



GENERAL MILLS

Resumen del informe de responsabilidad social corporativa 2011



SALUD

COMUNIDADES

MEDIO AMBIENTE



Nuestra misión en General Mills es "Alimentar vidas" (Nourishing Lives.®)

Todos los días y en todo el mundo, nuestros 33.000 empleados trabajan para llevar adelante esta misión. Este informe resume el progreso alcanzado en el año 2010. Está organizado en tres secciones.

Reconocimiento a nuestros esfuerzos

- Por tercera vez en cuatro años, General Mills fue incluida entre los 10 primeros puestos de la revista *Corporate Responsibility* en su lista de las "100 mejores empresas socialmente responsables". Nuestra empresa alcanzó el tercer puesto en 2010.
- *Fortune* nos incluyó en su lista de las 50 empresas "más admiradas" del mundo.
- El Instituto Ethisphere nos seleccionó como una de las "empresas más éticas del mundo" durante tres años consecutivos.

Salud: los nutrientes que aportamos define la manera en que alimentamos vidas a través de nuestros productos alimenticios y las mejoras que realizamos al perfil nutricional de dichos alimentos.

Comunidades: las personas a quienes servimos describe las diferentes maneras en que involucramos a nuestros accionistas, ya sea por medio de la Fundación General Mills, como voluntarios en nuestras comunidades o a través de programas de promoción de causas como Box Tops for Education. Incluimos a nuestros empleados entre nuestros accionistas y nos esforzamos por ser un empleador de elección.

Medio ambiente: el planeta que compartimos define el progreso que hemos realizado en nuestro camino a convertirnos en una empresa más sustentable.

Para obtener más información sobre nuestros esfuerzos por perfeccionar los nutrientes que ofrecemos, mejorar la vida de las personas a quienes servimos y proteger el planeta que compartimos, consulte nuestro informe completo de responsabilidad social corporativa en la página web www.csr.GeneralMills.com

Tabla de Contenidos

Salud

Los nutrientes que aportamos

Mejorar nuestro perfil nutricional	1
Nuevas opciones nutritivas	1
Productos internacionales mejorados	1
Elevar el estándar de salud	1
Fuente N.º 1 de granos integrales	2
Menor cantidad de azúcar en cereales para niños	2
Reducción del sodio	2
Necesidades para dietas especiales	3
Alimentos accesibles y nutritivos	3
Promover una vida saludable	3
Acercamiento a la comunidad hispana	3

Comunidades

Las personas a quienes servimos

Resumen de donaciones del año fiscal 2010	1
Ayuda alimentaria para el necesitado	4
Programas Box Tops para niños	4
United Way	4
Expansión de nuestros esfuerzos en África	5
Un niño, una computadora portátil	5
Concientización sobre el cáncer de mama	6
Promover la diversidad	6
Los mejores ambientes laborales internacionales	6
Mentalidad global, voluntariado local	6
Favorecer a las madres	6

Medio ambiente

El planeta que compartimos

Progresos en las metas de sustentabilidad	7
Transformar las vainas de avena en energía	7
Metas de sustentabilidad ambiental	7
Ser ecológico	8
Conservación del agua	8
Reducción del uso de combustibles	8
Liderazgo ambiental en Europa	8
Protección de parques	9
Embalaje sustentable	9
Conservación del agua en México	9
Con certificación LEED	9

Nuestro objetivo es ofrecer alimentos nutritivos que, cuando se combinan con ejercicios y actividad, puedan ayudar a que las personas vivan más tiempo y más saludablemente.

Mejorar nuestro perfil nutricional

Mejoramos el perfil de salud de productos que componen cerca del 24 % de nuestras ventas al por menor en los Estados Unidos durante el año fiscal 2010. Eso constituye el avance más significativo en un año de nuestra historia. Por ejemplo:

- Redujimos el sodio un 16 % en los Bisquick originales y, al menos, un 10 % en Cheerios, Honey Kix y muchos otros cereales.
- Las verduras teriyaki en bolsitas hervidoras Green Giant ahora contienen un 100 % menos de grasas
- Los preparados para tortas Betty Crocker SuperMoist ahora con 0 g de grasa transgénica son solo un ejemplo de nuestro esfuerzo de varios años por eliminar la grasa transgénica de nuestros productos.

