedicamos a mejorar las comunidades alineándonos con los objetivos descritos y categorizados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (UNSDG). Para asegurar nuestra alineación con los UNSDG y nuestro compromiso de lograr un impacto positivo en estos objetivos, Herbalife Nutrition se ha unido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas como miembro signatario.



Gobernanza ESG

Nuestra estrategia de Responsabilidad Global está conformada por impulsores de asuntos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés) y está integrada en nuestra estrategia comercial sustentable a largo plazo, que en última instancia está sujeta a la supervisión de la Junta.

En reconocimiento del crecimiento en importancia y alcance de la estrategia de Responsabilidad Global de Herbalife Nutrition impulsada por los crecientes temas del ESG y el impacto recíproco entre nosotros y nuestros grupos de interés, en 2020 nuestra Junta Directiva formó un Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza.

El propósito del Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza es ayudar a la Junta Directiva a supervisar la estrategia de Responsabilidad Global de Herbalife Nutrition y la participación de las partes interesadas en los programas de cambio climático, el uso y la conservación de la energía y los recursos naturales, el medio ambiente y la sostenibilidad de la cadena de suministro, los derechos humanos, la salud, la seguridad y el bienestar de los empleados, diversidad, equidad e inclusión, compromiso con las políticas públicas, contribuciones políticas, actividades corporativas benéficas y filantrópicas y otros temas del ESG que son relevantes y materiales para la Compañía.

Si bien la estrategia de Responsabilidad Global es ejecutada por un equipo global interdisciplinario liderado por nuestro primer ejecutivo y su equipo ejecutivo, nuestro Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza juega un papel fundamental en la orientación de nuestros esfuerzos y el enfoque de nuestra estrategia. Obtengan más información en el estatuto de nuestro [Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza](#).

Participación de los grupos de interés

Tener un impacto positivo en la sociedad y el planeta es más que simplemente hacer del mundo un lugar mejor; también tiene un buen sentido comercial. Los inversores están observando de cerca cómo los consumidores exigen que las compañías tomen una posición y actúen sobre problemas sociales críticos. Desde el cambio climático hasta la diversidad, la equidad y la inclusión, los inversores están considerando cada vez más cómo las compañías apoyan a las comunidades, la sociedad y el planeta, como parte de su tesis de inversión. De hecho, entre 2018 y 2020, el total de activos bajo gestión de inversión sostenible domiciliados en EE. UU., tanto institucionales como minoristas, creció un 42%, a \$ 17.1 billones, aumentando de los \$ 12 billones según el informe de tendencias 2020 del Foro para Inversiones Sostenibles y Responsables. Este crecimiento está impulsado por múltiples factores, incluido el enfoque global sobre el cambio climático y la responsabilidad corporativa de liderar el cambio.

Con esto, la participación directa de los inversores institucionales en el ESG se ha vuelto cada vez más frecuente en los mercados financieros de todo el mundo. La Compañía se relaciona directamente con sus accionistas institucionales. La participación de los accionistas en las iniciativas del ESG aumenta la transparencia y ayuda a compartir conocimientos y mejores prácticas que pueden conducir a resultados significativos para generar valor sostenible a largo plazo proporcionado por una ruta futura para los programas del ESG. Nuestro compromiso con la transparencia se ilustra al participar en análisis de terceros de industrias críticas, así como al publicar nuestro sistema de puntuación del mando del ESG.

Como líderes, tenemos la oportunidad de generar valor sostenible a largo plazo para los accionistas que abarca tanto el retorno de la inversión y a la sociedad.



*El Comité de la Junta de Directores del ESG asiste a la Junta en la supervisión de la estrategia de Responsabilidad Global. También trabaja con otros Comités, dependiendo de su relevancia, alcance y otros factores.



Materialidad

En el recorrido para integrar aún más los principios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) y las mejores prácticas en nuestra estrategia comercial a largo plazo, hemos realizado una evaluación de la materialidad. Utilizando una metodología sólida que combina datos cuantitativos y cualitativos, este proceso nos ha ayudado a priorizar los problemas del ESG que afectan tanto a nuestro negocio como a las partes interesadas. Empleamos un riguroso proceso de investigación y recopilación de conocimientos que consistió en evaluaciones comparativas, encuestas a las partes interesadas y debates con los líderes de la Compañía en todo el mundo.

Estos esfuerzos de investigación llevaron a la identificación de 15 temas clasificados en importancia a través de una escala de tres niveles. La lista final de cuestiones formó la base para desarrollar un marco estratégico integral del ESG.

Lista de temas materiales del ESG*



MEDIO AMBIENTE

Energía y Clima

Embalaje y huella del producto

Abastecimiento responsable

Uso del agua



SOCIAL

Compensación y beneficios

Empoderamiento económico

Salud y bienestar de los empleados

Desnutrición

Salud y seguridad en el trabajo

Fuerza laboral, diversidad, equidad e inclusión



GOBERNANZA

Ética e integridad

Mercadeo ético de redes

Mercadeo y etiquetado

Privacidad y protección de datos

Seguridad y calidad del producto

* Temas materiales no enumerados por orden de prioridad.





Participación de los grupos de interés

Nuestro negocio se basa en las relaciones. Nuestro enfoque estratégico a la Responsabilidad Global incluye información basada en un diálogo bidireccional significativo con las partes interesadas internas y externas. Identificamos a las partes interesadas en función de su relevancia estratégica para nuestro negocio y el nivel recíproco de impacto entre nosotros y cada grupo de partes interesadas.

Hemos identificado 10 grupos de partes interesadas, incluidos los clientes actuales que utilizan nuestros productos y los consumidores que utilizan productos similares; empleados globales; distribuidores independientes que venden nuestros productos; inversores y socios financieros, grupos y socios de ONG y de defensa; comunidades científicas y nutricionales que incluyen académicos, investigadores, nutricionistas, dietistas registrados y salud pública; gobiernos, reguladores y formuladores de políticas; proveedores; asociaciones industriales y comerciales; así como nuestras comunidades donde vivimos y trabajamos, representadas por organizaciones sin fines de lucro y de desarrollo comunitario y divulgación.

El diálogo con las partes interesadas nos permite comprender mejor las diferentes perspectivas sobre nuestro negocio, aprovechar su experiencia única y priorizar los temas y los impulsores de ESG que dan forma a nuestra estrategia general de Responsabilidad Global.

Grupo de partes interesadas	Áreas de enfoque	Cómo nos comprometemos
Consumidores/Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de seguimiento de ingredientes • Accesibilidad del producto • Calidad del producto, seguridad • Eficacia del producto • Asequibilidad del producto • Prácticas comerciales responsables • Embalaje y huella del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio web de la marca • Mercadeo de la marca • Participación directa • Redes sociales • Encuestas
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios • Compensación • Oportunidades de desarrollo • Diversidad, equidad e inclusión • Experiencia del empleado • Administración del medio ambiente • La salud y la seguridad • Bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas de compromiso • Redes de empleados • Intranet • Mentoría y retroalimentación • Boletines • Revisiones del desempeño • Reuniones públicas y eventos • Entrenamiento y desarrollo • Programas de bienestar
Distribuidores Independientes	<ul style="list-style-type: none"> • Administración del medio ambiente • Desempeño financiero • Eficacia y calidad del producto • Riesgos regulatorios • Embalaje y huella del producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencias y eventos comerciales • Participación directa • Reuniones mensuales y anuales • Entrenamiento y educación • Boletines • Portales web dedicados
Inversores	<ul style="list-style-type: none"> • Desempeño financiero • Riesgos climáticos • Riesgos regulatorios • Diversidad, equidad e inclusión • Gobernanza corporativa • Prácticas comerciales responsables 	<ul style="list-style-type: none"> • Alcance a los accionistas • Llamadas de ganancias trimestrales • Reuniones de gestión de uno a uno • Conferencias de inversión



Como se establece en esta tabla, las áreas de interés varían según el grupo de partes interesadas, y trabajamos arduamente para asegurarnos de que nuestras áreas de enfoque estén alineadas con las de ellos. También nos relacionamos con diferentes grupos en una variedad de formas en el curso de la realización de negocios diarios, así como en esfuerzos de participación y alcance más específicos.

Independientemente de la interacción, nuestro objetivo es participar siempre de manera respetuosa, escuchar con una mente abierta y compartir información que genere confianza, comprensión y valor mutuo.

A medida que los niveles de interés continúen aumentando en torno a los temas de responsabilidad global entre nuestros grupos de interés, continuaremos comprometiéndonos en estos temas específicamente para profundizar nuestra comprensión y ser capaces de adaptar o reforzar nuestros enfoques centrales mientras mantenemos a los grupos de interés en el centro.

Grupo de partes interesadas	Áreas de enfoque	Cómo nos comprometemos
Defensa y ONG	<ul style="list-style-type: none"> Prácticas comerciales responsables Biodiversidad y deforestación Afirmaciones de productos 	<ul style="list-style-type: none"> Participación directa Asociaciones Membresías organizacionales Conferencias profesionales
Comunidades científicas y nutricionales	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad y calidad del producto Ciencia y eficacia del producto Innovación de productos y servicios para combatir la obesidad y las enfermedades no transmisibles (ENT) 	<ul style="list-style-type: none"> Conferencias Participación directa Membresías organizacionales Colaboración en investigación
Gobierno/legisladores	<ul style="list-style-type: none"> Acceso a productos Modelo de negocio Cumplimiento Posiciones en políticas Prácticas comerciales responsables Transparencia 	<ul style="list-style-type: none"> Defensa Conferencias Participación directa Reuniones Asociaciones Públicas/Privadas
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Requisitos claros de los proveedores Relaciones éticas con los proveedores Diversidad de proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> Auditorías Participación directa Código de conducta del proveedor
Asociaciones industriales y comerciales	<ul style="list-style-type: none"> Por determinar: agregado para la evaluación de materialidad de 2022 	<ul style="list-style-type: none"> Por determinar: agregado para la evaluación de materialidad de 2022
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> Por determinar: agregado para la evaluación de materialidad de 2022 	<ul style="list-style-type: none"> Por determinar: agregado para la evaluación de materialidad de 2022

* Valoramos y agradecemos los comentarios de las partes interesadas. Vean más sobre nuestra Responsabilidad Global en IAmHerbalifeNutrition.com y comuníquense con nosotros directamente en GlobalResponsibility@herbalife.com.



La cadena de valor de Herbalife Nutrition de un vistazo

El ciclo de vida de nuestros productos afecta a múltiples partes interesadas, desde nuestro equipo de desarrollo de productos y ciencia global hasta los distribuidores y los consumidores, y abarca una red de fabricación y logística que cubre 95 países y territorios.

DESARROLLO

Innovación de productos alineada con las tendencias del consumidor y la investigación nutricional líder

FABRICACIÓN

Cinco instalaciones de innovación y fabricación en EE. UU. y China

DISTRIBUCIÓN

Los centros de distribución en los EE. UU. y los Países Bajos alimentan una red global que llega a 95 países y territorios

DISTRIBUIDORES

Los distribuidores, algunos de los cuales operan aproximadamente 72,000 Clubes de Nutrición en todo el mundo, ofrecen soluciones de nutrición personalizadas a millones de consumidores.



ABASTECIMIENTO DE MATERIA PRIMA

La compra de ingredientes de la más alta calidad comienza un sistema de control de calidad de 14 pasos.

EMBALAJE

La calidad y la seguridad del producto son prioridades junto con el aumento del contenido reciclado y la reducción del uso de materiales cuando sea posible.

LOGÍSTICA

Se prefieren los modos de transporte con bajas emisiones de carbono, como el transporte marítimo y el ferrocarril.

USO FINAL

Los productos Herbalife Nutrition satisfacen una variedad de necesidades nutricionales diarias, que incluyen control de peso, salud y bienestar, rendimiento físico y nutrición externa.

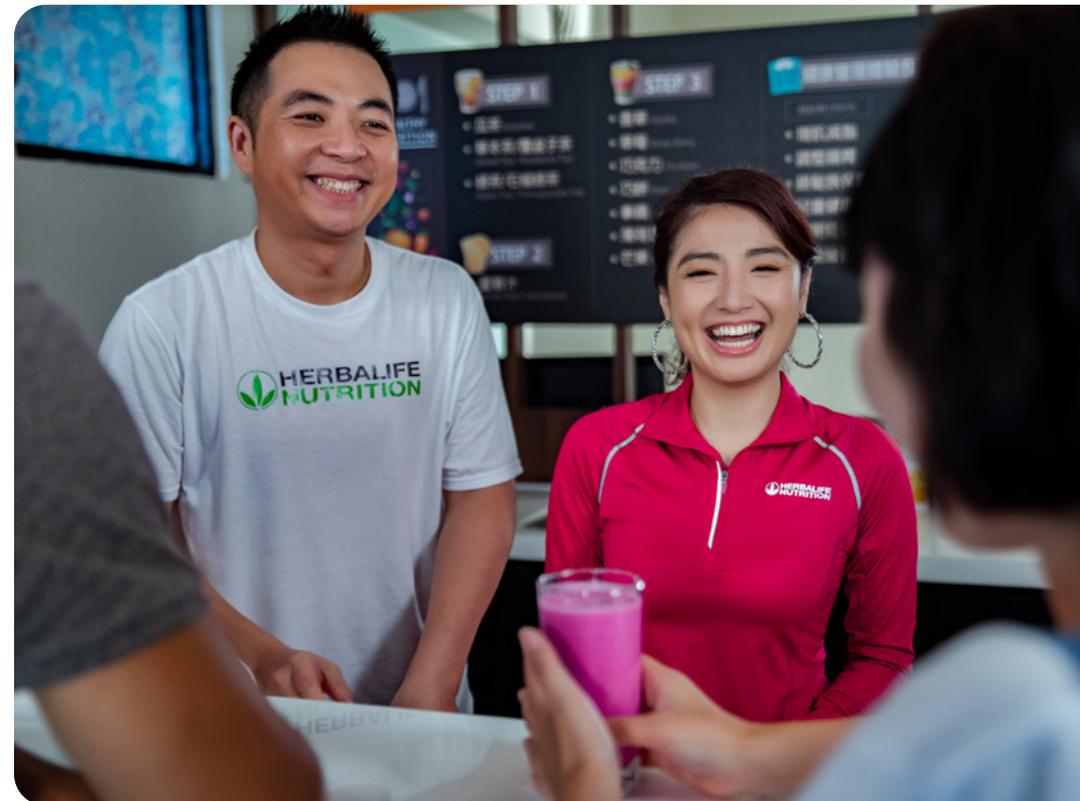
Administración de productos



Los productos Herbalife Nutrition nos brindan oportunidades para ayudar a nutrir comunidades saludables y oportunidades económicas.

EN ESTA SECCIÓN

- 16 Una familia comprometida con la calidad
- 17 Cómo contribuyen nuestros productos a una sociedad saludable
- 18 Portafolio de productos e innovación
- 19 Compromiso con la calidad del producto
- 23 Seguridad global para el consumidor
- 24 Cumplimiento normativo
- 25 Mercadeo y etiquetado





Nutriendo a las personas y al planeta

Una familia comprometida con la calidad

Para obtener soja de calidad, hay que prestar atención a los detalles. Necesitan notar las pequeñas cosas.

Desde el momento en que coloca la soja en el suelo, el espaciado debe ser preciso. Los nutrientes del suelo deben ser los adecuados. Cuando lo hacen bien, obtienen un alto rendimiento, que es la forma en que nos ganamos la vida. No cortamos esquinas; tratamos de hacer lo mejor que podemos porque, al final, eso es realmente lo que nos importa.

En la mayoría de los trabajos, se mide el tiempo en horas, días y semanas. Pero nuestro trabajo se basa en las estaciones. Es un arte y una ciencia. En la primavera, debido al clima, tenemos una ventana muy estrecha para plantar y los días son largos. Tenemos que tomar decisiones en función de la temperatura y la humedad: salimos al campo, ponemos las manos en el suelo y palpamos el suelo. No hay un almanaque de agricultores que nos pueda decir exactamente cuáles serán las fechas ideales para plantar. Cambia todos los años.

En verano, evaluamos cómo está terminando la cosecha. Es posible que no podamos hacer cambios en la cosecha actual, pero la usamos como nuestro salón de clases, para lo que haremos de manera diferente el próximo año. Siempre estamos aprendiendo. Y luego, en el otoño, volvemos a las largas horas, trabajando hasta que todo esté listo.

Creo que es bastante bueno que podamos cultivar algo localmente aquí en Iowa, y que se distribuya a través de Herbalife Nutrition a un mercado global. Esos productos realmente están cambiando la vida de las personas y es reconfortante saber que a Herbalife Nutrition le apasiona tanto producir un producto de calidad como a nosotros.



Es reconfortante saber que a Herbalife Nutrition le apasiona tanto producir un producto de calidad como a nosotros”.

Rob Sladek

Proveedor de soja



Cómo contribuyen nuestros productos a una sociedad saludable

Todos los días en todo el mundo se consumen más de 5 millones de batidos de reemplazo de alimentos de Herbalife Nutrition y otros productos de nutrición respaldados por la ciencia. Como una compañía con la misión de mejorar los hábitos alimenticios, formulamos cada producto para ayudar activamente a las personas para que logren un estilo de vida más saludable, lo que, a su vez, ayuda a construir una sociedad más saludable. Como una compañía basada en el poder de la comunidad, sabemos que todos tienen más para dar cuando se sienten bien.

Nuestros productos están disponibles exclusivamente a través de Distribuidores instruidos y capacitados de Herbalife Nutrition que brindan soluciones integrales y personalizadas para los objetivos de nutrición y bienestar de sus clientes. Estas soluciones ofrecen a los consumidores un medio para lograr resultados personalizados en las áreas de control de peso, salud y bienestar y nutrición deportiva.

Más allá de estas soluciones de productos, nuestro modelo de negocio de venta directa ofrece una atractiva oportunidad empresarial para millones de personas. Al poseer y operar su propio negocio, los distribuidores independientes de Herbalife Nutrition que han alcanzado un nivel particular de éxito poseen la capacidad de aumentar el empoderamiento económico personal, lo que puede ayudar a construir comunidades más fuertes, estables y vibrantes.





Portafolio de productos e innovación

Nuestra Filosofía de Nutrición Global de Herbalife se basa en el concepto de nutrición balanceada: una combinación de una dieta saludable y suplementos nutricionales que ayudan a satisfacer las necesidades diarias junto con un estilo de vida activo y saludable. Esta filosofía ha ayudado a cambiar los hábitos nutricionales de millones de personas en todo el mundo al centrarse en esta idea de bienestar compartido con una variedad de productos para ayudar a las personas a alcanzar sus objetivos. Ya sea que se trate de pérdida de peso, control de peso, apoyo para el rendimiento físico o salud cardiovascular y digestiva, nuestras líneas de productos ofrecen los nutrientes adecuados para ayudar a las personas a obtener los nutrientes que necesitan para lograr sus objetivos.

Satisfacemos las necesidades de los consumidores a través de una cartera de aproximadamente 120 tipos de productos en cuatro categorías: control de peso, que incluye el reemplazo de comidas, batidos de proteínas, potenciadores de la pérdida de peso y refrigerios saludables; nutrición dirigida a través de bebidas funcionales y suplementos dietéticos y nutricionales que contienen hierbas, vitaminas y minerales de calidad; productos energéticos, deportivos y de condición física; y nutrición externa que incluye productos para el cuidado de la piel, el cuerpo y el cabello. También proporcionamos publicaciones y materiales educativos que respaldan los esfuerzos de nuestros distribuidores para ayudar a los clientes.

Innovación en el mundo

La personalización es un impulsor clave de nuestro proceso de innovación: creemos que a las personas se les debe ofrecer una variedad de opciones saludables y elegir los productos que mejor se adapten a sus preferencias de sabor, necesidades de conveniencia y requisitos nutricionales. Para ello, nuestra estrategia global de productos tiene en cuenta lo siguiente:



- Ampliación de la oferta de productos para su uso en cualquier momento del día
- Diversificación de nuestros sabores
- Ampliación de nuestro alcance de productos nutricionales
- Lanzamiento a nuevas categorías

Colaboramos con los miembros de nuestro equipo global y confiamos en las contribuciones científicas de los miembros de nuestros consejos asesores globales, que incluyen a más de 50 miembros con diversas áreas de experiencia y especialidades. Los miembros de las juntas asesoras de Herbalife Nutrition incluyen médicos, investigadores en nutrición, nutricionistas, dietistas, expertos en aptitud física y otros expertos. Nuestro equipo global interno de más de 300 científicos comprende y gestiona las prioridades de los nuevos productos. Enfatizamos especialmente escuchar a nuestros distribuidores y sus clientes para comprender

mejor las preferencias y necesidades únicas de cada mercado. Al contar con alguien que comprenda los sabores locales, podemos asegurarnos de que el sabor, la textura y la calidad se alineen con nuestros estándares. Por esta razón, hemos invertido en establecer capacidades globales de investigación y desarrollo, con laboratorios sensoriales en cada una de nuestras principales regiones: América del Norte, América del Sur, Europa, China, Asia Pacífico e India.

Además, realizamos encuestas anuales entre los clientes de nuestros principales mercados para comprender su satisfacción con su experiencia. También realizamos, en múltiples puntos de contacto clave, una encuesta de pulso para medir la satisfacción de nuestros clientes y distribuidores, utilizando un sistema de puntuación de promotor neto con respecto a nuestros sitios web para miembros, programas de servicios para miembros y centros de llamadas de reembolsos y recompras en los EE. UU.



Compromiso con la calidad del producto

Nuestro compromiso de fabricar productos de alta calidad que sean seguros y nutritivos es un aspecto clave de todo lo que hacemos en Herbalife Nutrition. Este compromiso también alimenta nuestra innovación e informa la confianza duradera que disfrutamos con nuestros distribuidores y sus clientes. Gestionamos los estándares de calidad a través de nuestro equipo científico global, que incluye a más de 300 científicos, 50 de los cuales son doctores, así como un Grupo de Calidad Corporativa Global. Contamos con seis instalaciones de investigación y desarrollo en todo el mundo y nueve laboratorios que evalúan la calidad, uno de los cuales es responsable de desarrollar y validar métodos analíticos para otros laboratorios para asegurarse de que se implementen los protocolos y los procedimientos adecuados.

