

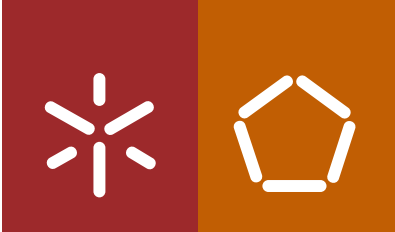


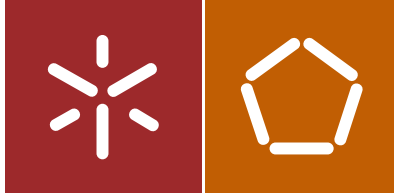
Anexos

Moda Ética no Panorama Nacional

Alina Alves Pereira

Universidade do Minho
Escola de Engenharia





Universidade do Minho
Escola de Engenharia

Alina Alves Pereira

Moda Ética no Panorama Nacional

Anexos

Dissertação de Mestrado
Ciclo de Estudos Integrados Conducentes ao
Grau de Mestre em Design de Comunicação de Moda

Trabalho efectuado sob a orientação da
Professora Doutora Joana Luísa Ferreira Lourenço
Cunha

Índice

Anexo 1- Tabela de seleção das marcas presentes em centros comerciais	5
Anexo 2- Tabela de seleção das marcas associadas à moda ética	10
Anexo 3- Avaliação das marcas portuguesas.....	12
A MONTRA VIP.....	13
ANA SOUSA.....	14
DECENIO.....	15
DIELMAR	16
GIOVANNI GALLI	17
GLOBE.....	18
Marca.....	19
LANIDOR	19
LION OF PORCHES.....	20
MIKE DAVIS.....	21
MMI.....	22
MR. BLUE.....	23
PARFOIS.....	24
PEDRA DURA.....	25
QUEBRAMAR.....	26
SACOR BROTHERS.....	27
SALSA	28
STONE BY STONE.....	29
SUITS INC	30
TIFFOSI	31
UNDER BLUE	32
NAE.....	33
METAMORFOSE HEMP SHOP	34
NAJHA.....	35
ELEMENTUM	36
LIGHTFACTORY SHOP	37
MARITA MORENO	38
Anexo 4- Análise de conteúdo dos websites das marcas	39
A MONTRA VIP.....	40

ANA SOUSA.....	45
DECINO.....	76
DIELMAR.....	98
GIOVANNI GALLI.....	104
GLOBE.....	133
LANIDOR.....	153
LION OF PORCHES.....	234
MIKE DAVIS.....	256
MMI.....	267
MR. BLUE.....	288
PARFOIS.....	300
PEDRA DURA.....	365
QUEBRAMAR.....	374
SACOR BROTHERS.....	399
SALSA.....	435
STONE BY STONE.....	534
SUITS INC.....	554
TIFFOSI.....	575
UNDER BLUE.....	630
METAMORFOSE HEMP SHOP.....	636
NAE.....	641
NAJHA.....	654
ELEMENTUM.....	722
LIGHT FACTORY SHOP.....	731
MARITA MORENO.....	748
Anexo 5- Dados gerais das marcas analisadas.....	763
Anexo 6- Questionário versão final.....	766
Anexo 7- Respostas ao questionário.....	776
Anexo 8- Pré-teste do questionário.....	951
Anexo 9- Avaliação da rede social <i>Facebook</i>	963
GIOVANNI GALLI.....	964
SALSA.....	965
NAE.....	967
NAJHA.....	969

H&M.....	970
PRIMARK	972
Anexo 10- Análise de conteúdo do <i>Facebook</i>	974
GIOVANNI GALLI	975
SALSA	984
NAE.....	1000
NAJHA.....	1014
H&M.....	1015
PRIMARK	1030

Anexo 1- Tabela de seleção das marcas presentes em centros comerciais

Loja	Tipologia			Presença		Portuguesa	Multi-marca	Motivo de rejeição	Website
	A C	M F	M M	CC	N S				
A MONTRA VIP	0	1	0	1	0	1	0		http://www.amontravip.com/pt/
ACCESSORIZE	1	1	0	1	1	0	0		http://global.accessorize.com/en-pt/
ADIDAS	1	1	1	1	1	0	0		https://www.adidas.com/pt
ADIDAS ORIGINALS	0	1	1	1	0	0	0		http://www.adidas.com/pt/originals
ANA SOUSA	1	1	0	1	1	1	0		https://www.anasousa.com/pt/
B. STRONG	1	0	0	0	1	1	1		https://bstrongstore.com/pt/
B. STRONG GOLD	1	0	0	0	1	1	1		https://bstrongstore.com/pt/home/bstrong-gold
BERSHKA	1	1	1	1	1	0	0		https://www.bershka.com/pt/
BIJOU BRIGITTE	1	0	0	1	0	0	0		https://www.bijou-brigitte.com/
BILLABONG	0	1	1	1	0	0	0		https://eu.billabong.com/womens
BIMBA Y LOLA	1	1	0	1	1	0	0		https://www.bimbaylola.com/es_es/
BROWNIE	1	1	0	0	1	0	0		https://www.browniespain.com/pt/
C&A	0	1	1	1	1	0	0		https://www.c-and-a.com/pt/pt/corporate/company/
CAROLL	0	1	0	1	0	0	0		http://www.caroll.com/corp_en/home
CARPISA	1	0	0	1	0	0	0		https://www.carpisa.it/it_en/
CASA ALEXANDRES	1	0	0	1	0	1	1		http://www.casa-alexandres.com/
CASA BATALHA	1	0	0	1	1	1	0		sem website
CHILLI BEANS	1	0	0	1	1	0	0	Ótica	https://aboutchillibbeans.com/
CIA.MARÍTIMA	0	1	0	1	0	0	0		https://www.ciamaritima.com.br/
CLAIRE'S	1	0	0	1	1	0	0		http://www.claire.com/
CONTINENTE (MO)	1	1	1		0	1	0	Supermercado	https://mo-online.com/pt/
COPITRAJE	0	1	1	1	0		0	Trajes	http://copitraje.com/index.php?route=common/home
CORTEFIEL	1	1	1	1	1	0	0		http://cortefiel.com/pt/pt
DAVID ROSAS	1	0	0	0	1	1	1		http://www.davidrosas.com/pt/
DECENIO	1	1	1	1	1	1	0		https://www.decenio.com/pt/
DIELMAR	1	0	1	0	1	1	0		https://dielmar.pt/pt/#home
DIFERENZA	1	0	0	0	1	0	0		http://www.diferenza.com.br/
DOCKERS	1	0	1	0	1	0	0		http://www.dockers.com/pt/en_GB
EL GANSO	0	1	1	1	0	0	0		https://www.elganso.com/es/
ELENA MIRÓ	0	1	0	1	1	0	0		https://www.elenamiro.com/pt
ERICEIRA SURF & SKATE	0	1	1	1	1	1	1		https://ericeirasurfshop.pt/
ETXART & PANNO	0	1	0	1	0	0	0		http://www.etxartpanno.com/pt-PT/
FOREVER 21	0	1	0	1	0	0	0		http://www.forever21.com/EU/Product/Main.aspx?br=f21
FRED PERRY AUTHENTIC STORE	0	1	1	0	1	0	0		https://www.fredperry.com/eu/
FURLA	1	0	0	1	1	0	0		https://www.furla.com/pt/pt
G STAR RAW	1	0	0	0	1	0	0		https://www.g-star.com/en_pt

GALEÃO	1	0	0	1	0				sem website
GANT	1	1	1	1	1	0	0		http://pt.gant.com/
GIOVANNI GALLI	1	0	1	0	1	1	0		http://www.giovannigallistore.com/
GLOBE	1	1	0	1	1	1	0		https://www.globe.pt/
GRANDOPTICAL	1	0	0	1	0			Ótica	
GUESS	1	1	1	1	1	0	0		https://www.guess.eu/en
H&M	1	1	1	1	1	0	0		http://www2.hm.com/pt_pt/index.html
HASSU	1	0	1	0	1	0	0	Flagshipstore	https://www.hassu.pt/pt
HAVAIANAS	1	0	0	1	0	0	0		https://www.havaianas-store.com/pt/
HURLEY	0	1	1	1	0	0	0		https://www.hurley.com/us/en_us/c/hurley
IN MOCION	0	1	1	0	1	1	1		https://bstrongstore.com/pt/home/inmocion
IT MARKET	1	1	1	1	0	1	1		http://itmarket.pt/
JACADI	1	0	0	0	1			Moda infantil	
L' BOUVARDIA	0	1	0	0	1				sem website
LABrothers	0	0	1	0	1				sem website
LACOSTE	1	1	1	1	1	0	0		https://www.lacoste.com/pt/homepage
LANIDOR	1	1	0	1	1	1	0		https://www.lanidor.com/
LARANJA LIMA	0	1	0	1	0	1	1		http://www.laranjalima.pt/
LEFTIES	0	1	1	1	0	0	0		https://www.lefties.com/pt/
LEVI'S	0	1	1	1	1	0	0		http://www.levi.com/PT/pt_PT
LIGHTNING BOLT	0	1	1	0	1	0	0		https://www.lightningbolt-usa.com/en
LION OF PORCHES	0	1	1	1	1	1	0		https://www.lionofporches.pt/pt/
LIT CHOON	1	0	0	1	0	1	1		http://litchoon.pt/
LONGCHAMP	1	0	0	1	0	0	0		http://pt.longchamp.com/
LUISA DE SÁ BOUTIQUES	1	1	0	1	0	1	1		https://www.luisadesaboutiques.com/
MANGO	1	1	0	1	1	0	0		https://shop.mango.com/pt
MARIA MARCELINO	0	1	1	0	1				sem website
MASSIMO DUTTI	0	1	1	1	1	0	0		https://www.massimodutti.com/pt/
MCS - MOB CREW STORE	0	1	1	1	0	1	1		http://www.mcs.com.pt/
MICHAEL KORS	1	1	0	1	0	0	0		https://www.michaelkors.eu/en_PT/
MIKE DAVIS	0	1	1	0	1	1	0		https://www.mikedavis.pt/
MISAKO	1	0	0	1	1	0	0		https://www.misako.com/pt/
ML BOLSAS	1	0	0	1	0	1	1		http://www.mlbolsas.pt/
MMI	1	0	0	1	0	1	0		http://mmistores.com/home
MOLLY BRACKEN	1	1	0	0	1	0	0		https://www.mollybracken.com/eshop/fr/
MR. BLUE	0	0	1	1	1	1	0		https://www.mr-blue.com/index.asp?idioma=PT
MULTIÓPTICAS	1	0	0	0	1			Ótica	
NATURA	1	1	0	1	1	0	0		https://www.naturastore.pt/

NATURA PURA	1	0	0	0	1			Moda infantil	
NICE THINGS	1	1	0	0	1	0	0		https://www.nicethingspalomas.com/es_es/
NIKE	1	1	1	1	1	0	0		https://www.nike.com/us/en_us/
NO EXIT	0	1	1	1	0				sem website
OBAG	1	0	0	0	1	0	0		https://www.obagonline.com/default.asp
OLHAR DE PRATA	1	0	0	1	0			Ótica	
OPEN MIND	0	1	1	1	0	0	0		http://www.openmindfit.com/loja/index.php?route=common/home
ORIENTE-SE TATTOOS & PIERCINGS	1	0	0	1	0			Piercings	
OYSHO	1	1	0	0	1	0	0		https://www.oysho.com/pt/
PACO MARTINEZ	1	0	0	1	1	0	0		https://www.pacomartinez.com/pt/
PARFOIS	1	0	0	1	1	1	0		https://www.parfois.com/pt/pt/home/
PEDRA DURA	1	0	0	1	1	1	0		https://www.pedradura.net/?ls=pt
PEDRO DEL HIERRO	0	1	1	1	1	0	0		http://pedrodelhierro.com/pt/pt/homepage
PEPE JEANS	1	1	1	1	1	0	0		https://www.pepejeans.com/pt_pt/
PIMKIE	0	1	0	1	1	0	0		http://www.pimkie.fr/
PRIMARK	1	1	1	1	1	0	0		https://www.primark.com/pt/homepage
PROMOD	0	1	0	1	1	0	0		https://www.promod.pt/
PULL & BEAR	0	1	1	1	1	0	0		https://www.pullandbear.com/pt/
Q'T-SHIRT	1	1	1	0	1			estampagem	
QUEBRAMAR	0	1	1	1	1	1	0		https://www.quebramar.com/
QUIKSILVER	0	1	1	1	0	0	0		http://www.quiksilver.pt/
SACOR BROTHERS	1	1	1	1	1	1	0		https://www.sacoorbrothers.com/pt/
SALSA	0	1	1	1	1	1	0		https://www.salsajeans.com/pt/
SAMSONITE	1	0	0	1	1	0	0		https://www.samsonite.pt/
SFERA	1	1	1	1	0	0	0		https://www.sfera.com/es/
SOLARIS	1	0	0	1	0			Ótica	http://www.solaris-sunglass.com/pt/
SPRINGFIELD	0	1	1	1	1	0	0		http://myspringfield.com/pt/pt
STONE BY STONE	1	0	0	1	1	1	0		https://www.stonebystone.pt/
STRADIVARIUS	0	1	0	1	1	0	0		https://www.stradivarius.com/pt/
SUITS INC	0	0	1	1	1	1	0		https://suitsinc.com/pt/
SUNGLASS HUT	1	0	0	1	1			Ótica	http://pt.sunglasshut.com/pt
TERESINHA CARTEIRAS	1	0	0	0	1				sem website
ThisCoverShop	1	0	0	0	1				sem website
TIFFOSI	0	1	1	1	1	1	0		http://www.tiffosi.com/
TIMBERLAND	1	1	1	1	1	0	0		https://www.timberland.pt/
TOMMY HILFIGER	0	1	1	1	1	0	0		https://pt.tommy.com/
TOUS	1	0	0	1	1	0	0		http://www.tous.com/pt/
UNDER BLUE	0	0	1	0	1	1	0		https://www.underblue.net/

UNITED COLORS OF BENETTON	0	1	1	1	1	0	0	https://pt.benetton.com/
UTERQUE	0	1	0	1	1	0	0	https://www.uterque.com/pt/
VICRI	1	0	1	0	1	0	0	sem website
ZARA	1	1	1	1	1	0	0	https://www.zara.com/pt/
ZUKY LUXURY	0	1	1	1	0			sem website
Total	7 2	7 2	5 6	8 7	3	33	12	
Legenda	A C	Acessórios de moda						
	M F	Moda feminina						
	M M	Moda masculina						
	C C	Centro Colombo						
	N S	NorteShopping						
		Não adequada						
		Sem website						
		Lojas multimarca						
		Marcas portuguesas						
		Marcas seleccionadas						

Anexo 2- Tabela de seleção das marcas associadas à moda ética

	Presença		Multimar ca	Motivo de rejeição	Website
Marca	DME	EFS			
NAE	1	1			https://www.nae-vegan.com/pt/
METAMORFO SE M SHOP	1				https://www.metamorfosehempshop.com/
NAJHA	1				https://najha.com
FIU CRIATIVO	1				sem website
ESISA BAÍA	1				sem website
SAPATO VERDE	1		1		https://sapatoverde.pt/
ELEMENTUM		1			http://luxuryistohavesimplethings.com/
NAZ		1			sem website
LIGHT FACTORY		1			https://www.lightfactoryshop.com/
TEN POINTS		1		origem sueca	https://tenpoints.se/
MARITA MORENO		1			https://www.maritamoreno.com/
ULTRASHOES		1		não vende ao público	http://www.ultrashoes.pt/
TODDLER/W AT		1			sem website
KOZZI		1			sem website
GREEN BOOTS		1			sem website
Total	6	10	1		
Legenda	DME	Desfile de Moda ética			
	EFS	Ethical fashion show			
		Não adequada			
		Sem website			
		Lojas multimarca			
		Marcas seleccionadas			

Anexo 3- Avaliação das marcas portuguesas

Marca	A MONTRA VIP			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	20	0	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	28	0	0

Marca	ANA SOUSA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação			1
	Sub. Total	5	1	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	18	1	1
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	7	0	1
	Total Geral	25	1	2

Marca	DECENIO			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	20	0	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	28	0	0

Marca	DIELMAR			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	1	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	27	1	0

Marca	GIOVANNI GALLI			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo			1
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	4	1	2
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	17	1	2
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar		1	
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Total	7	1	0
	Total Geral	24	2	2

Marca	GLOBE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	2	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	18	2	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	26	2	0

Marca	LANIDOR			
Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3	
Design				
Design p/reciclagem	1			
Vínculo afetivo	1			
Design sem resíduos	1			
Durabilidade	1			
Informação de utilização				1
Cuidado de baixo impacto	1			
Mutação	1			
Sub. Total	6	0		1
Materiais				
Biodegradável	1			
Fibras têxteis de menor impacto	1			
Direitos dos animais	1			
Aviamentos de baixo impacto	1			
Sub. Total	4	0		0
Indústria				
Produção mais limpa (CPP)	1			
Química verde	1			
Tecnologias inovadores	1			
Sub. Total	3	0		0
Logística e distribuição				
Transporte	1			
Embalagens	1			
Pontos de venda	1			
Sub. Total	3	0		0
Gestão do fim de vida útil				
Sistemas de devolução de peças	1			
Reciclagem	1			
Upcycling	1			
Sub. Total	3	0		0
Total	19	0		1
Design				
Bem-estar social	1			
Sub. Total	1	0		0
Empresa				
Valor acrescentado	1			
Trabalho digno	1			
Salubridade e segurança		1		
Sub. Total	2	1		0
Comércio justo				
Acesso ao mercado	1			
Relações comerciais	1			
Capacitar	1			
Sensibilização e defesa do consumidor	1			
Sub. Total	4	0		0
Total	7	1		0
Total Geral	26	1		1

Marca	LION OF PORCHES			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	1	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	27	1	0

Marca	MIKE DAVIS			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	0	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	0	1
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	27	0	1

Marca	MMI			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	20	0	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	28	0	0

Marca	MR. BLUE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	18	2	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	26	2	0

Marca	PARFOIS			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	20	0	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	28	0	0

Marca	PEDRA DURA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)			1
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	0	1
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	27	0	1

Marca	QUEBRAMAR			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	1	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado		1	
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	7	1	0
	Total Geral	26	2	0

Marca	SACOR BROTHERS			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	1	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado		1	
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	7	1	0
	Total Geral	26	2	0

Marca	SALSA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação		1	
	Sub. Total	4	2	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	17	2	1
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	7	0	1
	Total Geral	24	2	2

Marca	STONE BY STONE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	0	2
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	17	1	2
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	25	1	2

Marca	SUITS INC			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	1	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança		1	
	Sub. Total	2	1	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	7	1	0
	Total Geral	26	2	0

Marca	TIFFOSI			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	19	1	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	27	1	0

Marca	UNDER BLUE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade	1		
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	7	0	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto	1		
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	20	0	0
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Empresa			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	28	0	0

Marca	NAE			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização			1
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	1	1
	Materiais			
	Biodegradável		1	
	Fibras têxteis de menor impacto			1
	Direitos dos animais			1
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	1	1	2
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)		1	
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	14	3	3
Social	Design			
	Bem-estar social			1
	Sub. Total	0	0	1
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado		1	
	Trabalho digno		1	
	Salubridade e segurança		1	
	Sub. Total	0	3	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado		1	
	Relações comerciais		1	
	Capacitar		1	
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	1	3	0
	Total	1	6	1
	Total Geral	15	9	4

Marca	METAMORFOSE HEMP SHOP			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	0	1
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto			1
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	3	0	1
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde			1
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	17	0	3
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor		1	
	Sub. Total	3	1	0
	Total	7	1	0
	Total Geral	24	1	3

Marca	NAJHA			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo		1	
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade			1
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	4	2	1
	Materiais			
	Biodegradável		1	
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais			1
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	1	2	1
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)			1
	Química verde			1
	Tecnologias inovadores			1
	Sub. Total	0	0	3
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem		1	
	Upcycling	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Total	10	5	5
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	2	0	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado		1	
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor			1
	Sub. Total	2	1	1
	Total	5	1	2
	Total Geral	15	6	7

Marca	ELEMENTUM			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos			1
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação			1
	Sub. Total	3	2	2
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto		1	
	Sub. Total	2	2	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde		1	
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	2	1	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	13	5	2
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais		1	
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	3	1	0
	Total	7	1	0
	Total Geral	20	6	2

Marca	LIGHTFACTORY SHOP			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização		1	
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	5	2	0
	Materiais			
	Biodegradável		1	
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais	1		
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	2	2	0
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)			1
	Química verde			1
	Tecnologias inovadores			1
	Sub. Total	0	0	3
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling		1	
	Sub. Total	2	1	0
	Total	12	5	3
Social	Design			
	Bem-estar social			1
	Sub. Total	0	0	1
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado			1
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança		1	
	Sub. Total	1	1	1
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado			1
	Relações comerciais		1	
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	2	1	1
	Total	3	2	3
	Total Geral	15	7	6

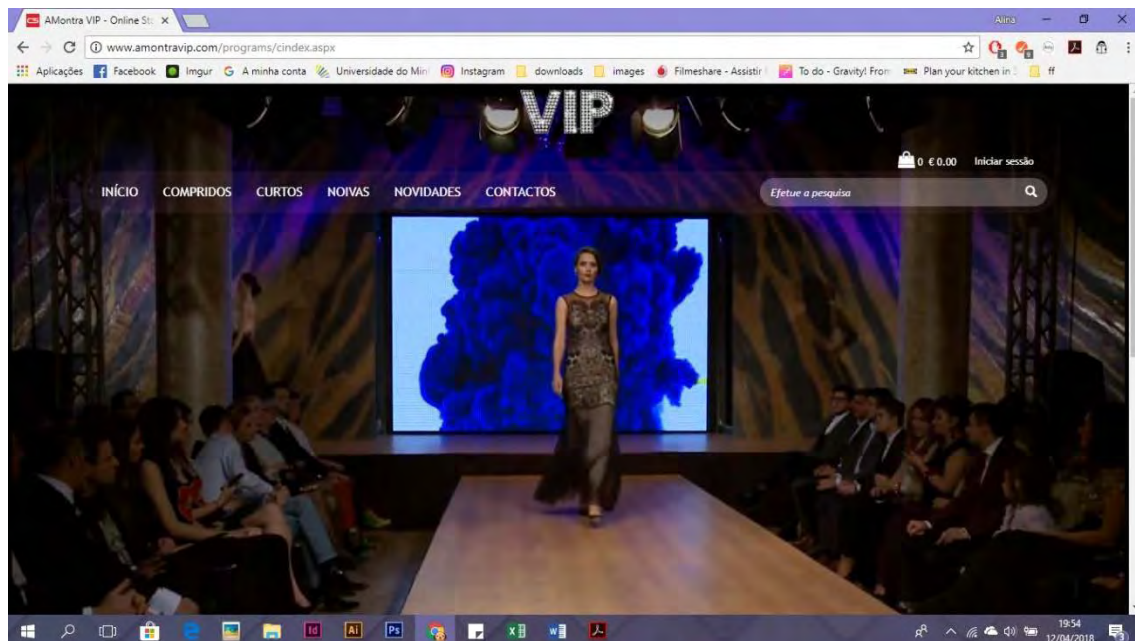
Marca	MARITA MORENO			
Carácter	Parâmetros	Nível 1	Nível 2	Nível 3
Ambiental	Design			
	Design p/reciclagem	1		
	Vínculo afetivo	1		
	Design sem resíduos	1		
	Durabilidade		1	
	Informação de utilização	1		
	Cuidado de baixo impacto	1		
	Mutação	1		
	Sub. Total	6	1	0
	Materiais			
	Biodegradável	1		
	Fibras têxteis de menor impacto		1	
	Direitos dos animais			1
	Aviamentos de baixo impacto	1		
	Sub. Total	2	1	1
	Indústria			
	Produção mais limpa (CPP)	1		
	Química verde	1		
	Tecnologias inovadores	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Logística e distribuição			
	Transporte	1		
	Embalagens	1		
	Pontos de venda	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Gestão do fim de vida útil			
	Sistemas de devolução de peças	1		
	Reciclagem	1		
	Upcycling	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Total	17	2	1
Social	Design			
	Bem-estar social	1		
	Sub. Total	1	0	0
	Condições de trabalho			
	Valor acrescentado	1		
	Trabalho digno	1		
	Salubridade e segurança	1		
	Sub. Total	3	0	0
	Comércio justo			
	Acesso ao mercado	1		
	Relações comerciais	1		
	Capacitar	1		
	Sensibilização e defesa do consumidor	1		
	Sub. Total	4	0	0
	Total	8	0	0
	Total Geral	25	2	1