Desde 2005, hemos fortificado, reducido a menos calorías o mejorado nutricionalmente de otro modo más de 500 productos de General Mills.

Nuevas opciones nutritivas



El yogur griego Yoplait contiene el doble de proteínas que el yogur común.



Las magdalenas de nuez y banana y las de arándanos Fiber One cubren el 20 % del valor nutricional diario de fibra.



Los tres sabores nuevos de las sopas Progresso Light contienen, por lo menos, un 33 % menos de calorías que las sopas comunes listas para servir.

Productos internacionales mejorados



En Argentina, todos los productos de la marca La Salteña contienen ahora 0 g de grasa transgénica por porción.



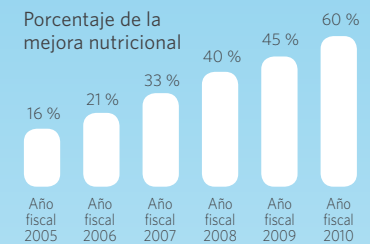
En Canadá, los kits para cena Smart Fiesta de Old El Paso contienen 35 % menos de sodio que nuestros kits de tacos fuertes y suaves.



En China, hemos reducido el sodio entre un 5 y un 8 % por porción en muchos de los productos dumpling (bola de masa) y wonton (tipo de bola de masa) de Wanchai Ferry.

Elevar el estándar de salud

En el año fiscal 2010, el sesenta por ciento de nuestro volumen de ventas al por menor en los Estados Unidos estuvo compuesto por productos que se habían mejorado nutricionalmente desde el año 2005.



Fuente N.º 1 en granos integrales

Nuestros cereales Big G son la fuente N.º 1 de granos integrales en el desayuno. Proporcionan a la población de los Estados Unidos mayor cantidad de granos integrales que cualquier otro desayuno de cualquier empresa alimenticia. Esto es importante porque el 95 % de los estadounidenses no consume suficiente cantidad de

granos integrales. La conversión de todos nuestros cereales Big G a granos integrales en 2005 fue la mejora de producto más importante orientada a la salud de nuestra historia. En la actualidad, Big G distribuye cerca de 37,5 millones de porciones de granos integrales por día: un incremento del 46 % respecto al año 2005.

Todos nuestros cereales Big G contienen, al menos, 8 g de granos integrales por porción. Muchos contienen 16 g o más.

Menor cantidad de azúcar en cereales para niños

Hemos trabajado durante más de tres años para disminuir las concentraciones de azúcar en nuestros cereales publicitados para niños menores de 12 años de Estados Unidos. Desde 2007, hemos reducido las concentraciones de azúcar en dichos cereales para niños en un promedio superior al 14 %.

Estamos comprometidos con el reducción a un dígito de la cantidad de

gramos de azúcar por porción en todos los cereales, y lo estamos logrando. Desde diciembre de 2010, todos nuestros cereales para niños contienen 10 g de azúcar o menos por porción. En un caso, los Cheerios congelados, hemos reducido el azúcar a 9 g. Y también hemos reducido el azúcar en muchos de nuestros otros cereales.

Reducción del sodio

En el año 2010, anunciamos que reduciríamos las concentraciones de sodio en un promedio del 20 % en más de 400 productos antes del año 2015. Ya hemos realizado avances considerables durante el año pasado. Hemos reducido el sodio en siete variedades de vegetales de nuestra marca Green Giant y en 45 productos enlatados, por ejemplo.



General Mills ofrece más de 800 productos al por menor en Estados Unidos que 150 calorías o menos por porción; opciones para cualquier comida, desde familiares hasta refrigerios.



REFERENCIA
 2007 Nivel de azúcar
 2007 Reformulación
 2008 Nivel de azúcar
 2009 Nivel de azúcar
 2010 Nivel de azúcar

Necesidades para dietas especiales

Continuamos agregando opciones a nuestros productos sin gluten, incluidos los productos sin gluten de Bisquick y Asian Helper, una innovación de la línea Hamburger Helper con más de 30 años de antigüedad. Ambos son productos a base de arroz, a diferencia de los productos originales a base de trigo.