Nuestro programa Del cultivo a la mesa abarca todo, desde la obtención de los mejores ingredientes hasta el cumplimiento o la superación de las buenas prácticas de fabricación. Nuestro proceso de 14 pasos del cultivo a la mesa prueba continuamente nuestros productos, sometiéndolos a un protocolo arduo para garantizar que cumplan con nuestros estándares de calidad. Desde los campos de té en China hasta los campos de sábila en México y los campos de soja en los EE. UU., Herbalife Nutrition utiliza ingredientes cuidadosamente seleccionados de todo el mundo para desarrollar nuestros productos.

Nuestro trabajo del cultivo a la mesa se rige por tres principios:

- Hemos invertido en agricultura responsable y en métodos de producción avanzados para elaborar los mejores productos posibles.
- Hacemos todo lo posible por asegurar que los productos Herbalife Nutrition cumplan o excedan una variedad de normas de calidad para la industria.
- Usando tecnología avanzada, monitoreamos cuidadosamente el ambiente en que se almacenan nuestros productos, asegurando que sean tan beneficiosos y poderosos cuando los reciben nuestros clientes que cuando se desarrollaron inicialmente.



Abastecimiento

Nuestro compromiso con la calidad comienza con los ingredientes. Obtenemos ingredientes a través de una red global de proveedores. Aspiramos a que algunos ingredientes sean completamente rastreables a lo largo del proceso de siembra, cultivo y cosecha.

Fabricación

Durante más de una década, hemos invertido de forma rutinaria en laboratorios de control de calidad, lo que nos permite controlar directamente la calidad y la seguridad. Mediante la combinación, la compresión, el envasado y la fabricación de vanguardia, garantizamos la coherencia en la calidad, el sabor y la textura del producto en todo el mundo. Actualmente, contamos con cinco instalaciones de fabricación, junto con varios fabricantes contratados de confianza. Combinados, estos centros de fabricación abarcan cuatro continentes y nos empoderan para satisfacer la demanda mundial. Nuestros fabricantes por contrato pasan por estrictas prácticas de garantía de calidad para garantizar que todos los productos cumplan con nuestros rigurosos estándares.

Pruebas de calidad

Realizamos cinco rondas de pruebas en proceso y el 98% de nuestras evaluaciones de calidad se hacen internamente en nuestros nueve laboratorios de clase mundial. Nuestros laboratorios han logrado el estándar más alto de la industria de la certificación ISO 17025, que confirma que cumplimos con estándares estrictos para la competencia técnica del personal científico de laboratorio, la precisión de los métodos de prueba de microbiología y química y la validación de equipos. Esta acreditación también proporciona una garantía adicional a los consumidores de que las pruebas de laboratorio de la compañía son precisas y confiables.



Certificaciones de calidad

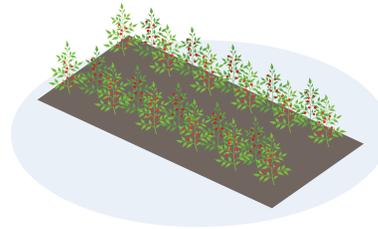
Junto con la certificación ISO 17025, utilizamos varias otras certificaciones líderes en la industria para garantizar la calidad y consistencia de nuestros productos. Estos incluyen la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (GMP) de la Fundación Nacional de Saneamiento (NSF), que garantiza la consistencia de nuestros productos y se alinea con las regulaciones aplicables. El Certificado NSF para la Certificación de Productos Deportivos también garantiza que los productos Herbalife Nutrition están libres de sustancias prohibidas por las principales organizaciones y ligas atléticas internacionales. Nos enorgullecemos del uso de ingredientes botánicos e ingredientes vegetales y, en consecuencia, nos asociamos con Natural Health Products Alliance, con sede en la Universidad de Guelph en Ontario, Canadá, para desarrollar nuevos estándares acordados mutuamente para la autenticación de ingredientes de especies botánicas. Específicamente, Herbalife Nutrition utiliza herramientas basadas en ADN para garantizar que nuestros productos consistan en especies exactas de plantas y botánicos.





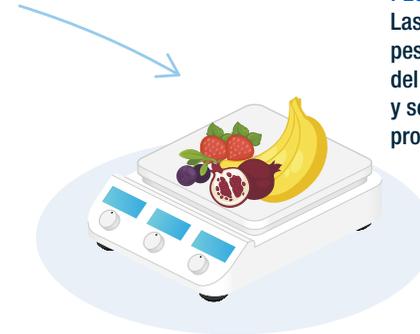
Calidad en cada etapa

Nuestro proceso del cultivo a la mesa está diseñado para controlar la calidad a través de un proceso de 14 pasos* que incorpora cinco rondas de pruebas, comenzando con las materias primas y extendiéndose hasta la llegada a los centros de distribución. A continuación se presentan los aspectos más destacados de ese proceso.



INGREDIENTES

Desde el cultivo y la cosecha hasta el secado, la molienda y la extracción, se supervisan y controlan cuidadosamente todas las materias primas.



PESAJE

Las materias primas se pesan según la fórmula del producto establecida y se preparan para el procesamiento a granel.

ALMACENAMIENTO

Almacenamos los productos de forma segura en centros de distribución con control ambiental antes de que sean recogidos por distribuidores independientes.



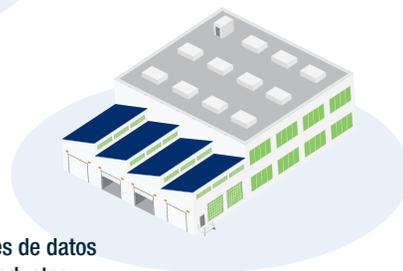
DISTRIBUCIÓN

Almacenamos nuestros productos en centros de distribución monitoreados ambientalmente antes de que sean recogidos por distribuidores independientes de Herbalife Nutrition o enviados a miembros y clientes.



MEZCLA PREEMBALADA

Las tecnologías avanzadas garantizan la consistencia y precisión del producto.



TRANSPORTE

Los registradores de datos etiquetan los productos para garantizar que no haya exposición a calor o humedad excesivos durante el envío.



EMBALAJE

Numerosas inspecciones electrónicas y manuales en proceso garantizan que los productos estén embalados, etiquetados y cargados correctamente.

* El proceso de 14 pasos del cultivo a la mesa se enumera en el Apéndice.



Ingredientes genéticamente modificados (GM)

Reconocemos que algunos consumidores tienen preferencias por los alimentos elaborados a partir de ingredientes no modificados genéticamente o sin bioingeniería. Cuando es posible, nos esforzamos por brindar a los consumidores la posibilidad de elegir el uso de ingredientes no transgénicos y ofrecemos productos que no contienen ingredientes transgénicos. Estas decisiones se toman a nivel local a través de colaboraciones entre la Compañía y los comités de liderazgo de los distribuidores locales y se adaptan a las necesidades y deseos de cada mercado.

Pruebas en animales

Herbalife Nutrition no prueba productos en animales, a menos que así lo exija la ley o los organismos reguladores. Estamos comprometidos a explorar alternativas a los métodos de experimentación con animales y alentamos a nuestros proveedores a utilizar métodos alternativos siempre que sea posible. También estamos trabajando con organizaciones líderes para desarrollar y validar modelos de prueba alternativos con el objetivo de eliminar la necesidad de pruebas con animales en productos alimenticios y cosméticos en el futuro.



[Lean nuestra política de experimentación con animales](#)

[Lean nuestra declaración de ingredientes de bioingeniería](#)



Seguridad Global para el Consumidor

Nuestro equipo de Seguridad Global para el Consumidor (GCS) es un grupo de médicos dedicados y profesionales de la salud, la ciencia y la defensa del consumidor cuya misión es garantizar que respetemos nuestros estándares de seguridad a nivel mundial para proteger a los consumidores.

Nuestro equipo de GCS también es responsable de brindar entrenamiento periódico sobre seguridad de productos, apoyando a nuestros distribuidores con información validada por expertos sobre los beneficios de nuestros productos, la ciencia detrás de ellos e indicaciones sobre cómo usarlos correctamente. El equipo también crea recursos basados en las necesidades del mercado y las demandas de los consumidores, y se asocia con distribuidores independientes de Herbalife Nutrition en estrategias de retención de clientes.

Para ayudar a garantizar la comprensión global y el cumplimiento de todas las políticas y procedimientos de vigilancia de la seguridad del consumidor, el equipo de GCS también brinda entrenamiento periódico al personal de Servicios para Miembros de Herbalife Nutrition, que interactúa regularmente con distribuidores independientes y otras personas que pueden recibir Informes de Eventos Adversos (EA) entrantes, quejas sobre la calidad del producto y cuestiones de salud general o relacionadas con el producto y los ingredientes.

Vigilancia de seguridad de posmercado

Herbalife Nutrition cuenta con un sólido sistema global de vigilancia de seguridad de posmercado, que ha identificado las personas responsables como representantes de farmacovigilancia que recopilan cualquier informe de EA supuestamente asociado con cualquiera de nuestros productos para cada uno de los mercados en los que realizamos negocios. También cumplimos con todas las regulaciones aplicables a nivel mundial que involucran la notificación y gestión obligatorias de EA. Además, todos los datos de vigilancia de seguridad de posmercado son monitoreados de

manera rutinaria por profesionales calificados de la salud y la ciencia dentro de GCS, de modo que podamos estar al tanto de las tendencias estadísticamente significativas según lo determinado por los métodos estandarizados de detección de señales de seguridad reconocidos por las organizaciones reguladoras y de farmacovigilancia mundiales de la industria de alimentos y de la industria farmacéutica.

En Herbalife Nutrition, somos defensores de la creación de un diálogo abierto entre los pacientes y sus proveedores de atención médica como un componente clave para garantizar la seguridad del consumidor. GCS ayuda a facilitar estas conversaciones al hacer que nuestro personal de salud y seguridad esté disponible para consultar con cualquier proveedor de atención médica que pueda tener preguntas sobre nuestros productos y si pueden ser adecuados para su uso por pacientes con ciertas restricciones dietéticas u otras consideraciones médicas únicas.

La seguridad de los productos es nuestra principal responsabilidad y tratamos todos las retiradas de circulación con el mismo nivel de urgencia. En 2020, no hubo retiradas de circulación de productos.

Nuestro equipo de expertos incluye un grupo diverso de profesionales con títulos y credenciales especializados en disciplinas médicas y clínicas, ciencias de la alimentación y la nutrición, salud pública, farmacología, seguridad y cumplimiento regulatorio, vigilancia de la seguridad y otras áreas relevantes. Este equipo analiza de forma rutinaria los datos del producto para identificar cualquier problema potencial de seguridad como parte del enfoque proactivo de Herbalife Nutrition hacia la seguridad del producto y del consumidor.



Nuestro compromiso con la calidad está presente en toda la Compañía; es una promesa compartida, una convicción y una cultura. La transparencia a escala global y la garantía de que estamos comunicando las mejores prácticas para las experiencias positivas del consumidor son algunos de nuestros principales impulsores”.

Kristy Appelhans

Vicepresidente de Seguridad del Consumidor Global





Cumplimiento normativo

Nuestro equipo de Asuntos Regulatorios Globales (GRA) trabaja en un entorno multifuncional para garantizar que todos nuestros productos, nuevos y existentes, se formulen, etiqueten, registren y vendan en total conformidad con los mercados en los que se venden. También colaboran con varios departamentos a lo largo del ciclo de vida del proyecto para desarrollar cualquier componente impreso necesario y asegurar su cumplimiento para los mercados correspondientes.

Ciencia y seguridad de productos globales

Dentro de investigación y desarrollo contamos con un equipo de científicos y expertos dedicados a garantizar el beneficio y la seguridad de cada producto a nivel mundial en el equipo Equipo de Ciencia y Seguridad Global del Producto (GPSS). Un área focal de nuestra misión es generar credibilidad a través de la justificación de la seguridad de los ingredientes y productos, los beneficios para la salud y las afirmaciones. Seguimos un enfoque riguroso para determinar la seguridad de los ingredientes que usamos y nos aseguramos de que nuestras innovaciones estén totalmente guiadas por la ciencia. Esto incluye un proceso de varios pasos que se utiliza para corroborar los beneficios de nuestros ingredientes.

Nuestros esfuerzos para garantizar que los productos sean seguros para el uso previsto por el consumidor están impulsados por los Principios Rectores de Ciencia y Seguridad de Productos Globales para la Evaluación de la Seguridad de los productos e ingredientes de Herbalife Nutrition. Este documento integral describe el proceso mediante el cual evaluamos la seguridad de los ingredientes de Herbalife Nutrition como componentes individuales y junto con otros ingredientes en cada producto terminado. Se revisa y actualiza a medida que evolucionan la ciencia y las regulaciones relacionadas con la evaluación de la seguridad de los alimentos y los suplementos dietéticos, y se adapta en parte a una variedad de estándares y recomendaciones líderes, incluidos los promulgados por los EE. UU. Administración Federal de Medicamentos y Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria.



Construir relaciones de confianza con los consumidores también es responsabilidad de las compañías de nutrición y suplementos como Herbalife Nutrition, donde producir productos de la más alta calidad es un compromiso y una parte esencial de su ADN”.

David Trosin

Director General
Certificación en Ciencias de la Salud en NSF International



Mercadeo y etiquetado

Como una compañía de nutrición global, damos la máxima prioridad a proporcionar productos de alta calidad en línea con los requisitos reglamentarios y lo que nuestros consumidores necesitan y esperan. Igualmente importante es nuestro compromiso con el etiquetado transparente y las afirmaciones respaldadas científicamente. Nuestra Política de afirmaciones corporativas requiere que todas las afirmaciones de productos estén fundamentadas y sean veraces, así como que cumplan con las leyes de publicidad relevantes. Además, debido a las diferentes regulaciones en todo el mundo, todas las aprobaciones de afirmaciones de productos deben evaluarse para cada región o país.

Etiquetado de productos

Defendemos el derecho de los consumidores a saber qué contienen sus productos y nos comprometemos a proporcionar información basada en hechos y fácil de entender sobre los nutrientes e ingredientes clave que utilizamos a través de las etiquetas de los productos. También incluimos alérgenos alimentarios comunes en todas las etiquetas de los productos, según lo exige la ley. En los Estados Unidos, Herbalife Nutrition envía las etiquetas requeridas por la ley para todos los productos de nutrición interna a la base de datos de la Biblioteca de Bienestar en Línea del Consejo de Nutrición Responsable para que sean fácilmente accesibles para todos.



Lea nuestra Declaración sobre etiquetado y afirmaciones de productos

A medida que continuamos mejorando el etiquetado de nuestros productos de manera continua, reconocemos que los consumidores de hoy desean y aprecian la información de trazabilidad, desde los ingredientes hasta los productos terminados, junto con información sobre los atributos del producto que son importantes para ellos. Estamos tomando medidas para aumentar el acceso y la visibilidad a la información clave de trazabilidad, por ejemplo, comenzamos nuestro Proyecto de transparencia en 2020 abordando nuestros productos estrella.

Recetas y mezclas de productos

Nuestros productos nutricionales están formulados para proporcionar una buena nutrición para que los consumidores los disfruten e incluyan como parte de una dieta saludable. Fomentamos la nutrición responsable, la moderación y la variedad en los hábitos alimentarios. Los consumidores a menudo crean ideas de recetas inspiradoras con nuestros productos. Si bien alentamos a los consumidores a ser creativos, es importante tener en cuenta que para que nuestros productos sean efectivos para lograr propósitos como el control de peso, se deben seguir las instrucciones en las etiquetas de nuestros productos sobre cómo preparar y usar los productos.

Un mayor nivel de transparencia

En 2020, comenzamos el Proyecto Transparencia, una iniciativa para contar la historia de nuestra cadena de suministro de propiedad vertical, comenzando con nuestros productos estrella. Este proyecto investigará la cantidad de formas en que podemos comunicar a los clientes dónde se originaron los ingredientes, dónde y cómo se fabrican nuestros productos y qué probamos para garantizar la calidad del producto, entre otras cosas. Este esfuerzo evaluará las mejores prácticas para aumentar la transparencia del producto, incluida la exploración de inclusiones de códigos QR en las etiquetas de los productos, contenido interactivo y de fácil acceso, certificaciones de terceros y otros métodos.

Prácticas de mercadeo

De acuerdo con nuestra [Política de mercadeo para niños](#), Herbalife Nutrition no anuncia ningún producto o servicio para niños menores de 12 años, ya que los niños tienen un amplio acceso a las comunicaciones de mercadeo y algunos carecen de la capacidad de reflejar y procesar críticamente la información de mercadeo dirigida a ellos.



Pueden encontrar una biblioteca de recetas en nuestro sitio web



Impacto Ambiental



Nuestro compromiso con la buena salud se extiende al planeta, por lo que la gestión ambiental es un pilar de nuestra estrategia de Responsabilidad Global para lograr un crecimiento sostenible a largo plazo.

EN ESTA SECCIÓN

- 27 Vivir de forma sostenible todos los días
- 28 Impacto ambiental
- 29 Proteínas vegetales
- 30 Abastecimiento y consumo responsables
- 31 Operaciones
- 34 Embalaje





Mi recorrido ya no se trata solo de reducir los desechos, sino de hacer mi parte para preservar la biodiversidad. Todavía hay mucho que puedo hacer y quiero cambiar, pero lo daré paso a paso... Todos podemos tener un impacto”.

Maria Ballan

Empleada de Herbalife Nutrition, Singapur

Nutrir a las personas y al planeta

Viviendo de manera sostenible todos los días

La vida perfecta sin desperdicio no ocurre de la noche a la mañana. Mi recorrido comenzó hace más de 15 años cuando comencé a hacer mi propio exfoliante corporal con ingredientes de mi cocina.

Pero lo que realmente me impulsó a hacer cambios en mi estilo de vida fue cuando me ofrecí como voluntario para hacer una limpieza del océano en una de las islas de mi país. Nuestros océanos están en una condición alarmante y eso me golpeó ... duro.

Avancé rápido hasta ahora, hago mi propio polvo dental e hidratante sólido para el cuerpo, y dejé de usar desechables. Compro a granel y traigo mis propios envases y bolsas de tela. También cultivo microvegetales y algunas verduras de hoja y hierbas. Reutilizo y reutilizo lo que ya tengo en lugar de comprarlo.

Pero el cambio más grande es que a través de este recorrido, me he convertido en un consumidor consciente e informado, comprando solo lo que realmente necesito en lugar de comprar en exceso; y patrocinar negocios y marcas que se alineen con mis valores. Mi recorrido ya no se trata solo de reducir los desechos, sino de hacer mi parte para preservar la biodiversidad. Todavía hay mucho que puedo hacer y quiero cambiar, pero lo haré paso a paso. Reducir los desperdicios es fácil: solo necesitamos una mente abierta, un corazón dispuesto y un poco para acostumbrarnos. Empiecen de forma sencilla y luego desafíense a dar un paso más. Y sí, recuerden celebrar sus pequeñas victorias. Todos podemos tener un impacto.



Impacto en el medio ambiente

Desde 1980, Herbalife Nutrition ha estado en una misión para mejorar los hábitos de nutrición en todo el mundo con productos de nutrición de gran sabor y respaldados por la ciencia que ayudan a las personas a obtener el equilibrio correcto de nutrición saludable. Nuestro objetivo es hacerlo de una manera que también resulte en un medio ambiente saludable. Este compromiso de proteger y salvaguardar nuestro planeta es un aspecto clave de nuestros esfuerzos de abastecimiento y fabricación, guiados por nuestros valores fundamentales de hacer siempre lo correcto. Esto incluye asegurarnos de hacer lo necesario para proteger el medio ambiente minimizando nuestro impacto, nutriendo la biodiversidad y colaborando con otras organizaciones en la acción climática escalable.



Estamos orgullosos de nuestras iniciativas que se han centrado, en la medida de lo posible, en reducir las bolsas de plástico, reducir el exceso de materiales de embalaje y aumentar el uso de resina posconsumo (PCR) en los embalajes. Los empleados y nuestros distribuidores independientes están enfocados en otras formas en las que podemos marcar la diferencia en esta área y han contribuido con ideas significativas que no solo son buenas para el medio ambiente, sino que también ayudan al negocio. Por ejemplo, un empleado sugirió que dejáramos de imprimir y enviar por correo las pautas de la compañía y que en su lugar las pongamos a disposición en línea. Esta sugerencia desencadenó un proceso que finalmente nos llevó a ahorrar 342 toneladas de papel, el equivalente a 9,500 árboles y \$ 1.4 millones de 2018 a 2020.

El progreso continuo requerirá asociaciones a largo plazo y un compromiso con la innovación constante, y contamos con el apoyo necesario en toda la Compañía, desde el Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza de nuestra Junta Directiva hasta un Comité de Responsabilidad Global de distribuidores y nuestro Comité Directivo Interno de Responsabilidad Global interfuncional. Estos partidarios son campeones y catalizadores clave para ayudar a innovar soluciones que nos ayudarán a gestionar y reducir nuestro impacto medioambiental.

También es clave para estos esfuerzos nuestro Consejo Verde Global, una red de empleados que incluye

voluntarios de cada una de nuestras regiones operativas. Este grupo revisa los proyectos actuales e identifica oportunidades para iniciativas ambientales innovadoras relacionadas en todas nuestras operaciones. Su trabajo se centra en la gestión ambiental responsable, satisfaciendo las necesidades tanto de los distribuidores independientes de Herbalife Nutrition como de sus clientes, al tiempo que cumple con las regulaciones ambientales en todo el mundo. El Consejo trabaja con grupos regionales de todo el mundo para implementar nuestras directrices, ampliar nuestras iniciativas de sostenibilidad y proporcionar actualizaciones periódicas sobre el progreso, los desafíos y las oportunidades clave. Además, algunas regiones también han desarrollado sus propios consejos para liderar proyectos e iniciativas locales.

Por ejemplo, nuestra región de Asia Pacífico estableció un Grupo de trabajo de APAC Go Green que está formado por representantes de cada país de la región. El Grupo de Trabajo proporciona información y actualizaciones que se comparten con nuestro Comité Directivo de Responsabilidad Global. El Grupo de Trabajo no solo es responsable de implementar iniciativas e impulsar resultados tangibles, sino que también proporciona las mejores prácticas basadas en los éxitos y logros a nivel local que se pueden extrapolar y escalar a otras regiones.