Anexo 4- Analise de conteúdo dos websites das marcas

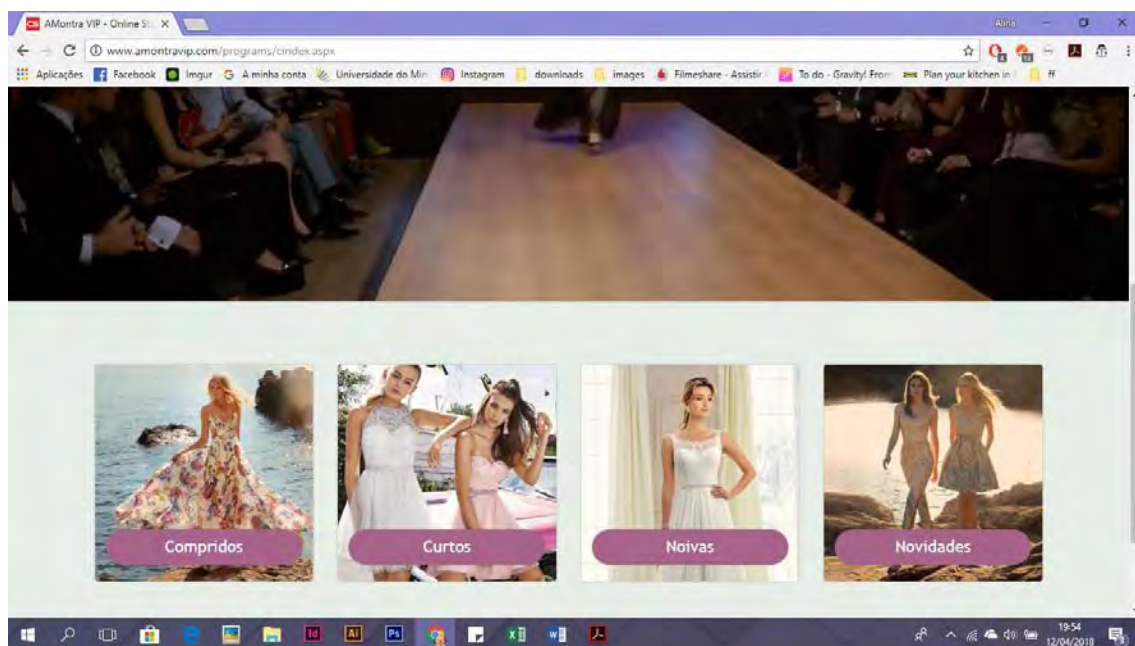
A MONTRA VIP

1-Página Inicial

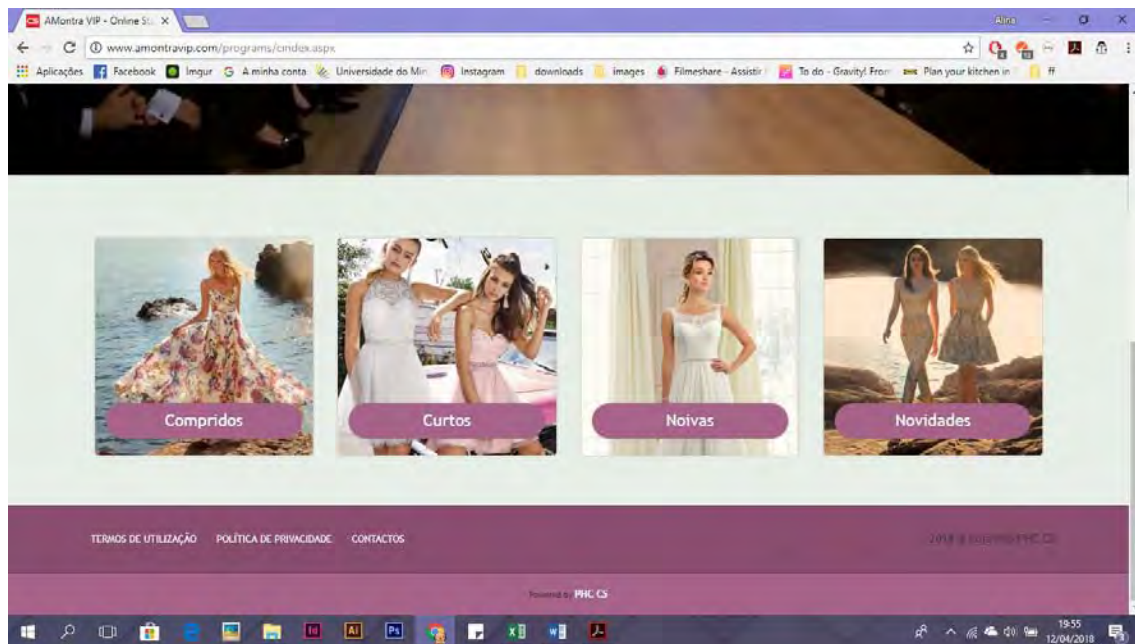
1.1-Barra de Menu



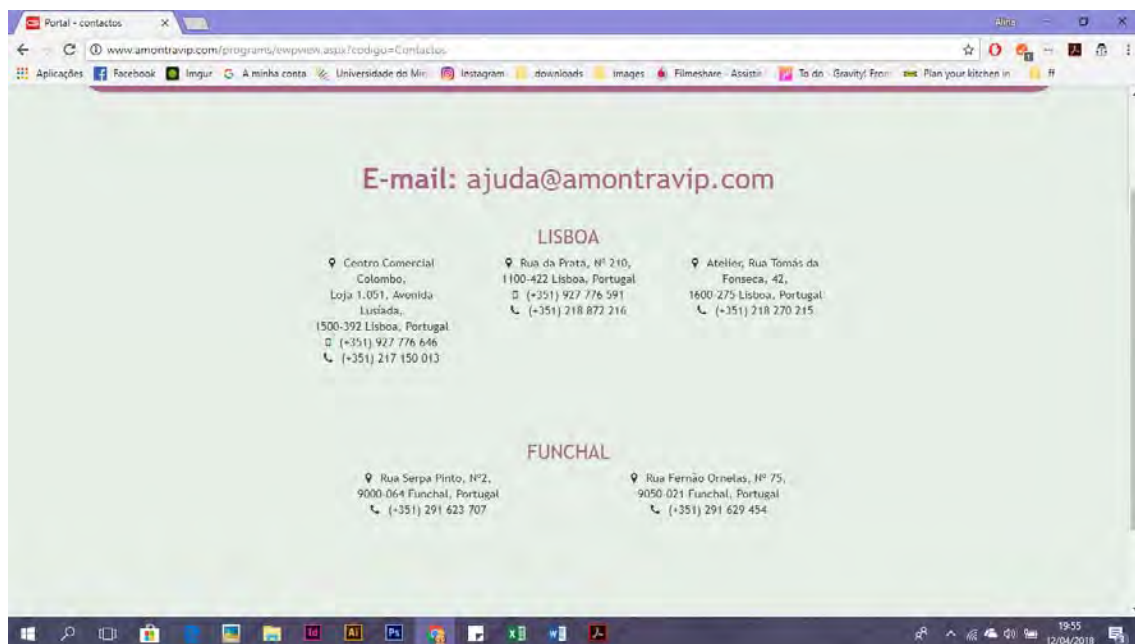
1.2-Corpo



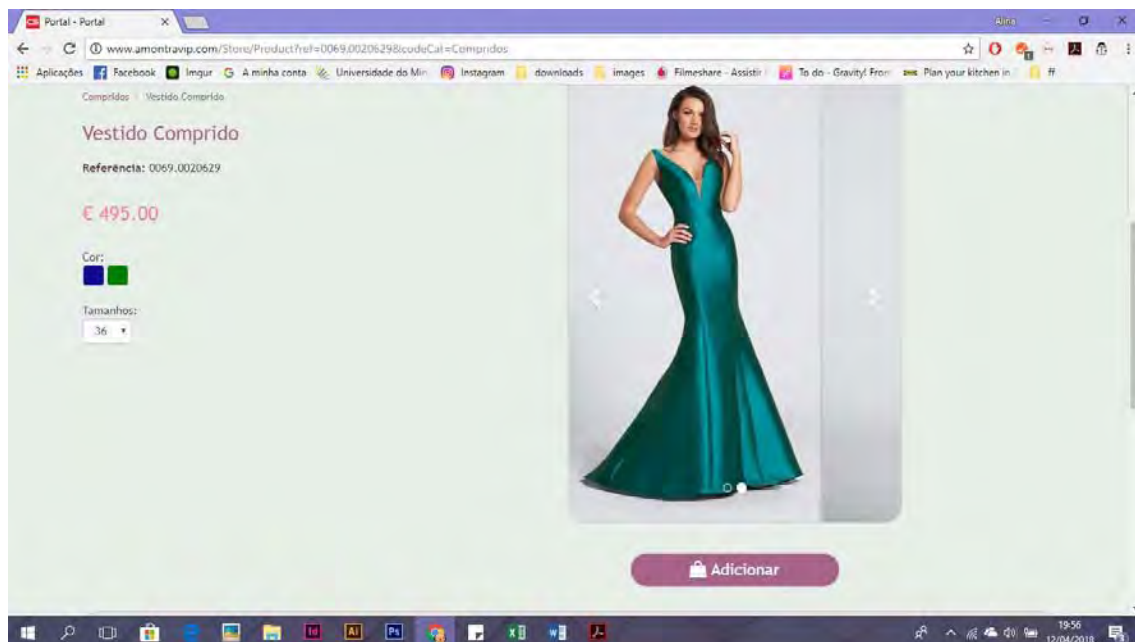
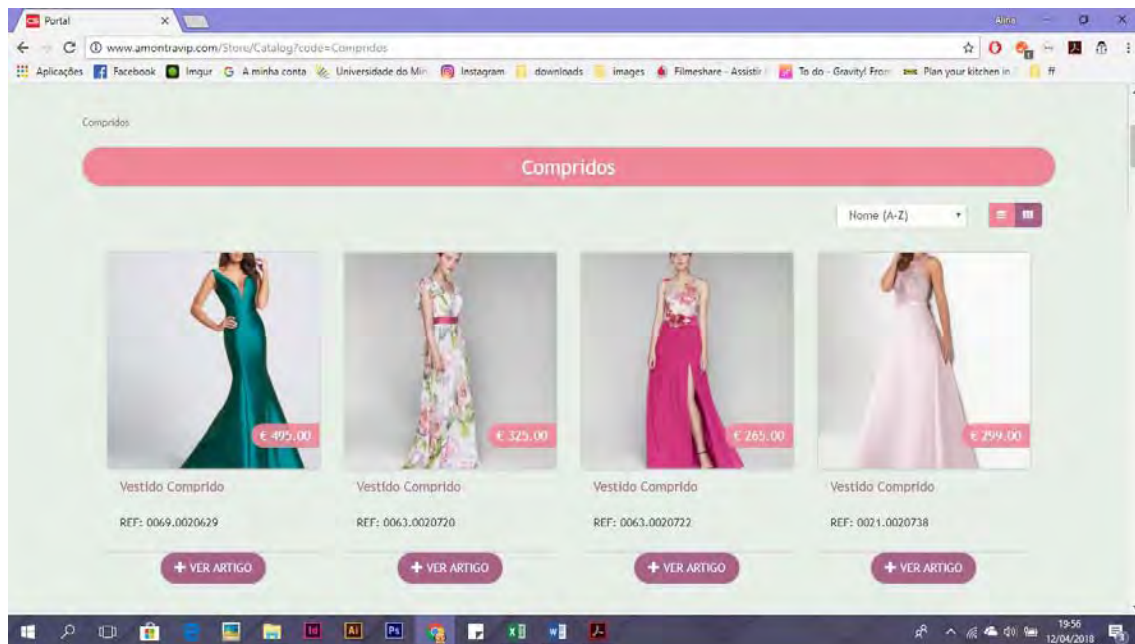
1.3-Barra Final



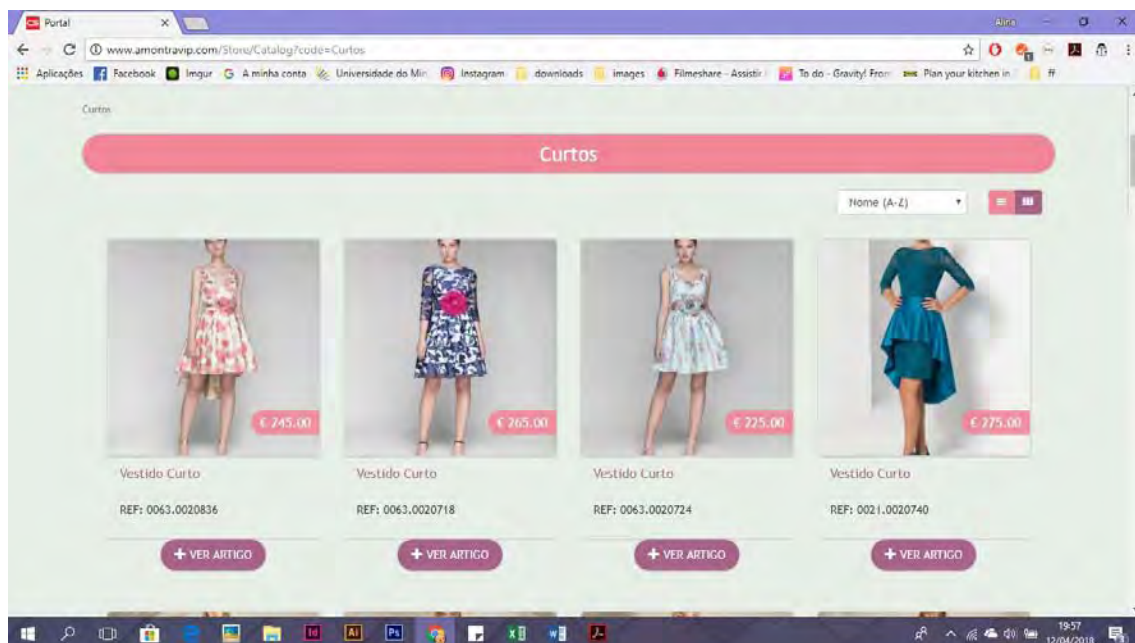
1.3.1- Contactos



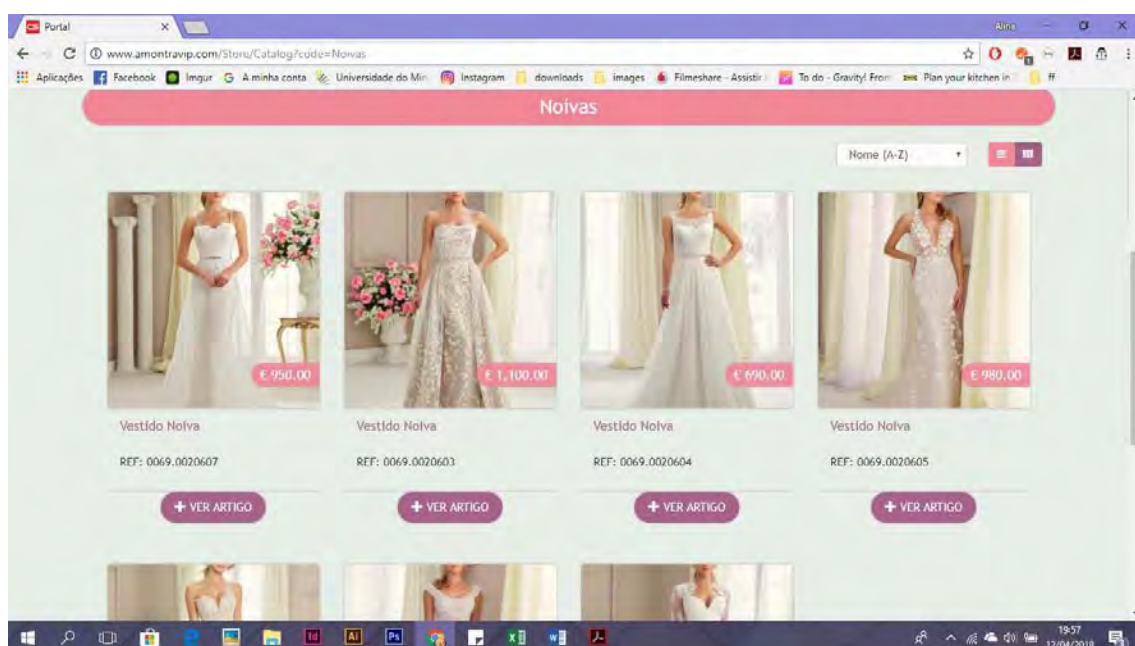
2-Sep. Compridos



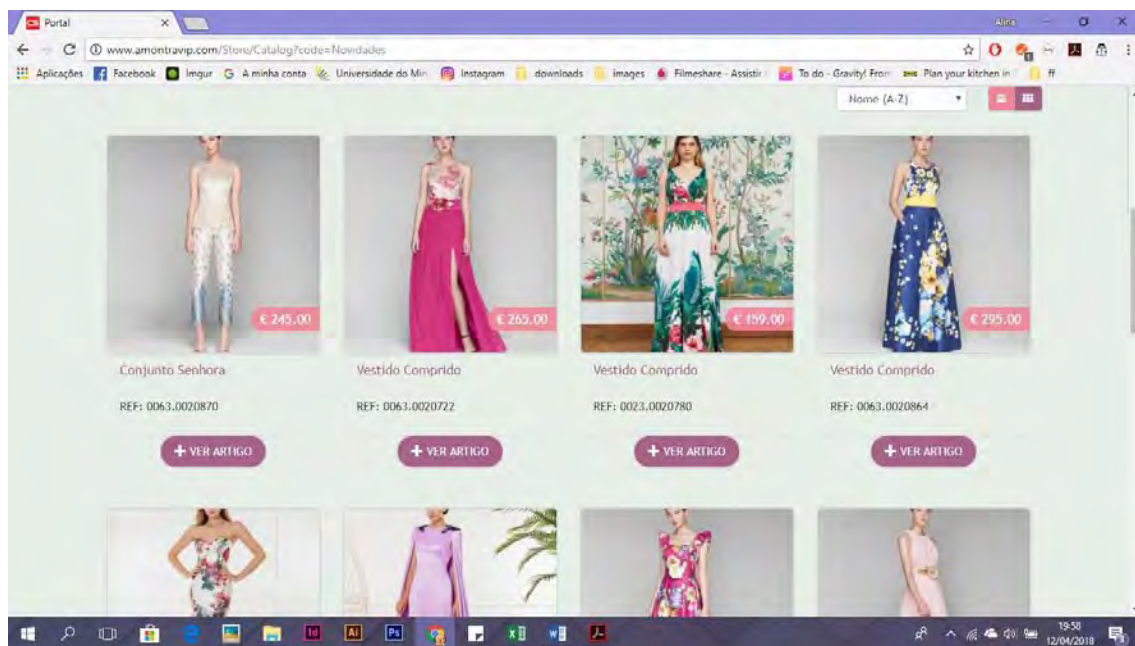
3- Sep. Curtos



4-Sep. Noivas



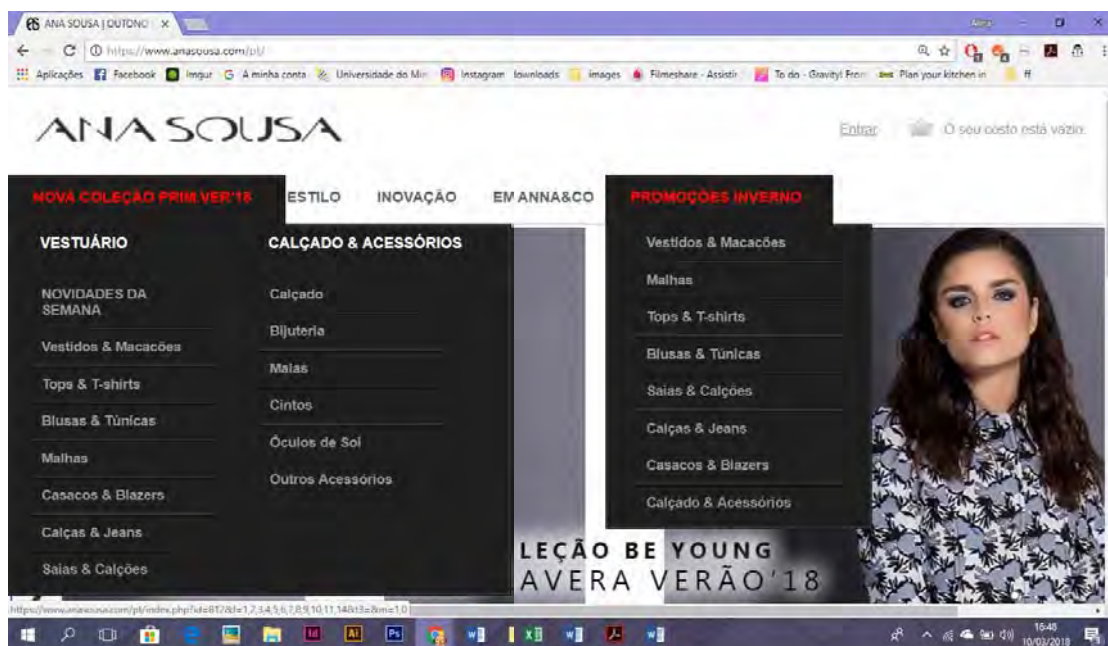
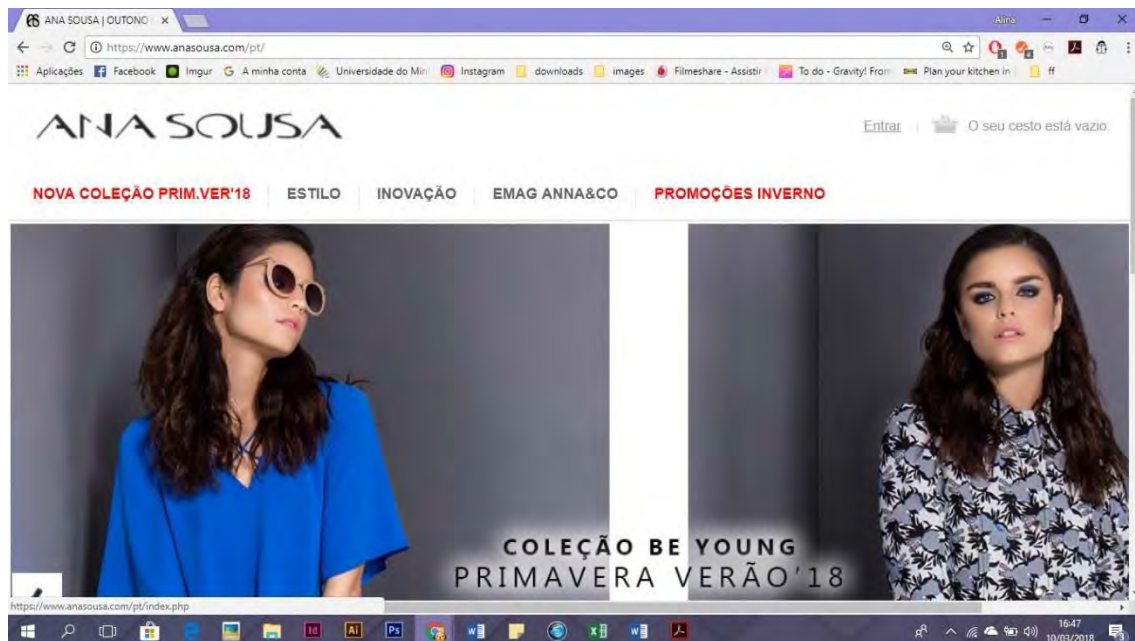
5-Novidades



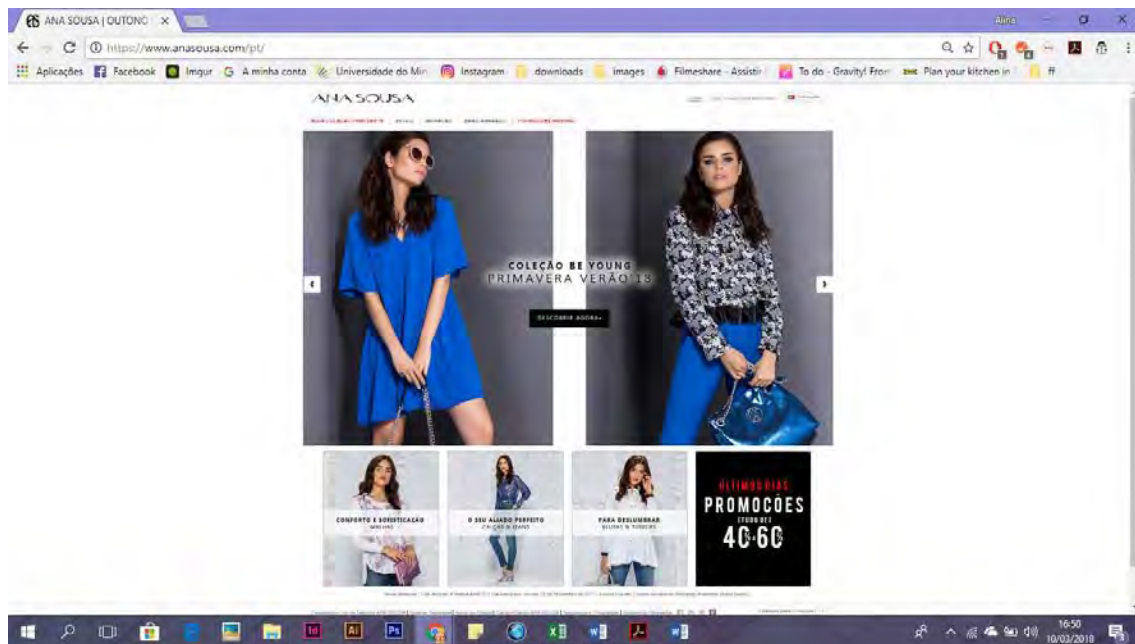
ANA SOUSA

1-Página inicial

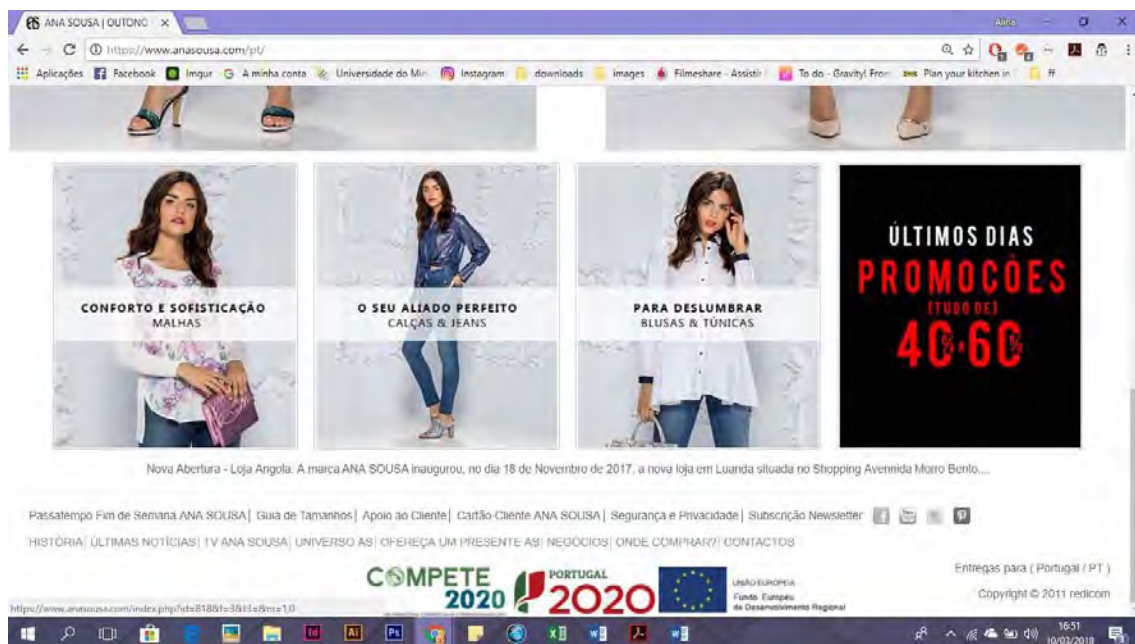
1.1-Barra de menu



1.2-Corpo



1.3-Barra Final




1.3.1- Link Passatempo Ana Sousa

ANA SOUSA | OUTONO

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=689

Aplicações Facebook Imágem À minha conta Universidade da Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

NOVA COLEÇÃO PRIM.VER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO



PASSATEMPO FIM DE SEMANA ANA SOUSA

PASSATEMPO ANA SOUSA FIM-DE-SEMANA A DOIS

REGULAMENTO

DESCRIÇÃO
De 14 Fevereiro a 01 de Março, ao comprar artigos da coleção Primavera Verão 2018 de valor igual ou superior a 50€ numa loja ANA SOUSA habilita-se a um sorteio de 10 fins-de-semana numa das Pousadas de Portugal do grupo Pestana.