Nuestros productos sin gluten brindan a millones de personas con intolerancia al gluten la oportunidad de compartir

comidas con familiares y amigos; comidas que, por cierto, tienen un buen sabor. Este ha sido un tema común entre los agradecidos clientes que se comunican con nuestra línea directa de Servicios al consumidor. También brindamos a esos clientes información sobre una alimentación libre de gluten a través de nuestra página web LiveGlutenFreely.com de un boletín de noticias electrónico.



Alimentos accesibles y nutritivos

Una de las contribuciones más importantes que hacemos a las dietas saludables es brindar alimentos a precios económicos.

Costo aproximado (en dólares estadounidenses) de una porción de los siguientes artículos en noviembre de 2010:

- Cheerios: 25 centavos.
- Vegetales Valley Fresh de Green Giant para cocinar al vapor: 47 centavos.
- Wholesome Hamburger Helper: 36 centavos.
- Yoplait Light: 66 centavos.
- Sopa de vegetales Progresso: \$1,09.
- Barra de granola Nature Valley: 53 centavos.

“Quería agradecerles tanto por hacer que mi vida sea mucho mejor. Acabo de comprar Bisquick libre de gluten. Mi esposa me preparó unos panqueques. ¡¡ESPECTACULAR!! No había comido nunca una comida sin gluten que tuviera el mismo sabor que una comida común”.

– Ray Long, Columbia, S.C.

Acercamiento a la comunidad hispana

Nuestra recientemente renovada página web, Qué Rica Vida, es el sitio N.º 1 sobre alimentación y estilos de vida para madres latinoamericanas. Qué Rica Vida es un programa que brinda consejos sobre estilos de vida saludables a la población hispanoparlante en los Estados Unidos. Incluye, además, una revista, seminarios sobre salud y una aplicación de iPad en español.



Promover una vida saludable

Mantenerse activo es la clave de una vida saludable, y General Mills está a la vanguardia en la promoción de estilos de vida plenos:

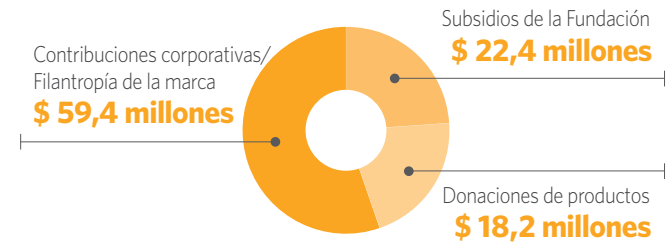
- Ayudamos a más de 1 millón de niños a realizar ejercicios, apoyando la iniciativa “One Million PALA Challenge”, que fomenta la práctica del ejercicio periódicamente.
- General Mills apoya programas de nutrición y preparación física para jóvenes como Girls in the Game, una organización sin fines de lucro con sede central en Chicago que promueve actividades deportivas y de preparación física para niñas.
- Desde el año 2002, la Fundación General Mills ha invertido más de \$ 19,5 millones en programas de nutrición para jóvenes que han ayudado a casi 5 millones de niños de los Estados Unidos.

Nuestro trabajo de filantropía alcanzó nuevas metas en el año fiscal 2010. Destinamos más de \$ 100 millones a diversas causas nobles. Eso representa un incremento del 10 % respecto del año fiscal 2009.



Resumen de donaciones del año fiscal 2010 de General Mills

Total de donaciones: **100 MILLONES DE DOLARES ESTADO UNIDENSES**



El 82 % de los empleados de los Estados Unidos se ofrecieron como voluntarios

Ayuda alimentaria para el necesitado

General Mills donó más de \$ 18 millones de nuestros productos a bancos de alimentos en todo Estados Unidos a través de nuestra asociación con Feeding America, la principal organización de lucha contra el hambre en los Estados Unidos. Somos socios fundadores con Feeding America y

hemos trabajado con su red de bancos de alimentos durante más de 30 años.