Nos unimos a la conversación en Europa

En 2020, desarrollamos un documento de posición sobre el impulso de dietas sostenibles en Europa, que describe los beneficios de una dieta basada en plantas para la salud del consumidor y el medio ambiente. El documento de posición incluye un llamado a la acción dirigido a los responsables políticos europeos y nacionales para promover estilos de vida más saludables y activos, para desarrollar sistemas alimentarios más sostenibles y permitir una mayor inversión en investigación y desarrollo para impulsar el mercado de proteínas vegetales en la Unión Europea. Esto es parte de nuestro esfuerzo continuo para reducir positivamente el impacto ambiental de los sistemas alimentarios, mejorar la salud y satisfacer las preferencias alimentarias y culturales de los consumidores.

Posteriormente, nos hemos convertido en miembros del Consejo Asesor de dos proyectos financiados por la UE, Smart Protein y Project INCREASE, a través de los cuales podemos compartir nuestros conocimientos y conocimientos basados en la investigación sobre las proteínas de origen vegetal y la salud humana. También nos estamos asociando con las partes interesadas, incluidos organismos científicos y universidades y autoridades de la UE para promover el diálogo, crear conciencia y fomentar los debates sobre este tema.

Como explicó Julian Cacchioli, Vicepresidente de Asuntos Corporativos para EMEA e India, “Herbalife Nutrition ha defendido durante más de 40 años el derecho de todos a acceder a una nutrición buena y equilibrada como parte de un estilo de vida saludable. A medida que los consumidores europeos toman decisiones alimentarias más conscientes de la sostenibilidad e impulsadas por la salud, nos comprometemos a apoyar la estrategia de la granja a la mesa de la UE, que tiene el potencial de ser fundamental en la sostenibilidad a largo plazo del suministro de alimentos de la UE y la salud y el bienestar de las futuras generaciones de ciudadanos de la UE”.

Proteínas vegetales

Dado que se espera que la población mundial alcance casi los 10 mil millones para 2050 según la ONU, se espera que la demanda de proteínas aumente significativamente. Al mismo tiempo, la gente está buscando alternativas a las proteínas de origen animal, que contribuyen de manera importante a las emisiones de gases de efecto invernadero, la deforestación y la contaminación.

Estas son algunas de las muchas razones por las que Herbalife Nutrition ha estado aprovechando el poder de las plantas durante más de 40 años, mientras diversifica las fuentes sostenibles de proteínas que utilizamos en nuestros productos. Hoy en día, según nuestro consumo de materia prima, el 84% de la proteína de los productos Herbalife Nutrition es de origen vegetal, y los ingredientes principales son la soja, el guisante, el arroz y la quinoa. El ingrediente número uno en muchos de nuestros productos es la soja, aproximadamente 30 toneladas anuales. Esto incluye la mayoría de las variedades de Formula 1, nuestro producto estrella, y nuestras bebidas proteicas.

La soja es una de las únicas proteínas vegetales completas, ya que contiene los nueve aminoácidos esenciales que nuestro cuerpo no puede producir por sí solo. La soja también es significativamente más eficiente para crecer, usa menos agua y emite menos carbono, y produce más proteínas por acre que la carne de res, los huevos o la leche. Por lo tanto, reemplazar incluso una pequeña porción de proteínas animales con proteínas vegetales sostenibles puede tener un impacto positivo a largo plazo en nuestro medio ambiente.

Producto destacado

Nuestro batido sustituto de comidas Formula 1 Select y nuestra mezcla de bebidas de proteínas Select brindan opciones a los consumidores que buscan proteínas alternativas a base de plantas. Las dos mezclas están formuladas con una mezcla de alta calidad de proteínas de guisante, quinoa y arroz y proporcionan 10 y 15 gramos de proteína de origen vegetal, respectivamente.





Abastecimiento y consumo responsables

Herbalife Nutrition se compromete a obtener los mejores ingredientes posibles para todos nuestros productos, que incluyen ingredientes que se han cultivado de manera sostenible. También exigimos a nuestros proveedores que realicen negocios de manera ética y legal.

Para orientar a los cientos de proveedores de los que nos abastecemos para las muchas formulaciones que ofrecemos, actualizamos nuestro Código de Conducta para Proveedores (el Código) en 2020 de acuerdo con las convenciones internacionales como los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos, Los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los estándares de la Organización Internacional del Trabajo y las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.

Además de la expectativa de que los proveedores cumplan con todas las leyes, reglas y regulaciones aplicables en una variedad de ámbitos, el Código describe nuestras expectativas para los proveedores en materia de lucha contra el soborno, conflicto de intereses, salud y seguridad, derechos humanos, derechos laborales, seguridad y calidad de la alimentación, gestión ambiental, protección y sostenibilidad.

Para proteger el futuro de nuestro planeta, todas las partes de la cadena de valor se deben comprometer con la sostenibilidad ambiental, compartir la responsabilidad y tomar acciones impactantes. A tal efecto, el Código anima a los proveedores a mejorar el ciclo de vida de los envases, reducir el desperdicio, medir y divulgar las emisiones de GEI y crear programas para reducir las emisiones.



Para la categoría clave de materiales utilizados en nuestros productos, estamos alineando y refinando aún más la estrategia de abastecimiento con los objetivos de sostenibilidad.

A continuación se muestran nuestras prácticas y planes actuales:

- Actualmente, examinamos aproximadamente a 20,000 proveedores diariamente en todas las regiones utilizando una aplicación de solución de diligencia debida, que señala inquietudes que incluyen conexiones con funcionarios gubernamentales, sanciones económicas y trata de personas.
- Para aquellos proveedores directos críticos para el negocio que accedan a participar, nuestro objetivo es:
 - Proporcionar entrenamiento sobre el Código de conducta para proveedores para fines de 2021.
 - Incorporar el Código de Conducta para Proveedores en los contratos con proveedores.
 - Hacer un seguimiento y monitoreo de las oportunidades de sostenibilidad y crear planes de desarrollo donde sea necesario.



Operaciones

Operamos cinco instalaciones de fabricación e innovación de Herbalife Nutrition (HIM), dos en los EE. UU. y tres en China. El movimiento de los últimos años para integrar verticalmente nuestras operaciones no solo ha asegurado una mejor calidad del producto y control de costos, sino que también nos brinda mayores oportunidades para reducir el impacto ambiental de nuestras instalaciones de fabricación.

Reducción de carbono

Herbalife Nutrition se compromete a hacer nuestra parte para ayudar a mitigar los riesgos del cambio climático. La Compañía apoya el objetivo a largo plazo del desarrollo sostenible y estamos implementando acciones para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en toda nuestra cadena de valor para contribuir al objetivo de limitar el calentamiento global a 1.5°C. En particular, nos hemos comprometido a lograr cero emisiones netas para 2050 en nuestras fábricas, almacenes y oficinas a nivel mundial.

Estamos estableciendo activamente una infraestructura para recopilar y reportar las emisiones anuales de GEI. Esto nos permitirá establecer objetivos basados en la ciencia para reducir las emisiones de GEI mediante la revisión de nuestra cadena de valor, incluidas nuestras operaciones globales, embalaje, agricultura, transporte y distribución de terceros. Luego de la evaluación de nuestra cadena de valor, estableceremos objetivos a corto y mediano plazo para nuestras operaciones (Alcance 1 y Alcance 2) y en toda nuestra cadena de valor (Alcance 3).

Reducción de energía

Herbalife Nutrition invierte en medidas que brindan un beneficio ambiental y de ahorro de costos al reducir

el consumo de energía. Estos incluyen sistemas para la recuperación de calor por condensación de vapor, uso eficiente de agua de enfriamiento acondicionada por aire, compresores de aire móviles más eficientes, instalaciones de iluminación LED y faroles de energía solar. Durante los próximos cinco años, nuestro objetivo es utilizar la automatización para producir más resultados sin aumentar nuestra huella ambiental. En 2020, recopilamos y publicamos emisiones de Alcance 1 y 2 en 10 instalaciones para comprender mejor dónde podemos mejorar aún más nuestro uso de energía e invertir en fuentes de energía renovables según sea necesario. Esperamos que este trabajo se complete en 2021. Distribuimos nuestros productos a 95 países y territorios de todo el mundo, principalmente a través de una red global de distribución y logística. Esta red incluye puntos de distribución tanto operados por la Compañía como subcontratados que van desde centros de distribución “centrales” en los Países Bajos y EE. UU. hasta centros de distribución de tamaño medio en los principales países y pequeñas ubicaciones de recolección en todo el mundo. En total, tenemos cerca de 1,800 puntos de acceso a productos y ubicaciones minoristas asociadas, lo que representa una oportunidad significativa para reducir nuestras emisiones de Alcance 3.

Para el envío global, utilizamos principalmente el transporte marítimo, que tiene la huella de carbono más baja de cualquier modo de transporte comercial. Para algunas rutas, como entre Rusia y China, utilizamos ferrocarril, dada su rentabilidad y eficiencia energética. Usamos aviones para transportar productos solo en raras ocasiones. A medida que trabajamos para formalizar las estrategias de reducción de carbono en el futuro, priorizaremos la huella de carbono de nuestras operaciones logísticas para obtener eficiencias adicionales cuando sea posible.



Herbalife Nutrition está tomando medidas significativas para proteger y preservar el planeta para las generaciones futuras. Queremos que nuestros esfuerzos sirvan como modelo en nuestra industria y sean uno de nuestros diferenciadores clave. Tenemos la intención de ser líderes no solo en nuestra capacidad para nutrir a las personas, sino también para nutrir al planeta”.

Mark Schissel

Director de Operaciones

		2020	2019	2018	2017
 Uso de energía*	Uso total de energía (MWh)	88,120	86,214	86,794	83,516
	Uso total de electricidad (MWh)	46,544	47,095	48,221	45,309
	Uso total de gas natural (MWh)	41,576	39,119	38,573	38,207
 Emisiones de gases de efecto invernadero*	Alcance 1 (toneladas métricas de CO2e)	7,535	7,090	6,991	6,925
	Alcance 2 (toneladas métricas de CO2e)	18,164	18,344	20,023	19,542
	Intensidad de emisiones por ingresos (toneladas métricas de CO2e por \$)	0.385	0.423	0.447	0.558

*Los datos cubren cinco instalaciones de Innovación y Fabricación de Herbalife Nutrition (HIM) y otras instalaciones y oficinas con sede en EE. UU. con una ocupación de más de 40,000 pies cuadrados.



Agua

El agua es fundamental para todos los aspectos de nuestro negocio, desde cultivar y cosechar ingredientes crudos hasta procesarlos en nuestros productos. En nuestras propias instalaciones de fabricación, también dependemos del agua para el saneamiento. Y en el otro extremo del ciclo de vida, nuestros consumidores usan agua para preparar nuestros batidos y otras bebidas. Dada la importancia del agua a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos, es fundamental que conservemos el agua que utilizamos, que protejamos los ecosistemas a nivel mundial y garanticemos que las personas y las comunidades tengan acceso a agua potable y segura.

		2020	2019	2018	2017
Consumo de agua 	Extracción total de agua (megalitros)	314	333	325	276
	Descarga total de agua (megalitros)	193	164	120	131

Para hacerlo bien, hemos comenzado a mapear nuestros esfuerzos de administración del agua, comenzando dentro de nuestras instalaciones de fabricación a nivel mundial. También nos comprometemos a revisar el uso del agua en nuestras instalaciones de fabricación existentes para fines de 2021 y, en el futuro, implementar programas en nuestras instalaciones de fabricación para reducir la extracción de agua, reutilizar el agua, utilizar fuentes de agua alternativas y establecer objetivos estrictos para la calidad de la descarga de agua. Hasta la fecha, hemos implementado varias medidas de conservación de agua en oficinas e instalaciones seleccionadas, incluida la instalación de grifos automáticos para lavarse las manos y mingitorios sin agua, el uso de aguas residuales tratadas para las torres de enfriamiento, la conducción de agua de enfriamiento a temperatura ultra alta para los sistemas de agua de enfriamiento de la planta, el uso de lavadoras eléctricas para la limpieza y cambiar el paisajismo exterior por plantas tolerantes a la sequía.

Desechos

Nuestra huella medioambiental también incluye los residuos generados en nuestras oficinas corporativas e instalaciones de fabricación en todo el mundo. Hemos desarrollado pautas internas de reciclaje en el lugar de trabajo, basadas en políticas locales, para los empleados que trabajan en las instalaciones y oficinas de Herbalife Nutrition a nivel mundial. Gracias a nuestro Consejo Verde y la iniciativa de nuestros empleados, cada región tiene un programa de reciclaje que va desde campañas de concientización y educación para el reciclaje y la reutilización, dando una segunda vida a los productos

usados convirtiéndolos en un producto “nuevo” — un envase de Formula 1 vacío se puede convertir en un florero — hasta crear sitios de recolección en nuestros almacenes para nuestros distribuidores, miembros y clientes. Por ejemplo, nuestro equipo en Centroamérica y Sudamérica ha recolectado cerca de 40 toneladas métricas de materiales reciclables en 2020. En el futuro, planeamos integrar programas para apoyar a los clubes de nutrición que pertenecen a, y son operados por nuestros distribuidores independientes para que puedan participar fácilmente en programas de reciclaje, utilizar alternativas de materiales sostenibles y brindar educación dedicada sobre las mejores prácticas para aumentar su administración ambiental.

Estamos comprometidos a prevenir y minimizar la generación de residuos peligrosos generados por nuestras actividades comerciales diarias. En 2021, iniciamos un programa para reducir la generación de desechos peligrosos, incluido el desarrollo de materiales de entrenamiento y la identificación de recursos para establecer métricas de referencia, con planes para comenzar la implementación de iniciativas clave en 2022.

Desde 2018, hemos eliminado los libros en papel de las Reglas de Conducta del Distribuidor en 54 de los 95 países y territorios donde operamos, ahorrando 342 toneladas de papel, el equivalente a 9,500 árboles y \$ 1.4 millones. En los países donde las regulaciones permiten la distribución de las Reglas de Conducta del Distribuidor y el acceso en línea está comúnmente disponible, nuestro objetivo es eliminar los libros por completo para 2025.



Desechos alimentarios

Como compañía mundial de nutrición, creemos que tenemos un papel importante que desempeñar para mejorar la nutrición, lograr la seguridad alimentaria y ayudar a acabar con el hambre. Se estima que cada año se desperdician 1,300 millones de toneladas de alimentos, y la eliminación del desperdicio de alimentos puede desempeñar un papel importante en la expansión de la asequibilidad, la accesibilidad y la promoción de la igualdad. Nos hemos comprometido a hacer nuestra parte buscando oportunidades de reducción de residuos en nuestras cadenas de producción y suministro. Por ejemplo, hemos simplificado nuestro proceso de donación para asegurarnos de que los materiales utilizables puedan ayudar a los necesitados. En 2020, nuestras donaciones en especie superaron los \$ 2 millones a nivel mundial. Este tipo de esfuerzos respalda la meta 12.3 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, que es reducir a la

mitad el desperdicio de alimentos global per cápita en los niveles minorista y de consumo y reducir las pérdidas de alimentos a lo largo de la cadena de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.

	2020	2019	2018	2017	
 Residuos operativos*	Residuos totales generados (toneladas métricas)	9,682	11,422	8,671	7,810
	Residuos totales desviados o reciclados (toneladas métricas)	2,997	3,849	2,501	2,303
	Residuos peligrosos totales (toneladas métricas)	26	28	28	41

* Los datos cubren cinco instalaciones de HIM y otras instalaciones y oficinas con una ocupación de más de 50,000 pies cuadrados.

Reducción del desperdicio de alimentos en Colombia

La Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia (ABACO), o Food Banks Association of Colombia, creada hace 10 años, juega un papel fundamental en la solución de problemas de inseguridad alimentaria y desperdicio. Según ABACO, cada año se desperdician 9.76 millones de toneladas de alimentos en Colombia, pero el 54.2% de los hogares se enfrenta a la inseguridad alimentaria. Como parte de nuestra iniciativa Nutrición para Hambre Cero, Herbalife Nutrition ha trabajado con ABACO para apoyar sus esfuerzos.

ABACO recibe productos que aún se encuentran en buen estado pero que tienen una fecha de vencimiento cercana de múltiples sectores. Luego de realizar evaluaciones sanitarias y de aseguramiento de la calidad, ABACO reembala y distribuye alimentos a poblaciones vulnerables, particularmente niños, adultos mayores y mujeres embarazadas o lactantes. En Colombia, más de 3.1 millones de personas son beneficiarias de los 22 bancos de alimentos locales que integran ABACO.





Embalaje

Vemos nuestra huella ambiental a través de la lente del ciclo de vida de nuestros productos, que incluye no solo cómo cultivamos o fabricamos los productos, sino también cómo los embalamos. Queremos que los consumidores disfruten de las elecciones nutritivas que toman cuando compran un producto de Herbalife Nutrition, mientras confiamos que estamos tomando medidas para reducir su impacto ambiental y garantizar que siempre se respeten los estándares de calidad y seguridad del producto. Es por eso que hemos adoptado una estrategia de varios niveles para reducir nuestro embalaje, que incluye tres objetivos:

- Reducir el uso de bolsas de plástico en los centros de distribución de todo el mundo.
- Usar un 25% de resina posconsumo (PCR) en nuestros envases de Formula 1 a nivel mundial durante los próximos dos años y agregar a los tipos de productos de mayor venta en los mercados donde esté permitido.
- Reducir el embalaje de los productos.

Con regulaciones regionales y expectativas de mercado muy diferentes en todo el mundo, buscaremos implementar una combinación de estas iniciativas basadas en la infraestructura y la viabilidad. Nos esforzamos por lograr las mejores prácticas de la industria en envases sostenibles que incluyen la exploración de nuevas innovaciones, tecnologías y aprendizajes de nuestros pares. Si bien nos adherimos a todas las regulaciones locales, nuestra estrategia se enfoca intencionalmente en ir más allá para asegurar que estamos minimizando nuestra huella ambiental a nivel mundial mientras satisfacemos la demanda de los consumidores de embalajes convenientes. En algunos mercados, la demanda de envases de un solo uso sigue siendo alta, mientras que en otros, como Europa, los

MÁS DE
1,800
TONELADAS
MÉTRICAS DE
PLÁSTICO

eliminados de los envases de
Formula 1 desde 2008

consumidores muestran gradualmente una preferencia por los envases reutilizables e incluso las recargas. Hemos comenzado a expandir algunos de nuestros exitosos programas regionales, como nuestros programas de reciclaje de envases, en mercados adicionales.

Estrategias y avances hasta la fecha

Reducción de las bolsas de plástico de un solo uso

Las bolsas de plástico de un solo uso siguen siendo los objetos de plástico que más se encuentran en nuestros océanos. Dada su baja tasa de capacidad de reciclado y la amenaza para la vida marina, las Naciones Unidas han alentado la eliminación completa del uso de bolsas de plástico. Estamos orgullosos de estar bien encaminados con el compromiso de eliminar las bolsas de plástico de los centros de distribución y ventas, y varios mercados ya han logrado este objetivo. Si bien la pandemia de





COVID-19 retrasó la implementación completa en 2020, continuaremos haciendo avances. Cuando se implemente por completo, esperamos que esto elimine más de 30 millones de bolsas y más de 136 toneladas métricas de plástico por año.

Algunas de las estrategias clave que nuestros equipos regionales han implementado en los últimos años para eliminar gradualmente las bolsas de plástico de un solo uso o eliminarlas por completo incluyen:

- *Europa, Oriente Medio y África (EMEA) En 2018 nuestro equipo presentó una bolsa reutilizable como una alternativa a las bolsas de plástico de un solo uso, y todas las ganancias se destinarán a la Herbalife Nutrition Foundation. También utilizamos bolsas de papel 100% recicladas en los mercados de EMEA.*
- *México:* Usamos bolsas biodegradables en los centros de venta y bolsas reutilizables en algunos estados. México también inició un programa piloto para reciclar envases de Formula 1 transformándolos en perchas y sillas.
- En total, nuestras operaciones en Sudamérica y Centroamérica han eliminado las bolsas de plástico en 13 países, ahorrando un total de 11 toneladas métricas de plástico entre 2019 y 2020. La región también ha introducido en nueve países una nueva bolsa compostable, hecha de maíz.

Reducción de los residuos plásticos

Vean cómo aumentar nuestro uso de PCR está ayudando a Herbalife Nutrition a reducir los desechos plásticos

Hemos incluido materiales reciclados en nuestro embalaje

Si bien la reducción del plástico de un solo uso de nuestras operaciones y embalajes es una prioridad, el desarrollo de opciones de embalaje más sostenibles también es un enfoque importante. Estamos comprometidos a reducir el uso de plástico sin comprometer la calidad o seguridad de nuestro producto. Una alternativa prometedora ha sido el uso de PCR (resina posconsumo), que utiliza resina reprocesada a partir de materiales reciclados por el consumidor para crear nuevos envases. Con la debida diligencia en torno al costo de adquisición, los requisitos regulatorios globales, las consideraciones de calidad y las cadenas de suministro viables completadas, estamos comenzando a aumentar el uso de PCR enfocados en nuestros envases de plástico de nuestro producto estrella, Formula 1. En 2021, nos centraremos en los envases vendidos en América del Norte. En 2022, nuestro objetivo es expandir el programa a los envases de Formula 1 vendidos en otras regiones. Nuestros cálculos muestran que esta conversión reducirá el uso de plásticos vírgenes en la producción y los flujos de desechos en 475 toneladas métricas en toda nuestra huella global.

Reducir el embalaje siempre que sea posible

Hasta la fecha, hemos eliminado más de 1,800 toneladas métricas de plástico de nuestros envases de Formula 1 desde 2008, lo que equivale aproximadamente a unas ocho veces el peso de una casa promedio. También estamos examinando los otros tipos de embalajes utilizados en nuestras operaciones de fabricación y distribución que tienen emisiones de carbono asociadas o complicaciones de eliminación, siempre teniendo en cuenta la calidad y seguridad del producto, la conveniencia del consumidor, las regulaciones regionales y nuestro impacto ambiental.



Al incorporar PCR en nuestros envases de Formula 1, estamos ayudando a nuestra Compañía a reducir su huella de carbono y disminuir su impacto en los vertederos. Con nuestro alcance global, tenemos la capacidad de movilizar a los clientes y distribuidores para que se conviertan en agentes de cambio en sus propias comunidades y tengan un impacto positivo en el medio ambiente al reciclar o reutilización los envases después de su uso”.