COMPRAR AGORA >>

COMO PARTICIPAR
Para se habilitar ao sorteio de 10 fins-de-semana nos hotéis do grupo Pestana, deverá efetuar compras de artigos da NOVA coleção Primavera-Verão 2018 no valor igual ou superior a 50€ nas lojas ANA SOUSA ou na loja online, em www.anasousa.com/pt, durante o período compreendido entre 14 de Fevereiro e 1 de Março.

REGRAS:

- Só serão admitidos a sorteio os talões de compras efectivamente pagos e não devolvidos, no valor igual ou superior a 50€, de artigos da coleção Primavera Verão 2018,
- Só serão admitidas a sorteio as compras efectuadas nas lojas físicas ANA SOUSA em Portugal e na loja online (encomendas entregues em Portugal),
- Os participantes têm de estar associados ao cartão de fidelização ANA SOUSA e preencher todos os dados solicitados, nomeadamente o nome, morada, telemóvel, telefone e o email.

16:55 10/03/2018

1.3.2- Link Apoio ao Cliente

ANA SOUSA | Apoio ao Cliente

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=681&tab=681&tab=681

Aplicações Facebook Imágem À minha conta Universidade da Minho Instagram downloads imagens Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #


REGISTO COMO ENCOMENDAR PAGAMENTOS EXPEDIÇÃO TROÇAS DEVOLUÇÕES FAQs

COMO FAZER O SEU REGISTO ONLINE?

Para proceder ao registo na loja online ANA SOUSA apenas necessita de aceder à área entrar, a qual se encontra sempre presente ao longo do site, seleccionar a opção criar conta e preencher a informação pedida. Se não se lembrar da sua palavra-chave, pode sempre recuperá-la na área entrar. Introduza o seu endereço de e-mail e esta será-lhe enviada automaticamente.

Passatempo Fim de Semana ANA SOUSA | Guia de Tamanhos | [Apoio ao Cliente](#) | Cartão-Cliente ANA SOUSA | Segurança e Privacidade | Subscrição Newsletter

HISTÓRIA | ÚLTIMAS NOTÍCIAS | TV ANA SOUSA | UNIVERSO AS | OFEREÇA UM PRESENTE AS | NEGÓCIOS | ONDE COMPRAR? | CONTACTOS

COMPETE 2020 **PORTUGAL 2020**  **UNIAO EUROPEIA**
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Entregas para Portugal (PT)
Copyright © 2011 redicom

16:57 10/03/2018

ANA SOUSA | Apoio ao cliente

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=678&tab=676

Aplicações Facebook Inglês À minha conta Universidade de Minho Instagram downloads images Filmeshare Assistir To do Gravity From Plan your kitchen in

ANA SOUSA

PT/PT O seu cesto está vazio Português

NOVA COLEÇÃO PRIM.VER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO

REGISTO COMO ENCOMENDAR PAGAMENTOS EXPEDIÇÃO TROÇAS DEVOLUÇÕES FAQS

COMO ENCOMENDAR

Para efetuar uma compra na loja online ANA SOUSA basta seguir os seguintes passos:

- Pesquisa na loja online n.ºs artigos que pretende. Faça clique em "QUICK LOOK" para consultar todos os detalhes, imagens adicionais e pormenor do produto, cores, tamanhos disponíveis e preço.
- Poderá também fazer clique sobre o produto e visualizar informações mais completas: combinações ideais, características, comentários, entre outros.
- Selecione o artigo na cor e tamanho desejado e adicione-o ao seu cesto de compras. Poderá continuar a comprar ou ver o cesto e finalizar a sua encomenda.
- Para poder processar a sua encomenda, deverá estar registado como utilizador. Caso já o seja, bastará fazer o seu login, ou então criar uma conta.
- Depois de introduzir os seus dados e de verificar que todos os detalhes da encomenda se encontram corretos, faça finalizar encomenda.
- Escolha a morada onde pretende receber a sua encomenda, a qual poderá ser diferente da morada de faturação. Verifique que os dados de entrega e faturação estão corretos.
- Selecione um método de pagamento: Visa, Visa Electron, Mastercard, Paypal ou Multibanco e preencha os dados solicitados.
- Clique na opção pagar para finalizar o processo. Será reencaminhado para a página de confirmação da encomenda com todos os detalhes. Receberá igualmente um e-mail com a confirmação do seu pedido.

16:50 10/02/2018

ANA SOUSA | Apoio ao cliente

https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=678&tab=679&abr=679

Aplicações Facebook Inglês À minha conta Universidade de Minho Instagram downloads images Filmeshare Assistir To do Gravity From Plan your kitchen in

ANA SOUSA

PT/PT O seu cesto está vazio Português

NOVA COLEÇÃO PRIM.VER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA&CO PROMOÇÕES INVERNO

REGISTO COMO ENCOMENDAR PAGAMENTOS EXPEDIÇÃO TROÇAS DEVOLUÇÕES FAQS

MÉTODOS DE PAGAMENTO

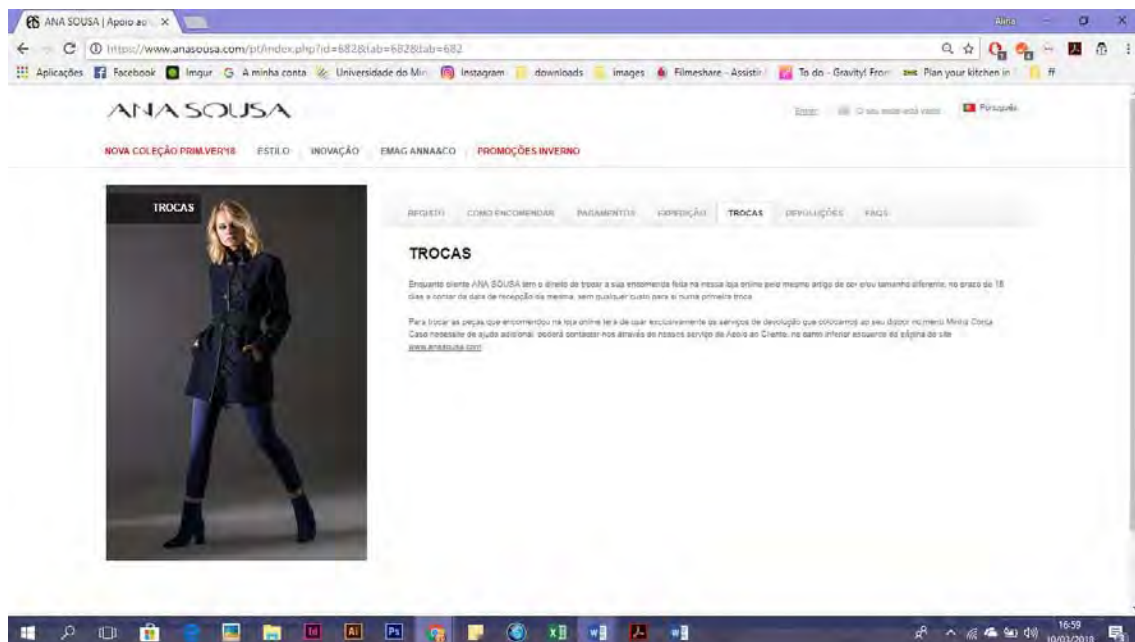
A loja online ANA SOUSA dispõe dos seguintes meios de pagamento: Visa, Visa Electron, Mastercard, Paypal e Multibanco.

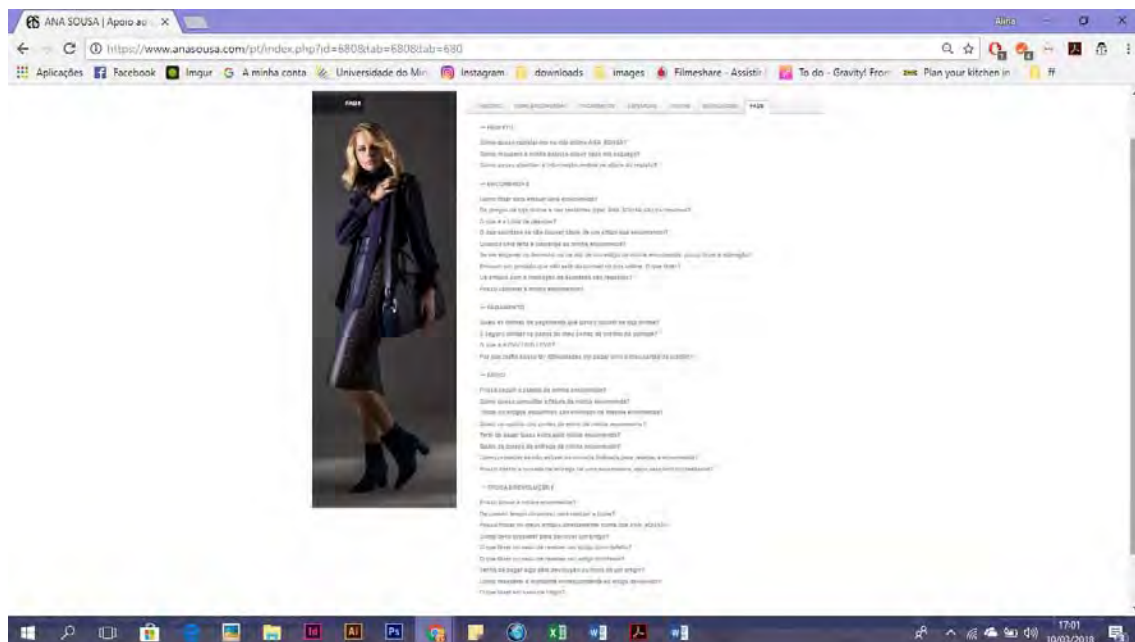
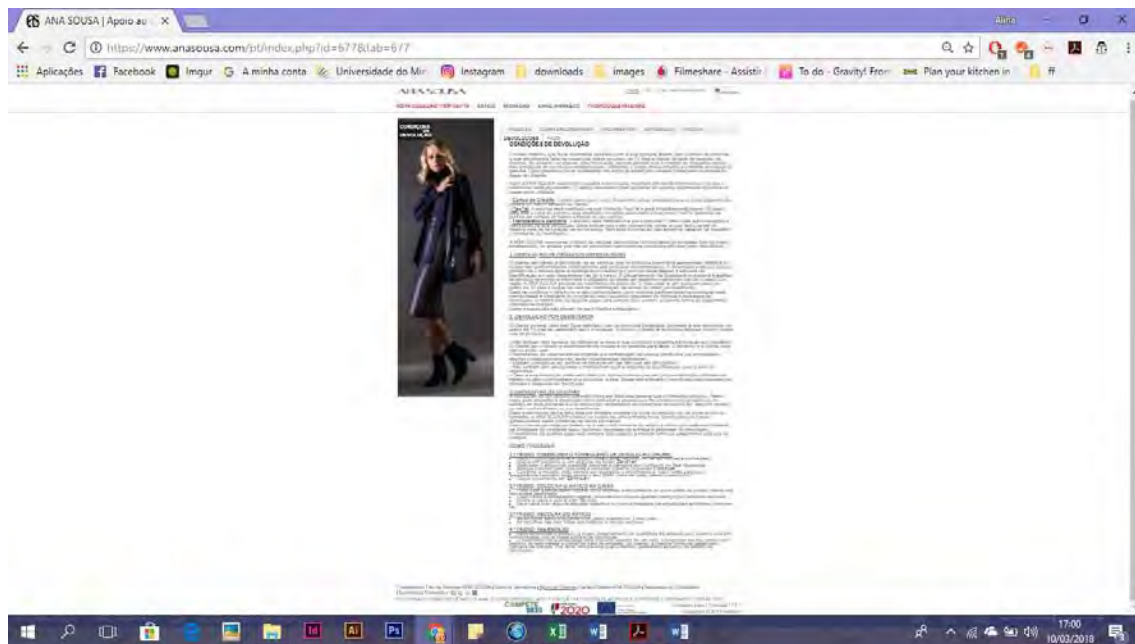
Para manter a sua própria segurança e prevenir fraudes, garantimos o mais elevado nível de segurança para cada compra. A recolha dos dados é feita através dos sistemas de codificação mais avançados tecnologicamente (SSL, Verisign e o certificado ATW para garantir a máxima protecção dos seus dados). A segurança durante o processo de pagamento é garantida pois todos os dados são transmitidos em formato encriptado SSL.

Para pagamentos com Visa e Mastercard só serão aceites as transacções SEC (Secure Electronic Trading). Após a confirmação de que o cartão integra o sistema SEC, é feita uma ligação com o banco emissor do mesmo, para que este autentique o cliente e efectue a compra. Assim que o banco confirme a autenticação, a cobrança é feita com o cartão. Caso contrário, o pedido será cancelado.

Nas encomendas pagas com cartão de crédito ou cartão de débito, a ANA SOUSA cobra o montante do seu cartão na data em que a encomenda é efectivamente enviada. Para encomendas pagas através de PayPal, o valor é debitado na conta no momento da confirmação da encomenda. Em qualquer um dos casos, o valor a pagar será somente o dos itens que forem enviados.

16:50 10/02/2018

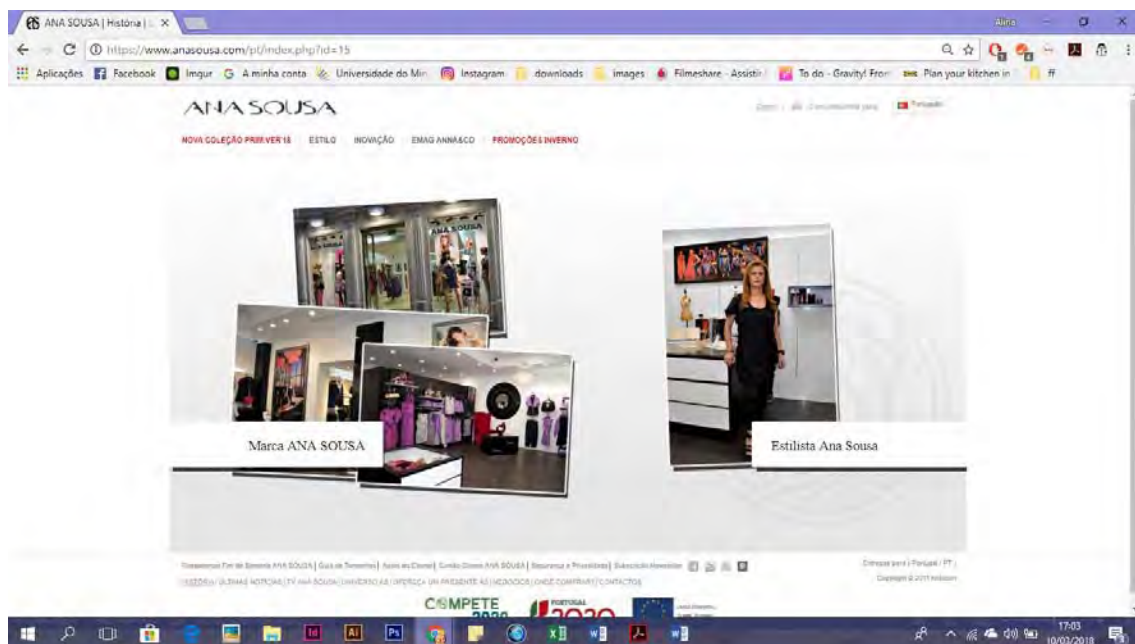




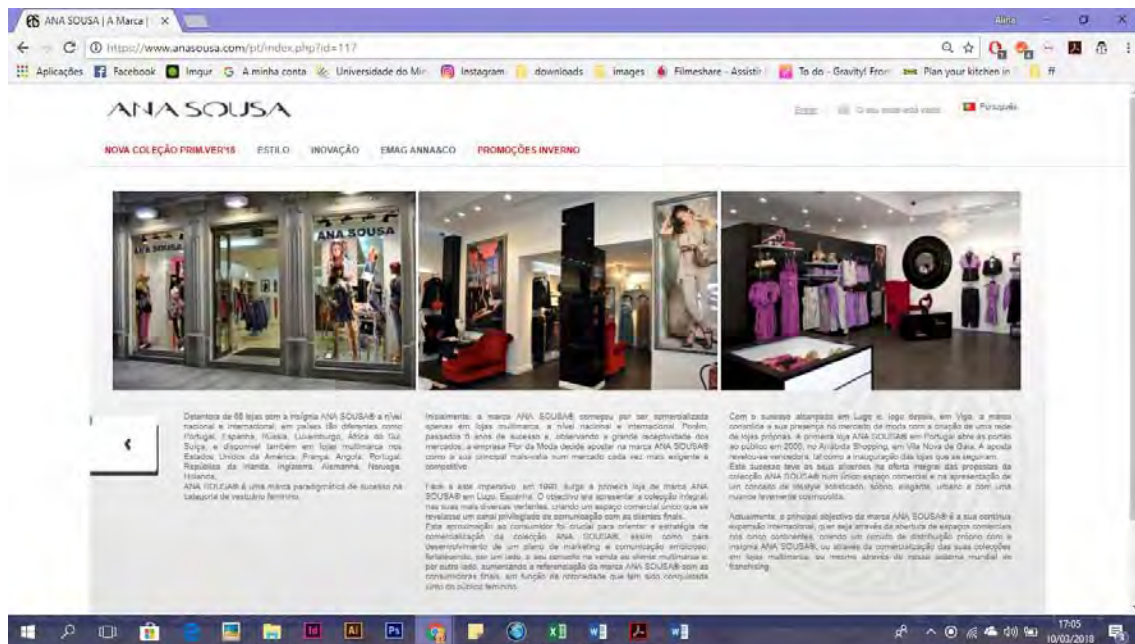
1.3.3- Link Cartão-cliente Ana Sousa



1.3.4- Link História



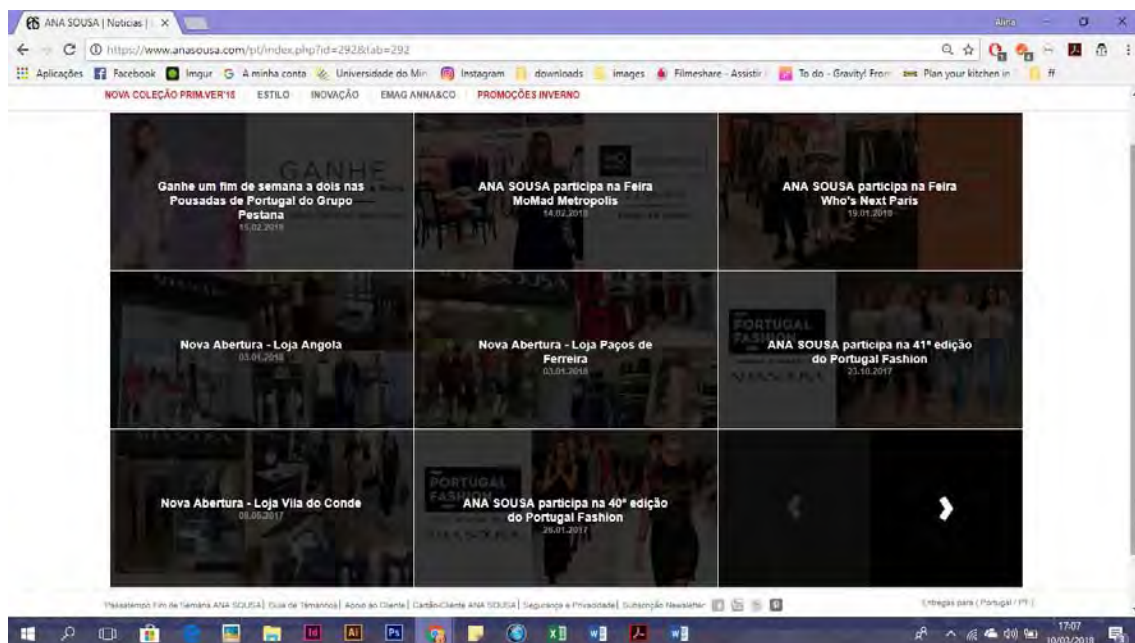
1.3.4.1- Marca Ana Sousa



1.3.4.2- Estilista Ana Sousa



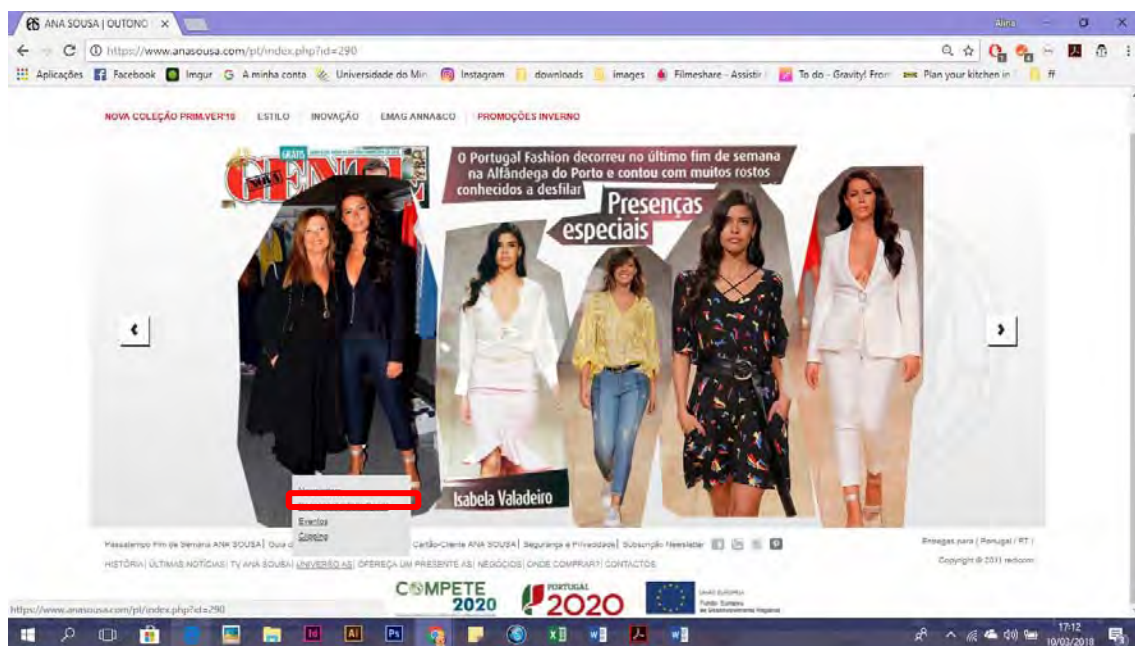
1.3.5- Link Últimas Notícias



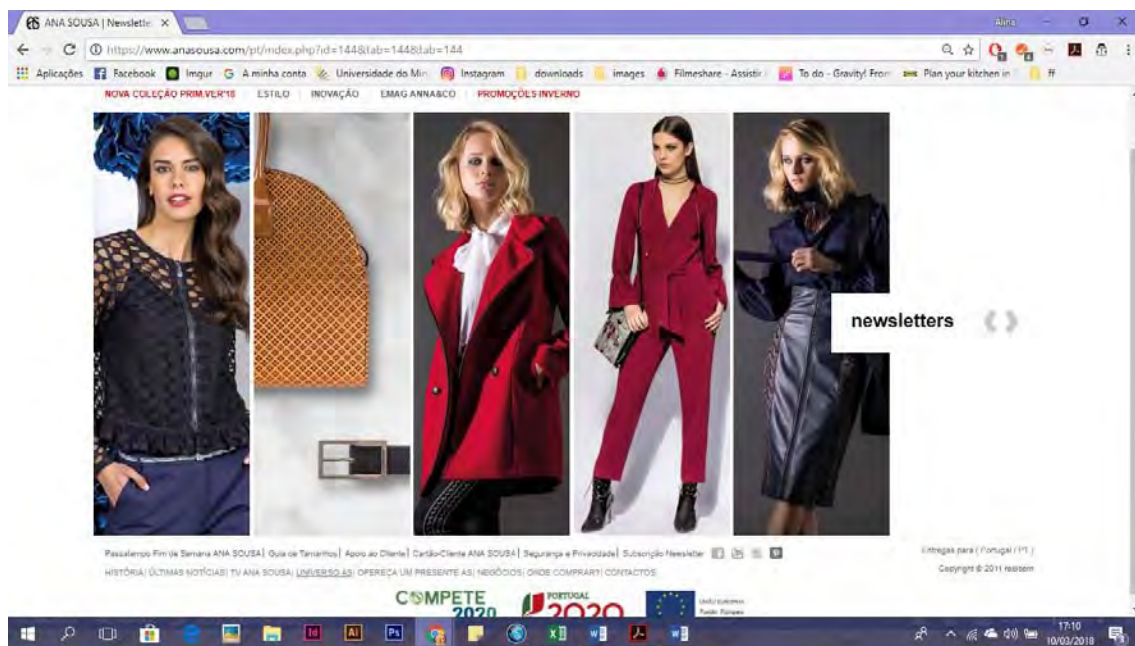
1.3.6- Link TV Ana Sousa



1.3.7- Universo AS



1.3.7.1- Newsletters




1.3.7.2- Responsabilidade social

ANA SOUSA | Responsa...

https://www.anasouza.com/pt/index.php?id=317&lab=317&tab=317

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



ANA SOUSA entrega 35.000 euros a Liga Portuguesa Contra o Cancro
18-12-2011

Foam 7.000 e vinte vendidos da marca ANA SOUSA, o que se converteu em 35.000 para a luta contra o cancro em Portugal.