Conjuntamente con las donaciones de productos, los empleados de General Mills también cedieron su tiempo y habilidades para cultivar alimentos y así ayudar a los más necesitados. En nuestra oficina central, voluntarios se

ocuparon de un jardín de 1600 pies cuadrados (150 metros cuadrados) que produjo un rendimiento de 1300 libras (590 kg) de vegetales orgánicos. Se cosechó dos veces por semana y se entregaron los frutos del trabajo a dos organizaciones sin fines de lucro que alimentan a personas necesitadas.

Programas Box Tops para niños

Una de nuestras iniciativas más importante es el programa Box Tops for Education, que apoya a las escuelas de los Estados Unidos a través de la financiación de artículos esenciales, como libros, computadoras e instrumentos musicales. Desde sus comienzos, el programa ha recaudado más de \$ 340 millones para escuelas hasta el octavo grado.



United Way

Las donaciones United Way de General Mills en los Estados Unidos y Canadá alcanzaron este año los \$ 13,5 millones, un incremento de más del 6 % respecto del año 2009. En nuestra oficina central de las ciudades gemelas de Minnesota, nuestra empresa fue el contribuyente corporativo de donaciones más importante por decimosegundo año consecutivo.

“Ya sea brindando orientación a niños en las Ciudades Gemelas o apoyando a mujeres agricultoras en Malawi, General Mills y sus empleados han demostrado una generosidad y un compromiso increíbles para ayudar a los demás”.



– Atul Tandon,
Vicepresidente ejecutivo de
United Way
Worldwide

Expansión de nuestros esfuerzos en África



General Mills se compromete a brindar nuestros conocimientos y recursos para ayudar a que las regiones más pobres del mundo, incluidos los países en desarrollo de África, se puedan asistir por sí mismas.

Join My Village. En el año 2010, expandimos nuestro programa de donaciones en línea Join My Village para promover el desarrollo educativo y económico para las niñas y las mujeres de África. Las personas que visitan la página web JoinMyVillage.com pueden activar una contribución de General Mills y de otras compañías asociadas mirando un video o leyendo una historia sobre el futuro de una niña. El programa ya cuenta con más de 95.000 miembros.

Join My Village ayuda a financiar programas que se esfuerzan por



romper con el círculo de la pobreza en una de las regiones más pobres del mundo. Durante su primer año, con los fondos se ayudó a instaurar 160 becas escolares, se construyeron ocho hogares para docentes y se ayudó a que más de 1000 mujeres comenzaran sus propios emprendimientos. Durante el año 2010, hemos aportado más de \$ 1 millón a través de este programa.

Partners in Food Solutions (PFS). PFS combina la experiencia de los empleados voluntarios de General Mills y de otras compañías de productos alimenticios y asociaciones con instalaciones pequeñas y medianas de producción y procesamiento de alimentos en los países en desarrollo. El objetivo es ayudar a esas empresas a producir alimentos nutritivos y económicos, y



aumentar la demanda de cultivos de los pequeños productores agrícolas que los proveen. Más de 300 empleados se han ofrecido como voluntarios para ayudar a resolver problemas técnicos en plantas procesadoras de alimentos de África.

Uno de los programas que apoya el PFS es Project Peanut Butter (Proyecto Mantequilla de maní), una organización sin fines de lucro que produce y distribuye una pasta de mantequilla de maní muy nutritiva para niños con graves problemas de desnutrición en Malawi. Nuestros voluntarios están ayudando a que el proyecto mejore la eficiencia en su planta y a desarrollar una receta nueva que ayude a tratar a pacientes con VIH. El hambre es la principal causa de la muerte del 13 % de niños de Malawi antes de que cumplan 5 años de edad.



Un niño, una computadora portátil

One Laptop Per Child es una organización sin fines de lucro que brinda oportunidades educativas a los niños más pobres del mundo al donarles a cada uno una computadora portátil autónoma y previamente cargada con contenidos especiales. A través de una campaña de promoción de causas dirigida por nuestro equipo Fruit Snacks, donamos más de 2000 computadoras portátiles a niños necesitados de Sudáfrica.