Joe Dubniczki

Director Senior, Ingeniería de Diseño y Embalaje



Hemos lanzado con éxito varios proyectos para abordar nuestras prioridades estratégicas para mejorar nuestra sustentabilidad ambiental dentro del embalaje de nuestros productos. Estos incluyen:

- **Reducción de materiales en nuestros productos Herbalife Nutrition SKIN.** Mediante la modificación y reducción del embalaje en seis productos, estamos eliminando 13 toneladas de cartón a nivel mundial para fines de 2021.
- **Medias cajas ranuradas de cartón.** En 2019, implementamos el uso de medias cajas ranuradas de cartón en lugar de cajas con solapa normales para todos nuestros frascos y botellas de 1800cc, 1250cc, 100oz y 85oz vendidos en los EE. UU. Las medias cajas ranuradas ofrecen múltiples aplicaciones de almacenamiento y transporte y, por lo tanto, proporcionan una mayor eficiencia y durabilidad.
- **Paletización mejorada:** Estamos trabajando para introducir un nuevo robot paletizador en nuestra fábrica de Lake Forest, California, después de trabajar con éxito con nuestros proveedores para introducirlo en determinadas fábricas de terceros en

nuestros mercados de EMEA. El robot paletizador ayuda a automatizar la paletización, ayudándonos a ahorrar material y desperdicios de carga.

- **Eliminación de la envoltura retráctil:** Nuestro equipo de EMEA rediseñó con éxito la caja usada para enviar barras de proteínas, eliminando la necesidad de envoltura retráctil y reduciendo la necesidad de utilizar línea de troquel para la caja de cartón. Fabricamos aproximadamente 110 millones de barras anuales, y se espera que este cambio reduzca el uso de envases y plástico en 19.5 toneladas anuales, así como que aumente la eficiencia de la línea y la capacidad general en un 15%.
- El equipo también ha reducido en un 80% o sea en 12,500 kg, anualmente desde 2019 la cantidad de cartón utilizado en el envío de productos.
- **Se redujo el embalaje para los paquetes para miembros de Herbalife Nutrition:** En EMEA, hemos reducido en un 80%, el embalaje de nuestro Paquete para Miembros de Herbalife Nutrition esto incluye un conjunto de materiales de entrenamiento y productos de introducción y así mismo logramos una reducción de 85 kg de plástico de las almohadas de aire.

Apoyo a los programas de reciclaje

Además de nuestras iniciativas impulsadas a nivel regional para reducir los envases y utilizar porcentajes más altos de resina posconsumo (PCR), reconocemos la necesidad de aumentar la capacidad y la infraestructura de reciclaje de los mercados. Si bien la demanda de envases hechos con contenido reciclado es alta, el volumen de materiales reciclados disponibles para la fabricación sigue siendo bajo para lo que se requiere para sostener la fabricación global. Es por eso que en varios mercados, los equipos de Herbalife Nutrition han implementado iniciativas de reciclaje locales para incentivar el reciclaje de los envases de los productos Herbalife Nutrition. Si bien persisten desafíos como identificar socios de procesamiento y garantizar una distribución viable, estamos comprometidos a educar a los clientes sobre el reciclaje y respaldar su crecimiento en todos los mercados en los que operamos.

Como ejemplo, nuestro equipo en Brasil organizó campañas de concientización en las redes sociales que se enfocaron en la logística inversa. En cumplimiento de la Política Nacional de Residuos Sólidos, a través de una alianza con la Asociación Brasileña de Industrias de Higiene Personal, Perfumería y Cosmética (ABIHPEC), Herbalife Nutrition Brasil participa en el programa “Dar una mano al futuro”, para invertir en infraestructura para el reciclaje cooperativas y entrenamiento para las personas que trabajan en ellas. Ellos informan sobre materiales reciclables, ya sea de personas o de otras compañías en Brasil, y tienen como objetivo reciclar un mínimo del 22% de todos los envases informados. En 2020, ABIHPEC superó la meta y logró el 32% del reciclaje de todos los envases reportados y Herbalife Nutrition Brasil representó el 2% de esta cantidad total, contribuyendo con más de 720 toneladas métricas de materiales plásticos y de cartón.





Impacto social



Nuestra estrategia de Responsabilidad Global se centra en aprovechar el talento, la experiencia y la generosidad de los empleados y distribuidores independientes de Herbalife Nutrition para tener un impacto positivo en las comunidades de todo el mundo.

EN ESTA SECCIÓN

- 38 Impacto en la comunidad
- 46 Empleados
- 53 Distribuidores independientes





Nutriendo a las personas y al planeta

Asociándonos para reducir el hambre a cero

En las comunidades rurales de Honduras, la mayoría de las necesidades están relacionadas con la pobreza y la falta de acceso a servicios básicos, pero también la falta de información sobre conductas alimentarias saludables. Sin embargo, muchos miembros de la comunidad están interesados en conocer las formas en que pueden mejorar sus condiciones de vida.

Feed the Children (Alimentar a los niños)* Honduras utiliza su programa de Desarrollo Comunitario Centrado en la Niñez en muchas regiones de Honduras, proporcionando apoyo nutricional para mujeres embarazadas y niños. El objetivo es que todos los niños estén adecuadamente nutridos y desarrollados a los cinco años y sigan comprendiendo la importancia de la nutrición a lo largo de sus vidas.

También queremos asegurarnos de que los niños tengan acceso a agua potable y limpia, saneamiento adecuado, recursos de higiene adecuados y educación de calidad. Y queremos que las familias sean autosuficientes, financieramente estables y con seguridad alimentaria para apoyar y fortalecer a sus comunidades.

En general, nuestro impacto deseado disminuirá la desnutrición crónica y aguda y mejorará la nutrición y la salud de los niños. Nuestro trabajo consiste en apoyar a la comunidad con ciertas metodologías y productos de entrenamiento para lograr esos objetivos.

Desde mi experiencia de más de 10 años en el desarrollo internacional y sin fines de lucro, escuchar los comentarios de la comunidad continúa inspirándome. Es difícil elegir una historia, pero me honra escuchar a alguien decir: “Desde que participé en este programa, he aprendido mucho y ahora estoy alimentando mejor a mi familia” o “Veo la importancia de la educación, y sin el apoyo de Feed the Children, no hubiéramos tenido la oportunidad de inscribir a mis hijos”.

Estas son las cosas por las que seguimos luchando.



En general, nuestro impacto deseado disminuirá la desnutrición crónica y aguda y mejorará la nutrición y la salud de los niños. Esto no sería posible sin asociaciones significativas, duraderas y estratégicas. Estamos orgullosos de trabajar con organizaciones como Herbalife Nutrition y ser parte de Nutrición para Hambre Cero”.

Ignacio Giron

Director del País de Feed the Children Honduras

* El programa internacional de desarrollo comunitario centrado en los niños Feed the Children es posible gracias al apoyo de muchos donantes individuales y corporativos, incluidos Herbalife Nutrition y la Herbalife Nutrition Foundation.



Nuestro impacto social

Los programas de responsabilidad social global de Herbalife Nutrition se enfocan en construir comunidades vibrantes y prósperas alrededor del mundo a través de un mejor acceso a una buena nutrición y oportunidades económicas.

Nos dedicamos a mejorar las comunidades alineándonos con las metas delineadas y categorizadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (UNSDG), específicamente el Objetivo 1 (Fin de la pobreza), el Objetivo 2 (Hambre cero) y el Objetivo 3 (Buena salud y bienestar). Para asegurar nuestra alineación con los UNSDG y nuestro compromiso de lograr un impacto positivo en estos objetivos, Herbalife Nutrition se ha unido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas como miembro signatario.

Nuestros programas y asociaciones de impacto social se centran en la nutrición de comunidades saludables y el empoderamiento económico.

Además, entendemos que apoyar múltiples aspectos de las comunidades es fundamental para su resiliencia y desarrollo. Apoyamos a numerosas organizaciones líderes que se enfocan en áreas adicionales para mejorar y empoderar a las comunidades. Nuestros socios apoyan a las comunidades que con frecuencia están desatendidas a través de áreas críticas que incluyen el desarrollo de liderazgo, la educación pública, el acceso a las artes, la educación STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas), la reducción de la falta de vivienda y la ayuda a las familias a hacer frente a la inseguridad alimentaria.

CONTRIBUCIONES CARITATIVAS (\$USD)



HORAS DE VOLUNTARIOS DE LOS EMPLEADOS



En Herbalife Nutrition, creemos en fortalecer el potencial y las oportunidades para los demás. Nuestro impulso para hacer el bien y buscar más formas de tener un impacto en los demás nutriendo comunidades saludables, oportunidades económicas y un planeta próspero continuará transformando la evolución de nuestro camino de Responsabilidad Global”.

Erin Richards-Kunkel

Erin Richards-Kunkel, Directora, Asociaciones Estratégicas y Responsabilidad Social Corporativa





Nutrición para Hambre Cero

Según las Naciones Unidas, a pesar de los importantes avances, el hambre sigue afectando a una de cada nueve personas en todo el mundo. Incluso más personas, una de cada tres, se ven afectadas por alguna forma de desnutrición, lo que significa que, si bien pueden tener suficientes alimentos para comer, es posible que no obtengan suficientes nutrientes, lo que puede provocar problemas de salud. Como compañía mundial de nutrición, erradicar el hambre y la desnutrición es un asunto personal para nosotros. Es por eso que la Compañía y la Herbalife Nutrition Foundation* han donado más de \$ 3.5 millones en ayuda financiera y obsequios en especie a través de Nutrición para Hambre Cero de 2019 a 2020. Esta iniciativa tiene como objetivo mejorar tantas comunidades como sea posible a través de una nutrición y una educación saludables mediante la financiación de

organizaciones mundiales líderes como Feed the Children y The Hunger Project, entre otras.

El programa se alinea con el Objetivo de Desarrollo Sostenible N° 2 de las Naciones Unidas, Hambre Cero, y tiene seis componentes:



Asociación con organizaciones sin fines de lucro líderes para aumentar el impacto.



Utilización de nuestra experiencia en el desarrollo y la entrega de una nutrición de calidad para respaldar la expansión de los programas de nutrición y alimentos.



Crear conciencia sobre el hambre para animar a otros a actuar.



Donar productos a comunidades necesitadas.



Desarrollar y proporcionar herramientas para capacitar a las personas para que tomen decisiones saludables.



Involucrar a nuestros empleados y distribuidores para que ofrezcan su tiempo como voluntarios y donen a programas que promueven la buena nutrición y estilos de vida activos.

Como parte de la iniciativa, Herbalife Nutrition se asocia con organizaciones sin fines de lucro líderes, incluidas organizaciones globales como el Programa Mundial de Alimentos de EE. UU., Feed the Children y The Hunger Project, así como la Fundación de la Cruz Roja China, el Consejo Nacional Hispano sobre el Envejecimiento y Chrysalis. Combinados, estos socios brindan apoyo a más de 164 millones de personas en más de 80 países en todo el mundo.

Socios de Nutrición para Hambre Cero



World Food Program USA



Celebrating Forty Years of Creating Pathways to Prosperity for Underserved Communities in Africa



* HNF ha donado aproximadamente \$ 1.4M en ayuda financiera, y Herbalife Nutrition ha donado aproximadamente \$ 2.1M en ayuda financiera y obsequios en especie, a socios sin fines de lucro como parte de Nutrición para Hambre Cero. Ver detalles sobre la información de donaciones de HNF en el Apéndice.

Mejora de la nutrición de mujeres y niños en la India

La nutrición es una parte esencial del desarrollo saludable de la primera infancia. El programa de Servicios Integrados de Desarrollo Infantil (ICDS) en India está diseñado para apoyar a las madres y los niños con alimentos y atención médica, pero enfrenta desafíos para brindar servicios de manera constante en todo el país. Bal Raksha Bharat, comúnmente conocido como Save the Children India, junto con Herbalife Nutrition, se están asociando con ICDS para mejorar los servicios relacionados con la nutrición. La organización ayudará a educar a las familias sobre la importancia de la nutrición y empoderará a las comunidades para que tomen medidas. Planeamos lanzar el programa en dos distritos del estado de Jharkhand, donde se espera que llegue a más de 400,000 personas, incluidos niños, madres y trabajadores de la salud.





Impacto de Nutrición para Hambre Cero*

“

[La comida] es una cuestión de vida o muerte, literalmente, para millones de personas que se acercan al borde de la inanición. El apoyo de Herbalife Nutrition es fundamental para ayudarnos a responder a la mayor demanda de alimentos y apoyo de emergencia”.

Barron Segar

Presidente y Director Ejecutivo del Programa Mundial de Alimentos de EE. UU.



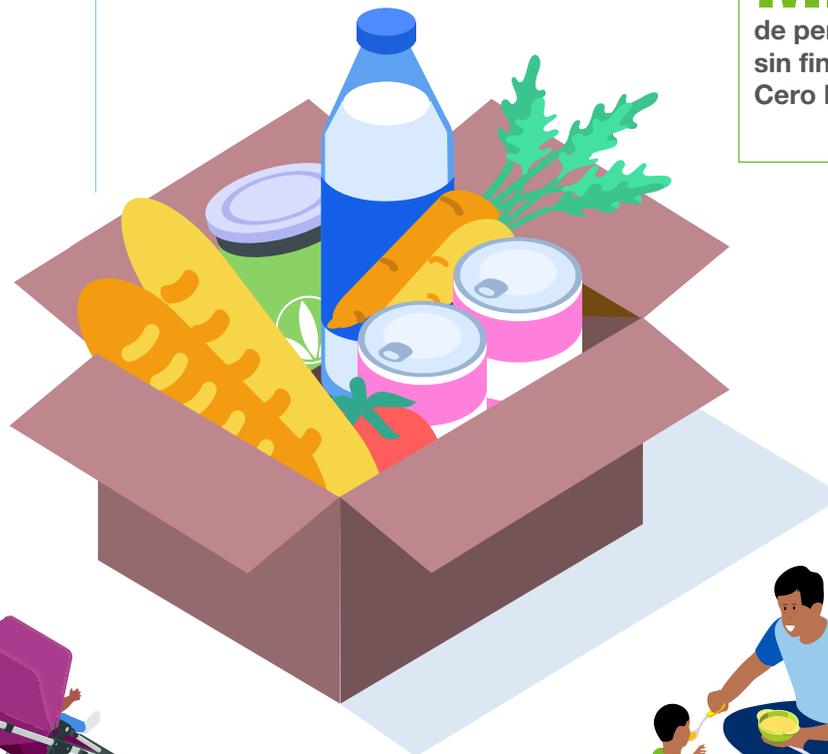
+ 1 MILLÓN

de comidas proporcionadas a niños, familias y comunidades



+ 800,000

porciones de productos Herbalife Nutrition donadas



+ 164

MILLONES

de personas alcanzadas por socios sin fines de lucro de Nutrición para Hambre Cero



48,000

mujeres apoyadas con programas de educación sobre lactancia materna y nutrición



87,000

beneficiarios alcanzados a través de programas de educación nutricional y suplementos dietéticos

*Desde que Herbalife Nutrition lanzó la iniciativa Nutrición para Hambre Cero en 2019. HNF ha donado aproximadamente \$1.4M en ayuda financiera, y Herbalife Nutrition ha donado aproximadamente \$2.1M en ayuda financiera y obsequios en especie, a socios sin fines de lucro como parte de Nutrition para Hambre Cero. Ver detalles sobre la información de donaciones de HNF en el Apéndice.



Salud y bienestar comunitario

Apoyar la salud y el bienestar es un componente esencial de nuestros programas de impacto social destinados a nutrir comunidades saludables. Herbalife Nutrition apoya a organizaciones líderes que promueven la salud y el bienestar de poblaciones vulnerables y desatendidas. Durante más de 22 años, hemos apoyado a varias organizaciones de la Cruz Roja en todo el mundo. En los últimos seis años, la Compañía donó más de 1.4 millones de Protein Deluxe Bars, valoradas en \$ 2.5 millones, a 120 centros de donación de sangre de la Cruz Roja en los EE. UU.

A través de las donaciones de nuestros productos de nutrición, estamos mejorando las opciones de nutrición para quienes participan en la donación de sangre, un pilar fundamental de un sistema de salud pública, además de aprovechar el poder de nuestra comunidad de empleados y de los distribuidores independientes de Herbalife Nutrition y sus clientes para educar sobre el impacto y el valor de la donación de sangre para apoyar la necesidad que tiene la salud pública de un suministro de sangre estable.



Apoyando a nuestra comunidad en tiempos inciertos

Durante la pandemia de COVID-19, la buena nutrición y la salud se han vuelto más críticas que nunca. Pero el cierre de escuelas y la incertidumbre económica han hecho que incluso más personas sean susceptibles a la inseguridad alimentaria y el hambre.

Para ayudar a satisfacer estas necesidades urgentes, las instalaciones de fabricación de Herbalife Nutrition permanecieron en pleno funcionamiento. Más allá de permitir que nuestros distribuidores independientes continúen sirviendo a sus clientes, esto nos permitió brindar donaciones de alimentos ricos en nutrientes a los trabajadores de atención médica de primera línea y las familias con inseguridad alimentaria en todo el mundo.

La Herbalife Nutrition Foundation apoya al Programa Mundial de Alimentos de EE. UU. (WFP EE. UU.) Con una promesa de 1 millón de dólares, que se destinó a un Fondo de Respuesta a Emergencias y un tercio de los fondos destinados a ayuda relacionada con la pandemia. El fondo se utilizó para apoyar los programas y la logística del PMA donde la necesidad ha aumentado debido a la pandemia.

A nivel mundial, los distribuidores y empleados independientes han contribuido a la Herbalife Nutrition Foundation para ayudar a financiar subvenciones directas de ayuda en caso de desastres y emergencias en más de 20 países. Reconociendo las necesidades inmediatas provocadas por la pandemia, la Fundación empoderó a sus 168 socios globales de Casa Herbalife Nutrition basados en la comunidad para usar parte de sus subvenciones anuales de 2020 para combatir la pandemia mediante la compra de equipo de protección personal y proporcionando educación sobre la pandemia.

Voluntariado

Alentamos a todos los empleados a que ofrezcan voluntariamente su tiempo y habilidades para las causas y comunidades que son importantes para ellos. En regiones selectas, ofrecemos tiempo libre remunerado para que los empleados se ofrezcan como voluntarios, y la estructura de los programas varía según la región. También aprovechamos el poder colectivo de nuestra diversa comunidad global de empleados y millones de distribuidores en todo el mundo para nuestro “Mes de Propósito Mundial” anual, en el que creamos oportunidades para que las personas se ofrezcan como voluntarios en comunidades desatendidas de todo el mundo.





Herbalife Nutrition Foundation

Creada en 1994 por el Fundador de Herbalife Mark Hughes (1956-2000), la Herbalife Nutrition Foundation (HNF) es una organización benéfica pública dedicada a brindar una buena nutrición a los niños, apoyar a las comunidades socialmente vulnerables y brindar ayuda a organizaciones enfocadas en promover el acceso, la educación y el empoderamiento de la buena nutrición, bienestar general y socorro en casos de desastre.

Casa Herbalife Nutrition

Hace más de 25 años, HNF comenzó como un programa único en Brasil. Hoy en día, proporciona millones de dólares en fondos cada año a más de 165 orfanatos, hospitales, escuelas y organizaciones en casi 60 países a través de su programa estrella Casa Herbalife Nutrition. HNF cree que una buena nutrición es más que solo tener suficiente comida para comer, por eso su programa Casa Herbalife Nutrition brinda a los niños la nutrición, el cuidado y la educación que necesitan para prosperar.



Una buena nutrición es algo más que tener acceso a los alimentos. Implica educación, aprender habilidades básicas de cocina, qué alimentos son saludables y cómo combinarlos para una comida equilibrada, además de un entorno seguro y de apoyo. Ese ha sido nuestro enfoque en la Herbalife Nutrition Foundation durante más de 25 años”.

Jenny Perez

Director Ejecutivo de la Herbalife Nutrition Foundation



Casa Herbalife Nutrition 2020 en cifras

\$ 4.15 MILLONES



en total de subvenciones



+ 57

países



+ 220,000

beneficiarios



168

total de localidades de Casa Herbalife Nutrition



Apoyando a las comunidades vulnerables *

Herbalife Nutrition y la Herbalife Nutrition Foundation se enorgullecen de apoyar a las organizaciones que potencian las oportunidades para las comunidades minoritarias, vulnerables y desatendidas. En 2020, la Compañía y HNF apoyaron a más de una docena de estas organizaciones, reflejando las necesidades de diversas comunidades globales, regionales y locales.

Estos socios incluyen UnidosUS, los capítulos nacionales y regionales de la Liga de Ciudadanos Latinoamericanos Unidos (LULAC), la Liga Urbana de Los Ángeles, Chrysalis y la Fundación Sambhav, entre otros. Además de las donaciones financieras, apoyamos varios programas que incluyen recursos de nutrición y salud, tutoría, derechos humanos, equidad de género y promoción, así como también proporcionamos donaciones en especie de productos ricos en nutrientes.

Herbalife Nutrition es miembro de la Comisión Nacional de Mujeres de LULAC para impulsar aún más las discusiones y acciones para promover el empoderamiento de las mujeres y las cuestiones de equidad de género. También demostramos nuestro compromiso de promover la diversidad y la inclusión hispana en el lugar de trabajo como miembro de la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa desde 2014. A través de estas asociaciones, apoyamos las diversas necesidades de estas comunidades, con el objetivo final de mejorar el acceso a los recursos y aumentar el empoderamiento económico.

Según el National Hispanic Council on Aging (NHCOA), para el año 2060 se espera que la población hispana de adultos mayores crezca a 21.5 millones. La inseguridad



económica y alimentaria son problemas frecuentes entre los adultos mayores hispanos, lo que los coloca en mayor riesgo de contraer una serie de enfermedades crónicas, como la obesidad y la diabetes. Sin embargo, más del 32% de esta población carece de seguro médico. Es por eso que en 2020 ampliamos nuestra asociación con NHCOA, que trabaja para mejorar las vidas de los adultos mayores hispanos, sus familias y cuidadores. A través de nuestra asociación de varios años, ayudaremos a empoderar a la población hispana que envejece con acceso a una nutrición saludable, así como a programas de educación nutricional y de acondicionamiento físico.