No passado dia 18 de Dezembro, a estilista Ana Sousa, patrona da 10ª Aniversário da Liga Portuguesa Contra o Cancro (LPC) entregou um cheque do valor de 35.000 € à Liga Portuguesa Contra o Cancro, como resultado da Campanha "Um Gesto... uma Vida".

A cerimónia decorreu no Conde de São Paulo, em Alentejo, onde aconteceu a entrega de um cheque de doação de 35.000 € à Liga Portuguesa Contra o Cancro, o 10º Aniversário da LPC. Várias personalidades participaram neste evento, demonstrando a necessidade de reforçar a solidariedade e proximidade entre todos como forma de ultrapassar as dificuldades que se verificam em Portugal para prevenir e curar o cancro.

A Campanha "Um Gesto... uma Vida" foi desenvolvida pela marca ANA SOUSA para reunir e angariar fundos para a Liga Portuguesa Contra o Cancro. Com esta iniciativa a responsabilidade demonstrada pela marca ANA SOUSA ao longo dos anos, a marca de moda Ana Sousa demonstrou uma total e completa responsabilidade.

Passaremos: Fin da Serrana ANA SOUSA | Guia de Têxteis | Apoio ao Cliente | Contacto Cliente ANA SOUSA | Segurança e Privacidade | Subscrição Newsletter


Copyright © 2011 todos

ANA SOUSA | Responsa...

https://www.anasouza.com/pt/index.php?id=317&lab=317&tab=317

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNA SOUZA PROMOÇÕES INVERNO



Campanha Um Gesto...uma Vida!
27-05-2011

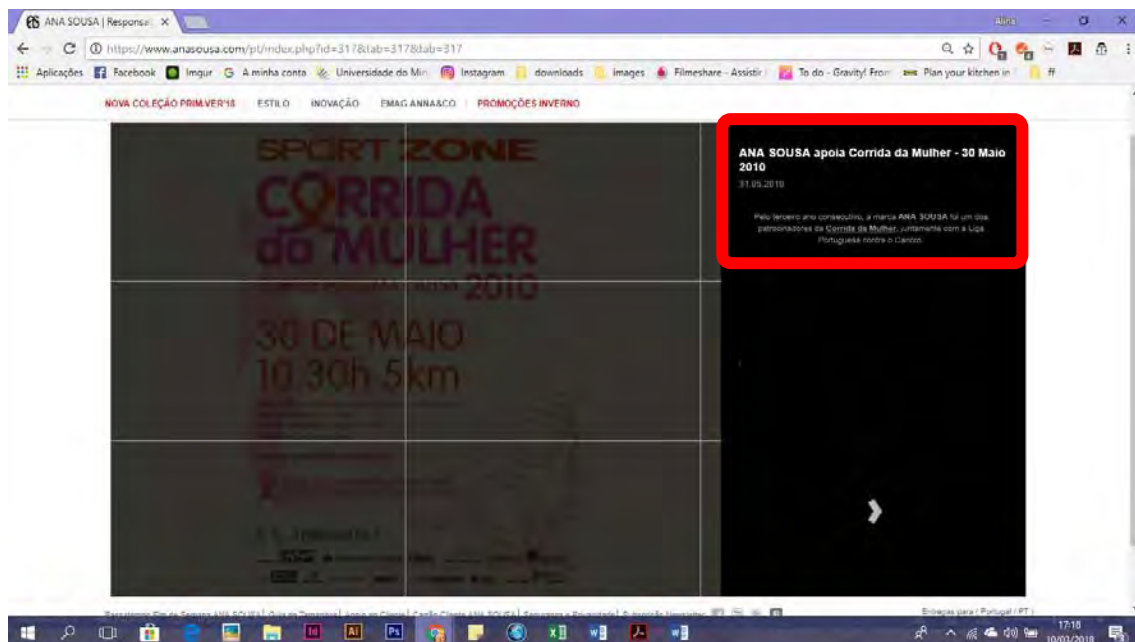
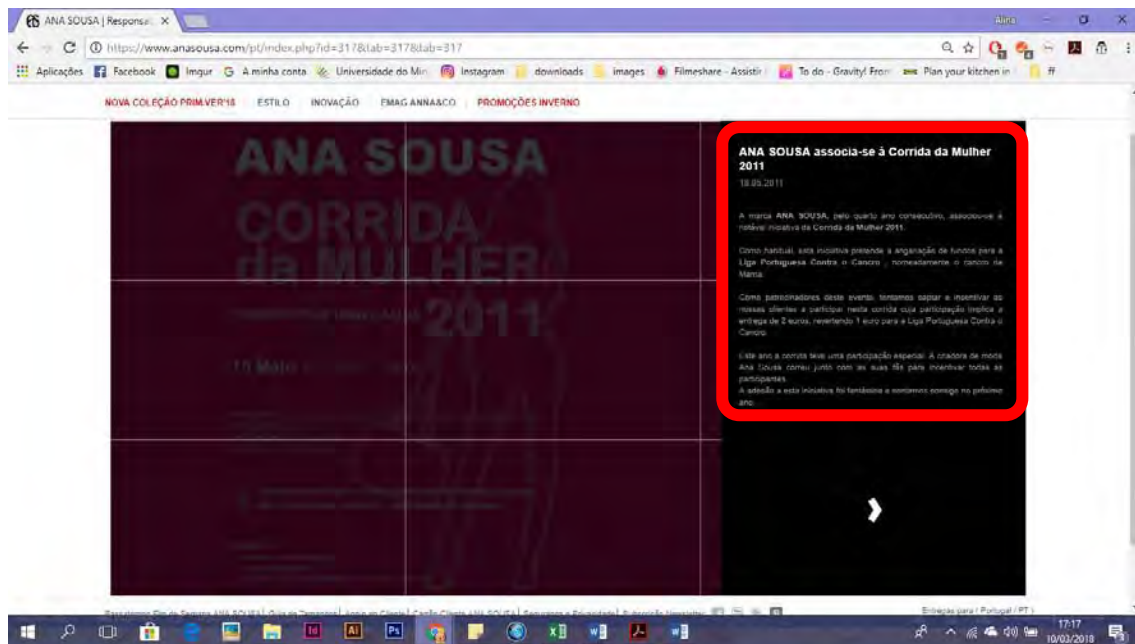
No dia 26 de Maio de 2011, a marca ANA SOUSA apresentou a 1ª edição "Um Gesto... uma Vida", numa cerimónia realizada na Sociedade de Geografia de Lisboa. No âmbito da comemoração do 10º aniversário da Liga Portuguesa Contra o Cancro, esta iniciativa contou com a presença de numerosas personalidades, entre as quais a colaboradora da marca Ana Sousa e a Presidente da Liga Portuguesa Contra o Cancro a Prof. Dr. Carlos Fereira de Oliveira.

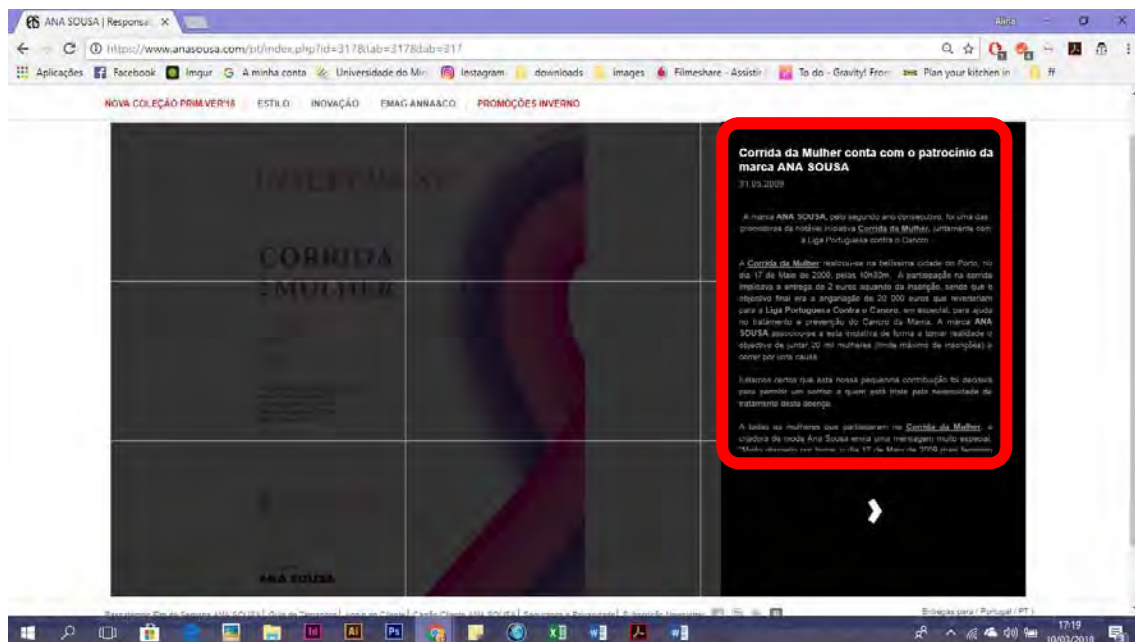
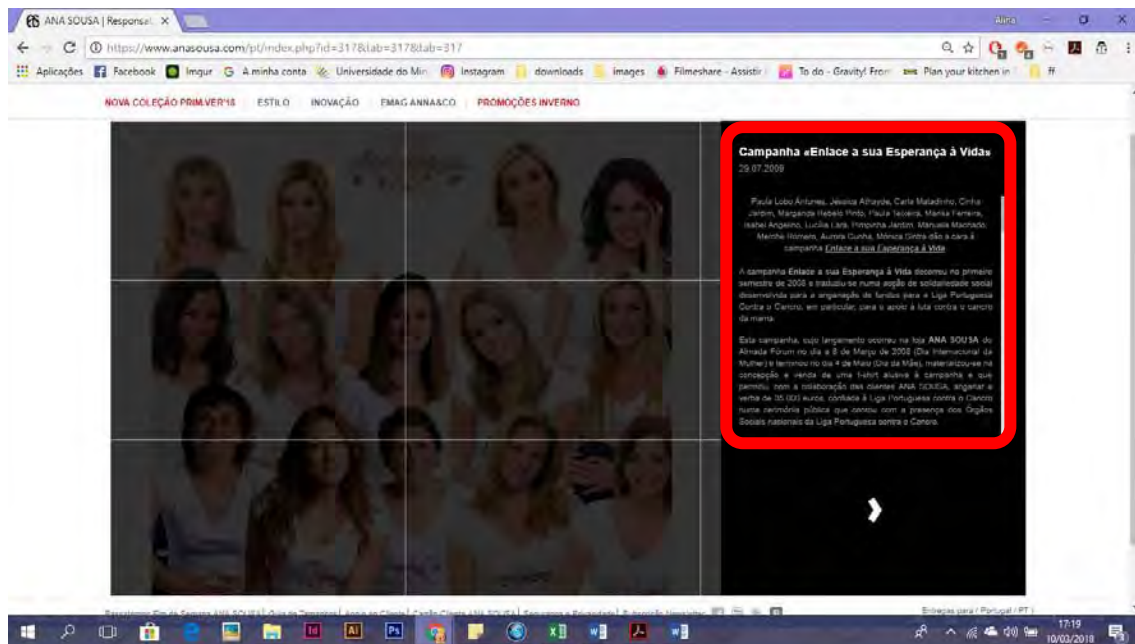
O objetivo desta iniciativa foi angariar fundos para o tratamento e prevenção do cancro da mama. Na compra de uma peça "Um Gesto... uma Vida", a marca ANA SOUSA ofereceu 5 Euros à Liga Portuguesa Contra o Cancro. Um gesto que faz a diferença e que permitiu à marca doar um cheque de 35 mil euros para apoiar esta causa.

Além disso, foram convidados a participar o desfile de verão em Alentejo desta edição, das quais Mariana Silva, Patrícia Henriques, Helena Passar, Sara Aires, Maria Aurora Cunha, Maria Mello, Ana Sofia, Helena Costa, Paula Santos, Catarina Urbani, Joana Teles, Sofia Fernandes, entre muitas outras.

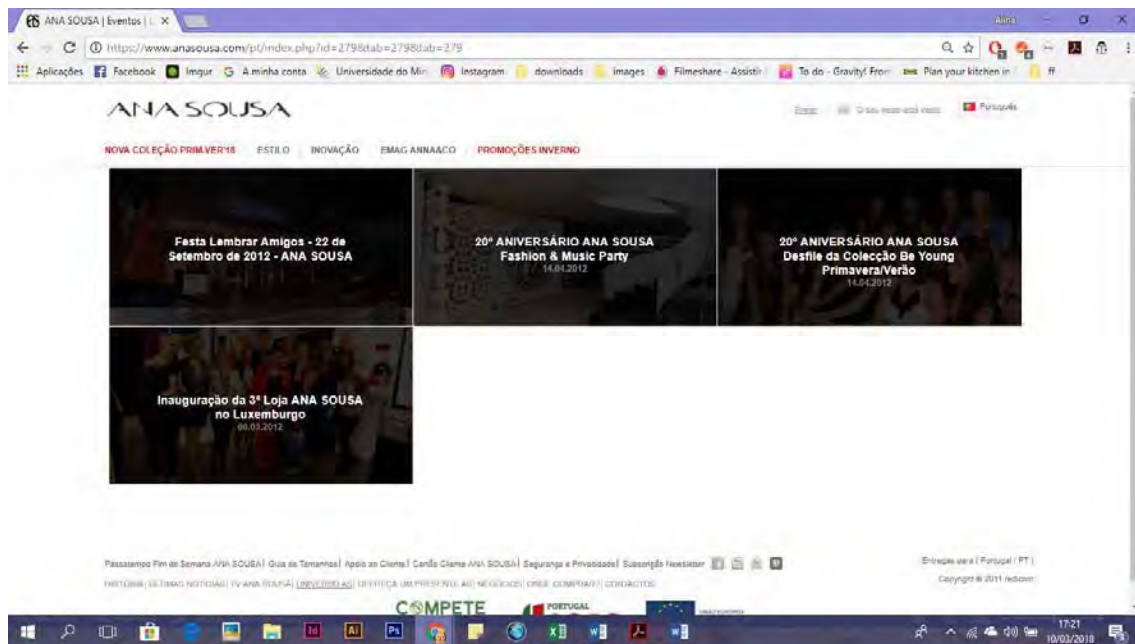
Passaremos: Fin da Serrana ANA SOUSA | Guia de Têxteis | Apoio ao Cliente | Contacto Cliente ANA SOUSA | Segurança e Privacidade | Subscrição Newsletter

Copyright © 2011 todos





1.3.7.3- Eventos



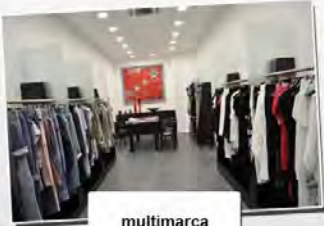


1.3.8- Link Ofereça um Presente AS



1.3.9- Link Negócios

Gostaria de Ter um Negócio?

Gostava de ter um negócio ANA SOUSA?

multimarca corner franchising

[\[assessores\] fim de semana ANA SOUSA](#) | [ajuda de \[temas\]](#) | [código-cliente ANA SOUSA](#) | [sugestão de Privacidade](#) | [inscrição newsletter](#)

[HISTÓRIA](#) | [ÚLTIMAS NOTÍCIAS](#) | [TV ANA SOUSA](#) | [UNIVERSO AS](#) | [OPERAÇÃO UM PRESENTE ÀS](#) | [LOÇÕES](#) | [ONDE COMPRAR](#) | [CONTACTOS](#)


Entregas para (Portugal / PT) Copyright © 2011 redcom

Gostaria de Ter um Negócio?

[Aplicações](#) | [Facebook](#) | [Imgur](#) | [A minha conta](#) | [Universidade do Min](#) | [Instagram](#) | [downloads](#) | [images](#) | [Filmeshare - Assistir](#) | [To do - Gravity! From](#) | [Plan your kitchen in](#)

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVERA ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANASO PROMOÇÕES INVERNO



MULTIMARCA CORNER FRANCHISING

Uma marca jovem, inovadora e insuportavelmente sempre uma mala varia para uma loja multimarca. Funciona como um impulsionador de vendas que na procura de novos clientes quer a apresentação de novas coleções. Assim, o conceito ANA SOUSA Multimarkas apresenta-se como a aposta ideal para as lojas comerciais no mercado que pretendam renovar e diversificar a oferta da sua loja.

As estabelecidas uma parceria com o modelo de negócios ANA SOUSA Multimarkas, poderá usufruir de inúmeras vantagens competitivas tais como:

- Apoio no arranque do negócio;
- Repetição constante de stock;
- Vendas regulares do vendedor;
- Aumento da gama de produtos a oferecer;
- Apoio na venda, através de um plano de publicidade e marketing global;
- Oferta de material promocional;
- Atendimento prioritário na apresentação de coleções;
- Acesso a uma plataforma de negócios online, onde realizará as suas vendas, facilitando as possíveis negociações da mesma e acelerando a sua conta cliente;
- Entre outras...

Procuramos parceiros que se identifiquem plenamente com a marca e que tenham as competências do mercado. Se as condições são as mesmas e a identidade da marca ANA SOUSA, bem como as nossas estratégias, e se confirmam as expectativas do mercado pode apresentar candidatura um [Franchising ANA SOUSA](#) contacte-nos através do email info@ANASOUSA.com

GRUPO ANA SOUSA
Criada em 1992, a marca ANA SOUSA é, atualmente, uma referência na moda nacional e internacional. Os valores conhecidos de comercialização da marca são: uma moda-vida para inspirar e a presença da ANA SOUSA no mercado global.

O conceito ANA SOUSA Multimarkas está presente em centros de lojas multimarkas, portuguesas, assim como, na Alemanha, Holanda, França, Reino Unido, Arábia Saudita, Países Baixos e Estados Unidos da América.

CONTACTO
Manuel Sousa
Diretor Comercial
Rua 11 de Maio 229
4750-460 Paredes, Barcelos - Portugal
Tel: +351 253 639 200
Fax: +351 253 631 144
manuelsousa@anatosousa.pt

ÁREA RESERVADA A CLIENTES MULTIMARCA

Gostaria de Ter um Negócio? X


https://www.ana-sousa.com/pt/index.php?id=22&tab=138

Aplicações Facebook Imgru A minha conta Universidade do Mir Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in #

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNAZCO PROMOÇÕES INVERNO

MULTIMARCA CORNER FRANCHISING



As lojas **ANA SOUSA** são as portas de acesso e de um trabalho privilegiado com a elegância feminina, pois são os detalhes de imagem dos pontos de venda devem ser cuidados ao mais alto poder de excelência. O **corner ANA SOUSA** é a solução para quem quer investir multimarca que se encontram com algumas limitações no espaço físico e em termos de merchandising e, por isso, existem hoje as lojas multimarcas não estão suficientemente reforçadas. Destacamos pela criação de um espaço exclusivo dentro do interior da loja, com um design inovador e apelativo.

Este novo layout é um elemento atractivo à compra. As peças estão expostas de forma organizada e estrategicamente, conjugadas para criar contrastes interessantes e oferecer ao cliente uma gama variada de produtos ajustados e não "velhos" como nas tradicionais lojas multimarca.

O **ANA SOUSA** aposta a sua experiência e o seu know-how para que o sucesso do seu negócio seja o mais elevado. A localização das lojas deve ser preferencialmente em grandes centros comerciais e em zonas comerciais bem frequentadas, como os centros comerciais ou ruas centrais e de honra. As instalações são feitas com o modelo de negócios **ANA SOUSA** Corner, poderá usufruir de inúmeras vantagens comparativas tais como:

- Repetição constante de stock, baseada de suas necessidades;
- Vendas regulares ao vendedor;
- Apoio publicitário;
- Atendimento prioritário na apresentação de coleções;
- Informação das últimas tendências e tendências de moda;
- Coleção muito vasta e variada;
- Aumento do atractivo comercial;
- Crescimento do quota de mercado de uma forma rápida.

GRUPO ANA SOUSA
Criada em 1992, a marca **ANA SOUSA** é, actualmente, uma referência na moda nacional e internacional. Os vários conceitos de comercialização da marca são uma mais-valia para qualquer loja que pretenda a presença da **ANA SOUSA** no mercado global.

O conceito **ANA SOUSA** Corner está presente, em algumas das suas multimarcas portuguesas, assim como na Alemanha, França, Itália, Reino Unido, Espanha, República da Irlanda e Suíça, entre outros.

CONTACTO
Manuel Sousa
Direktor Comercial
Rua 17 de Maio 229
4755-400 Penafiel, Barcelos - Portugal
Tel: +351 253 330 200
Fax: +351 253 333 118
manuel.sousa@anadosousa.pt

Gostaria de Ter um Negócio? X

https://www.ana-sousa.com/pt/index.php?id=22&tab=138

Aplicações Facebook Imgru A minha conta Universidade do Mir Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in #

ANA SOUSA

NOVA COLEÇÃO PRIMAVER'18 ESTILO INOVAÇÃO EMAG ANNAZCO PROMOÇÕES INVERNO

MULTIMARCA CORNER FRANCHISING



Realizar um modelo de negócio criado desde 1992, data de abertura da primeira loja **ANA SOUSA**, será, sem dúvida, uma decisão de sucesso comprovada a nível local para qualquer investidor. Implementar uma loja **ANA SOUSA** é, sobretudo, beneficiar de uma vasta experiência na gestão e desenvolvimento de negócios ao nível do sector da moda feminina.

Este modelo personalizado, integral e abrangente, apresentado pela marca **ANA SOUSA**, permite maximizar a rentabilidade do investimento do franchising, implementável em outras áreas de negócio ou no contexto tradicional.