En Haití, se donaron más de 400.000 dólares estadounidenses al Fondo de Respuesta Internacional de la Cruz Roja Americana y a la organización CARE Internacional para colaborar con los esfuerzos de ayuda humanitaria después de que un terremoto, en enero del año 2010, se cobrara aproximadamente 100.000 vidas y dejara a varios cientos de miles más sin hogar.

Concientización sobre el cáncer de mama

Por cuarto año consecutivo, General Mills patrocinó una campaña "Pink Together" ("Todos nos sumamos al rosa") en toda la compañía para apoyar a las mujeres afectadas por el cáncer de mama. La campaña donó 2,25 millones de dólares estadounidenses durante el año fiscal 2010 a Susan G. Komen for the Cure para avanzar en las investigaciones, la educación y el alcance comunitario sobre el cáncer de mama.

Pink Together, en combinación con la campaña Yoplait Save Lids to Save Lives (Guardar tapas de Yoplait para salvar



vidas), ha posicionado a General Mills como al auspiciante N.º 1 de productos de consumo envasados a la causa de Susan G. Komen, la organización líder a nivel mundial en la lucha contra el cáncer de mama. Entre estos dos programas, hemos aportado más de 33 millones de dólares estadounidenses para apoyar la investigación y la concientización desde el año 1998.



Favorecer a las madres

La revista Working Mother eligió a General Mills para su "Salón de la fama" por aparecer en la lista de apoyo al trabajo de la mujer durante 15 años consecutivos. Working Mother también nos clasificó como la mejor de 100 empresas por nuestro compromiso con el bienestar y la flexibilidad en el lugar de trabajo.

Promover la diversidad

General Mills adopta la diversidad y la inclusión como impulsores clave de la innovación.

Este año, con la creación de la red de empleados de Medio Oriente y Norte de África (Middle East & North Africa, MENA), se logró otra hebra en el tejido cultural de la diversidad laboral de General Mills. Respaldamos 17 redes de empleados y consejos de la diversidad. Con el importantísimo aporte

de sus perspectivas diferentes, estas redes y consejos ayudan a impulsar la innovación en General Mills, lo que genera que toda la empresa sea más grande que la suma de sus partes.

Al finalizar el año fiscal 2010, el 19,4 % de nuestros empleados en EE. UU. pertenecía a grupos minoritarios. Casi el 16 % de los puestos gerenciales es ocupado por personas de color.

Los mejores ambientes laborales internacionales

Nuestra reputación como excelente entorno laboral es reconocida en los Estados Unidos. Habitualmente se nos incluye entre las mejores clasificaciones, como en la revista *Fortune* y su lista de las "100 mejores compañías para

trabajar". En la actualidad, nuestra reputación crece a escala internacional. El *Financial Times* nos eligió como uno de los "50 mejores lugares para trabajar del Reino Unido" y el *Sunday Times*, por tercer año consecutivo, eligió a

General Mills UK como una de sus "100 mejores pequeñas empresas" para trabajar. Se dice que somos "un buen lugar donde trabajar". También recibimos honores por mejor lugar donde trabajar en Canadá, Australia y Francia.



Aproximadamente el 82 % de nuestros empleados de los Estados Unidos ofreció su tiempo, energía y experiencia; casi tres veces el 29 % promedio informado en una encuesta de más de 150 empresas Fortune 500.

Mentalidad global, voluntariado local

Casi 2.000 empleados y jubilados de General Mills de todo el mundo cedieron su tiempo y participaron de "Think Global, Volunteer Local" ("Mentalidad global, voluntariado local"), una iniciativa auspiciada por la empresa para celebrar el 40º aniversario del Día de la Tierra y de la Semana Nacional del Voluntario en los Estados Unidos.

Progresos en las metas de sustentabilidad

General Mills realizó avances sustanciales para lograr nuestras metas de sustentabilidad ambiental durante el año fiscal 2010. Al mismo tiempo, desarrolló metas más amplias y audaces para las plantas de producción que se concretarán antes del año fiscal 2015.

Nuestros esfuerzos por reducir la huella ambiental fueron profundizados por dos movimientos internos continuos: Mejora continua (Continuous Improvement, CI) y Administración de Márgenes Holísticos (Holistic Margin Management, HMM).