Estamos orgullosos de asociarnos con Herbalife Nutrition para mejorar la vida de los latinos en los EE. UU. en las áreas de salud y nutrición, y para fortalecer la defensa del empoderamiento económico para que nuestras comunidades prosperen”.

Sindy Benavides

Director Ejecutivo, Liga de Ciudadanos Latinoamericanos Unidos

* El apoyo a las comunidades incluye contribuciones caritativas de Herbalife Nutritión y donaciones de la Herbalife Nutrition Foundation. En 2020, HNF donó un total de \$ 20,000 a dos organizaciones que apoyan a comunidades vulnerables y minoritarias.



Reciprocamos en todo el mundo

Herbalife Nutrition y la Herbalife Nutrition Foundation apoyan a las comunidades no solo a través de donaciones de alimentos nutritivos, sino también a través de la educación y los recursos que ayudan a mantener un estilo de vida saludable. Como compañía global, este alcance toma diferentes formas en los distintos países a los que servimos.

CHINA

Herbalife Nutrition se asoció con la Fundación de Educación de la Universidad Deportiva de Beijing para promover los deportes de invierno en China. Nuestra donación ayudará a establecer un Centro de Investigación de Nutrición para Deportes de Invierno, desarrollar un plan de estudios de entrenamiento en video de hockey sobre hielo (en colaboración con entrenadores profesionales) y donar equipo deportivo de hockey sobre hielo y pistas de hielo portátiles sintéticas para 15 escuelas, que beneficiarán a 18,000 estudiantes cada año.



MONGOLIA*

Los expertos médicos de Herbalife Nutrition participan en un programa de médico a médico para la comunidad médica de Mongolia. Dos veces al año, brindan programación educativa a un grupo de profesionales de la salud locales, llegando a 500 personas cada año.



INDIA

Como parte de la iniciativa global Nutrición para Hambre Cero, nuestra asociación con Save the Children en India es parte de la lucha contra el hambre, centrada en mejorar la nutrición de aproximadamente 500.000 mujeres y niños en el estado de Jharkhand.



AMÉRICA DEL SUR Y CENTROAMÉRICA

Para honrar el Día Mundial de la Alimentación, organizamos actividades de voluntariado y campañas de recolección de alimentos para recolectar y donar alimentos a los necesitados. En 2020, recolectamos y donamos 216 cajas de alimentos a 15 organizaciones sin fines de lucro y ONG locales.

MÉXICO

Los empleados participan en una "Campaña Pide un Deseo" anual para ofrecerse como voluntarios y donar obsequios a los beneficiarios de los socios locales de Casa Herbalife Nutrition. Desde 2015, más de 500 niños han recibido regalos durante las fiestas.

ASIA DEL PACÍFICO

En toda la región de Asia y el Pacífico (APAC), el Tour de Bienestar de APAC es una serie de seminarios educativos sobre salud pública diseñados para distribuidores independientes, pero también disponibles para profesionales de la industria y expertos en la atención médica. Hemos realizado 13 Tours de Bienestar, alcanzando a más de 4000 partes interesadas clave desde que comenzó el programa en 2014.

AUSTRALIA

El HNF Bike Ride, iniciado por nuestros distribuidores independientes en 2014, es un viaje en bicicleta de 840 kilómetros desde Torquay a Adelaide, en Australia. El evento recauda fondos para HNF, lo que ayuda a apoyar el programa anual de subvenciones a seis socios de Casa Herbalife Nutrition en Australia y Nueva Zelanda.

* COVID-19 interrumpió el programa en 2020.



La cultura de nuestra Compañía respalda la convicción de que estar saludable y suscribirse a un estilo de vida activo es una parte importante de ser un jugador de equipo; y eso incluye a nuestros empleados”.

Samantha Clayton

Vicepresidenta Mundial de Rendimiento Deportivo y Educación Física

Nutrir a las personas y al planeta **Invertir en la aptitud física de los empleados**

Como ex atleta olímpica, sé cómo el ejercicio puede elevar a las personas, mejorar su calidad de vida y aumentar la confianza general. La salud y el bienestar están en el corazón de la cultura de Herbalife Nutrition y, para mí, ayudar a los empleados a alcanzar sus objetivos personales de acondicionamiento físico es un regalo.

En 2010, cuando lanzamos Herbalife24, nuestra línea de nutrición deportiva, creamos nuestra primera serie de DVD de acondicionamiento físico de Herbalife Nutrition. Nos dimos cuenta de que existía una necesidad real de contenido de acondicionamiento físico no solo para que nuestros distribuidores lo usaran en sus negocios, sino también para que los empleados tuvieran planes de ejercicios fáciles de seguir desarrollados por expertos. Desde entonces, nos hemos embarcado en un camino para crear contenido educativo sobre acondicionamiento físico en diferentes formatos para que los empleados siempre tengan acceso a información de alta calidad.

También contamos con instalaciones y programas que permiten a los empleados incorporar la actividad física en su horario diario, como gimnasios completos disponibles en varias instalaciones a nivel mundial. Al proporcionar acceso gratuito, eliminamos los obstáculos logísticos que pueden obstaculizar la actividad física. En los EE. UU., tenemos un programa de bienestar y acondicionamiento físico para empleados para ayudar a los empleados en su recorrido de bienestar personal. Los empleados pueden obtener evaluaciones de uno en uno y participar en clases y desafíos para alcanzar sus objetivos de acondicionamiento físico. El plan a largo plazo es expandir este programa para llegar a los empleados de todo el mundo.

La experiencia de mi equipo nos ha ayudado a llegar a donde estamos hoy, con una sólida biblioteca de contenido de aptitud física que ha mejorado nuestra capacidad para conectarnos con todos los públicos. La cultura de nuestra Compañía respalda la convicción de que estar saludable y suscribirse a un estilo de vida activo es una parte importante de ser un jugador de equipo; y eso incluye a nuestros empleados. Si cada persona se esfuerza por dar lo mejor de sí misma, el entorno se convierte en uno en el que se anima a todos a tener éxito y prosperar juntos.



Nuestro equipo global de empleados

Nuestro impacto en los distribuidores, sus clientes y comunidades comienza dentro de las filas de nuestros más de 10,000 empleados en más de 60 países alrededor del mundo. Brindamos a nuestra fuerza laboral un lugar donde pueden crecer y prosperar, lo que les permite respaldar a nuestros distribuidores y sus clientes en todo el mundo. Si bien nuestros empleados son diversos en muchos sentidos, están unidos por la pasión y la energía de ayudar a los demás. Estamos orgullosos de nuestra cultura altamente colaborativa y solidaria.

Hoy, nuestra estrategia de Recursos Humanos se guía por seis pilares:

- Atracción y desarrollo de talentos
- Experiencia de los empleados
- Bienestar de los empleados
- Diversidad, equidad e inclusión
- Desarrollo organizacional
- Efectividad de Recursos Humanos

Atracción y compromiso de los empleados

La atracción y retención de talentos es una fortaleza clave para Herbalife Nutrition. Cuando las personas vienen a Herbalife Nutrition, tienden a quedarse; un gran número de empleados ha estado en la Compañía durante más de 25 años. La movilidad interna es un componente clave de nuestra estrategia de gestión del talento, y nuestros reclutadores ven a los empleados como partes interesadas fundamentales. Los empleados pueden



compartir sus habilidades e información de antecedentes con los gerentes y Recursos Humanos en cualquier momento a través de una herramienta interna en línea. Cuando se producen vacantes de trabajo internas, se considera a todos los empleados calificados y elegibles que se postulan.

Externamente, continuamos fortaleciendo nuestro enfoque con un mayor alcance a través de ferias de empleo, reclutamiento universitario y un programa de pasantías. Para ayudar a garantizar un proceso de contratación inclusivo, en los EE. UU. utilizamos una herramienta que ayuda a garantizar que las descripciones de los puestos no excluyan involuntariamente a los posibles solicitantes.

Rotación de empleados	Voluntaria	Total
2020	8.20%	12.91%
2019	10.51%	14.15%
2018	11.80%	15.46%
2017	10.96%	15.52%



Una de las formas más efectivas de apoyar e involucrar a nuestros empleados es escuchar. En 2020, mejoramos el proceso mediante el cual administramos las encuestas de participación. Nuestra encuesta global inicial logró una participación del 91% de los empleados y reveló niveles de compromiso que coinciden con los de las principales compañías de todo el mundo. El gran volumen de datos recopilados a través de esta encuesta nos permitió filtrar las respuestas y obtener conocimientos más profundos a nivel de equipo y regional. Revisamos los datos para comprender cómo las percepciones, las necesidades y los niveles de satisfacción de los empleados varían en los diversos grupos. Nuestro primer ejecutivo, John Agwunobi, ha pedido a nuestro equipo de liderazgo global que explore las áreas de oportunidad identificadas por la encuesta y cree planes de acción para abordar cualquier brecha. Esto se convertirá en un proceso continuo: en última instancia, planeamos realizar encuestas trimestrales sobre una variedad de temas relevantes para nuestro negocio.

Las reuniones públicas son otra forma de involucrar a los empleados. Estas reuniones han sido un canal de comunicación particularmente importante durante la pandemia de COVID-19. En 2020, celebramos más de 24 reuniones públicas virtuales que fueron fundamentales para ayudar a los empleados a mantenerse conectados entre sí y con nuestro equipo de liderazgo.

Herbalife Nutrition también escucha las ideas de los empleados sobre cómo podemos ser una compañía más eficiente e innovadora. En 2018, nuestro equipo de Innovación Global lanzó un programa de crowdsourcing interno, llamado The Greenhouse, a través del cual los empleados pueden compartir ideas para ayudarnos a ser más sostenibles, ofrecer mejores productos y servicios a nuestros distribuidores y sus clientes, y ahorrar tiempo

Ideas que marcan la diferencia

Las ideas de innovación generadas por los empleados se están traduciendo en resultados medibles para nuestro negocio.

Resultados del programa de innovación	2017 - 2020
Número de ideas generadas	5,521
Número de ideas implementadas	141
Ingresos estimados generados	\$ 1.53 MILLONES
Ahorros de costos calculados	\$ 6.45 MILLONES
Ganancia de eficiencia estimada (horas de trabajo)	7,198
Mejoras calculadas del sistema (horas ahorradas)	20,429

Impacto de las ideas generadas por los empleados

PRODUCTIVIDAD

+ 5,270

horas de trabajo calculadas ahorradas gracias a las ideas del Laboratorio de optimización



FILANTROPIA



+ 650

donaciones de sangre de empleados

MEDIO AMBIENTE

404



toneladas de papel ahorradas

CONCIENCIA DE LA MARCA



39 MILLONES de impresiones de redes sociales

y dinero. Hasta la fecha, se han generado más de 5,500 ideas, 141 de las cuales se han implementado, incluida una aplicación para ayudar a los distribuidores a conectarse mejor con los clientes e iniciativas para eliminar residuos, como vasos de papel, en oficinas seleccionadas.

Generamos interés en The Greenhouse a través de eventos como competencias de lanzamiento al estilo de “Shark Tank”, una Entrega de Premios a la Innovación Global y un Programa de Entrenamiento en Habilidades de Innovación, donde los empleados pueden aprender a desarrollar ideas de alta calidad. Un Consejo de Innovación Global revisa y ayuda a implementar ideas prometedoras, y el Consejo Verde revisa iniciativas y comparte actualizaciones sobre proyectos activos específicos para la sostenibilidad ambiental.



Compensación y beneficios

La Junta Directiva de Herbalife Nutrition y su Comité de Compensación establecen la filosofía general de compensación de la Compañía y supervisan y aprueban el desarrollo, adopción e implementación de políticas y programas de compensación. Nuestras políticas de compensación se establecen a nivel mundial y se adaptan para cumplir con los requisitos locales del país según sea necesario.

Los programas de beneficios de Herbalife Nutrition están diseñados para mejorar el bienestar de los empleados y ayudarlos en caso de enfermedad, lesión o discapacidad. Con este fin, ofrecemos beneficios que varían en todo el mundo, pero pueden incluir seguro médico, programas de ahorro para la jubilación e incentivos de bienestar diseñados para promover un estilo de vida saludable y activo. Por lo general, estos beneficios están disponibles para los empleados a tiempo completo y parcial.

Gestión del desempeño y desarrollo profesional

La inversión en el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros empleados es tan importante como la inversión en el desarrollo de productos. Todos los empleados nuevos completan un plan de estudios de incorporación y se llevan a cabo revisiones anuales de desempeño para discutir con los empleados sus fortalezas, áreas de mejora y progreso hacia los objetivos o metas laborales. En Herbalife Nutrition, nos esforzamos por crear una cultura de aprendizaje, una en la que el desarrollo es un enfoque continuo para todos los empleados y gerentes. En 2020, lanzamos una nueva herramienta de orientación para la gestión del desempeño en línea, Continuous Connections. Los empleados y gerentes pueden iniciar sesión en el portal Continuous Connections en cualquier momento para informarse mutuamente sobre el progreso del trabajo. Estas conexiones oportunas y frecuentes (o “continuas”) respaldan la orientación y el desarrollo continuos y ayudan a los empleados a lograr sus objetivos a corto y largo plazo.



Nuestro sistema de gestión del aprendizaje interno, la Universidad de Herbalife Nutrition (HNU), ofrece desarrollo profesional, entrenamiento técnico y entrenamiento en cumplimiento a todos los empleados a nivel mundial. La HNU también incluye el acceso a LinkedIn Learning, que ofrece una amplia gama de temas en un formato en línea. Los empleados pueden explorar individualmente los cursos de entrenamiento que les interesen, o los gerentes pueden seleccionar contenido para guiar el aprendizaje de su equipo. LinkedIn Learning se lanzó en 2020 y ya lo utiliza el 51% de los empleados de Herbalife Nutrition.

Muchos líderes completan entrenamiento adicional sobre prácticas de gestión general y tienen acceso a recursos de desarrollo del liderazgo. En 2018, lanzamos un nuevo programa de entrenamiento en Liderazgo de servicio que está dirigido a líderes, pero disponible para todos los empleados. El principio del liderazgo de servicio es que los líderes tienen éxito al capacitar a sus equipos para

que tengan éxito, y es una parte crucial de la cultura de Herbalife Nutrition. Una forma de ser un líder servidor es guiar a otros. En 2020, presentamos un nuevo programa de mentores para ayudar a guiar a los empleados junior en su trayectoria profesional. A través de este programa, los empleados participantes reciben una oportunidad de desarrollo profesional uno a uno, en la que reciben orientación, retroalimentación y estímulo dedicados. El programa también ayuda a construir un flujo de talento interno diverso.

Otra forma en que apoyamos el desarrollo profesional continuo de los empleados es compensando una parte del costo de la educación superior. Las ofertas de programas y la elegibilidad varían según la región, pero pueden incluir el reembolso parcial de los gastos de matrícula incurridos para títulos de pregrado y posgrado, programas de certificación o cursos basados en habilidades.



Diversidad, equidad e inclusión

Herbalife Nutrition reconoce a la diversidad como un punto fuerte. Con un negocio global que abarca 95 países y territorios de todo el mundo, celebramos el multiculturalismo y promovemos la justicia y la igualdad para personas de todos los orígenes y creencias. Nuestra estrategia de diversidad, equidad e inclusión abarca una visión central de que la diversidad, la equidad y la inclusión son imperativas para garantizar el éxito empresarial, lo que nos permite servir mejor a nuestros distribuidores, partes interesadas y comunidades a través de nuestros empleados. Esto requiere la creación de un entorno de trabajo en el que puedan prosperar personas de todos los géneros, etnias, habilidades, culturas, razas, religiones y orientaciones sexuales. Como parte de la nueva estrategia, nos enfocamos en:

- **La creación de oportunidades** para talentos diversos en todos los niveles, trabajando para comprender las barreras dominantes para el éxito y ejecutando una estrategia de reclutamiento dirigida a candidatos que aportan una diversidad de antecedentes, perspectivas y experiencias.

- **Fomentar la pertenencia** asegurando que la diversidad esté representada en todas las comunicaciones, promoviendo la alianza con los empleados que perciben un trato desigual y conectando a los líderes con los empleados en oportunidades de avance en el camino.
- **Incorporar la equidad** asegurando que todas nuestras políticas apoyen a DEI, brindando entrenamiento sobre prejuicios inconscientes y educando a los gerentes de contratación sobre nuestros objetivos de diversidad.

Hemos establecido metas y objetivos de diversidad para las mujeres en puestos de liderazgo a nivel mundial y las minorías raciales/étnicas en puestos de liderazgo en los EE. UU. para 2025.

Nuestro primer ejecutivo también se ha adherido al [CEO Action for Diversity & Inclusion](#), la mayor iniciativa liderada por primeros ejecutivos de su tipo en los EE. UU. que requiere que tomemos medidas tangibles para elevar nuestros esfuerzos para la diversidad y la inclusión.

Consejo Global DEI



En Herbalife Nutrition, ser un empleador impulsado por los seres humanos significa ser intencional, significativo y afectuoso al inspirar a nuestra gente. Nos esforzamos por empoderarlos para que desarrollen todo su potencial profesional y personal mediante la creación de una cultura que aumente su capacidad para aprender, crecer e innovar”.

Everton Harris

Director de la Oficina de Recursos Humanos



Entre las iniciativas ya implementadas o en desarrollo como parte de nuestra estrategia se encuentran:

- Un sistema global de seguimiento de candidatos para profundizar nuestro compromiso con los procesos de contratación justos.
- Entrenamiento de liderazgo inclusivo para ejecutivos completado en 2020 y entrenamiento sobre sesgos inconscientes disponible para todos los empleados en 2021.
- Una página de intranet DEI para todos los empleados.
- Una revisión de las redes de empleados existentes (Millennial Network, Women's Leadership Network y Women in Technology) y el lanzamiento de nuevas redes de empleados para empleados negros, padres que trabajan, veteranos, LGBTQ + y empleados multiculturales en 2021.
- Una Semana de la Diversidad planificada que se llevará a cabo en 2021 junto con la observancia del Día Internacional de la Mujer y otras celebraciones de la diversidad.

Métricas de diversidad	2020	2019	2018	2017
Porcentaje de mujeres en la fuerza laboral (global)	51%	51%	50%	50%
Porcentaje de mujeres en la gestión ejecutiva (global)	30%	34%	30%	28%
Porcentaje de mujeres en puestos de gestión (global)	45%	45%	46%	46%
Porcentaje de minorías raciales o étnicas en la fuerza laboral (EE. UU.)	72%	72%	71%	71%
Porcentaje de minorías raciales o étnicas en la gestión (EE. UU.)	57%	56%	55%	53%

Seguridad, Salud y Bienestar

Como compañía de nutrición, creemos que la seguridad, la salud y el bienestar de nuestros empleados es de suma importancia. Nos esforzamos por promover estos principios proporcionando un entorno de trabajo seguro y saludable y fomentando estilos de vida activos y saludables. Nuestros esfuerzos para brindar un lugar de trabajo seguro están guiados por diversas políticas y programas formales, que están diseñados para proteger a los empleados, contratistas y visitantes de accidentes, enfermedades y lesiones. Nuestro Código de prácticas laborales seguras describe las funciones y responsabilidades de cada empleado, contratista y visitante. El Plan de Prevención de Lesiones y Enfermedades de Herbalife Nutrition proporciona un alcance claro de responsabilidades, procedimientos y requisitos de entrenamiento, así como protocolos a seguir en el caso de lesiones o enfermedades en el trabajo. También seguimos políticas y programas relacionados con los riesgos materiales para la salud y la seguridad, la prevención de la violencia en el lugar de trabajo y la respuesta y gestión de incidentes.

En los EE. UU., las instalaciones de fabricación de Herbalife Nutrition en Winston-Salem y Lake Forest cuentan con la certificación ISO 45001, la primera y única norma internacional para la gestión de la seguridad y la salud ocupacional. Los empleados que no pertenecen a la industria no de fabricación tienden a realizar principalmente trabajos no físicos; sin embargo, nos enfocamos en ayudarlos a mantener la disciplina ergonómica. Esto incluye compartir orientación y ofrecer entrenamiento sobre buena postura, configuraciones ergonómicas del espacio de trabajo y ejercicios creativos que se pueden incorporar a la jornada laboral de un empleado mientras se encuentra en su estación de trabajo o cerca de ella.

La seguridad, la salud y el bienestar de los empleados han seguido siendo las máximas prioridades durante la pandemia de COVID-19. Introdujimos protocolos para mantener seguros a todos los trabajadores, ya sea que trabajen de





forma remota o deban estar físicamente presentes en nuestras instalaciones de fabricación y distribución.

Entre los protocolos introducidos se encuentran:

- El desarrollo y la implementación del entrenamiento y concientización de los empleados reforzando todas las medidas de seguridad COVID-19 implementadas en nuestras instalaciones.
- Se exigieron exámenes de salud/toma de la temperatura requeridos de todos los empleados, proveedores, visitantes, contratistas y otras personas que ingresan a nuestras instalaciones.
- Se instalaron letreros informativos, carteles y orientación en el sitio en los EE. UU. como un recordatorio para seguir todos los CDC y otras pautas y protocolos de seguridad locales aplicables, incluido el uso de una cubierta facial.
- Se exigieron y proporcionaron, si son necesarias cubiertas/mascarillas faciales mientras se encuentren en las instalaciones de Herbalife Nutrition.
- La implementación de medidas de distanciamiento físico/social según sea necesario, como horarios de trabajo escalonados/alternos, reuniones virtuales siempre que sea posible y mobiliario distanciado para limitar la capacidad.
- Controles de ingeniería maximizados en la medida de lo posible al garantizar que los sistemas HVAC estén en buenas condiciones de funcionamiento y aumentar la eficiencia de filtración al más alto nivel compatible con los sistemas de ventilación existentes.
- Medidas mejoradas de limpieza y desinfección, incluida la frecuencia de limpieza y desinfección en áreas de alto tráfico.

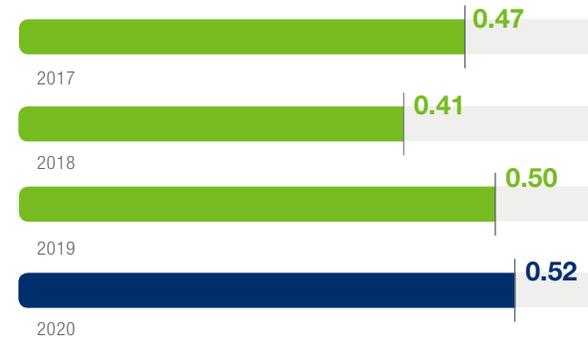
Continuamos monitoreando y alineándonos con todas las pautas de salud pública federales, estatales y locales y ajustamos los protocolos según sea necesario.

