

LG Portugal agora bebe Earth Water

12 de Março, 2020

A LG Electronics Portugal acaba de fechar uma parceria com a marca solidária Earth Group, que passará a ser o fornecedor oficial de água, com a sua Earth Water, sendo utilizada por parte da empresa de tecnologia em todos os contextos, tanto a nível interno como em todos os seus eventos.

A **água Earth Water** é a água que mata a fome e não o ambiente. É a única marca de água do mercado cujos **lucros revertem a 100% para o Programa Alimentar Mundial** das Nações Unidas – a maior organização humanitária do mundo que apoia crianças necessitadas em países com fortes carências alimentares através da distribuição de refeições escolares – e é também a primeira marca de água a ser comercializada em Portugal em embalagens de cartão Tetra Pak reafirmando o seu compromisso com o ambiente com a apresentação de soluções mais sustentáveis.

Em Portugal, a LG Electronics conta com um universo de 90 colaboradores, ocupando um bloco de 1.865 m² na recente área de inovação do Tagus Park, em Oeiras. Com uma política de sustentabilidade reconhecida em todo o mundo, a empresa tecnológica dá assim mais um passo rumo a um mundo melhor.

“A missão da LG é **‘Inovação para uma vida melhor’** e é mesmo isso que nós fazemos a nossa política de sustentabilidade. Colocamos à disposição do Ambiente todo o nosso conhecimento e investigação para podermos ter um impacto positivo no Planeta e na vida das pessoas. Por isso, desde o desenvolvimento dos nossos produtos até à gestão dos nossos escritórios, fábricas e respetivos recursos humanos, orgulhamos-nos de medidas e parcerias como esta. Tal como nós, o Earth Group tem os olhos postos num futuro melhor, mais verde e sustentável, em harmonia com a Natureza e com tudo o que nos rodeia”, afirma Eva Freitas, Recursos Humanos da LG Portugal.

Desde 1994, a LG tem em curso uma reconhecida política de sustentabilidade a nível mundial em torno da criação de um sistema de gestão e de um portefólio que assegurem um ambiente melhor. Uma das suas maiores inovações neste âmbito surge na produção dos equipamentos eletrónicos, com uma forte política de eco design que pressupõe um processo de montagem dos televisores que permite a reciclagem de grande parte dos seus componentes.

Também o desenvolvimento das embalagens é avaliado tendo em conta o cumprimento de 22 pontos-chave, tais como a redução do volume e peso e a otimização da eficiência logística. Em complemento, foram introduzidas diretrizes para o design de Embalagens Verdes para televisores, smartphones, computadores, frigoríficos, máquinas de lavar e aspiradores. Estas ações, em conjunto com outras também muito ambiciosas, têm como meta atingir a **neutralidade carbónica** das operações a nível global até 2030.

A nível local, a LG tem vindo a desafiar a sociedade a repensar a sua atitude

perante o lixo eletrónica, através de um grande conjunto de ações de alerta e conscientização dos portugueses desenvolvidas em parceria com a ERP Portugal: o **e-Waste Summit**, o primeiro encontro de análise do panorama português de gestão dos Resíduos de Equipamentos Elétricos e Eletrónicos; a **Geração Depositário**, que conta com o envolvimento de mais de 900 entidades, 420 mil alunos e cerca de 40 mil professores; e a Campanha **“Reciclar é um Festival”**, que promoveu a recolha de eletrodomésticos usados ou danificados, de qualquer marca, na compra de um produto LG.