Ambas iniciativas están diseñadas para mejorar la eficiencia de nuestras operaciones que, además, en muchos casos, generan un beneficio ambiental.

La instalación de medidores de energía en varias piezas del equipamiento de nuestra planta en Covington, Georgia, por ejemplo, derivó en ahorros

anuales de más de 600.000 dólares estadounidenses. La información adicional permitió que los operadores optimizaran la producción; también, tenemos planes para extender sistemas de medición de energía más sólidos en más plantas.



Transformar las vainas de avena en energía

Las vainas de avena son un subproducto de nuestro proceso para la fabricación de Cheerios, pero no se desechan. En diciembre de 2010, el molino harinero de General Mills en Fridley, Minnesota, se convirtió en la primera planta de la empresa en utilizar biomasa como combustible, al aprovechar las vainas de avena sobrantes para producir casi el 90 % del vapor necesario para calentar y operar la planta.

Si se queman las vainas de avena en el lugar, se ahorrarán aproximadamente 390.000 dólares estadounidenses al año, mayoritariamente a partir de los menores costos de gas natural. Además, se reducirá la huella de carbono de la planta aproximadamente un 21 %.

Generamos suficiente cantidad de vainas de avena, con aproximadamente el mismo valor energético que el carbón bituminoso, para alimentar nuestra planta y abastecer a otras plantas como una fuente de energía. En la actualidad, las vainas también se queman en Koda Energy, una planta de biomasa en Shakopee, Minnesota, que genera, en promedio, la electricidad suficiente para alimentar a 17.000 hogares.



John Hellweg de General Mills encabezó el proyecto del quemador de biomasa.

Metas de sustentabilidad ambiental de General Mills†

Indicador de sustentabilidad (valores de referencia para el año fiscal 2005)	Objetivos de reducción para el año fiscal 2010	Reducciones reales del período fiscal 2006 a 2010	Objetivos de reducción antes del año fiscal 2015
Consumo de energía	15 %	6 %	20 %
Emisión de gases de efecto invernadero	15 %	8 %	20 %
Consumo de agua	5 %	9 %*	20 %*
Generación de desechos sólidos	15 %	33 %	50 %
Combustible para transporte**			35 %**
Huella ecológica de embalaje**			Porcentaje del volumen de embalaje por mejorar antes del año 2015 40 %***

† Normalizado a toneladas métricas de producción.

* La meta con respecto al consumo de agua del año fiscal 2011 se mide a partir de los valores de referencia del año fiscal 2006.

** La meta de transporte en Norteamérica y la de embalaje se miden a partir de los valores de referencia del año fiscal 2009.

*** Se utilizan cuatro indicadores clave para evaluar la mejora: peso del embalaje, contenido reciclado, contenido renovable y eficiencia de los camiones.



Río Root en el sudeste de Minnesota

Ser ecológico

Cuando es Green Giant, ser ecológico llega de manera natural. Para conmemorar el 40º aniversario del Día de la Tierra, Green Giant aportó 200.000 dólares estadounidenses a The Nature Conservancy, un grupo de conservación del medio ambiente que protege tierras y masas de agua de importancia ecológica, como el río Root en el sudeste de Minnesota. Junto con donaciones financieras, durante toda su historia Green Giant ha trabajado para proteger el medio ambiente y reducir su huella ecológica a través de medidas, como:

- Envasar verduras en latas más pequeñas y livianas para consumir menos combustible al transportarlas hasta los supermercados.
- Utilizar métodos tradicionales de cultivo con semillas para duplicar, durante los últimos 35 años, la cantidad de maíz dulce cultivado en una hectárea de tierra.
- Cambiar por un cartón más ecológico para empaquetar verduras congeladas y salvar, de esta manera, 54.000 árboles por año.



Conservación del agua

La gerenta de medio ambiente, Carolyn Sampson, forma parte de un equipo de General Mills que trabaja con la Fundación Vida Silvestre (World Wildlife Foundation) para evaluar riesgos del agua en nuestra cadena de suministro y explorar estrategias de conservación. Fuera de General Mills, Sampson ofrece sus conocimientos a grupos ambientalistas, como Amigos de los Parques Naturales de las Aguas Fronterizas (Friends of the Boundary Waters Wilderness).