Si bien varias de nuestras oficinas han ofrecido gimnasios internos durante mucho tiempo, al comienzo de la

pandemia de COVID-19 hicimos la transición para ofrecer clases grupales y desafíos de acondicionamiento físico virtuales. En la primavera de 2020, nuestro Director de Salud y Nutrición dirigió un programa de bienestar mental de un mes de duración con oradores invitados que discutieron sobre la atención plena y las estrategias para lidiar con la ansiedad y desarrollar la resiliencia. Además, en 2021 ampliamos el Programa de asistencia para empleados a todos los empleados a nivel mundial.

Nuestro programa estrella de bienestar en los EE. UU., “Bienestar para toda la vida”, ofrece un conjunto de actividades para lograr el bienestar general a los empleados a través de un mejor estado físico, nutrición, bienestar mental y emocional, y conocimientos financieros. La variedad de actividades presentadas garantiza que todos los empleados puedan participar, sin importar dónde se encuentren en su camino al bienestar. A través de nuestros programas de bienestar, nos esforzamos por inspirar cambios de estilo de vida incrementales durante todo el año con la esperanza de crear patrones saludables que duren toda la vida. Si bien tenemos muchos programas regionales de bienestar existentes, el programa Bienestar para toda la vida recientemente mejorado proporcionará inspiración para las mejoras del programa de bienestar a nivel mundial.

TASA DE INCIDENTES DE TIEMPO PERDIDO¹

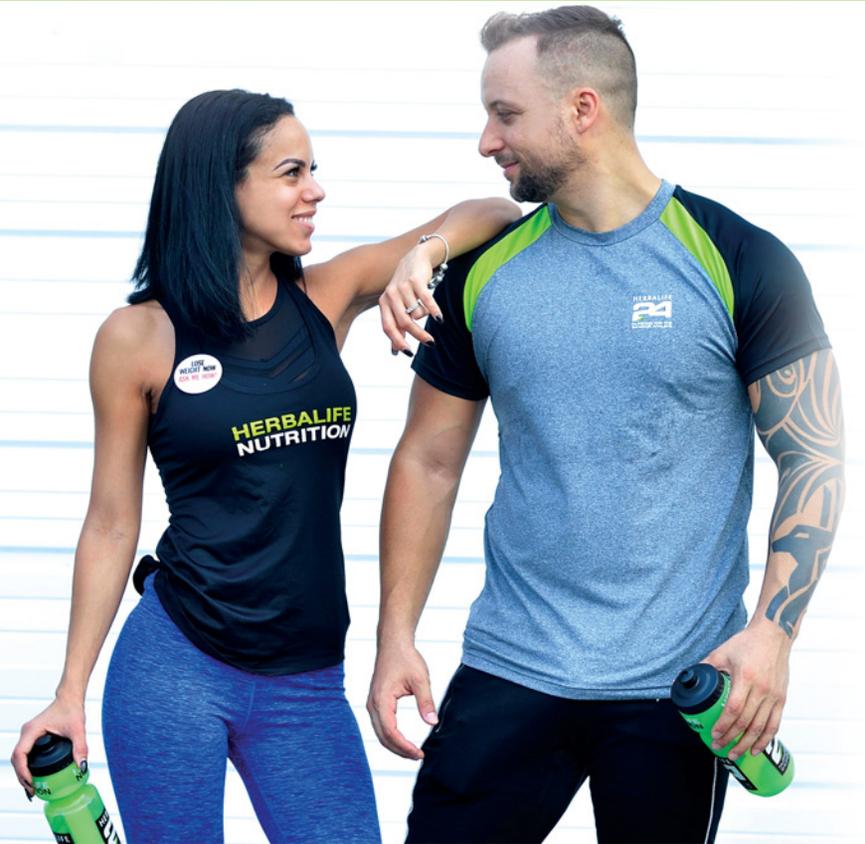


TASA TOTAL DE INCIDENTES REGISTRABLES¹



¹ Los datos cubren cinco instalaciones de Innovación y Fabricación de Herbalife Nutrition (HIM) y otras instalaciones y oficinas con sede en EE. UU. con una ocupación de más de 40,000 pies cuadrados.





Es realmente gratificante conocer a tantas personas y ayudarlas a mejorar sus vidas a través de una buena nutrición”.

Elian Hernandez y Octavio Rodriguez

Distribuidores Independientes de Herbalife Nutrition

Nutrir a las personas y al planeta

Un negocio que nos permite poner a la familia en primer lugar

A lo largo de nuestra relación, hemos estado tomando decisiones juntos. Una de las decisiones más importantes de la vida fue cuando mi esposo y yo decidimos que estábamos listos para tener hijos. Queríamos ser una familia que pasara tiempo de calidad juntos, y sabíamos que no sería fácil sin horarios de trabajo flexibles.

Así que decidimos echar un vistazo más de cerca a lo que nos apasionaba, y eso era la nutrición, el estado físico y ser una influencia positiva en los demás. Teníamos amigos que eran distribuidores independientes de Herbalife Nutrition y vimos que tenían la flexibilidad de trabajar donde quisieran y pasar tiempo de calidad con sus hijos. Eso nos inspiró a salir de nuestro terreno familiar.

Las redes sociales son la principal forma en que nos conectamos con nuestros clientes. Usar plataformas como Instagram abre una ventana a nuestra vida y las personas se sienten más cómodas poniéndose en contacto porque sienten que nos conocen. Compartimos nuestras comidas, nuestros logros y los resultados que hemos brindado a nuestros clientes. También usamos chats grupales para la motivación y la educación; si los clientes o distribuidores tienen preguntas, podemos responder rápidamente y eso ayuda a mantener a la gente comprometida. Les informamos que estamos aquí para ellos.

Ahora que tenemos una hermosa hija, valoramos más que nunca la flexibilidad que nos brinda la oportunidad de negocio de Herbalife Nutrition. Con la capacidad de fijar nuestro propio horario, podemos trabajar duro en el negocio mientras pasamos tiempo de calidad juntos. Estamos orgullosos del negocio que hemos construido. Todos los días cumplimos con nuestro propósito de hacer que nuestra comunidad sea más saludable y feliz, y eso es algo de lo que podemos estar orgullosos.



Nuestro modelo de distribución

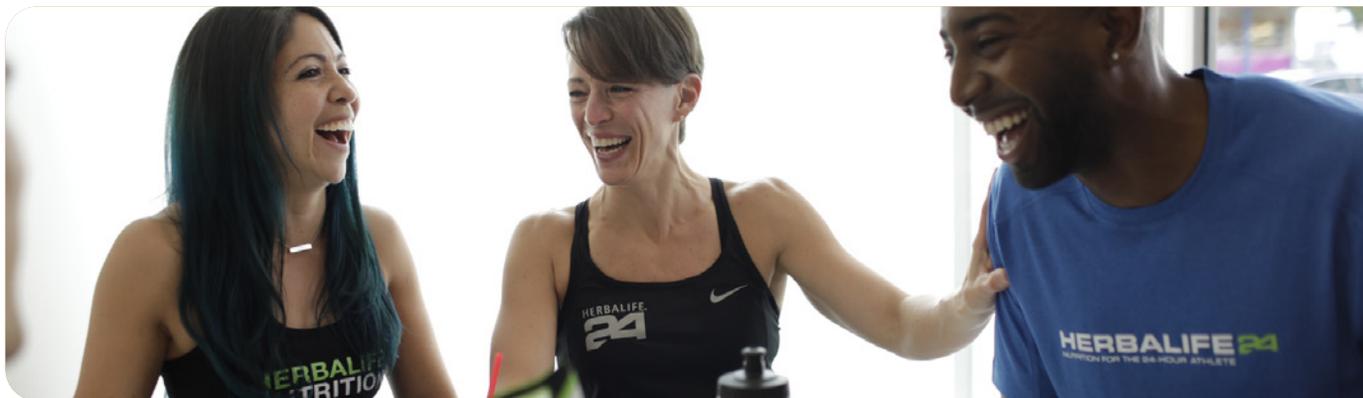
Un modelo de venta directa es un atributo definitorio de nuestro negocio y un factor clave de nuestro éxito. La salud y la nutrición son asuntos muy personales, y el servicio personalizado, inherente a las ventas directas, es ideal para dar vida al valor de nuestro negocio: un entrenador personal que comprende los objetivos y circunstancias únicos de los clientes puede guiarlos a través de un plan de bienestar integral, que implica tanto una buena nutrición como cambios en el estilo de vida.

Los objetivos de salud y estado físico de cada persona son únicos, por lo que muchas personas se benefician del enfoque personalizado que brindan los distribuidores independientes. Nuestros distribuidores pueden actuar como entrenadores, brindando apoyo, motivación y responsabilidad que van más allá de los productos que venden.

Los distribuidores también consumen nuestros productos y brindan poderosos testimonios de primera mano sobre la eficacia de los productos Herbalife Nutrition.

Oportunidad económica

Las personas se convierten en distribuidores independientes de Herbalife Nutrition por varias razones. Muchos distribuidores comienzan su trayectoria en el negocio como clientes. La eficacia de los productos, junto con el ejercicio regular y una dieta equilibrada, y los resultados que logran, los motivan a aprovechar la oportunidad económica. La mayoría de las personas comienzan su negocio de Nutrición Herbalife trabajando a tiempo parcial y vendiendo a personas que conocen o a personas con quienes se encuentran como una forma de ganar un poco de dinero extra. Algunos pueden crear con éxito sus propias organizaciones de ventas.



Apoyo personal del distribuidor

Los distribuidores independientes de Herbalife Nutrition convierten sus pasiones en negocios de diversas formas. Los distribuidores trabajan a tiempo completo o parcial. Algunos venden desde su casa y otros atienden a sus clientes en Clubes de Nutrición. La flexibilidad del modelo de venta directa permite a las personas determinar qué funciona mejor para ellos cuando construyen su propio negocio.

Los distribuidores disfrutan del apoyo interno que viene con la operación de un negocio con Herbalife Nutrition. Por ejemplo, podemos procesar automáticamente los pagos en línea de los pedidos de los clientes y enviar las compras directamente a los clientes de los distribuidores. También proporcionamos aplicaciones para ayudarlos a realizar un seguimiento preciso de su negocio, administrar sus ventas y, en algunos mercados, mantenerse en contacto con los clientes. Al utilizar nuestros sitios de comercio electrónico personalizables, en algunos mercados, los distribuidores pueden diseñar programas de recompensas, crear combinaciones de productos personalizadas según las preferencias de sus clientes, generar comidas y planes de entrenamiento personalizados proporcionados por nuestro equipo de expertos y realizar un seguimiento del progreso de sus clientes.

Los distribuidores también tienen acceso a una variedad de herramientas de entrenamiento y apoyo para ayudarlos a administrar varios aspectos de su negocio y mejorar sus conocimientos del producto a través de tecnología en línea y basada en nuevas aplicaciones. Involucramos activamente a nuestros distribuidores en el desarrollo y la mejora de estas herramientas para asegurarnos de que satisfagan sus necesidades.

Ofrecemos entrenamiento y apoyo continuos a los distribuidores independientes a medida que desarrollan sus habilidades empresariales y establecen negocios. Estamos ampliando constantemente los métodos que utilizamos para involucrar y capacitar a nuestros distribuidores, desde seminarios web en línea hasta conferencias y seminarios en persona, para que puedan desarrollar mejor sus habilidades y traducir su experiencia en oportunidades, tanto para los clientes que atienden como para ellos mismos.

Nuestra biblioteca en línea de cursos interactivos cubre temas como:

- Cómo elaborar un plan de negocios.
- Educación sobre nutrición y acondicionamiento físico a través de contenido elaborado por nuestros expertos internos.
- Cómo aprovechar las redes sociales para atraer e involucrar a los clientes.
- Cómo abrir y operar un club de nutrición.



El Instituto de Herbalife Nutrition es un recurso informativo disponible para distribuidores dedicados a promover la excelencia en el campo de la nutrición. El sitio web del Instituto es un importante vehículo de comunicación para promover nuestro liderazgo en el campo y un recurso educativo sobre la buena nutrición y la salud básica para el público en general, las agencias gubernamentales, la comunidad científica y nuestros distribuidores. Su misión es incentivar y apoyar la investigación y educación sobre la relación entre la buena salud, una nutrición balanceada y un estilo de vida activo y saludable, lo que a su vez permite que los distribuidores hagan recomendaciones a la medida de las necesidades de cada cliente.

En 2020, continuamos mejorando los recursos educativos disponibles para los distribuidores en movimiento. Por ejemplo, la aplicación HN Grow incluye cursos que los distribuidores pueden personalizar según sus intereses y descargar para acceder sin conexión. Hay más de 40 cursos interactivos disponibles en categorías que incluyen productos, nutrición y estilo de vida, negocios, desarrollo personal, orientación y ética/cumplimiento. Los distribuidores independientes pueden obtener insignias y certificados de finalización para reconocer sus logros de aprendizaje. Una vez que completan el entrenamiento básico de la aplicación, los distribuidores pueden acceder a asignaturas optativas que brindan entrenamiento más avanzado. Actualmente, HN Grow está disponible para distribuidores en 39 países. A finales de 2020, más de 58,000 usuarios únicos en HN Grow estudiaron un promedio de seis módulos por usuario. Hay 570 módulos disponibles en siete idiomas. En 2020, HN Grow recibió un premio de oro de Brandon Hall Group, una firma global de investigación y asesoría que se especializa en el desarrollo del talento y el aprendizaje.

Otra nueva oferta digital es el curso Nutritional Essentials, desarrollado en asociación con la Sociedad Americana de Nutrición. El curso está diseñado para ayudar a los distribuidores a desarrollar sus conocimientos

sobre salud y nutrición, aumentando así su confianza, credibilidad y valor para su negocio y la marca de Herbalife Nutrition. El curso se ha ofrecido a un número limitado de distribuidores en los Estados Unidos/Puerto Rico, India y México.

También reconocemos la necesidad de que los distribuidores aprendan unos de otros. El programa de orientación Better Coaching ayuda a los distribuidores independientes a aprender los principios del cambio de comportamiento que pueden poner en práctica cuando orientan a sus clientes hacia sus objetivos de salud. El programa incluye un subconjunto de módulos en la aplicación HN Grow, un taller virtual durante el cual los participantes desempeñan el papel de distribuidores o clientes, y un grupo de chat de 90 días donde los participantes del programa pueden continuar aprendiendo y compartiendo entre sus compañeros y entrenadores. Se ha lanzado el programa de orientación Better Coaching en los Estados Unidos/Puerto Rico, Filipinas y América del Sur/Central.

Construcción comunitaria

Los Clubes de Nutrición pueden desempeñar un papel esencial en conectar a nuestros distribuidores y sus clientes sobre cómo tomar decisiones nutritivas y llevar estilos de vida más saludables. Los distribuidores independientes poseen y operan estos pequeños negocios donde se invita a sus clientes a disfrutar de una buena nutrición, mantenerse activos y beneficiarse de una red de apoyo. Los clubes pueden llenar un vacío en los vecindarios con menos acceso a alimentos saludables, promover el bienestar de la comunidad y empoderar a las personas para que compartan sus experiencias para generar confianza e inspirarse mutuamente hacia opciones más saludables. Los productos Herbalife Nutrition juegan un papel central en impulsar estos clubes y brindarles herramientas importantes para educar a los clientes y difundir la conciencia sobre la nutrición a nuestros distribuidores.

Construyendo la comunidad sobre valores compartidos

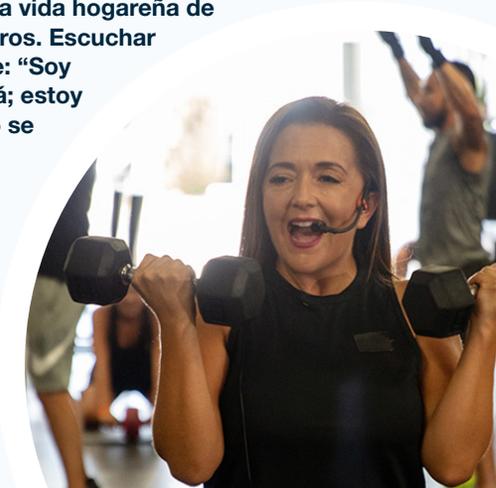
Karla Sandoval, Distribuidor Independiente de Herbalife Nutrition

Toda mi vida he tenido un lugar muy especial en mi corazón para las comunidades latinas, especialmente siendo una inmigrante. Mi esposo y yo somos dueños de un campamento de acondicionamiento físico local en Whittier, California, y ayudamos a las personas a llevar un estilo de vida más saludable y activo.

Cuando decidimos comenzar nuestro negocio, pensamos en qué tipo de comunidad queríamos impactar. Ambos acordamos que si íbamos a construir un negocio, queríamos impactar a personas como nosotros y esta parecía ser la ciudad perfecta para hacerlo.

Una de las cosas que me encanta de trabajar con el equipo aquí es que, en su mayor parte, todos tenemos los mismos valores. Muchos de nosotros somos cariñosos, estamos orientados a la familia y nos centramos en la comunidad. Todo lo que hacemos, lo hacemos con muchas personas a nuestro alrededor. Entonces, es natural que el campamento de acondicionamiento físico se haya convertido en una extensión de nuestras familias.

Por supuesto, llevar un estilo de vida saludable también afecta la vida hogareña de nuestros miembros. Escuchar a gente que dice: “Soy una mejor mamá; estoy más feliz, y todo se debe al trabajo que estamos haciendo aquí, simplemente no hay nada, nada que pueda pagar por eso”.





United Nations
Global Compact

Gobernanza



Las prácticas comerciales responsables y la gobernanza transparente son la base de nuestra estrategia de Responsabilidad Global.

EN ESTA SECCIÓN

- 57 Gobierno corporativo
- 58 Ética y cumplimiento
- 61 Privacidad y protección de datos





Gobierno corporativo

La Junta Directiva de Herbalife Nutrition es elegida por los accionistas de Herbalife Nutrition y supervisa a toda la gestión senior, así como a nuestro negocio. La Junta también selecciona al equipo de gestión senior, supervisa su desempeño y supervisa nuestro enfoque de la gestión de riesgos. Está dirigido por el Presidente de la Junta con una mayoría de la Junta compuesta por directores independientes. Si el presidente es también miembro de la gestión de la Compañía, los directores independientes pueden nombrar a un director independiente para que se desempeñe como director principal de la Junta por períodos de dos años.



Los siguientes documentos están disponibles en nuestro sitio web corporativo:

- Código Corporativo de Conducta Empresarial y Ética
- Principios de Gobernanza Corporativa
- Estatuto del Comité de Auditoría
- Estatuto del Comité de Compensación
- Estatuto del Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza
- Estatuto del Comité de Nombramientos y Gobierno Corporativo

Composición de la junta

Se requiere que la Junta Directiva de Herbalife Nutrition tenga no menos de seis y no más de 15 directores. Todos los directores son elegidos anualmente por los accionistas y cualquier puesto de director recién creado o vacante de director será ocupado por una mayoría de los miembros actuales de la Junta. El mandato de cada director expira en cada reunión general anual de accionistas.

Además de supervisar y dar forma a los asuntos de gobierno corporativo de la Junta y la Compañía, incluidos los Principios de Gobierno Corporativo de la Junta, el Comité de Nombramiento y Gobierno Corporativo es responsable de establecer procesos y procedimientos para la [selección y el nombramiento de directores](#), y para desarrollar y recomendar a la Junta, y revisar periódicamente, los criterios de membresía de la Junta. Los criterios incluyen experiencia y habilidades comerciales, independencia, juicio, integridad, la capacidad de dedicar suficiente tiempo y atención a las actividades de la Junta, y la ausencia de conflictos potenciales. Obtengan más información en nuestros [Principios de gobierno corporativo](#).

Composición de la junta	2020	2019	2018	2017
Número de directores	13	14	14	13
Número de directores independientes	10	11	11	10
Función del presidente/director ejecutivo	Combinado	Combinado	Separado	Combinado
Cantidad de mujeres	2	2	2	1
Número de miembros de la junta diversos por raza o etnia	6	5	5	4

El Directorio cree que, en su conjunto, debe poseer una combinación de habilidades, experiencia profesional y diversidad de antecedentes necesarios para supervisar el negocio de la Compañía. Además, la Junta cree que hay ciertos atributos que todo director debe poseer, como se refleja en los criterios de membresía de la Junta. En consecuencia, el Comité de Nombramientos y Gobierno Corporativo ayuda a la Junta a supervisar, representa y ayuda a la Junta en el cumplimiento de sus responsabilidades relacionadas con los nombramientos y elecciones de directores, teniendo en cuenta las calificaciones de los directores y candidatos a directores individualmente y en el contexto más amplio de la composición general de la junta, así como las necesidades actuales y futuras de la Compañía.

Comités de la Junta

La Junta tiene cuatro comités permanentes: [Auditoría](#), [Compensación, ASG y Nombramientos y Gobierno Corporativo](#). A excepción del Comité de Asuntos Ambientales, Sociales y de Gobernanza, que no está obligado a estar compuesto por directores independientes, cada uno de estos comités está compuesto en su totalidad por directores independientes con al menos un miembro del Comité de Auditoría que actúa como Experto Financiero del Comité de Auditoría. La Junta puede establecer y mantener otros comités de vez en cuando, según lo considere necesario y apropiado.



La Junta de Herbalife Nutrition celebra cuatro reuniones regulares cada año y realiza reuniones adicionales según sea necesario. Se espera que cada Director dedique suficiente tiempo, energía y atención para asegurar el desempeño diligente de sus funciones, incluida la asistencia a las reuniones de los accionistas de la Compañía, el Consejo de Administración y los comités de los que es miembro. En 2020, la Junta celebró 11 reuniones, incluidas cuatro reuniones regulares y siete reuniones especiales. En 2020, cada uno de nuestros directores asistió al menos al 75% del total de todas las reuniones de la Junta y de los comités correspondientes que se llevaron a cabo durante el período en que se desempeñó dicho director.