Ao implementar uma loja de sucesso com o modelo de negócio proposto pela **ANA SOUSA**, poderá usufruir de inúmeras vantagens competitivas tais como:

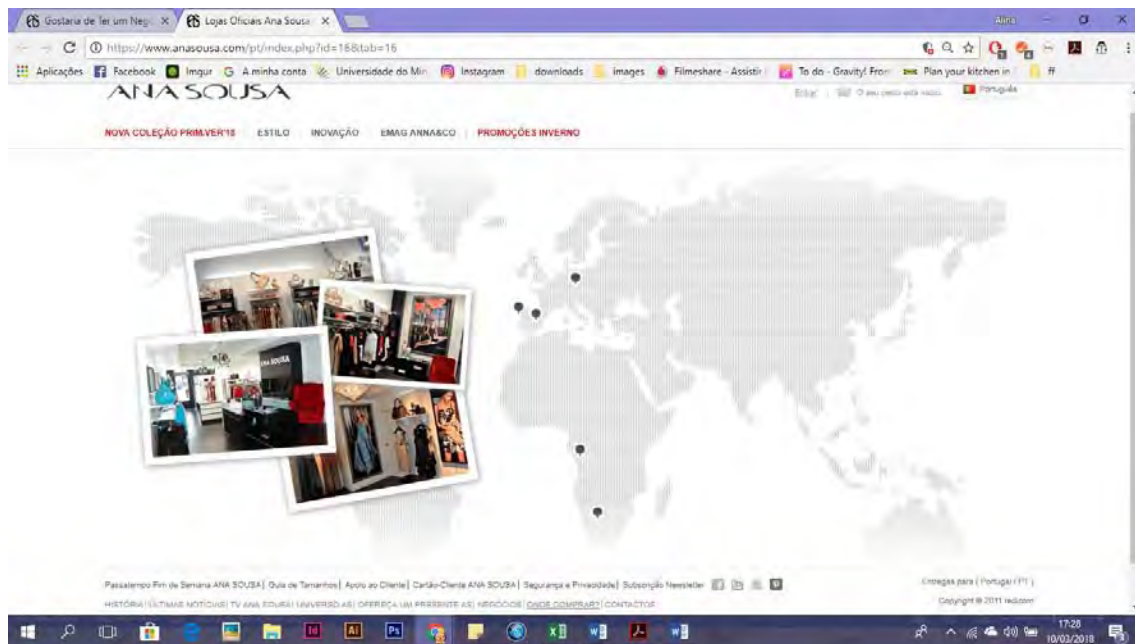
- Apoio na abertura do negócio;
- Apoio em questões técnicas como a escolha da melhor localização para a loja e a realização de projetos de arquitectura;
- Apoio na elaboração de estudos de mercado;
- Formação contínua das vendedoras e responsáveis de loja;
- Apoio constante no visual merchandising;
- Reposição constante de stock;
- Apoio nacional e local para campanhas de marketing e publicitárias;
- Entre outros...

Presumimos que, após se identificar plenamente com o espírito e as competências especializadas do mercado, se irá identificar com os valores e princípios da marca **ANA SOUSA**, bem como com as novas propostas, e se tornará as especialidades do mercado onde pretende implementar um franchising **ANA SOUSA**, contacte-nos através do email: info@anadosousa.com

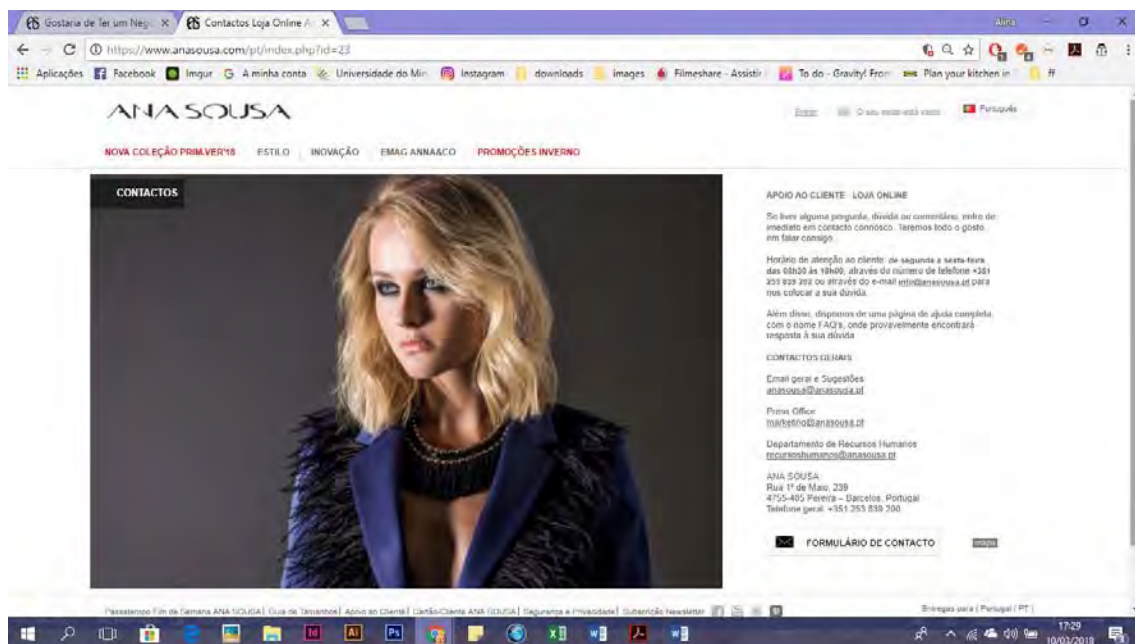
GRUPO ANA SOUSA
Criada em 1992, a marca **ANA SOUSA** é, actualmente, uma referência na moda nacional e internacional. Com 95 lojas, 51 em Portugal, 4 em Espanha, 2 no Luxemburgo, 4 na Áustria do Sul, 2 na Rússia e 1 na Suíça, encontra uma rede integrada de lojas, com uma imagem consolidada e com um potencial de crescimento e desenvolvimento sustentável.

CONTACTO
Rita Sousa - Mercado Nacional
ritasousa@anadosousa.pt
Nuno Sousa - Mercado Internacional
nunosousa@anadosousa.pt
Rua 17 de Maio 229
4755-400 Penafiel, Barcelos - Portugal
Tel: +351 253 330 200
Fax: +351 253 333 118

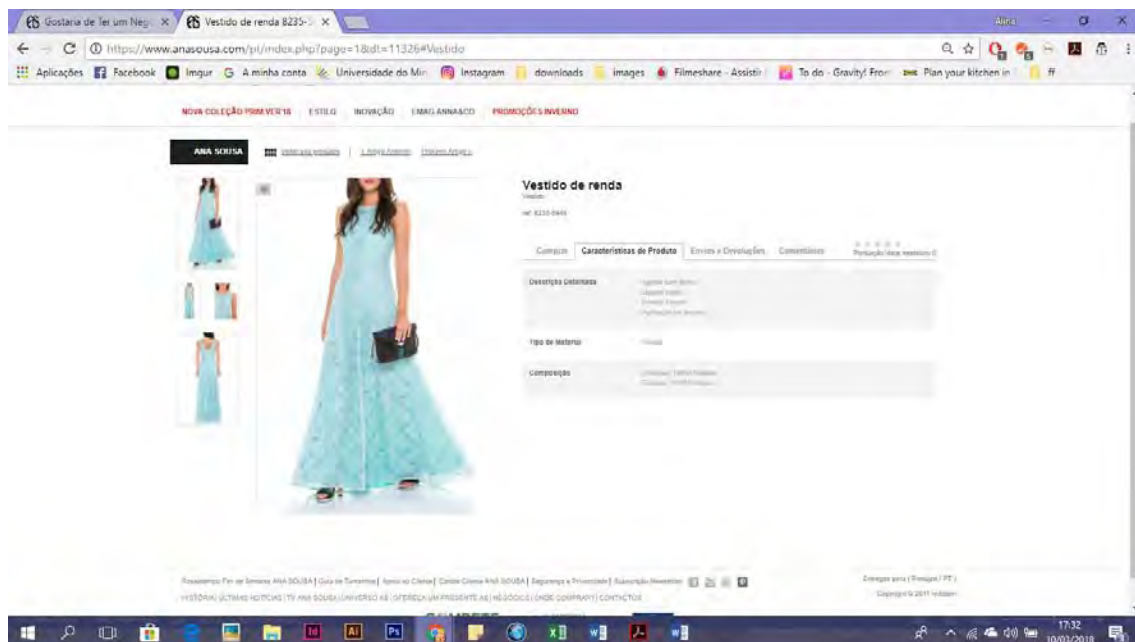
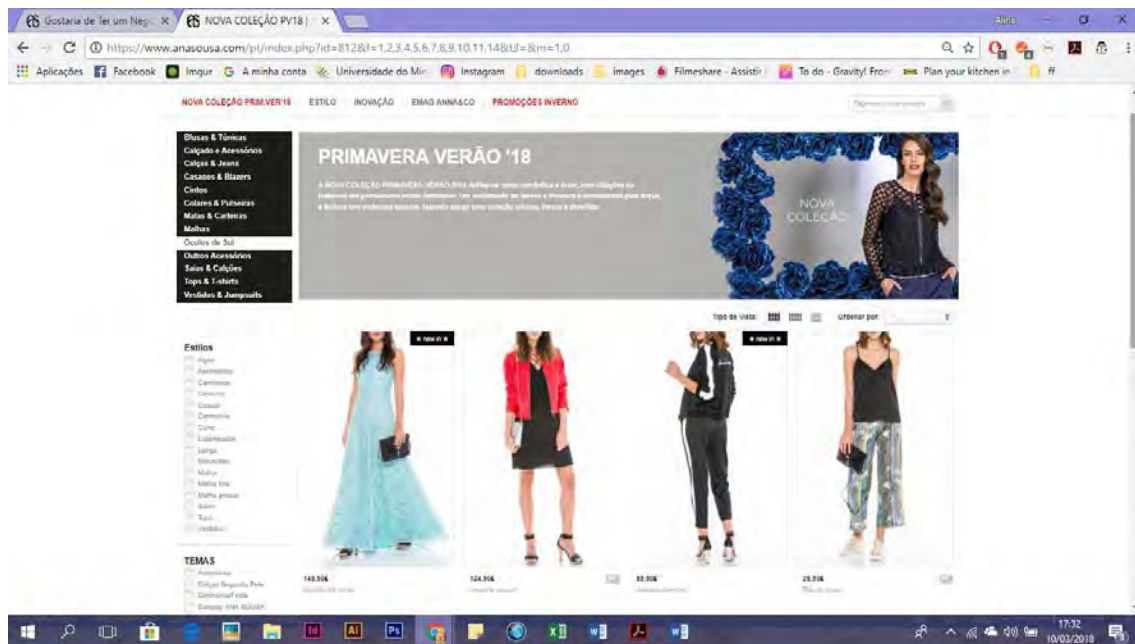
1.3.10- Link Onde Comprar



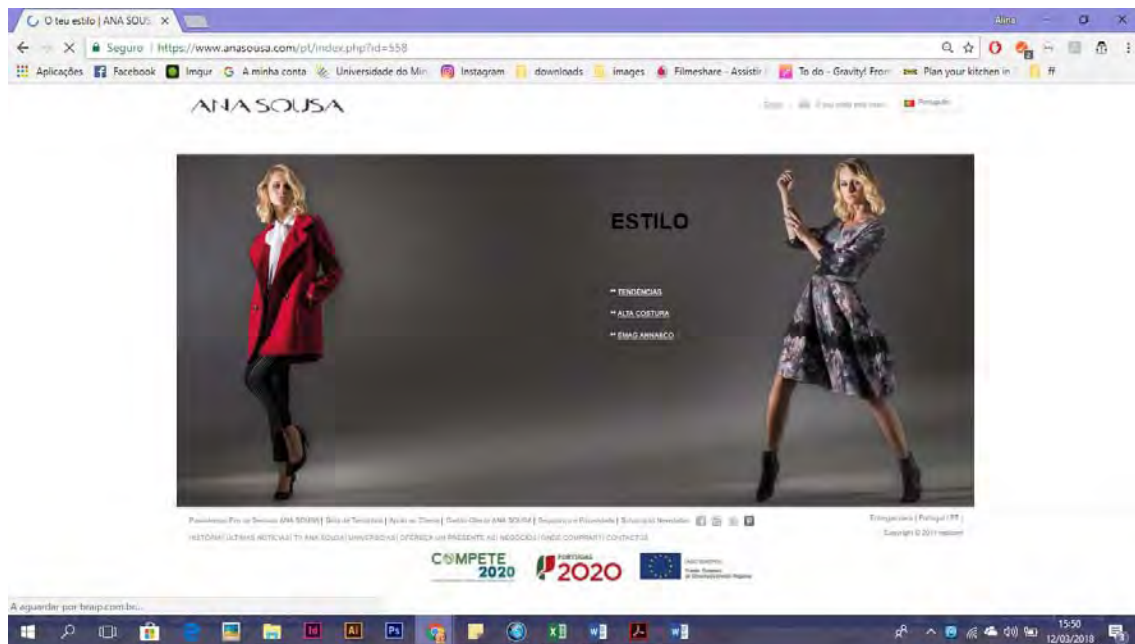
1.3.11-Link Contactos



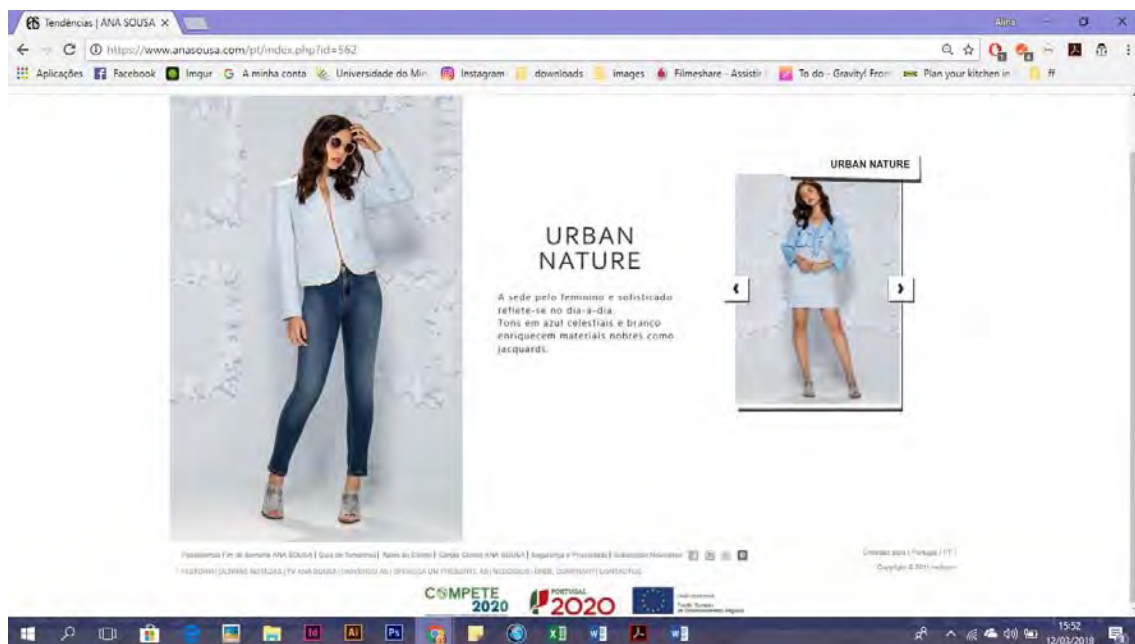
2-Sep. Nova Coleção prim.ver'18



3-Sep. Estilo




3.1-Tendencias



Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágor A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



LACE PASSION

Apesar de atemporal, a nova coleção traz-nos a tendência das rendas termocoladas com tecido liso. Presentes em looks românticos ou casuais. Os calçados podem acompanhar saídas e vestidos.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:52 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágor A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



SOFT FRILLS

Esta tendência promete animar o teu armário e os teus looks, num estilo mais casual ou num conjunto mais formal.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



FLORAL PRINTED

Esta primavera os estampados floridos vão dar que falar. Novos cortes aliam-se a tecidos mais trabalhados e elaborados.



Passarelas Fm de Sónia Ana Sousa | Guia de Tendências | Passa as Cortes | Camiseta Ana Sousa | Regatas e Pranchas | Substituição de...
HISTÓRIA | LÍNGUA | RITMO | TV ANA SOUSA | CONTEÚDO AS | OFERTAS DE PREÇOS | AS | NEGÓCIOS | BREV. COMPTON | CONTACTOS

Compartilhar por Facebook Twitter

Copyright © 2019 - Anasousa.com


COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



TRACK PANTS

As track pants ou calças de fato treino, voltaram. A tendência do ano passado, regressa agora. Afinal, quem é que não gosta de andar confortável? Aproveite esta tendência e misture com peças mais arrojadas.



Passarelas Fm de Sónia Ana Sousa | Guia de Tendências | Passa as Cortes | Camiseta Ana Sousa | Regatas e Pranchas | Substituição de...
HISTÓRIA | LÍNGUA | RITMO | TV ANA SOUSA | CONTEÚDO AS | OFERTAS DE PREÇOS | AS | NEGÓCIOS | BREV. COMPTON | CONTACTOS

Compartilhar por Facebook Twitter

Facebook: Isabel para Gatinhas assanhadas: Se também não posso, tá posso hoje xD
www.facebook.com


COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágem A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



PAJAMA TREND

A tendência do pijama é excêntrica, elegante e feminina. Se não quiser um look total, escolha apenas uma camisa e umas calças largas ou de ganga. Não fica "tão" carregado e consegue um contraste mais simples.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágem A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



PSYCHOTROPICAL MOOD

Um ambiente feminino que se move em silhuetas livres e volutas. A leveza é alcançada pelas formas orgânicas. A paleta é dominada pelos tons verdes e neutros como bege e branco.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:53 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágem A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



HIGH-WAIST TREND

O regresso das cintas altas com fibras ricas transmitem descontração em looks elegantes e sofisticados.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:54 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imágem A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



DENIM LOOK

Toda estação este material surge renovado com novas texturas que lhe conferem leveza. Use o denim em look total ou aposte em peças únicas.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:54 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgr G A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



BE YOUNG COLLECTION

"O poder de vestir" define este tema jovem e divertido. As influências soft punk, os anos 80 e até detalhes compõem este tema que respira o "novo amor" pelo street style. Cores vibrantes, várias texturas em silhuetas diversas fazem a linha Be Young falar por si!




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:55 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgr G A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in



PRINTED MANIA

Usar peças com estampados é a chave para andar mais animada. Combine com uma peça de cor neutra, o resultado será surpreendente!



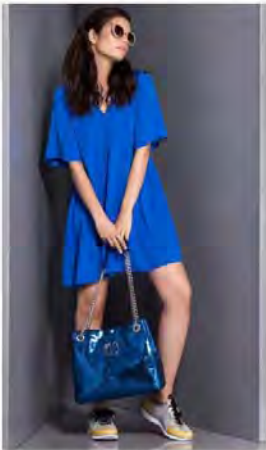
COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

15:55 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



FUN BLUE

Combine uma variedade de estilos e padrões para criar um look colorido e divertido.




COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

14/20/2019 15:54 12/03/2018

Tendências | ANA SOUSA X


https://www.anasousa.com/pt/index.php?id=562

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Min Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in #



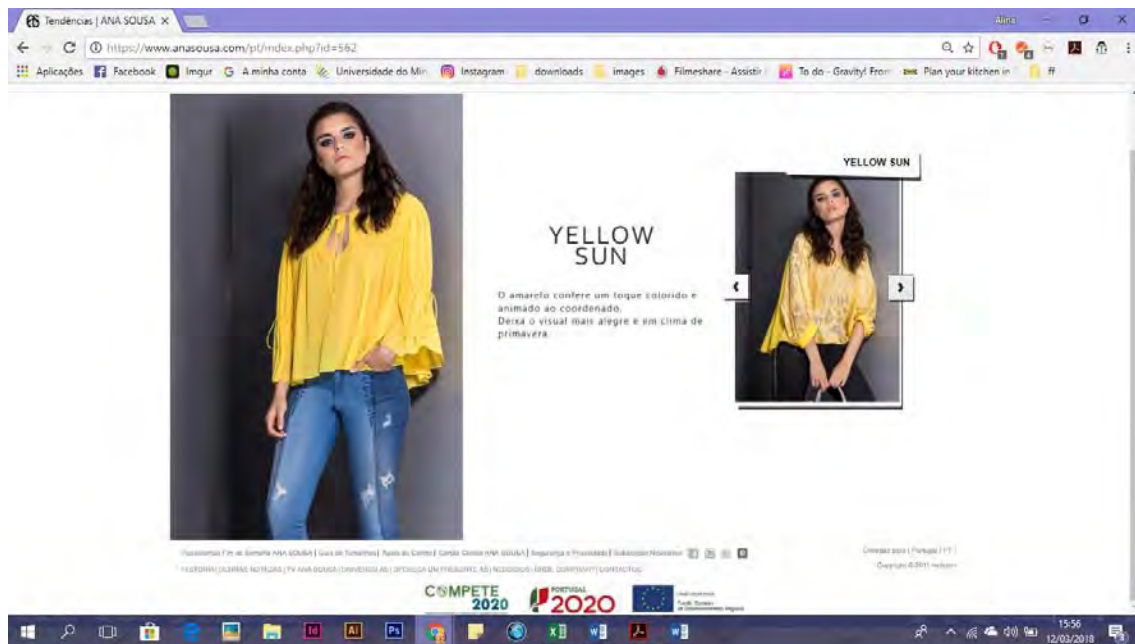
RED IN RED

Nesta primavera, não brinche. O vermelho é uma aposta ganha.