Reducción del uso de combustibles

En Norteamérica, ahorramos aproximadamente 10 millones de galones (38 millones de litros) de combustible hasta el final del año fiscal 2010 como resultado de un nuevo sistema de transporte que implementamos en el año 2009. En Europa, ahorramos otros 414.000 galones (1,6 millones de litros) de combustible diesel al transportar más cantidad de nuestros productos por mar, a partir del año fiscal 2009. Para el año fiscal 2015, nuestra meta es reducir un 35 % el combustible utilizado para transportar una libra de producto.



Liderazgo ambiental en Europa

Nuestra planta en San Adrián, España, ahora recibe el 100 % de su electricidad de fuentes renovables. Además, ha reducido un 58 % el consumo de agua y un 67 % el índice de generación de residuos sólidos durante los últimos cinco años. De hecho, todas las plantas europeas de General Mills han alcanzado la "Certificación ISO 14001"; esto significa que han cumplido con un conjunto de normas reconocidas internacionalmente y utilizadas por las organizaciones para mejorar su rendimiento ambiental.

Protección de parques

Nuestra marca Nature Valley incrementó su apoyo a los parques nacionales de los Estados Unidos en el año 2010 al donar aproximadamente 380.000 dólares estadounidenses a la Asociación para la Conservación de Parques Nacionales (National Parks Conservation Association). La campaña focalizada en la naturaleza, con la estrella de música country Kenny Chesney como vocera, enfatizó el compromiso de la marca con la sustentabilidad ambiental.

El dinero generado a través del "Proyecto de Nature Valley para Parques Nacionales" (Nature Valley National Parks Project) ha financiado iniciativas en tres parques nacionales: Grand Canyon, Yellowstone y Biscayne en Florida.



Embalaje sustentable

En el año 2010, fabricamos cajas de las barras de granola Nature Valley más pequeñas y delgadas, redujimos el ancho media pulgada y la profundidad un cuarto de pulgada, sin modificar el tamaño de las barras. Con eso, logramos ahorrar un promedio de 6,2 millones de libras (2800 toneladas) de cartón al año.

Recientemente, comenzamos a utilizar un plástico más liviano en las copas conservantes del frío para nuestros Roles dulces Pillsbury Grands!, un cambio que nos permitirá ahorrar una cantidad estimada de 600.000 libras (270 toneladas) de plástico por año.



Conservación del agua en México

Desde el año 2008, hemos alentado a los productores agrícolas de la región central de México para que adopten la irrigación por goteo, método que utiliza aproximadamente la mitad del agua que la irrigación convencional con surcos.

Hemos ofrecido a los productores préstamos sin intereses de hasta 200.000 dólares estadounidenses para que compren equipos de irrigación por goteo. Por cada 200 acres (80 hectáreas) adicionales en los que se adopta la irrigación por goteo, se estima un ahorro de 133 millones de galones (503 millones de litros) de agua por año.



La irrigación por goteo (izquierda) consume aproximadamente un 50 % menos de agua que la irrigación convencional con surcos.

Con certificación LEED

Nuestro centro de distribución en Social Circle, Georgia, es el edificio industrial más grande de EE. UU. con la certificación "dorada" del sistema de clasificación Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental (Leadership in Energy and Environmental Design, LEED), un estándar internacional para la construcción sustentable. Iluminación con consumo eficiente de la energía que se apaga cuando no hay nadie presente, ventilación con menor consumo de electricidad, un sistema de retención del agua que se utiliza para irrigación y accesorios de plomería de bajo flujo; todo contribuye a la elevada calificación de las instalaciones.





.....
GENERAL MILLS

Alimentar vidas (Nourishing Lives)

Para obtener información detallada sobre nuestro compromiso de ser una de las empresas de productos alimenticios con mayor responsabilidad social del mundo, lea nuestro informe completo sobre responsabilidad social corporativa en la página web www.csr.GeneralMills.com.

Number One General Mills Boulevard
Minneapolis, MN 55426
GeneralMills.com
©2011 General Mills