Comunicaciones de los accionistas con la Junta

Los accionistas y otras partes que deseen comunicarse directamente con la Junta, los directores que no son de la gestión o independientes como un grupo o directores individuales, incluido el Director Principal en dicha capacidad, pueden hacerlo escribiendo a nuestro Secretario Corporativo. La Oficina del Secretario Corporativo revisa toda esa correspondencia y envía a los miembros de la Junta un resumen y/o copias de cualquier correspondencia que, en opinión del Secretario Corporativo, se ocupe de las funciones de la Junta o sus comités, o que de otra manera determine que requiere su atención.

Gestión de riesgos

La Junta en pleno tiene la responsabilidad última de supervisar los riesgos relacionados con la Compañía. La Junta supervisa un enfoque de gestión de riesgos para toda la Compañía, diseñado para mejorar el valor para los accionistas y apoyar el logro de los objetivos estratégicos y mejorar el desempeño organizacional a largo plazo. Los impulsores del Grupo de Estrategias Europeo (ESG) están integrados en la estrategia de crecimiento sostenible a largo plazo de la Compañía

para identificar riesgos, oportunidades e impacto significativo. Para obtener más información sobre el papel de la Junta en la supervisión de riesgos, consulte nuestra [Declaración de representación de 2021](#).

Ética y cumplimiento

El Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial de Herbalife Nutrition (el Código de Conducta) sirve como base para la conducta de nuestros empleados. Está reforzado por nuestro programa de ética y cumplimiento más amplio, que incluye, entre otras cosas, políticas a las que se hace referencia en el Código de Conducta, campañas de sensibilización y programas de entrenamiento. Todos los empleados de Herbalife Nutrition deben cumplir con el Código de Conducta y nuestras políticas, así como actuar de acuerdo con todas las leyes aplicables. Además, Herbalife Nutrition espera que los que no son empleados que tienen una relación comercial con Herbalife Nutrition también cumplan con los principios fundamentales de honestidad, integridad y toma de decisiones éticas de nuestro Código de Conducta.



La gobernanza en Herbalife Nutrition comienza con nuestros propios valores claros y directos: siempre hacemos lo correcto, trabajamos juntos, lo construimos mejor. Nuestro equipo trabaja para garantizar que nosotros, ejecutivos, empleados, distribuidores y socios corporativos, nos adherimos a los más altos estándares, tanto externa como internamente”.

Andrew Dunbar

Director de Cumplimiento de Herbalife Nutrition

Todos los empleados a nivel mundial deben completar anualmente el entrenamiento sobre el Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial de la Compañía. Los empleados también completan el entrenamiento para la prevención del acoso cada dos años, o con mayor frecuencia, según lo requiera la ley aplicable. Los formatos de entrenamiento incluyen cursos en línea a través de Herbalife Nutrition University y sesiones grupales o individuales en vivo (virtuales o en persona).

Herbalife Nutrition también mantiene un equipo de Cumplimiento Global del Distribuidor que asegura que todas las actividades del distribuidor se alinean con las reglas de conducta de la Compañía. Usamos materiales educativos, monitoreo proactivo inteligente de las actividades del distribuidor y aplicación efectiva para promover prácticas comerciales responsables para nuestros miembros.





Mecanismos de reclamación

Contamos con varios recursos que permiten a cualquier persona denunciar una sospecha de violación de nuestros valores, el Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial, nuestras políticas o la ley. Los empleados están informados y capacitados para informar cualquier inquietud las 24 horas del día, los siete días de la semana, sin temor a represalias. Los métodos para informar incluyen: teléfono gratuito, 1-800-461-9330; mensajes de texto, 1-213-335-2054; en línea en IntegrityLine.Herbalife.com; o por correo electrónico, EthicsandCompliance@herbalife.com. El sitio también tiene números gratuitos para países fuera de los EE. UU. Nuestra línea directa es operada por un tercero independiente. Cuando lo permita la ley, las quejas se pueden presentar de forma anónima.

Política de soborno y corrupción

Herbalife Nutrition se compromete a cumplir con los requisitos de la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero de los Estados Unidos, la Ley de Soborno del Reino Unido de 2010 y todas las demás leyes antisoborno y anticorrupción aplicables en todas las jurisdicciones del mundo en las que realizamos negocios. Nuestros empleados se rigen por el Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial de Herbalife Nutrition, que les prohíbe estrictamente participar en sobornos y corrupción. Las políticas corporativas de Herbalife Nutrition también brindan reglas, entrenamiento y orientación sobre la prevención de pagos indebidos y contacto con funcionarios gubernamentales, incluido el dar y recibir obsequios, entretenimiento, comidas o viajes para dichos funcionarios o en su nombre. Es política de la Compañía prohibir las represalias de cualquier tipo contra los empleados que denuncien violaciones éticas o legales potenciales o reales. Todos los empleados tienen derecho a abordar preocupaciones éticas de buena fe sin temor al castigo o al acoso de sus compañeros

de trabajo, supervisores o la gestión senior. Además, esperamos que todos los proveedores, prestadores de servicios y terceros cumplan con todas las leyes aplicables que les prohíben utilizar sobornos o participar en prácticas fraudulentas.

Derechos humanos

En Herbalife Nutrition, nuestro primer y más importante valor es hacer siempre lo correcto. Nuestros valores se basan en el respeto por los derechos humanos y la dignidad de todas las personas con las que trabajamos. Nuestra Política de Derechos Humanos respalda todos los derechos humanos, incluidos los derechos laborales, y se basa en la orientación de múltiples marcos reconocidos internacionalmente, que incluyen:

- Los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.
- La Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- Declaración de 1998 de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Tanto nuestro Código de conducta corporativo como nuestro Código de conducta para proveedores prohíben el uso de trabajo forzoso o trabajo infantil, incluido el trabajo en prisión, trabajo por contrato, trabajo en régimen de servidumbre, trabajo militar, trabajo esclavo y cualquier forma de trata de personas. Nos oponemos a cualquier forma de trato severo o inhumano, incluido el castigo corporal o la amenaza de castigo corporal. Para subrayar aún más nuestro compromiso y responsabilidad con estos principios, Herbalife Nutrition se ha unido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas como miembro signatario.

Actividad política y contribuciones

Herbalife Nutrition participa en la formulación de políticas públicas informando a los funcionarios gubernamentales sobre nuestras posiciones en cuanto a temas que son importantes para la Compañía, nuestros distribuidores y clientes.





Los empleados pueden participar en actividades políticas en su propio tiempo, utilizando sus propios recursos. En ausencia de una declaración formal de Herbalife Nutrition que anuncie cualquier respaldo político, los empleados no deben, a través de sus propias acciones, discursos, contribuciones o comunicaciones escritas, inducir a error a otros a creer que Herbalife Nutrition respalda o se opone oficialmente a cualquier candidato para cargos políticos o causas políticas que Herbalife Nutrition en sí no lo ha anunciado públicamente. Los empleados tienen derecho a su propia posición personal. La Compañía no discriminará a los empleados en función de su actividad política lícita a la que se dediquen fuera del trabajo.

En los Estados Unidos, Herbalife Nutrition mantiene un comité de acción política (PAC) que está registrado en los EE. UU. Comisión Federal de Elecciones. Las contribuciones hechas por el PAC no son financiadas por fondos corporativos y están totalmente financiadas por contribuciones voluntarias hechas por miembros y empleados de la Junta de Nutrición de Herbalife en los Estados Unidos. La Compañía no penaliza a los empleados de Herbalife Nutrition que no contribuyan al PAC.

El PAC de Herbalife Nutrition contribuye a los funcionarios electos a nivel federal, estatal y local de los EE. UU. que comparten nuestros valores y están alineados con nuestra misión corporativa.

El PAC de Herbalife Nutrition ha estado activo desde su creación en 2002 y hasta 2020 ha recaudado y distribuido casi \$ 1.6 millones. La Junta de PAC revisa y aprueba todas las contribuciones realizadas. Los miembros de la Junta del PAC y cualquier persona que contribuya al PAC pueden sugerir contribuciones a funcionarios electos y candidatos específicos.

Las contribuciones al PAC y las donaciones a los candidatos federales se informan a la Comisión Electoral Federal de los Estados Unidos (FEC) y todos los registros están disponibles públicamente a través del [sitio web de la FEC](#). Las actividades del PAC también se informan a los reguladores de la actividad política del Estado en cumplimiento de las regulaciones.

La Junta del PAC no toma decisiones basadas en la afiliación política y otorga fondos a los funcionarios electos y candidatos que se encuentran en una o más de las siguientes categorías:

- Representan distritos electorales donde tenemos presencia de empleados.
- Apoyan la promoción de iniciativas de nutrición, aptitud física y venta directa.
- Apoyan nuestros valores y misión.

Prácticas comerciales y cumplimiento del distribuidor

Nuestros distribuidores son el rostro de la marca Herbalife Nutrition en países de todo el mundo e interactúan con millones de consumidores todos los días. La integridad de su conducta comercial es un reflejo directo de la integridad de nuestro negocio. Es por eso que trabajamos en estrecha colaboración con los distribuidores para respaldar las prácticas comerciales responsables. Nuestra prioridad es promover el negocio sustentable de nuestros distribuidores mientras protegemos a sus clientes y nuestra marca y productos.





Este esfuerzo se coordina a través de un equipo global de más de 500 empleados de Herbalife Nutrition que trabajan para garantizar que los distribuidores cumplan con las Reglas de Herbalife Nutrition, al tiempo que brindan un excelente servicio al cliente. El equipo logra estos objetivos a través de la orientación y la educación de los distribuidores sobre nuestras reglas y prácticas comerciales fáciles de entender. Las estrategias específicas incluyen:

Administración de políticas de miembros (MPA):

creamos, administramos y protegemos la integridad de las reglas de conducta y políticas de Herbalife Nutrition para asegurarnos de que tengan acción normativa, en línea con las regulaciones que gobiernan la industria de la venta directa, y que funcionen correctamente con las diferentes necesidades comerciales de cada país donde Herbalife Nutrition realiza negocios.

Entrenamiento para distribuidores: proporcionamos contenido informativo y educativo para distribuidores sobre las reglas y políticas de Herbalife Nutrition para mitigar los riesgos regulatorios y promover prácticas comerciales de distribución que cumplan con las normas. El entrenamiento se brinda a través de varios canales que incluyen, entre otros, videos y guías en línea, alertas de texto y aplicaciones locales, eventos para distribuidores, entrenamientos dentro de la organización y orientación personal de MPA.

Monitoreo proactivo: monitoreamos de manera proactiva la actividad del distribuidor para identificar problemas y tendencias potenciales temprano. El monitoreo se realiza en múltiples plataformas, incluidos varios canales de redes sociales y digitales, así como actividades virtuales y en persona, y eventos en vivo. Hacemos esto a través de visitas al Club de Nutrición, búsquedas en la web, proveedores externos e inteligencia comercial.

Cumplimiento efectivo: utilizamos el cumplimiento compasivo para capacitar y educar a los distribuidores



sobre las prácticas comerciales y las reglas de conducta. Compartimos las razones por las que las reglas están vigentes, brindamos ejemplos de lo que los distribuidores pueden y no pueden hacer y aplicamos sanciones significativas cuando se justifica.

Privacidad y protección de datos

Herbalife Nutrition se compromete a proteger toda la información personal y a garantizar que se recopile, utilice y divulgue solo de acuerdo con la ley aplicable. Este compromiso está respaldado por un conjunto de políticas internas corporativas sólidas ancladas en los

principios de cumplimiento, transparencia, elección, equidad y propósito, limitación, retención y disposición, divulgación, proporcionalidad y calidad, derechos de las personas y seguridad. Cada uno de estos principios, a su vez, está respaldado por sus propias políticas, procedimientos y partes interesadas responsables.

Publicamos una Política de Privacidad global en línea que es representativa de nuestros estándares de privacidad globales. Sin embargo, debido a las regulaciones y matices en los mercados de todo el mundo, la política no se aplica en todos los mercados en los que operamos, por lo que la política se personaliza en ciertos mercados según lo exige la ley y se puede encontrar en el pie de página de Herbalife.com. (Vean nuestra [Política de Privacidad de EE. UU.](#)).



Nuestro departamento de privacidad mundial se encuentra dentro del departamento legal global de Herbalife Nutrition. El departamento de privacidad es responsable de la implementación y supervisión global del programa de privacidad de Herbalife Nutrition y de los miembros del personal legal dedicado tanto en los Estados Unidos como en la Unión Europea, incluido un oficial de protección de datos bajo el Reglamento General de Protección de Datos. Un miembro del departamento forma parte de varios equipos relacionados, como la Junta de revisión arquitectónica y el Equipo de gestión de incidentes. Además, la privacidad mundial cuenta con el respaldo de otros miembros del Departamento Legal Global de Herbalife Nutrition y trabaja en estrecha colaboración con ellos, incluidos los asesores legales que son “enlaces de privacidad” en regiones de todo el mundo.

La comunicación activa tanto con los empleados como con los distribuidores es una forma principal de respaldar nuestro objetivo de proteger toda la información personal. Los empleados tienen acceso a un conjunto de videos y materiales de entrenamiento sobre privacidad a través de la Universidad de Herbalife Nutrition. El departamento de privacidad también lleva a cabo entrenamientos en vivo y grabadas para los departamentos que se ven particularmente afectados por problemas de privacidad.

También hemos hecho una prioridad de la educación y concienciación sobre la privacidad entre los distribuidores. En consecuencia, tenemos recursos en MyHerbalife.com dedicados a educar a los distribuidores sobre la privacidad y la protección de datos. Dependiendo de la jurisdicción, esto incluye videos profesionales de formato largo, viñetas, preguntas frecuentes, hojas de datos y una guía completa de cumplimiento del Reglamento general de protección de datos con plantillas para que los distribuidores las adapten a sus propias necesidades comerciales en estos entrenamientos.

La seguridad cibernética

Nuestro departamento de ciberseguridad aplica un enfoque de defensa en profundidad a través de una serie de controles para proteger la información y monitorear los flujos de datos. Este enfoque de seguridad en capas incluye controles como un agente de seguridad de acceso a la nube con monitoreo 24/7, monitoreo de actividad de cortafuegos (firewall), un sistema de detección de intrusos, prevención de pérdida de datos, protección avanzada contra amenazas, protección de identidad, controles de acceso web, controles de seguridad del sistema de nombres de dominio y un socio de seguridad

externo que proporciona análisis e inteligencia. Además, Herbalife Nutrition tiene una variedad de políticas, procedimientos y estándares que respaldan los controles y procesos anteriores. Nuestras funciones de ciberseguridad están sujetas a una serie de auditorías internas y externas, cuyos resultados se comparten con el Comité de Auditoría de nuestra Junta Directiva. Además, el equipo de ciberseguridad realiza una evaluación de riesgos anual y comparte los resultados con el Comité de Auditoría de la Junta. En 2020, no vimos evidencia de una filtración de datos exitosa.





Apéndice

EN ESTA SECCIÓN

64 Reconocimiento de 2020

65 Proceso del cultivo a su mesa

66 Desglose de ciertas contribuciones benéficas de Herbalife Nutrition y la Herbalife Nutrition Foundation

67 Iniciativa de Informes Globales

73 Junta de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad



Reconocimiento de 2020 por nuestro trabajo de responsabilidad corporativa en todo el mundo (ejemplos seleccionados)

China

Ciudadano corporativo de cuatro estrellas 2020

Comité de Ciudadanía Corporativa de la Federación de Trabajadores Sociales de China

Las 60 principales marcas de ciudadanos corporativos responsables de China

Las 520 principales marcas de ciudadanos corporativos responsables de China

Empresa pionera del año 2020 en Responsabilidad Social Empresarial (CSR)

China Times

Corea

Campaña de RSE Felicidad 2020

Asociación de Periodistas Coreanos y Federación de Empleadores de Corea

Premio Responsabilidad Social Empresarial (CSR) para el Bienestar de la Infancia

2020 Cámara de Comercio e Industria de Corea - Forbes

Malasia

Premio 2020 MY AmCham Cares Award

Cámara de Comercio de Malasia Estadounidense

Australia

Premio Industry Heart

Premios Giver de la Asociación de Venta Directa

Vietnam

Las 100 Mejores Compañías Sostenibles de 2020

Cámara de Comercio de Vietnam

Premio 2020 Responsabilidad Social Corporativa,
Saigon Times

Premio 2020 AmCham CSR Recognition Award

Cámaras de Comercio Americanas

Tailandia

Premio a las Mejores Prácticas

Fundación Phra Dabos

México

Premio CONCAMIN Ética y Valores Industriales

Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos

Reconocimiento como compañía socialmente responsable

Centro de Filantropía Mexicana

50 compañías principales:

Responsabilidad Social Empresarial y sostenibilidad

Mundo Ejecutivo





Proceso del cultivo a la mesa de 14 pasos:

(consulten la ilustración en la [página 21](#))

- 1 INGREDIENTES:** Los ingredientes provienen de diversas fuentes, incluidas las granjas, el océano y la naturaleza.
- 2 CULTIVO:** En el caso de los ingredientes cultivados, los campos se controlan cuidadosamente para garantizar la calidad y el rendimiento de la cosecha.
- 3 COSECHA:** Se cosecha los ingredientes mediante el cultivo, la recolección y la pesca.
- 4 PRUEBAS DE LA RONDA UNO:** La identificación y la prueba de materias primas asegura que se cumplan o excedan las buenas prácticas de fabricación y las exigencias de Herbalife.
- 5 MATERIAS PRIMAS:** Los ingredientes se secan, muelen y extraen antes de que entren en los productos Herbalife Nutrition. Las instalaciones de propiedad de la compañía, como Herbalife Innovation & Manufacturing en Changsha, China, mejoran el control de la calidad de los ingredientes botánicos.
- 6 PRUEBAS DE LA RONDA DOS:** Las materias primas se inspeccionan, muestrean y analizan para verificar la identidad, la potencia y el cumplimiento de las especificaciones. Luego se almacenan en cuarentena hasta que las pruebas confirmen que los materiales cumplen con estrictos estándares de calidad.
- 7 PESAJE:** Las materias primas se pesan según la fórmula establecida del producto y se preparan para el procesamiento a granel. Nuestros sistemas de tecnología de avanzada garantizan el cumplimiento de la formulación exacta durante todo el proceso de fabricación.
- 8 MEZCLA PREEMBALADA:** Las materias primas se mezclan utilizando tecnologías avanzadas de mezclado para asegurar la consistencia y el cumplimiento de cada producto fabricado.
- 9 PRUEBAS DE LA RONDA TRES:** Las rigurosas pruebas de calidad a lo largo del proceso de fabricación garantizan la consistencia y precisión del producto. Estas pruebas verifican la uniformidad de la mezcla, el grosor de la tableta, los rangos de pH del líquido, la limpieza del equipo y el sabor.
- 10 EMBALAJE:** Los lotes de producto se embalan, etiquetan y cargan en paletas para su envío con numerosas inspecciones electrónicas y manuales durante el proceso.
- 11 PRUEBAS DE LA RONDA CUATRO:** Control de calidad ejecuta pruebas de identificación sobre productos terminados y se asegura que cumplen con las directrices regulatorias para niveles microbiológicos y las declaraciones de las etiquetas.
- 12 TRANSPORTE:** Los productos terminados se transportan a centros de distribución vía camiones, ferrocarril, por vía aérea y marítima. Los productos se pueden etiquetar con registradores de datos para garantizar que no estén expuestos a calor y humedad excesivos.
- 13 PRUEBAS DE LA RONDA CINCO:** Se inspecciona nuevamente los productos terminados y se sacan muestras para las pruebas de calidad una vez que llegan a los centros de distribución para asegurar que el producto llegue sin daños y a tiempo. Las muestras se guardan para un posible análisis futuro.
- 14 DISTRIBUCIÓN:** Almacenamos nuestros productos en centros de distribución monitoreados ambientalmente antes de que sean recogidos por distribuidores independientes de Herbalife Nutrition o enviados a miembros y clientes.



Desglose de ciertas contribuciones benéficas de Herbalife Nutrition y la Herbalife Nutrition Foundation (HNF)

Nutrición para Hambre Cero (páginas 3, 40, 41)

Contribuciones caritativas totales de donaciones financieras y donaciones en especie 2019-2020: \$3,580,904.42



- Contribuciones caritativas de Herbalife Nutrition (donaciones financieras y donaciones en especie): **\$2,133,496.42**
- Contribuciones caritativas de HNF (donaciones financieras): **\$1,447,408.00**

Impactos positivos de 2020 (página 8)

Impactos positivos totales en 2020: 3,836,524



- Impactos positivos logrados por Herbalife Nutrition: **2,149,707**
- Impactos positivos de HNF (derivados de donaciones financieras de \$ 5,208,201): **1,686,817**
 - Beneficiarios totales del programa alcanzados a través de asociaciones sin fines de lucro: **367,623** (Herbalife Nutrition: 20,606, HNF: 347,017)
 - Total de comidas y cajas de subsidio de alimentos donados a familias y comunidades: **975,616** (Herbalife Nutrition: 216, HNF: 975,400)
 - Total de unidades de equipo de protección personal y equipo de seguridad donados a trabajadores de primera línea para responder a la pandemia de COVID-19: **403,421** (Herbalife Nutrition: 39,021, HNF: 364,400)

Apoyando a las comunidades vulnerables (páginas 44)

En 2020, HNF donó un total de \$20,000 a dos organizaciones que apoyan a comunidades vulnerables y minoritarias.