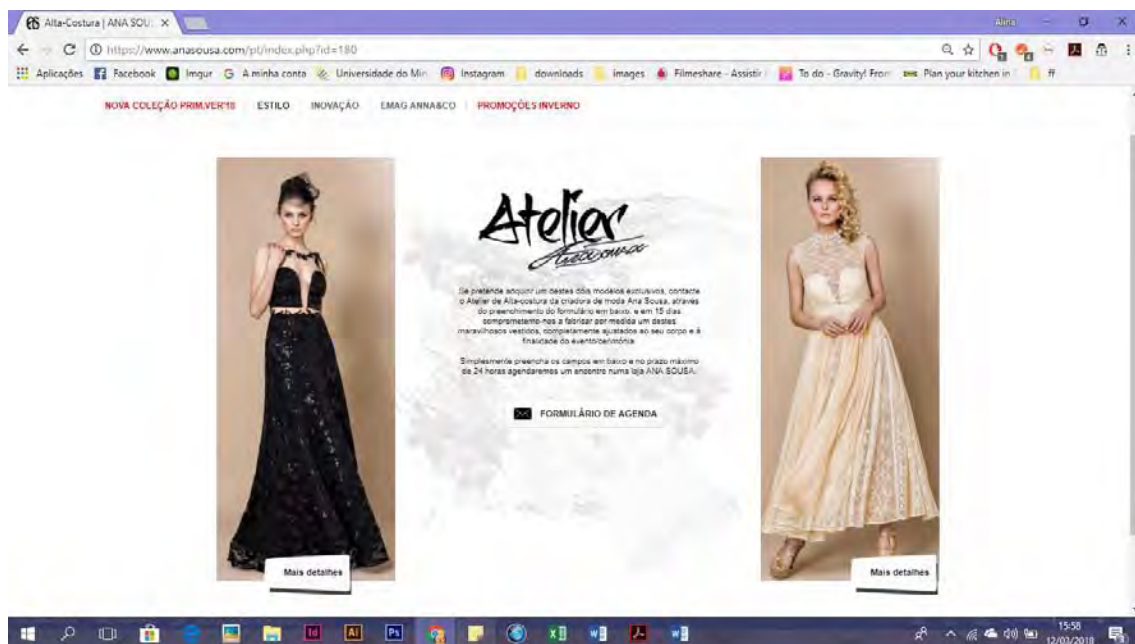


COMPETE 2020 PORTUGAL 2020

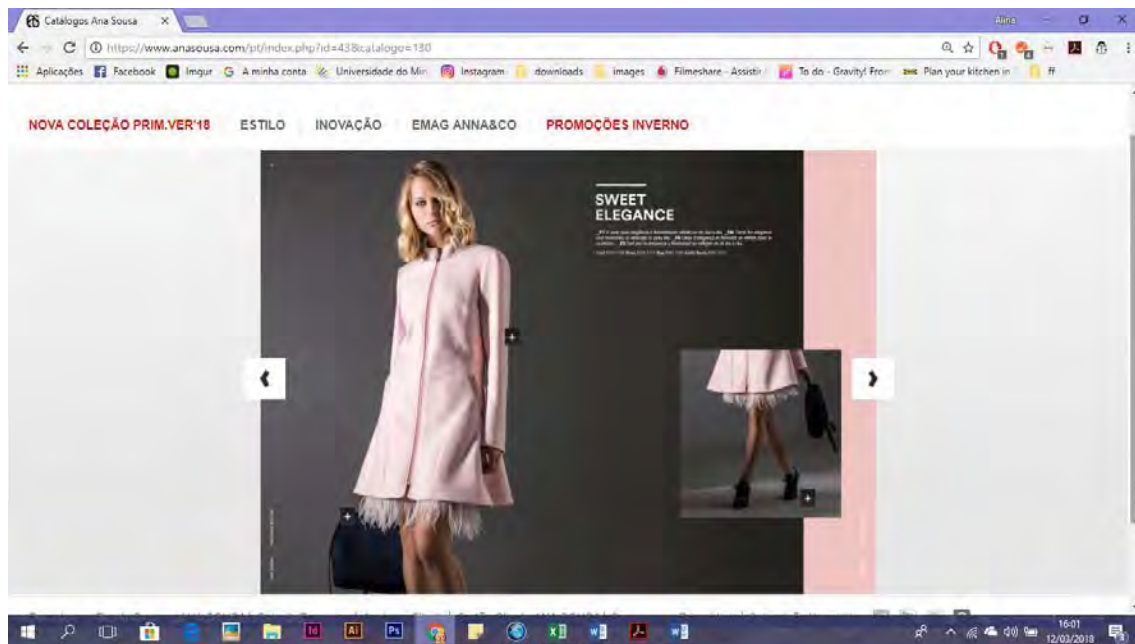
14/20/2019 15:55 12/03/2018



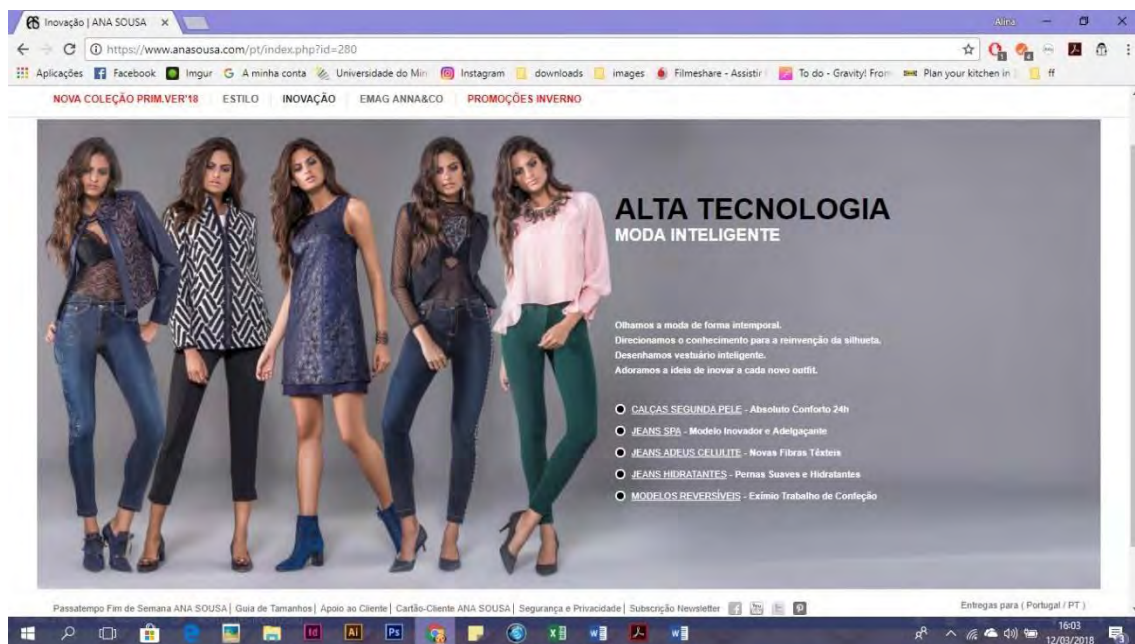
3.2- Atelier Alta Costura



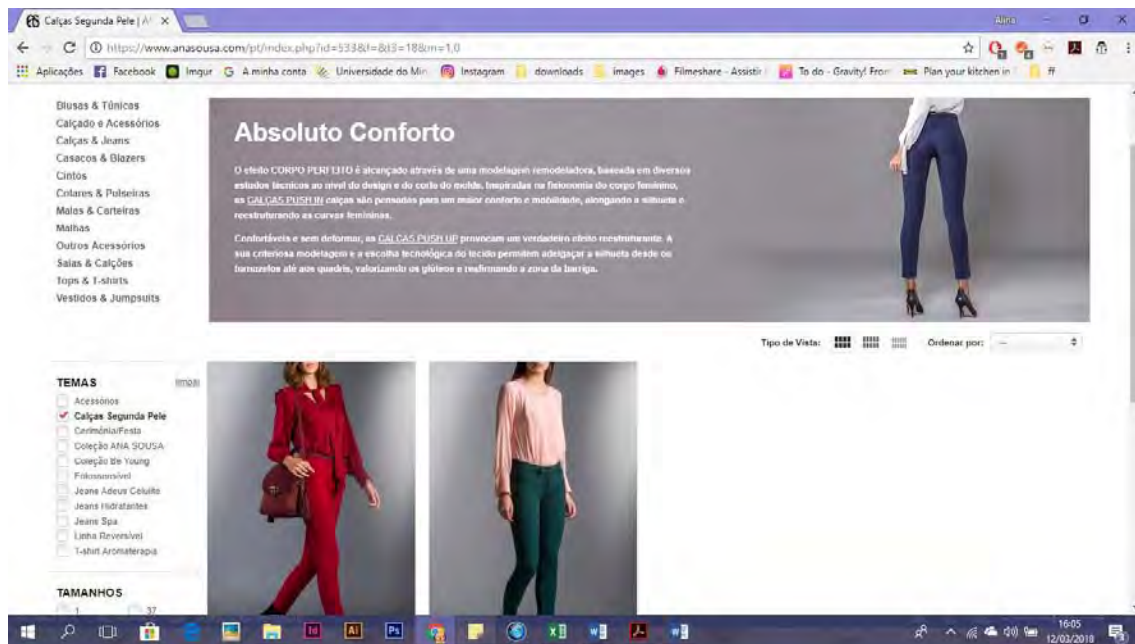
3.3- Catálogo Ol'17-18



4-Sep. Inovação



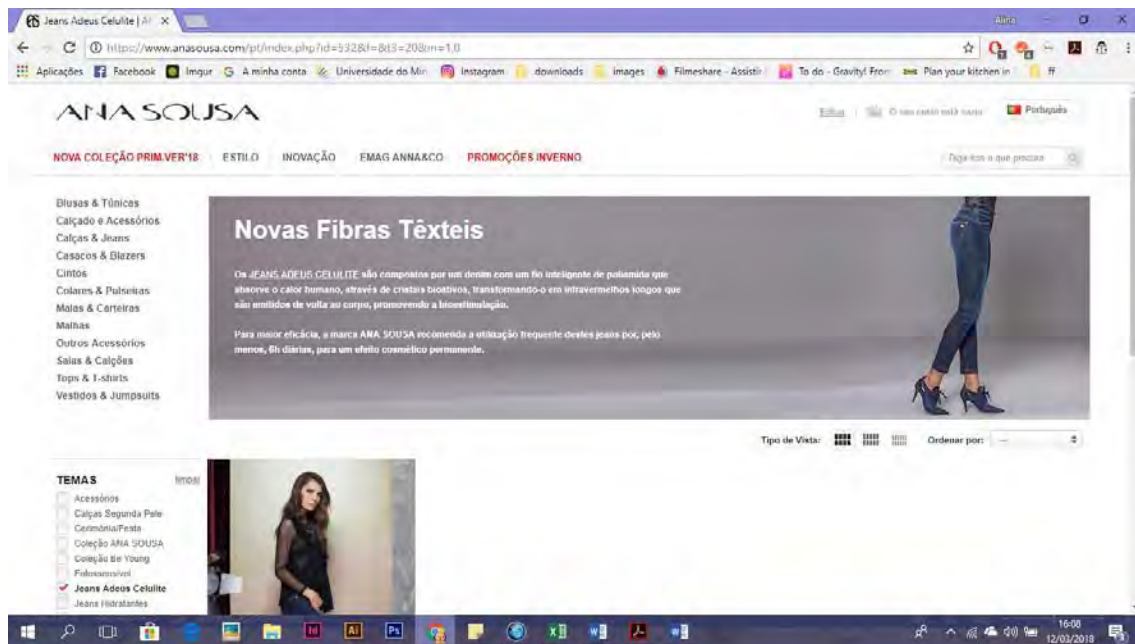
4.1- Calças Segunda Pele



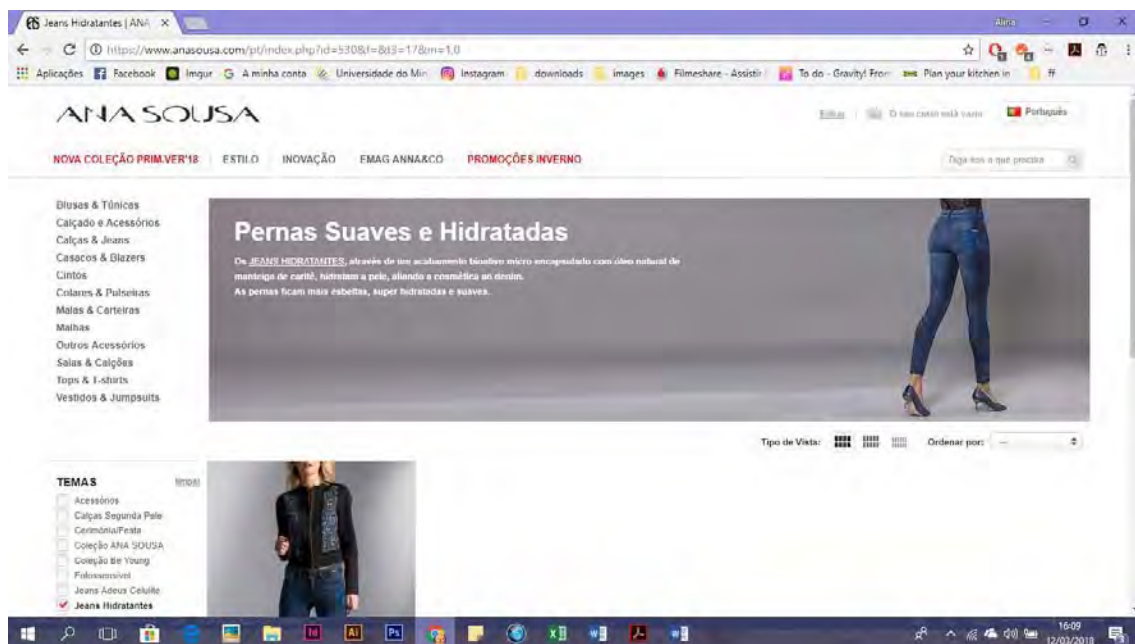
4.2- Jeans Spa



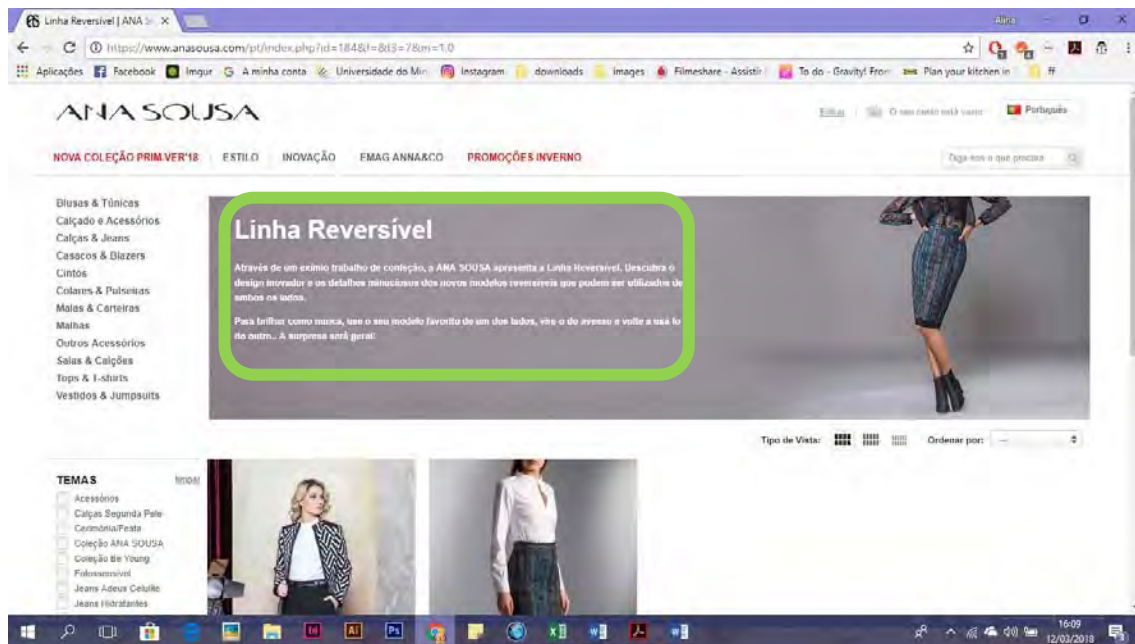
4.3- Jeans Adeus Celulite



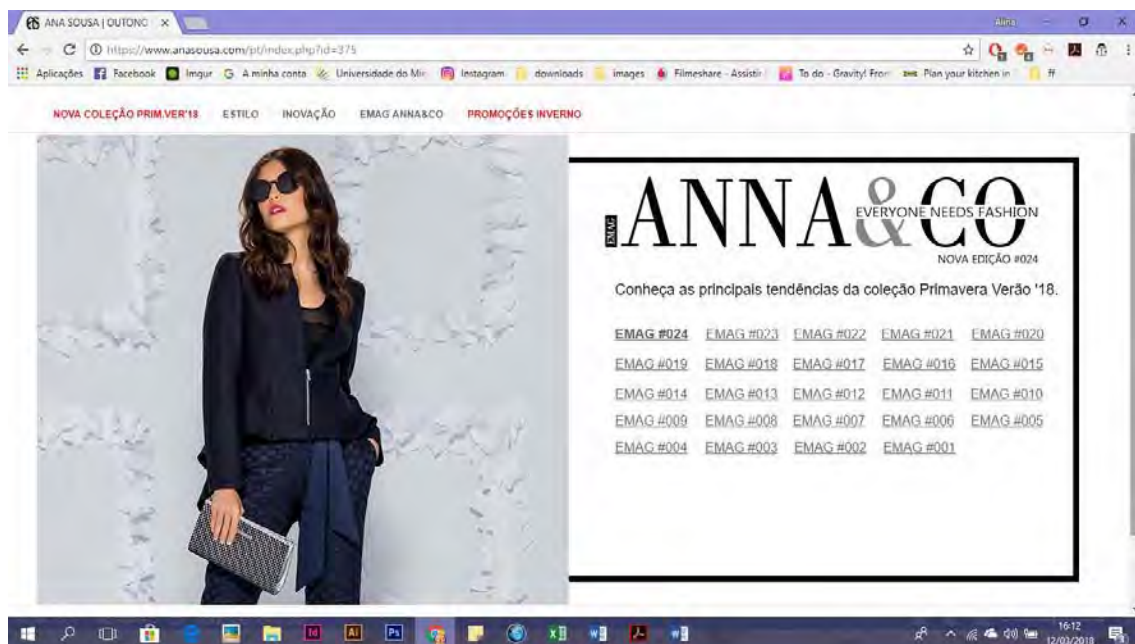
4.4 Jeans Hidratantes



4.5- Modelos Reversíveis



5-Sep. EMAG ANNA&CO



6-Sep. Promoções Inverno



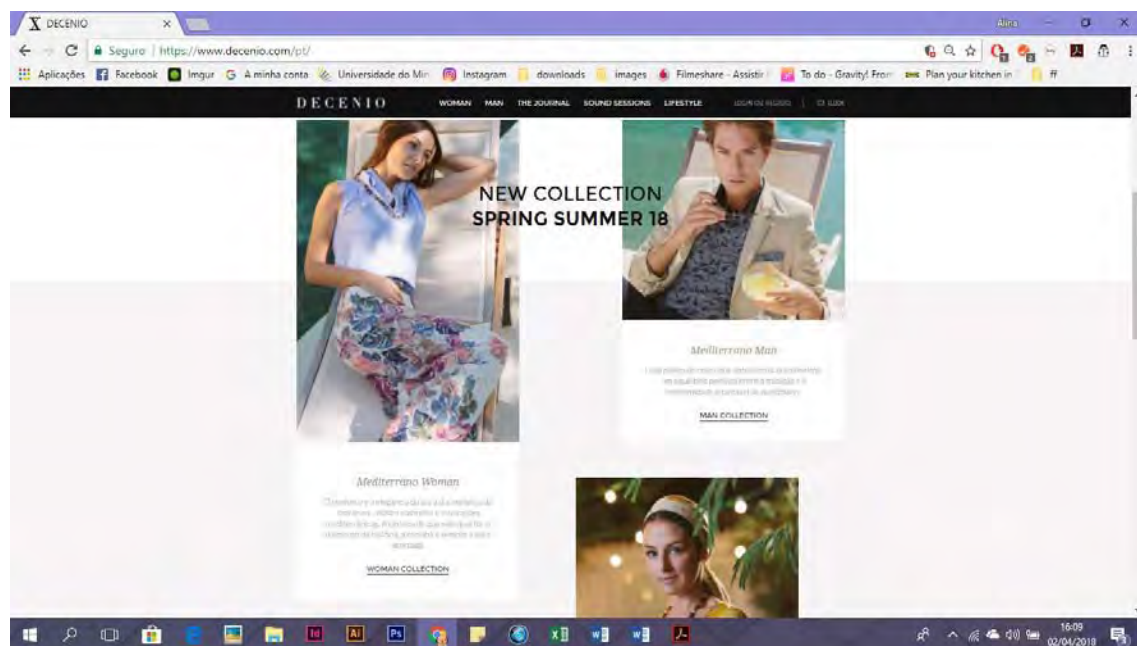
DECENIO

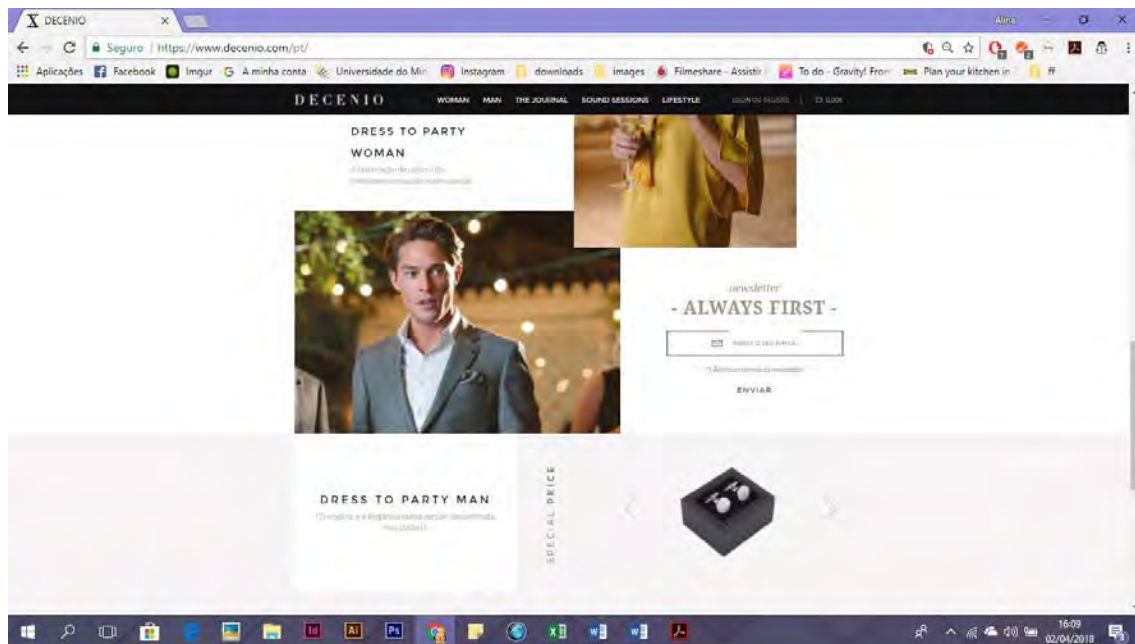
1-Página inicial

1.1- Barra de menu

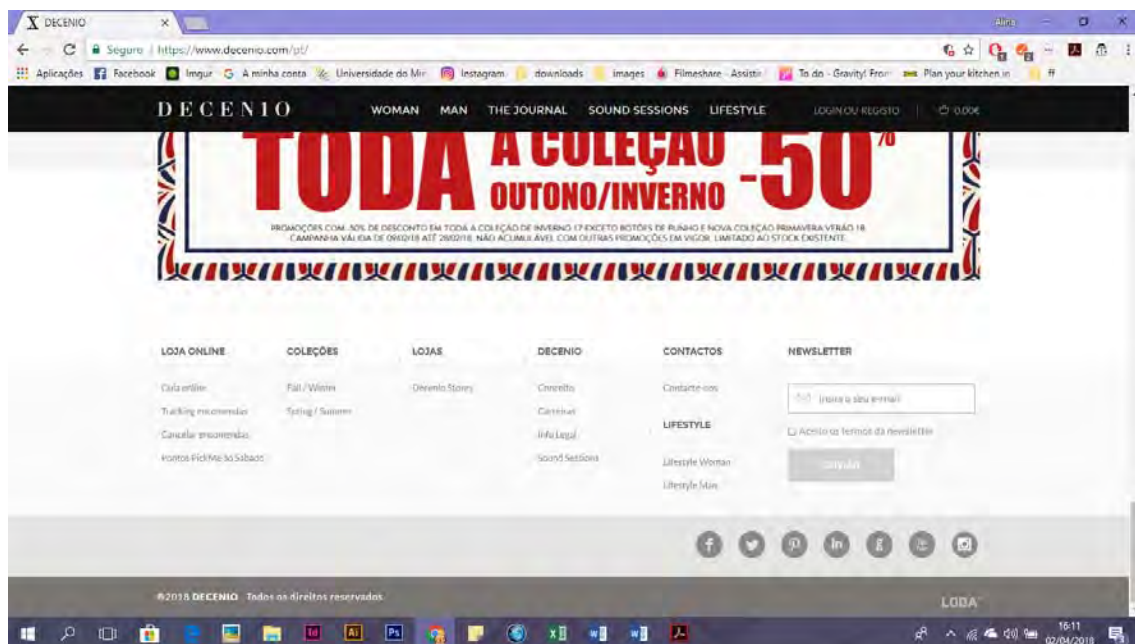


1.2- Corpo

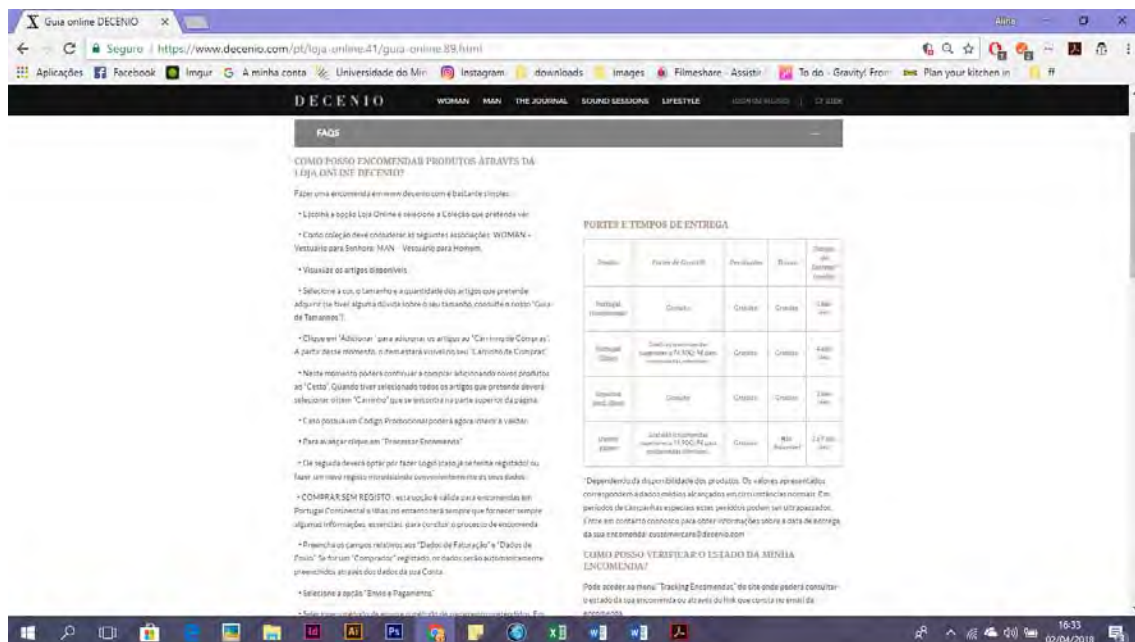




1.3- Barra Final



1.3.1- Guia online



- Selecione a cor, o tamanho e a quantidade dos artigos que pretende adquirir (se tiver alguma dúvida sobre o seu tamanho, consulte o nosso “Guia de Tamanhos”).
- Clique em “Adicionar” para adicionar os artigos ao “Carrinho de Compras”. A partir desse momento, o item estará visível no seu “Carrinho de Compras”.
- Neste momento poderá continuar a comprar adicionando novos produtos ao “Cesto”. Quando tiver selecionado todos os artigos que pretende deverá selecionar o item “Carrinho” que se encontra na parte superior da página.
- Caso possua um Código Promocional poderá agora inserir e validar.
- Para avançar clique em “Processar Encomenda”.
- De seguida deverá optar por fazer Login (caso já se tenha registado) ou fazer um novo registo introduzindo convenientemente os seus dados.
- **COMPRAR SEM REGISTO** : esta opção é válida para encomendas em Portugal Continental e Ilhas, no entanto terá sempre que fornecer sempre algumas informações essenciais para concluir o processo de encomenda.
- Preencha os campos relativos aos “Dados de Faturação” e “Dados de Envio”. Se for um “Comprador” registado, os dados serão automaticamente preenchidos através dos dados da sua Conta.
- Selecione a opção “Envio e Pagamento”.
- Selecione o método de envio e o método de pagamento pretendidos. Em seguida, selecione a opção “Resumo da Encomenda”.
- Irá visualizar um resumo da sua encomenda podendo alterar os seus dados, opção de envio e método de pagamento.
- Após confirmação dos dados apresentados, selecione a opção “Concluir Encomenda”.
- Receberá agora um email com a confirmação dos dados da encomenda onde constam também os dados para pagamento.

