

Devolver el valor a los accionistas, incluso en tiempos de crisis

El compromiso y la inversión a largo plazo ha permitido a Herbalife Nutrition responder rápidamente a los desafíos de la cadena de suministro global durante la pandemia y mantener la producción cuando los consumidores demandaban sus productos más que nunca

Los CFO de las compañías, como administradores financieros que son, supervisan funciones que van desde tareas fundamentales como la elaboración de informes financieros, hasta la estrategia corporativa y de inversión. Tanto si se adhiere al modelo más tradicional de Milton Friedman sobre el valor para el accionista, como al enfoque más moderno de Edward Freeman de tener en cuenta a todas las partes interesadas, todas las áreas que se gestionan son, en última instancia, fundamentales para proporcionar valor a los accionistas.

Alex Amezquita, director financiero de Herbalife Nutrition, asegura que crear valor para los inversores requiere un enfoque intencional en las estrategias y operaciones que promueven el rendimiento y éxito a largo plazo, al tiempo que se gestionan los altibajos que afectan a los resultados del próximo trimestre. Como CFO de una de las compañías de nutrición más grandes del mundo, Amezquita comparte las áreas en las que Herbalife Nutrition se centra para maximizar el valor para los accionistas.

Visión clara y compartida

Las empresas sin una visión clara que defina su propósito y dirección, a menudo, suelen ser presa de la persecución del corto plazo en lugar de la construcción del éxito a largo plazo. Las empresas de éxito tienen una estrategia bien articulada basada en una visión fácil de asimilar que se extiende desde la dirección a toda la organización y, externamente, a todos sus accionistas. Como resultado de esta visión, la compañía tiene una hoja de ruta fiable para la inversión y puede formarse una identidad de marca para construir una relación entre consumidores, proveedores y comunidades. No solo proporciona guías a los empleados sobre dónde enfocarse e invertir, sino también agudiza la priorización de las actividades que no se deben hacer. Las empresas altamente capacitadas cuentan con un amplio equipo de empleados con talento que siempre tendrán "buenas" ideas; sin embargo, una visión clara garantiza que esas "buenas" ideas estén alineadas para el bien común.

Apropiación de las operaciones de misión crítica

Comprender las operaciones esenciales e invertir en estas actividades proporciona beneficios intangibles que a menudo pueden materializarse en tiempos de crisis. En 2020, la pandemia puso al descubierto la fragilidad de la cadena de suministro global. Hace años, Herbalife Nutrition identificó el beneficio estratégico de tener más control sobre el abastecimiento, la fabricación y la distribución de la savia de la empresa: el producto. Dedicó casi diez años y más de 300 millones de dólares a crear una capacidad de autofabricación de categoría mundial, que incluye inversiones en instalaciones, investigación y herramientas de garantía de calidad. Además, ha invertido mucho en personas, con más de 300 líderes científicos en el ámbito de la nutrición.

Si solo se hubieran centrado en los resultados a corto plazo, el coste de esta iniciativa habría sido prohibitivo. Pero el compromiso a largo plazo de ofrecer a sus consumidores un producto de alta calidad ha supuesto un retorno de la inversión que tiene sentido. Además, las ventajas de contar con una capacidad de autofabricación durante 2020 les permitió responder rápidamente a los desafíos de la cadena de suministro global, siempre cambiante, durante la pandemia y mantener la producción cuando los consumidores demandaban sus productos más que nunca. Es poco probable que hubieran obtenido resultados récord si no hubieran hecho esta inversión hace años.

Devolver el dinero a los accionistas

El objetivo económico de todo líder empresarial es crear valor a los accionistas. Si se confía la responsabilidad de crear valor para los accionistas, se debe saber tomar decisiones que generen un retorno de su inversión. Si una empresa dispone de efectivo y ha agotado la posibilidad de realizar inversiones que devuelvan el valor de esa inversión en consonancia con la propuesta de valor de la empresa, las compañías se encuentran con un exceso de efectivo. En tales circunstancias, es prudente devolver el exceso de efectivo a los propietarios de la empresa en forma de recompra de acciones o dividendos. A pesar de que las recompras de acciones han sido cuestionadas en los últimos años, proporcionan más flexibilidad que una política de dividendos a la hora de equilibrar las necesidades de flujo de caja con la devolución del exceso de efectivo, especialmente para una empresa en crecimiento cuyo calendario de inversiones puede ser más difícil de predecir.

Además, un programa de recompra de acciones permite a una empresa ajustar su capacidad para gestionar las necesidades de efectivo cuando las condiciones macroeconómicas, como una pandemia, aumentan la incertidumbre en las necesidades de liquidez de efectivo. Herbalife Nutrition se adhiere prudentemente a esto, habiendo devuelto aproximadamente 6.000 millones de dólares en capital a los accionistas desde 2007.

A medida que el 2021 avanza, se empieza a observar cómo será el mundo después de la pandemia. Es fundamental, como directores financieros, evaluar cómo les fue a las empresas durante este periodo, determinar las verdaderas lecciones del 2020 y preparar y pensar en futuros escenarios de crisis.

Es fundamental realizar constantemente pruebas de estrés independientes sobre los planes estratégicos. Esto implica explorar qué movimientos se quieren realizar internamente para ejecutar las respectivas visiones y reforzar las capacidades básicas que, en última instancia, impulsan el valor para los accionistas. Lo que es cierto es que quienes inviertan y se centren en su propuesta de valor a largo plazo tendrán una ventaja competitiva y estarán mejor preparados, no solo para la vida después de la pandemia, sino también para la próxima crisis.

Sobre Herbalife Nutrition Ltd

Herbalife Nutrition es una compañía global que se dedica a cambiar la vida de las personas con productos nutricionales de calidad y una oportunidad de negocio demostrada para sus distribuidores independientes desde 1980.

La compañía ofrece productos de alta calidad, respaldados por la ciencia, que se venden en más de 90

países por distribuidores independientes, quienes brindan formación personalizada para inspirar a sus clientes adoptando un estilo de vida más saludable y activo. A través de su campaña global para erradicar el hambre, Herbalife Nutrition también se compromete a llevar nutrición y educación a las comunidades de todo el mundo.

Para más información, por favor visitar IAmHerbalifeNutrition.com.

Herbalife Nutrition también invita a los inversores a visitar su página web de relaciones con los inversores en ir.herbalife.com, donde encontrarán toda la información financiera actualizada, así como las últimas novedades.

Datos de contacto:

Cristina Villanueva Marín
664054757

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

Categorías: [Nacional](#) [Nutrición](#) [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>