- Consejo Nacional Hispano sobre el Envejecimiento: **\$15,000**
- Instituto de Liderazgo Hispano de los Estados Unidos: **\$5,000**



Índice de la Iniciativa de Informes Globales (GRI)

Número de divulgación	Título de divulgación	Respuesta
Divulgación del índice 102 de la Iniciativa Global de Informes (GRI)		
Perfil de la organización		
102-1	Nombre de la organización	Herbalife Nutrition Ltd.
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Formulario 10-K, pág. 5 de Herbalife Nutrition de 2020
102-3	Ubicación de la sede	Los Angeles, CA
102-4	Ubicación de las operaciones	https://company.herbalife.com/worldwide
102-5	Propiedad y forma jurídica	Formulario 10-K, pág. 4 de Herbalife Nutrition de 2020
102-6	Mercados servidos	Introducción — La escala y el alcance de nuestra operación global Formulario 10-K, pág. 5, pág. 60 de Herbalife Nutrition de 2020
102-7	Tamaño de la organización	Introducción — La escala y el alcance de nuestras operaciones globales
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	Introducción — La escala y el alcance de nuestras operaciones globales Impacto social — Empleados — Diversidad, equidad e inclusión — Métricas de diversidad
102-9	Cadena de suministro	Introducción — Resumen de la cadena de valor de Herbalife Nutrition Impacto medioambiental — Abastecimiento y consumo responsables Administración del producto — Compromiso con la calidad del producto — Abastecimiento Formulario 10-K páginas 11-12 de Herbalife Nutrition de 2020
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministros	No hubo cambios significativos durante el año pasado.
102-11	Principio o enfoque de precaución	Herbalife Nutrition no sigue el enfoque de precaución, pero cuenta con un plan integral de gestión de riesgos en marcha. Aprendan más aquí: Gobernanza — Gobernanza corporativa — Gestión de riesgos
102-12	Iniciativas externas	Herbalife Nutrition es signatario del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y del CEO Action for Diversity & Inclusion. Nuestros programas corporativos de sostenibilidad están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Además, la Política de Derechos Humanos de Herbalife Nutrition se basa en múltiples marcos reconocidos internacionalmente, que incluyen: - Los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos - La Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas - La Declaración de la Organización Internacional del Trabajo de 1998 sobre Principios y Derechos Fundamentales en el Trabajo - Directrices de la OCDE para empresas multinacionales
102-13	Afiliación a asociaciones	Herbalife Nutrition se une y mantiene activamente membresías y roles de liderazgo con asociaciones comerciales e industriales que agregan valor y promueven los intereses de la Compañía. Esto incluye varias organizaciones que abarcan categorías de nutrición, científicas y de productos, así como modelos de negocios, comercio y otras organizaciones relacionadas.



Índice de la GRI

Número de divulgación	Título de divulgación	Respuesta
Estrategia		
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Introducción — Mensaje del Primer Ejecutivo
Ética e integridad		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial
Gobernanza		
102-18	Estructura de gobernanza	Gobernanza — Gobernanza Corporativa Sitio web corporativo de Herbalife Nutrition
Participación de los grupos de interés		
102-40	Lista de grupos de interés	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition - Compromiso de las partes interesadas
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	Formulario 10-K, pag. 19 de Herbalife Nutrition de 2020 Herbalife Nutrition reconoce los derechos de los empleados a la libertad de asociación y negociación colectiva. Para obtener más información sobre la libertad de asociación y la negociación colectiva, consulte nuestra Política de derechos humanos.
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition - Compromiso de las partes interesadas
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition - Compromiso de las partes interesadas
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition - Compromiso de las partes interesadas
Prácticas para la elaboración de informes		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Formulario 10-K, pág. 4 de Herbalife Nutrition de 2020
102-46	Definición de los contenidos de los informes y los límites del tema	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition — Materialidad
102-47	Lista de temas materiales	Introducción — Responsabilidad global en Herbalife Nutrition — Materialidad
102-48	Reexpresión de la información	No corresponde
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No corresponde
102-50	Periodo del informe	Año fiscal 2020, que se ejecuta simultáneamente con el año calendario.
102-51	Fecha del último informe	No corresponde
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	GlobalResponsibility@herbalife.com
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares de la Iniciativa de Informes Globales (GRI)	Este informe ha sido elaborado de acuerdo con los Estándares de la GRI: Opción principal
102-55	Índice de contenido del Índice de la Iniciativa de Informes Globales (GRI)	Índice de contenido del Índice de la Iniciativa de Informes Globales (GRI)
102-56	Verificación externa	No



Índice de la GRI

Número de divulgación	Título de divulgación	Respuesta
Iniciativa de Informes Globales (GRI) 200 Económica		
Iniciativa de Informes Globales (GRI) 205: Anticorrupción		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Gobernanza — Ética y cumplimiento
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Gobernanza — Ética y Cumplimiento Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Gobernanza — Ética y cumplimiento
205-2	Comunicación y entrenamiento sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Gobernanza — Ética y Cumplimiento Código Corporativo de Conducta y Ética Empresarial
GRI 300: Ambiental		
GRI 301: Materiales		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto ambiental — Abastecimiento y consumo responsables; Embalaje
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto ambiental — Abastecimiento y consumo responsables; Embalaje Declaración de sostenibilidad medioambiental
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto ambiental — Abastecimiento y consumo responsables; Embalaje
301-2	Insumos reciclados usados	Impacto medioambiental — Embalaje
GRI 302: Energía		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de Energía Declaración de acción para el cambio climático
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
302-1	Consumo de energía dentro de la organización	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
GRI 305: Emisiones		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono; Reducción de Energía Declaración de acción para el cambio climático
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
305-1	Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2)	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	Impacto ambiental — Operaciones — Reducción de carbono — Reducción de energía



Índice de la GRI

Número de divulgación	Título de divulgación	Respuesta
GRI 306: Desechos		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto ambiental – Operaciones – Desechos
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto ambiental – Operaciones – Desechos Declaración de sostenibilidad ambiental
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto ambiental – Operaciones – Desechos
306-1	Generación de desechos e impactos significativos relacionados con los desechos	Impacto ambiental – Operaciones – Desechos
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los desechos	Impacto ambiental – Operaciones – Desechos
306-4	Desechos no destinados a eliminación	Impacto ambiental – Operaciones – Desechos – Desechos operativos
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto ambiental – Abastecimiento y consumo responsables
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto ambiental – Abastecimiento y consumo responsables Código de conducta para proveedores
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto ambiental – Abastecimiento y consumo responsables
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	Herbalife Nutrition ha instituido un Código de Conducta para Proveedores para nuestros proveedores directos críticos para el negocio. Los proveedores críticos para el negocio que acepten participar serán auditados por un tercero a finales de 2022. Planeamos segmentar a otros proveedores en diferentes niveles y actualizar nuestro compromiso a su debido tiempo.
GRI 400: Social		
GRI 401: Empleo		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto social – Nuestro equipo global de empleados
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto social – Nuestro equipo global de empleados
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto social – Nuestro equipo global de empleados – Atracción y compromiso de los empleados
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	Impacto social – Nuestro equipo global de empleados – Atracción y compromiso de los empleados – Rotación de empleados
401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	Impacto social – Nuestro equipo global de empleados Atracción y compromiso de los empleados – Compensación y beneficios Impacto social – Seguridad, salud y bienestar



Índice de la GRI

Número de divulgación	Título de divulgación	Respuesta
GRI 404: Entrenamiento y educación		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto Social — Gestión del desempeño y desarrollo profesional
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto Social — Gestión del desempeño y desarrollo profesional
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto Social — Gestión del desempeño y desarrollo profesional
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda para la transición	Impacto social — Gestión del desempeño y desarrollo profesional Índice ESG de Herbalife Nutrition — Social — Fuerza laboral — Programas de entrenamiento y desarrollo
GRI 413: Comunidades locales		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Impacto social — Nuestro impacto social
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Impacto social — Nuestro impacto social
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Impacto social — Nuestro impacto social
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Impacto social — Nuestro impacto social
GRI 414: Evaluación social de los proveedores		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Gobernanza — Ética y cumplimiento — Derechos humanos Impacto ambiental — Abastecimiento y consumo responsables
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Gobernanza — Ética y cumplimiento — Derechos humanos Impacto ambiental — Abastecimiento y consumo responsables
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Gobernanza — Ética y cumplimiento — Derechos humanos Impacto ambiental — Abastecimiento y consumo responsables
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	Herbalife Nutrition ha instituido un Código de Conducta para Proveedores para nuestros proveedores directos críticos para el negocio. Los proveedores críticos para el negocio que acepten participar serán auditados por un tercero a finales de 2022. Planeamos segmentar a otros proveedores en diferentes niveles y actualizar nuestro compromiso a su debido tiempo.
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Administración del producto — Compromiso con la calidad del producto; Seguridad del consumidor global
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Administración del producto — Compromiso con la calidad del producto; Seguridad del consumidor global
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Administración del producto — Compromiso con la calidad del producto; Seguridad del consumidor global



Índice de la GRI

Número de divulgación	Título de divulgación	Respuesta
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o de los servicios	Se evalúan todos los productos Herbalife Nutrition para determinar los impactos en la salud y la seguridad de los consumidores. Formulario 10-K, pág. 6 de Herbalife Nutrition de 2020
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Actualmente, Herbalife Nutrition no recopila datos de una manera que permita esta divulgación.
GRI 417: Mercadeo y etiquetado		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Administración de productos — Mercadeo y etiquetado
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Administración de productos — Mercadeo y etiquetado
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Administración de productos — Mercadeo y etiquetado
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	La Política de Afirmaciones y Etiquetado de Herbalife Nutrition establece que Herbalife Nutrition requiere que se incluyan 8 alérgenos alimentarios comunes en las etiquetas de los productos y que se incluyan divulgaciones adicionales cuando así lo requiera la ley. Herbalife Nutrition envía etiquetas para todos los productos de nutrición interna a la base de datos de la Biblioteca de Bienestar en Línea del Consejo de Nutrición Responsable, accesible para el público en general y la FDA de EE. UU.
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Actualmente, Herbalife Nutrition no recopila datos de una manera que permita esta divulgación.
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de mercadeo	Actualmente, Herbalife Nutrition no recopila datos de una manera que permita esta divulgación.



Índice del Consejo de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (SASB)

Métrica de actividad	Categoría	Unidad de medida	Código	Respuesta	
Peso de los productos vendidos	Cuantitativo	Toneladas métricas (t)	FB-PF-000.A	Actualmente, Herbalife Nutrition no recopila datos de una manera que permita esta divulgación. Estamos trabajando para poder reportar esta métrica en el futuro.	
Número de instalaciones de producción	Cuantitativo	Número	FB-PF-000.B	5 plantas de fabricación	
Tema	Métrica contable	Categoría	Unidad de medida	Código	Respuesta
Gestión energética	(1) Energía total consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje renovable	Cuantitativo	Gigajoules (GJ), Porcentaje (%)	FB-PF-130a.1	(1) Energía total consumida: 317,232 GJ (2) Porcentaje de electricidad de la red: 53% (3) Porcentaje renovable: 0% Los datos cubren cinco instalaciones de Innovación y Fabricación de Herbalife Nutrition (HIM) y otras instalaciones y oficinas con sede en EE. UU. con una ocupación de más de 40,000 pies cuadrados. Índice del Grupo de Estrategia Europeo (ESG) de 2021
	(1) Total de agua extraída, (2) total de agua consumida, porcentaje de cada una en regiones con estrés hídrico de línea de base alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Miles de metros cúbicos (m³), porcentaje (%)	FB-PF-140a.1	(1) Total de agua extraída: 314 mil metros cúbicos (m³) 0% en regiones con estrés hídrico de línea de base alto o extremadamente alto (2) Total de agua consumida: 145 mil metros cúbicos (m³) 0% en regiones con estrés hídrico de línea de base alto o extremadamente alto Las instalaciones donde Herbalife Nutrition recopila datos sobre el agua no se encuentran en regiones con un nivel de estrés hídrico de referencia alto o extremadamente alto. Los datos cubren cinco instalaciones de Innovación y Fabricación de Herbalife Nutrition (HIM) y otras instalaciones y oficinas con sede en EE. UU. con una ocupación de más de 40,000 pies cuadrados. Índice del Grupo de Estrategia Europeo (ESG) de 2021
		Número de incidentes de incumplimiento asociados con permisos, normas y regulaciones de cantidad y/o calidad de agua	Cuantitativo	Número	FB-PF-140a.2
Descripción de los riesgos de la gestión del agua y discusión de estrategias y prácticas para mitigar esos riesgos.	Discusión y análisis	n/a	FB-PF-140a.3	Impacto ambiental — Operaciones — Agua Declaración de sostenibilidad medioambiental	



Índice del SASB

Tema	Métrica contable	Categoría	Unidad de medida	Código	Respuesta
Seguridad alimentaria	Auditoría de la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI) (1) tasa de no conformidad y (2) tasa de acción correctiva asociada para (a) no conformidades mayores y (b) menores	Cuantitativo	Tarifa	FB-PF-250a.1	<p>Monitoreamos nuestros productos, desde el abastecimiento de materias primas hasta la fabricación y distribución, siguiendo estrictos protocolos para verificar el cumplimiento de nuestros estándares globales.</p> <p>Además, los proveedores deben informar a Herbalife Nutrition de cualquier inquietud de inmediato (dentro de las 72 horas) sobre la seguridad o calidad del producto o problemas que puedan afectar negativamente la percepción pública de un producto de Herbalife Nutrition, como se indica en nuestro Código de Conducta para Proveedores.</p> <p>Nuestros proveedores deben conocer y deben cumplir o superar los estándares de seguridad y calidad requeridos por la ley aplicable y los estrictos estándares de calidad, políticas, especificaciones y procedimientos de Herbalife Nutrition.</p>
	Porcentaje de ingredientes provenientes de instalaciones de proveedores de Nivel 1 certificadas por un programa de certificación de seguridad alimentaria reconocido por la Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria (GFSI)	Cuantitativo	Porcentaje (%) por costo	FB-PF-250a.2	<p>Herbalife Nutrition no separa a nuestros proveedores en niveles. Hemos identificado 25 proveedores clave en función del gasto. No tenemos cifras consolidadas para informar el porcentaje de ingredientes que están certificados por un programa de certificación GFSI. Planeamos segmentar a otros proveedores en diferentes niveles y actualizar nuestro compromiso a su debido tiempo.</p> <p>Sin embargo, nuestros proveedores deben conocer y deben cumplir o superar los estándares de seguridad y calidad requeridos por la ley aplicable y los estrictos estándares de calidad, políticas, especificaciones y procedimientos de Herbalife Nutrition, como se indica en nuestro Código de Conducta para Proveedores.</p> <p>Monitoreamos nuestros productos, desde el abastecimiento de materias primas hasta la fabricación y distribución, siguiendo estrictos protocolos para verificar el cumplimiento de nuestros estándares globales.</p>
	(1) Número total de notificaciones de infracción de seguridad alimentaria recibidas, (2) porcentaje corregido	Cuantitativo	Número, porcentaje (%)	FB-PF-250a.3	Actualmente, Herbalife Nutrition no recopila datos de una manera que permita esta divulgación. Estamos trabajando para poder reportar esta métrica en el futuro.
	(1) Número de retiradas del mercado emitidas y (2) cantidad total de productos alimenticios retirados	Cuantitativo	Número, toneladas métricas (t)	FB-PF-250a.4 ¹	No hubo retiradas de productos en 2020.
Salud y nutrición	Salud y nutrición	Cuantitativo	Moneda de notificación	FB-PF-250a.1	Herbalife Nutrition informa las cifras de las monedas en dólares estadounidenses (US \$).
	Discusión del proceso para identificar y gestionar productos e ingredientes relacionados con preocupaciones nutricionales y de salud entre los consumidores.	Discusión y análisis	n/a	FB-PF-260a.2	Administración del producto — Calidad del producto



Índice del SASB

Tema	Métrica contable	Categoría	Unidad de medida	Código	Respuesta
Etiquetado y mercadeo de productos	Porcentaje de impresiones publicitarias (1) realizadas sobre niños y (2) realizadas sobre niños que promocionan productos que cumplen con las pautas dietéticas	Cuantitativo	Porcentaje (%)	FB-PF-270a.1 ²	Herbalife Nutrition no promociona sus productos para niños. Para obtener más información, consulte nuestra Política de promoción para niños .
	Ingresos de productos etiquetados como (1) que contienen organismos modificados genéticamente (OMG) y (2) organismos no modificados genéticamente	Cuantitativo	Moneda de notificación	FB-PF-270a.2	<p>Actualmente, Herbalife Nutrition no tiene ingresos consolidados por productos que contienen transgénicos y no transgénicos. Estamos trabajando para generar informes precisos sobre esta métrica.</p> <p>Siempre que sea posible, la Compañía se esfuerza por brindar a los consumidores una opción sobre el uso de ingredientes no transgénicos y ofrece productos que no contienen ingredientes transgénicos. Tomamos decisiones sobre el uso de ingredientes a nivel local, adaptando cada decisión a las necesidades y deseos de cada mercado local.</p> <p>Para obtener más información, consulte nuestra Declaración de ingredientes de bioingeniería.</p>
	Número de incidentes de incumplimiento de los códigos de mercadeo y/o etiquetado reglamentarios o de la industria	Cuantitativo	Número	FB-PF-270a.3	Herbalife Nutrition no divulga esta métrica en este momento.
	Monto total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con prácticas de etiquetado y/o mercadeo	Cuantitativo	Divisa del informe	FB-PF-270a.4	Herbalife Nutrition no divulga esta métrica en este momento.



Índice del SASB

Tema	Métrica contable	Categoría	Unidad de medida	Código	Respuesta
Gestión del ciclo de vida del embalaje	(1) Peso total del embalaje, (2) porcentaje hecho de materiales reciclados y/o renovables, y (3) porcentaje que es reciclable, reutilizable y/o compostable	Cuantitativo	Toneladas métricas (t) Porcentaje (%)	FB-PF-410a.1	<p>(2) Porcentaje elaborado a partir de materiales reciclados y / o renovables en 2020: 6.07</p> <p>No tenemos un peso total para nuestros envases de plástico. Solo informamos sobre los envases de plástico utilizados en nuestro producto estrella (Formula 1 Healthy Meal Nutritional Shake Mix) fabricado en una de las instalaciones de Innovación y Fabricación de Herbalife con sede en EE. UU. para el mercado de América del Norte. En esta instalación, comenzamos a incorporar un 25% de resina posconsumo (PCR) en octubre de 2020.</p> <p>Nos gustaría señalar que la página 1 de nuestra Declaración de sostenibilidad ambiental establece que comenzamos a incorporar PCR en nuestro producto en 2021. Esto se refiere a cuándo se lanzó el envase al mercado. Los datos de contenido reciclado anteriores se refieren a cuando Herbalife Nutrition comenzó a incorporar PCR en recipientes de envases en 2020 antes de su lanzamiento al mercado en 2021.</p> <p>Ampliaremos el uso de envases de PCR al 25% para la Formula 1 comercializada en otras regiones en 2022, donde lo permita la regulación.</p> <p>Para obtener más información, consulte la sección Embalaje dentro de Impacto ambiental de nuestro Informe de sostenibilidad.</p>
	Discusión de estrategias para reducir el impacto ambiental de los envases a lo largo de su ciclo de vida.	Discusión y análisis	n/a	FB-PF-410a.2	Para obtener más información, consulte la sección Embalaje dentro de Impacto ambiental de nuestro Informe de sostenibilidad.



Índice del SASB

Tema	Métrica contable	Categoría	Unidad de medida	Código	Respuesta
Impactos ambientales y sociales de la cadena de suministro de ingredientes	Porcentaje de ingredientes alimentarios que están certificados según estándares ambientales y/o sociales de terceros, y porcentajes por estándar	Cuantitativo	Porcentaje (%) por costo	FB-PF-430a.1	<p>Certificación o prueba de terceros de productos de nutrición deportiva para sustancias prohibidas: 100</p> <p>Herbalife Nutrition ha instituido un Código de Conducta para Proveedores para nuestros proveedores directos críticos para el negocio. Los proveedores críticos para el negocio que acepten participar serán auditados por un tercero a fines de 2022 para el cumplimiento de los estándares ambientales y/o sociales.</p>
	Auditoría de responsabilidad social y ambiental de los proveedores (1) índice de incumplimiento y (2) índice de acciones correctivas asociadas para (a) incumplimientos mayores y (b) menores	Cuantitativo	Tarifa	FB-PF-430a.2	<p>Desde el cuarto trimestre de 2020, evaluamos a aproximadamente 20,000 proveedores de nivel 1 en todas las regiones a diario, con un programa que monitorea y señala las inquietudes relacionadas con la trata de personas.</p> <p>Herbalife Nutrition ha instituido un Código de Conducta para Proveedores para nuestros proveedores directos críticos para el negocio. Aquellos proveedores críticos para el negocio que acepten participar serán auditados por un tercero a fines de 2022 para los estándares ambientales y/o sociales.</p> <p>Para obtener más información, consulte nuestra Declaración de sostenibilidad medioambiental y el Código de conducta para proveedores.</p>
Ingrediente Abastecimiento	Porcentaje de ingredientes alimentarios procedentes de regiones con estrés hídrico de referencia alto o extremadamente alto	Cuantitativo	Porcentaje (%) por costo	FB-PF-440a.2	<p>Actualmente, Herbalife Nutrition no recopila un porcentaje de ingredientes provenientes de proveedores. Fine Foods (Italia) es un importante proveedor de sustitutos de comidas, proteínas en polvo y suplementos nutricionales; Italia es un país con un nivel de estrés hídrico alto, según lo identificado por el Instituto de Recursos Mundiales.</p> <p>Nuestros fabricantes por contrato también se encuentran en los Estados Unidos, India, Brasil, Corea del Sur, Taiwán, Alemania y los Países Bajos. La India es un país con un nivel de estrés hídrico alto, según lo identificado por el Instituto de Recursos Mundiales.</p>
	Lista de ingredientes alimentarios prioritarios y discusión de los riesgos de abastecimiento debido a consideraciones ambientales y sociales	Discusión y análisis	n/a	FB-PF-440a.2	Impacto en el medio ambiente — Abastecimiento

¹ Nota a FB-PF-250a.4: La divulgación incluirá una descripción de retiradas del mercado notables como aquellas que afectaron una cantidad significativa de producto o aquellas relacionadas con enfermedades graves o muertes.

² Nota a FB-PF-270a.1: La divulgación incluirá la guía dietética aplicable y la metodología utilizada para estimar las impresiones publicitarias.

Logros y compromisos de responsabilidad global de 2020

0

Compromiso con lograr cero emisiones netas para 2050

51%

mujeres en la fuerza laboral global

72%

minorías raciales o étnicas en la fuerza laboral de EE. UU.

+ 3.8M

impactos positivos logrados que nutren a las personas y al planeta

+ 1 MILLÓN+

Alimentos de Nutrición para Hambre Cero proporcionados a familias y comunidades

Y recién estamos comenzando. Nos hemos fijado el objetivo de crear 50 millones de impactos positivos que nutran a las personas y al planeta.

Obtenga más información sobre nuestro recorrido

IAmHerbalifeNutrition.com