Sugerimos que guarde os dados da encomenda para referência futura.

Ao confirmar os dados da encomenda está a aceitar as condições gerais de venda, assim como outras condições existentes em www.decenio.com.

POSSO OBTER UM PRODUTO QUE NÃO ESTÁ DISPONÍVEL NA COR/TAMANHO QUE PRETENDO?

Se esse produto aparecer listado e não tiver o tamanho que pretende poderá enviar um email para customercare@decenio.com.

Caso o produto não esteja listado envie por favor um email para customercare@decenio.com

Tudo faremos para encontrar o produto na cor e tamanho que pretende.

QUAIS SÃO OS MÉTODOS DE PAGAMENTO DISPONÍVEIS?

Poderá efetuar o pagamento das suas encomendas através de Cartão de Crédito, PayPal e Referência Multibanco.

Pagamento com Cartão de Crédito: Visa, MasterCard, American Express, Maestro e Discover.

Pagamento por PayPal: se optar por pagamento por PayPal, uma vez no Carrinho de Compras será redirecionado para a página de login do PayPal onde, após entrar na sua conta, deve concluir o pagamento. Caso não tenha uma conta PayPal, pode proceder à abertura de uma conta e, de seguida, concluir a sua encomenda.

Pagamento por Multibanco: O pagamento deve ser feito a partir de um banco em Portugal ou através do Netbanking, devendo o montante total ser igual ao valor da encomenda. Eventuais custos inerentes à realização do pagamento serão suportados pelo comprador – geralmente o pagamento por referência em multibanco ou netbanking é gratuito. O pagamento deverá ser rececionado pela Decenio no prazo máximo de 3 dias de calendário, a contar da data da aceitação da encomenda para desta forma tentar assegurar com maior fiabilidade a existência de stock do(s) artigo(s) encomendado(s). Considerar-se-á a encomenda válida após a confirmação do pagamento.

QUAIS SÃO OS PAÍSES ONDE POSSO COMPRAR E RECEBER ENCOMENDAS?

Atualmente é possível comprar produtos em Portugal Continental e Ilhas, Alemanha, Áustria, Espanha (não inclui ilhas), Estónia, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Irlanda, Itália, Letónia, Lituânia, Luxemburgo, Monaco, Bélgica, Eslováquia, Eslovénia, Polónia, Reino Unido, República Checa, Dinamarca, Hungria, Bulgária, Roménia, Suécia e Lichtenstein.

POSSO USAR O TAX FREE EM COMPRAS ONLINE?

Sim, o Tax Free está disponível na nossa loja online. Caso resida num país fora a União Europeia poderá usufruir do Tax Free nas suas compras online Decenio. Após ter realizado a encomenda na nossa loja online informe-nos de que pretende usufruir deste serviço. Registaremos e enviaremos o comprovativo a apresentar nos serviços alfandegários.

COMO SE PROCESSAM AS ENTREGAS, QUAIS OS PRAZOS E CUSTOS?

Para mais informação sobre Receção de Encomendas visite: Guia de Compras/ Receção de Encomendas

O QUE SÃO OS PONTOS PICKME CHRONOPOST?

Para mais informação sobre Pontos PickMe visite: Guia de Compras/ Receção de Encomendas

PORTES E TEMPOS DE ENTREGA

Destino	Portes de Envio(€)	Devoluções	Trocas	Tempos de Entrega* (média)
---------	--------------------	------------	--------	----------------------------

Portugal (Continental)	Gratuito	Gratuito	Gratuito	3 dias úteis
------------------------	----------	----------	----------	--------------

Portugal (Ilhas)	Gratuito (encomendas superiores a 74,90€); 9€ para encomendas inferiores.	Gratuito	Gratuito	4 dias úteis
------------------	---	----------	----------	--------------

Espanha (excl. ilhas)	Gratuito	Gratuito	Gratuito	3 dias úteis
-----------------------	----------	----------	----------	--------------

Outros países Gratuito (encomendas superiores a 74,90€); 9€ para encomendas inferiores.
Gratuito Não disponível 3 a 7 dias úteis

*Dependendo da disponibilidade dos produtos. Os valores apresentados correspondem a dados médios alcançados em circunstâncias normais. Em períodos de campanhas especiais estes períodos podem ser ultrapassados. Entre em contacto connosco para obter informações sobre a data de entrega da sua encomenda: customercare@decenio.com

COMO POSSO VERIFICAR O ESTADO DA MINHA ENCOMENDA?

Pode aceder ao menu “Tracking Encomendas” do site onde poderá consultar o estado da sua encomenda ou através do link que consta no email da encomenda.

No dia em que a sua encomenda é expedida das nossas instalações, irá receber um email de confirmação. Após a receção deste email, é previsível que receba a sua encomenda no dia útil seguinte para entregas em Portugal (Continental) e entre dois a três dias úteis para entregas na Madeira e Açores.

COMO POSSO DEVOLVER/ TROCAR UMA ENCOMENDA?

Se por qualquer motivo o “Comprador” não estiver satisfeito com os produtos que encomendou, pode proceder à sua devolução/ troca, no prazo de 15 dias de calendário após a receção da encomenda desde que:

- Os produtos não tenham sido lavados ou utilizados. Excetuando os casos em que o produto contém informação em contrário, o “Comprador” tem o direito a experimentar as roupas e os sapatos para testar o tamanho e a forma mas não os pode usar.
- O produto mantenha as suas características originais e a embalagem não esteja danificada (as embalagens abertas cuidadosamente não serão consideradas danificadas);
- O produto esteja completo (ex. ambos os itens de um par têm que ser devolvidos);

Não pode devolver:

- Produtos que tenham sido adulterados e cuja etiqueta de identificação esteja danificada.

A troca de produtos é possível para encomendas realizadas em Portugal (Continental e Ilhas).

O “Comprador” pode fazê-lo através do preenchimento do “Formulário de Devolução/Troca” que acompanha a encomenda, ou preenchendo o formulário online disponível na sua “Área de Cliente”. A troca pode verificar-se pelo mesmo produto noutro tamanho, cor ou por outra referência distinta, desde que o valor dos produtos a trocar seja o mesmo. A troca carece sempre de confirmação parte da DECENIO.

Se decidir proceder à devolução/troca da sua encomenda poderá endereçar o envio para a morada: Decenio - Departamento Online, Avenida 1º de Maio Nº1666, 4485-105 Fajozes, Vila do Conde, Portugal. Deve anexar o formulário de devolução/troca devidamente preenchido e uma cópia da fatura original aos artigos a devolver.

Pode optar também por solicitar-nos recolha numa determinada morada. Para tal, é necessário que preencha o Formulário de Devolução Online na sua área de cliente e que o submeta. Deve

fazer uma impressão deste formulário e anexá-la aos artigos a devolver. Posteriormente iremos contactá-lo, confirmando a data da recolha da encomenda. A recolha deverá ser feita no mesmo país onde a encomenda foi rececionada.

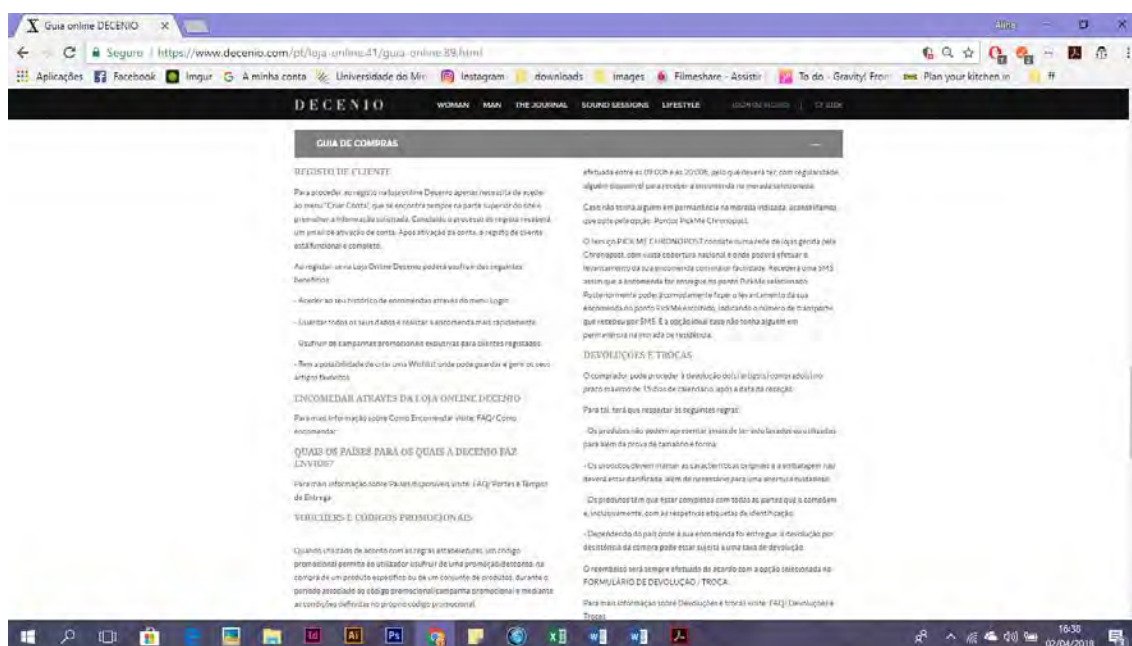
Entrega da caixa de devolução numa Loja Decenio (ver lojas disponíveis no formulário de devolução entregue juntamente com a encomenda) – poderá entregar a caixa com o(s) artigo(s) a devolver ou trocar numa das nossas lojas disponíveis. Dentro da caixa, para além do(s) produto(s) deverá juntar o formulário de devolução preenchido e uma cópia da fatura original.

POSSO CANCELAR UMA ENCOMENDA AINDA NÃO PAGA?

O “Comprador” pode cancelar a sua encomenda no menu “Cancelar Encomendas” no site. Esta funcionalidade apenas é possível para encomendas que ainda não tenham sido pagas. Neste menu o “Comprador” deverá inserir o número da encomenda e o email associado a esta, no passo seguinte deverá confirmar o cancelamento da encomenda, e por fim irá receber um alerta de que a encomenda foi cancelada com sucesso e um email a confirmar o cancelamento.

COMO POSSO CONTACTAR O DEPARTAMENTO ONLINE?

O Serviço de Apoio ao Cliente da loja online Decenio é um serviço de apoio a todos os clientes cuja finalidade é a prestação de informações e esclarecimento de dúvidas. Estamos também sempre recetivos a sugestões dos nossos clientes para melhorar os nossos serviços. Para o fazer, deverá enviar-nos um email para: customercare@decenio.com



GUIA DE COMPRAS

REGISTO DE CLIENTE

Para proceder ao registo na loja online Decenio apenas necessita de aceder ao menu “Criar Conta”, que se encontra sempre na parte superior do site e preencher a informação solicitada. Concluído o processo de registo receberá um email de ativação de conta. Após ativação da conta, o registo de cliente está funcional e completo.

Ao registar-se na Loja Online Decenio poderá usufruir dos seguintes benefícios:

- Aceder ao seu histórico de encomendas através do menu Login;
- Guardar todos os seus dados e realizar a encomenda mais rapidamente.
- Usufruir de campanhas promocionais exclusivas para clientes registados.
- Tem a possibilidade de criar uma Wishlist onde pode guardar e gerir os seus artigos favoritos.

ENCOMEDAR ATRAVÉS DA LOJA ONLINE DECENIO

Para mais informação sobre Como Encomendar visite: [FAQ/ Como encomendar](#)

QUAIS OS PAÍSES PARA OS QUAIS A DECENIO FAZ ENVIOS?

Para mais informação sobre Países disponíveis visite: [FAQ/ Portes e Tempos de Entrega](#)

VOUCHERS E CÓDIGOS PROMOCIONAIS

Quando utilizado de acordo com as regras estabelecidas, um código promocional permite ao utilizador usufruir de uma promoção/desconto, na compra de um produto específico ou de um conjunto de produtos, durante o período associado ao código promocional/campanha promocional e mediante as condições definidas no próprio código promocional.

Não é permitida a venda, a troca ou a doação de um código promocional. O “Comprador” portador do código promocional, não pode carregar ou disponibilizar um código promocional em qualquer website ou outra forma pública de oferta, doação, venda ou troca. Não é permitida a utilização de códigos promocionais para fins comerciais.

Não é permitida a utilização do código promocional em conexão com outra marca, empresa ou nome. Não é igualmente permitida a utilização do código promocional de forma ilegal, abusiva ou desrespeitosa, bem como em qualquer outra forma que possa prejudicar a reputação da DECENIO

A utilização do código promocional está condicionada apenas a uma utilização por encomenda.

Os códigos promocionais não são acumuláveis com quaisquer outras promoções ou ofertas especiais, exceto se claramente especificado, nem são trocáveis/cambiáveis por dinheiro.

A DECENIO não tem qualquer obrigação para reeditar ou restituir códigos promocionais

Sem prejuízo de quaisquer outros direitos, a DECENIO tem o direito de invalidar de forma imediata um código promocional perante a suspeita de que este está a ser utilizado: com violação dos pressupostos acima mencionados, por usurpação, ou em outros casos em que a DECENIO tenha motivos para proceder dessa forma.

MÉTODOS DE PAGAMENTO

Para mais informação sobre Métodos de pagamento: [FAQ/ Métodos de pagamento](#)

QUAL O CUSTO DA ENTREGA?

Para mais informação sobre Custo da entrega visite: [FAQ/ Prazos e custos](#)

RECEÇÃO DE ENCOMENDAS

Pode receber a sua encomenda num endereço da sua preferência nos países disponíveis para entrega.

Para encomendas em Portugal pode escolher receber a sua encomenda numa morada (habitação, local de trabalho, casa de familiar, etc) ou num ponto PickMe.

Tendo selecionado entrega ao Domicílio, após a expedição, receberá uma SMS de confirmação de envio com um número de Tracking. Através deste número poderá a qualquer altura consultar o estado do envio na página web da empresa transportadora. No dia útil seguinte à receção dessa SMS, receberá a sua encomenda na morada que indicou. Ao selecionar esta opção, tenha em atenção que a entrega da encomenda na morada indicada será efetuada entre as 09:00h e as 20:00h, pelo que deverá ter, com regularidade, alguém disponível para receber a encomenda na morada selecionada.

Caso não tenha alguém em permanência na morada indicada, aconselhamos que opte pela opção: Pontos PickMe Chronopost.

O serviço PICK ME CHRONOPOST consiste numa rede de lojas gerida pela Chronopost, com vasta cobertura nacional e onde poderá efetuar o levantamento da sua encomenda com maior facilidade. Receberá uma SMS assim que a encomenda for entregue no ponto PickMe selecionado. Posteriormente poderá comodamente fazer o levantamento da sua encomenda no ponto PickMe escolhido, indicando o número de transporte que recebeu por SMS. É a opção ideal caso não tenha alguém em permanência na morada de residência.

DEVOLUÇÕES E TROCAS

O comprador pode proceder à devolução do(s) artigo(s) comprado(s) no prazo máximo de 15 dias de calendário, após a data da receção.

Para tal, terá que respeitar as seguintes regras:

- Os produtos não podem apresentar sinais de ter sido lavados ou utilizados para além da prova de tamanho e forma;
- Os produtos devem manter as características originais e a embalagem não deverá estar danificada, além do necessário para uma abertura cuidadosa;
- Os produtos têm que estar completos com todas as partes que o compõem e, inclusivamente, com as respetivas etiquetas de identificação.
- Dependendo do país onde a sua encomenda foi entregue, a devolução por desistência da compra pode estar sujeita a uma taxa de devolução.

O reembolso será sempre efetuado de acordo com a opção selecionada no FORMULÁRIO DE DEVOLUÇÃO / TROCA.

Para mais informação sobre Devoluções e trocas visite: [FAQ/ Devoluções e Trocas](#)

POSSO DEVOLVER PRODUTOS QUE NÃO FORAM COMPRADOS NA LOJA ONLINE?

Não. Só são aceites devoluções de artigos comprados na Loja Online Decenio.

ENVIAR UM PRESENTE DECENIO

Para enviar um presente DECENIO basta selecionar o produto desejado e informar como morada de entrega a morada da pessoa a quem o pretende oferecer. Caso pretenda, poderá informar-nos através do email customercare@decenio.com algum cuidado especial a ter com a encomenda, como por exemplo seguir sem a fatura original ou retirarmos o preço do produto.

EXISTEM DIFERENÇAS DE PREÇOS ENTRE OS PRODUTOS DA LOJA ONLINE E DAS LOJAS FÍSICAS?

Em regra, os produtos Decenio têm o mesmo preço de venda, na Loja Online e nas Lojas Físicas.

Contudo, por uma questão de política comercial, poderão ocasionalmente ocorrer diferenças de preço. No entanto, o preço indicado na loja online é sempre o preço válido e aplicável na venda online.

PODERÁ HAVER UMA REDUÇÃO DE PREÇO APÓS A MINHA COMPRA?

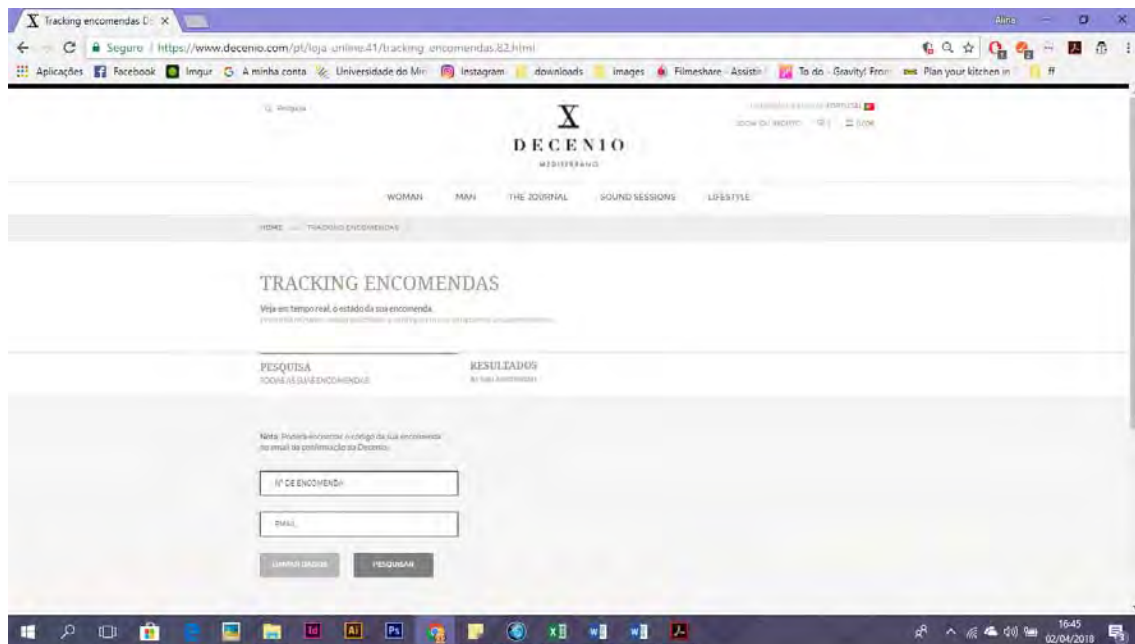
Sim. Por uma questão de política comercial, a qualquer altura a Decenio poderá efetuar reduções de preço em determinados produtos. No entanto, o preço praticado será sempre aquele que vigora no momento da compra.

QUALIDADE E GARANTIA

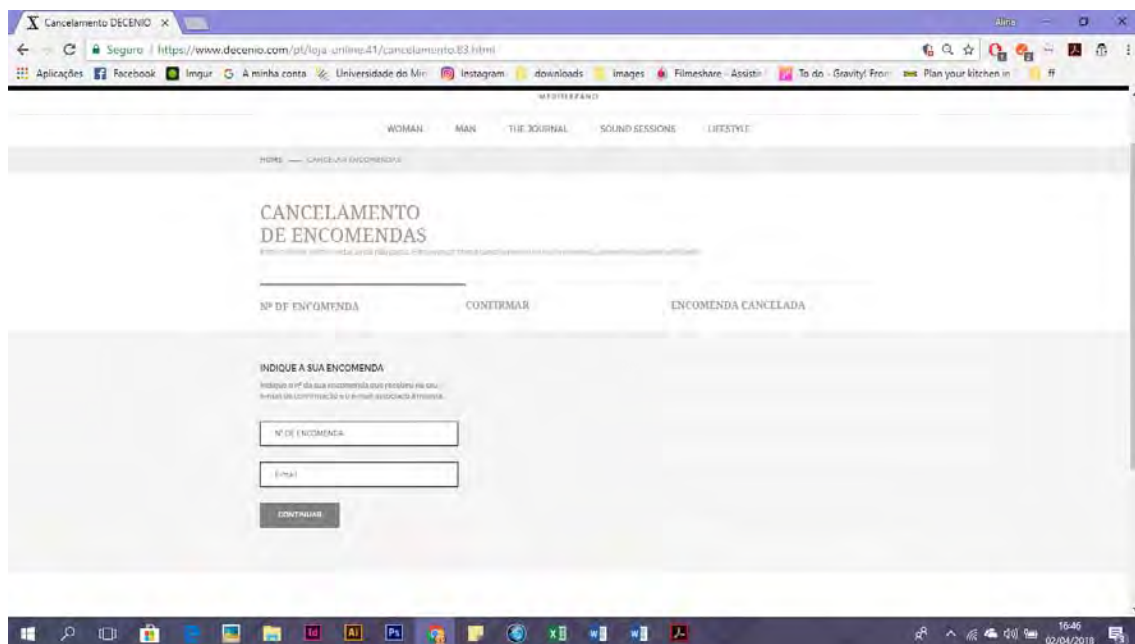
A DECENIO não vende em www.decenio.com produtos em segunda mão, com defeito ou de qualidade inferior aos padrões de qualidade da Decenio existentes no mercado. As principais características de cada produto exibido em www.decenio.com encontram-se em cada página de produto, salvo erro de transcrição. Os produtos oferecidos para venda no site podem não corresponder exatamente ao vestuário real em termos de imagem e cores, devido ao navegador de Internet e monitor utilizados.

Todos os produtos têm uma etiqueta de identificação anexada. Não remova a etiqueta do produto caso queira devolver ou trocar o produto adquirido. Caso decida exercer o direito de devolução dos produtos comprados, a DECENIO tem o direito de não aceitar a devolução de produtos sem a etiqueta correspondente, ou que foram alterados em relação ao seu estado original, em que se denote utilização do mesmo ou produtos danificados.

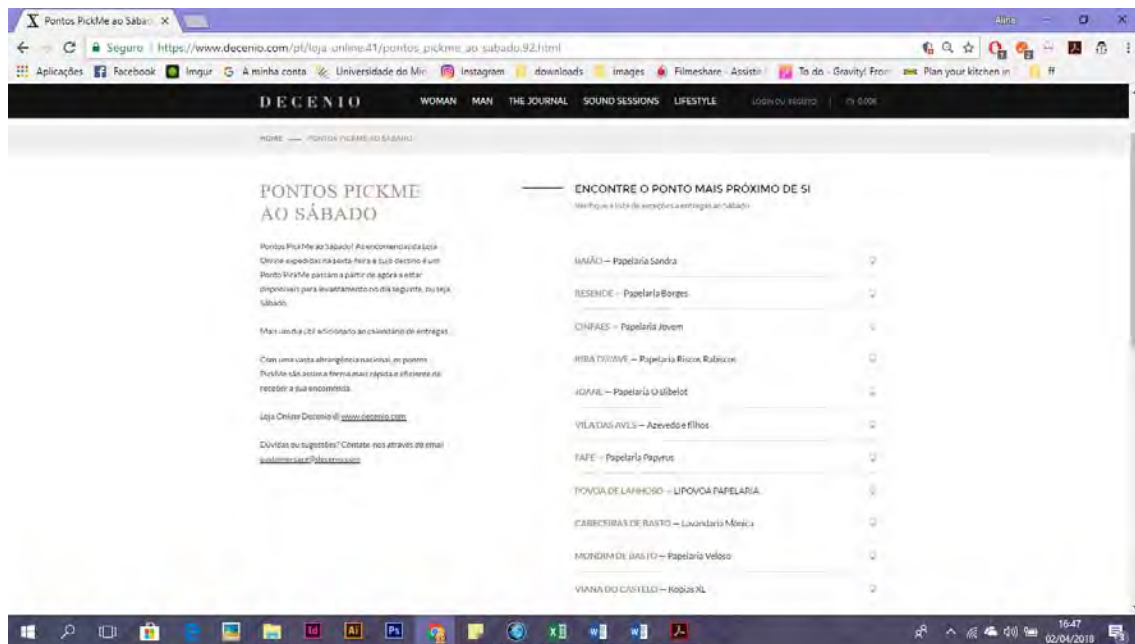
1.3.2- Tracking Encomendas



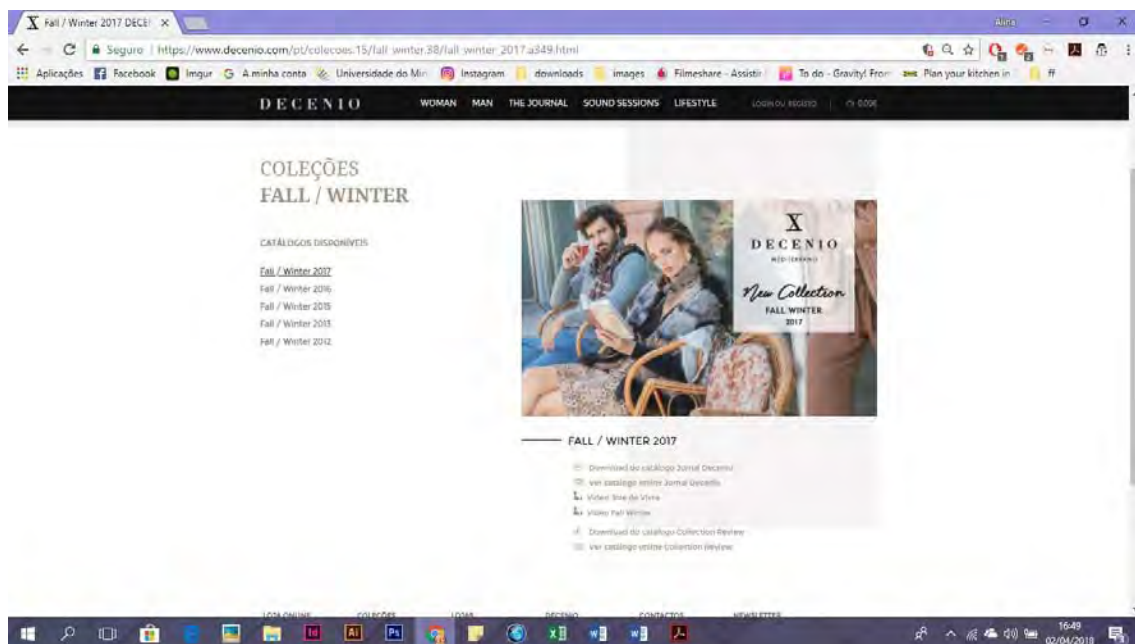
1.3.3- Cancelar Encomendas



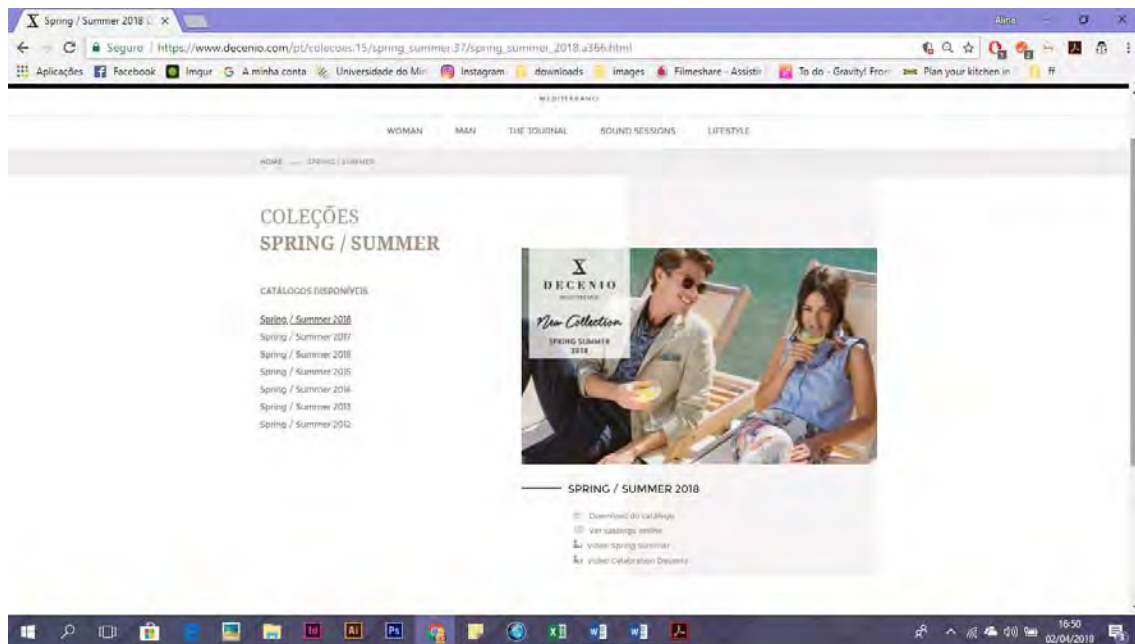
1.3.4- Pontos Pickme ao Sábado



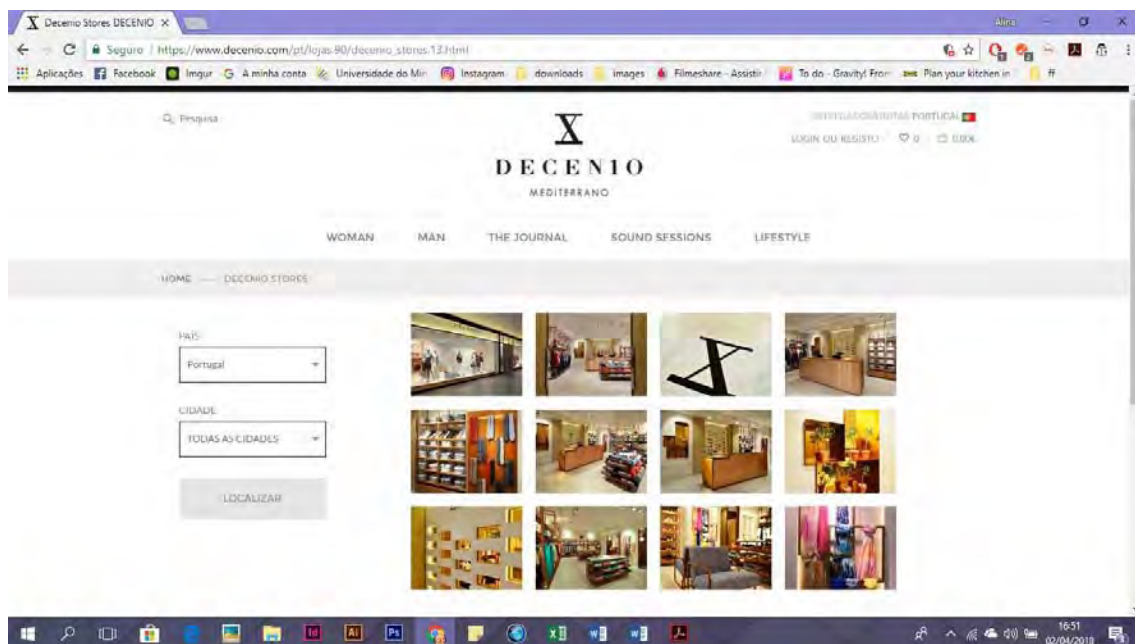
1.3.5- Coleções fall / winter



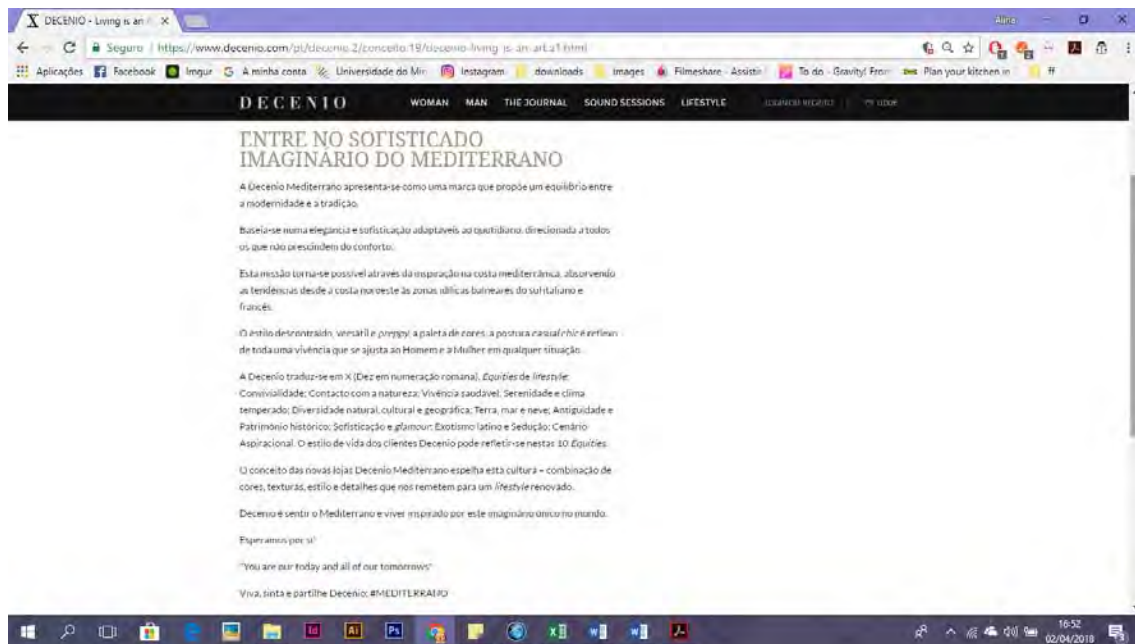
1.3.6- Coleções spring / summer



1.3.7- Decino Stores



1.3.8- Conceito



ENTRE NO SOFISTICADO IMAGINÁRIO DO MEDITERRANO

A Decenio Mediterraneo apresenta-se como uma marca que propõe um equilíbrio entre a modernidade e a tradição.

Baseia-se numa elegância e sofisticação adaptáveis ao quotidiano, direccionada a todos os que não prescindem do conforto.

Esta missão torna-se possível através da inspiração na costa mediterrânica, absorvendo as tendências desde a costa noroeste às zonas idílicas balneares do sul italiano e francês.

O estilo descontraído, versátil e preppy, a paleta de cores, a postura casual chic é reflexo de toda uma vivência que se ajusta ao Homem e à Mulher em qualquer situação.

A Decenio traduz-se em X (Dez em numeração romana). Equities de lifestyle: Convivialidade; Contacto com a natureza; Vivência saudável; Serenidade e clima temperado; Diversidade natural, cultural e geográfica; Terra, mar e neve; Antiguidade e Património histórico; Sofisticação e glamour; Exotismo latino e Sedução; Cenário Aspiracional. O estilo de vida dos clientes Decenio pode refletir-se nestas 10 Equities.

O conceito das novas lojas Decenio Mediterraneo espelha esta cultura – combinação de cores, texturas, estilo e detalhes que nos remetem para um lifestyle renovado.

Decenio é sentir o Mediterraneo e viver inspirado por este imaginário único no mundo.

Esperamos por si!

"You are our today and all of our tomorrows"

Viva, sinta e partilhe Decenio: #MEDITERRANO

1.3.9- Carreiras

DECENIO WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE

FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

NOME COMPLETO (pt):
 ENDEREÇO (pt):
 CÓDIGO POSTAL (pt): -
 LOCALIDADE (pt):
 SELECÇÃO DA DATA (pt):
 SELECÇÃO DO MODO (pt):
 ASSUNTO (pt):
 CANDIDATURA:
☐ SEDE
☐ CONJUG
 (CLIQUE PARA SELECIONAR)
 (CLIQUE PARA SELECIONAR)

1.3.10- Info legal

DECENIO MEDITEIRANO

WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE

INFORMAÇÃO LEGAL - DIREITO DO CONSUMIDOR

Em caso de litígio o consumidor pode recorrer ao Tribunal Arbitral do Centro de Arbitragem de Conflitos de Consumo do Vale do Ave:

Sede: Rua Alfredo Guimarães 1, 4800-019, Guimarães.

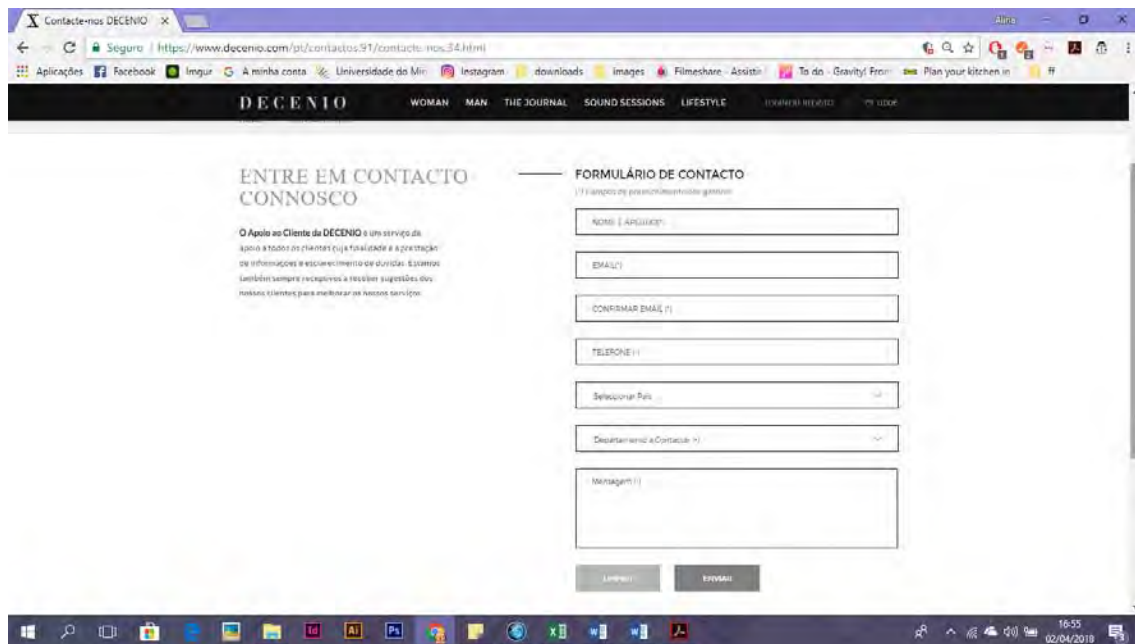
Telefone: 253 422 410

Fax: 253 422 411

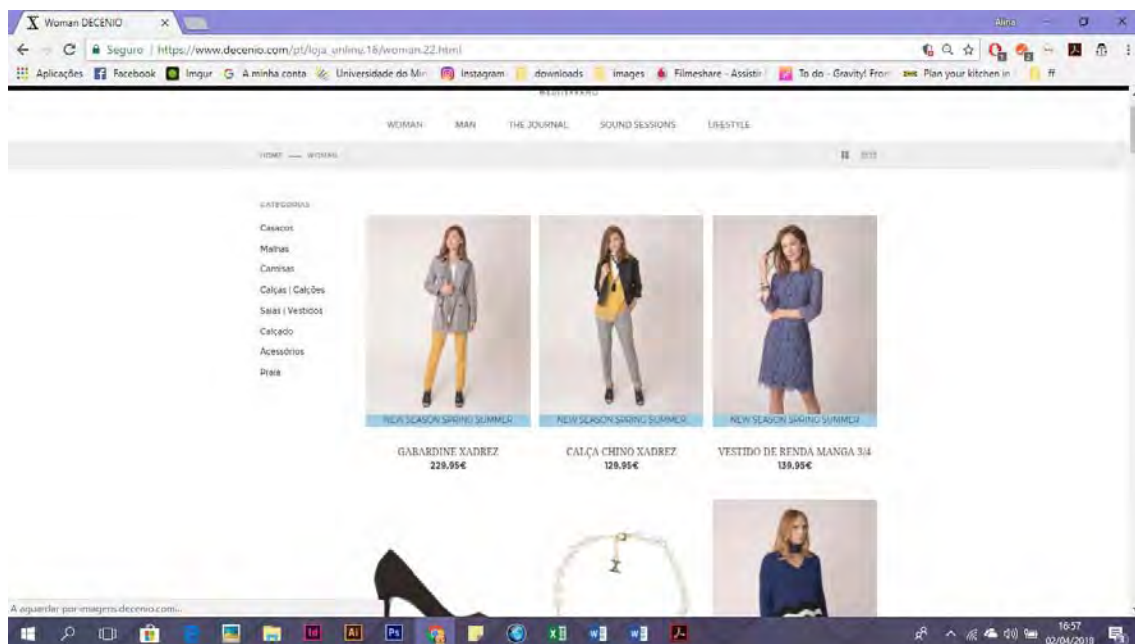
www.triave.pt

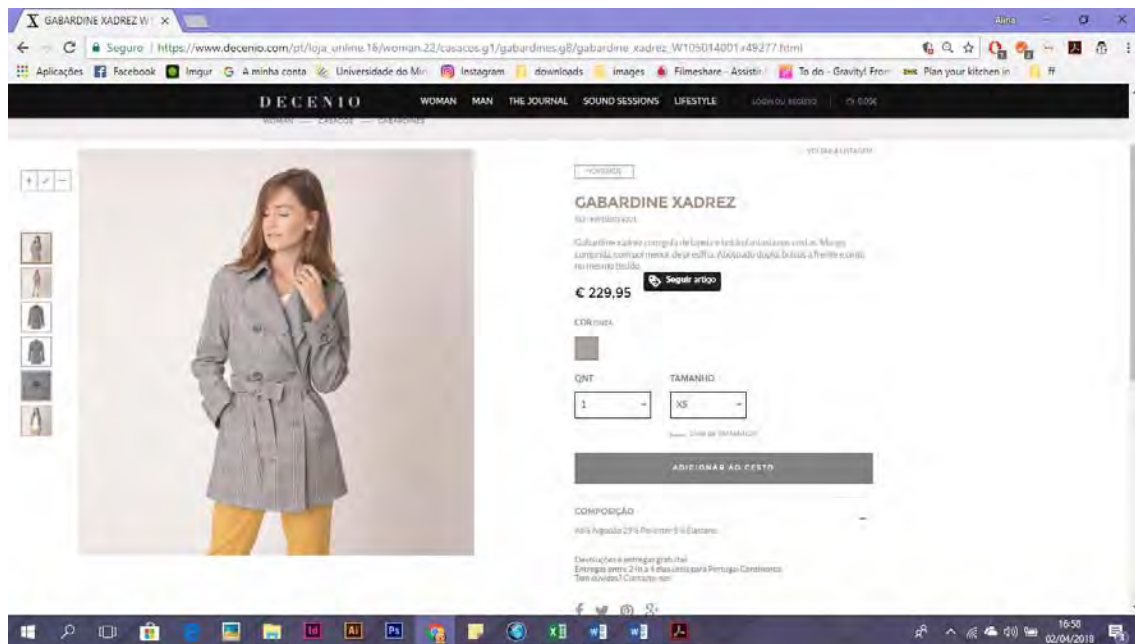
Mais informações no Portal do Consumidor em www.consumidor.pt.

1.3.11- Contacte-nos

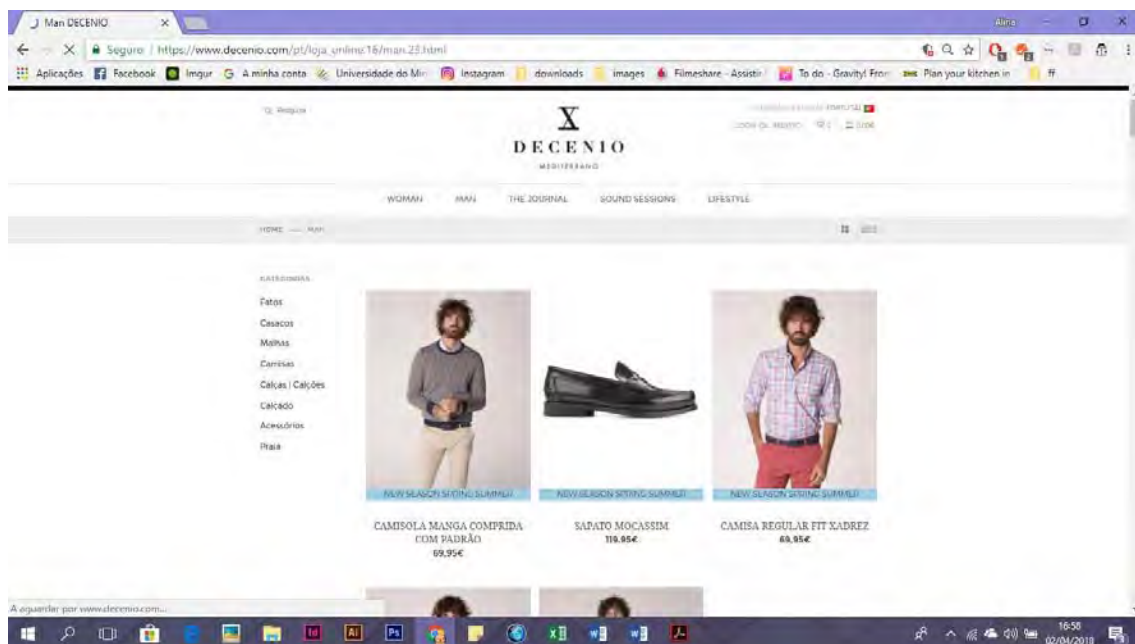


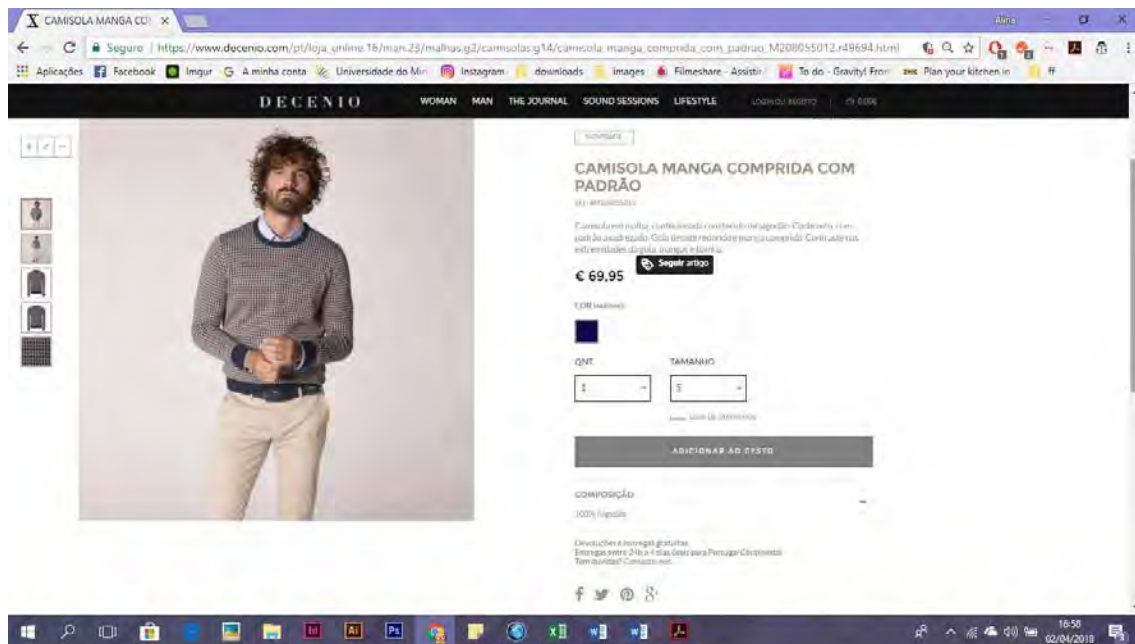
2- Sep. Woman



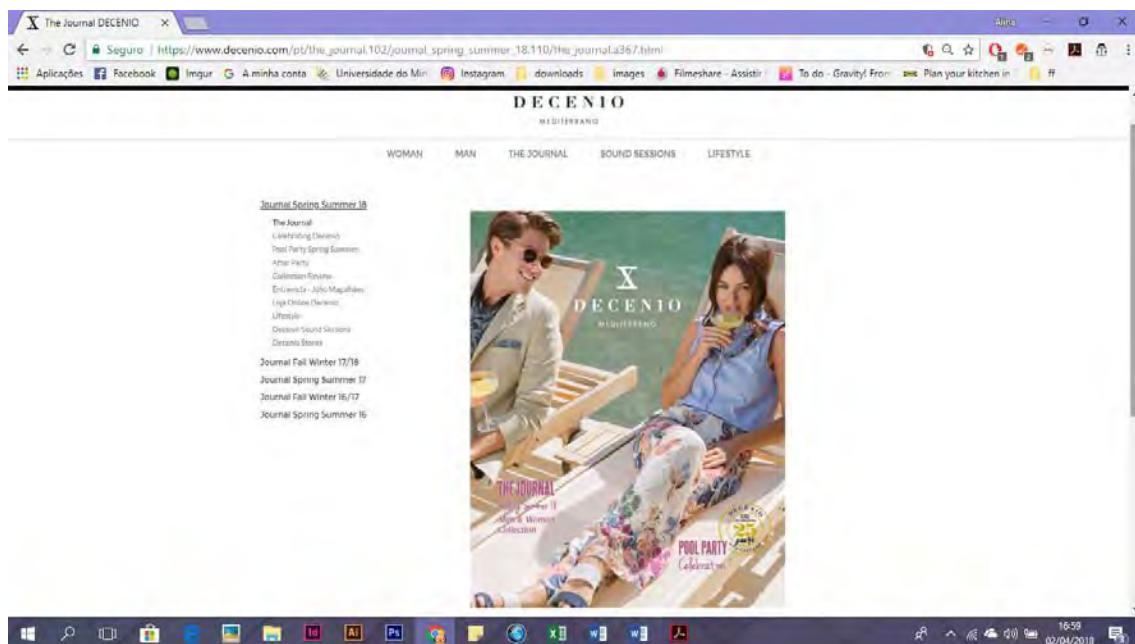


3- Sep. Man

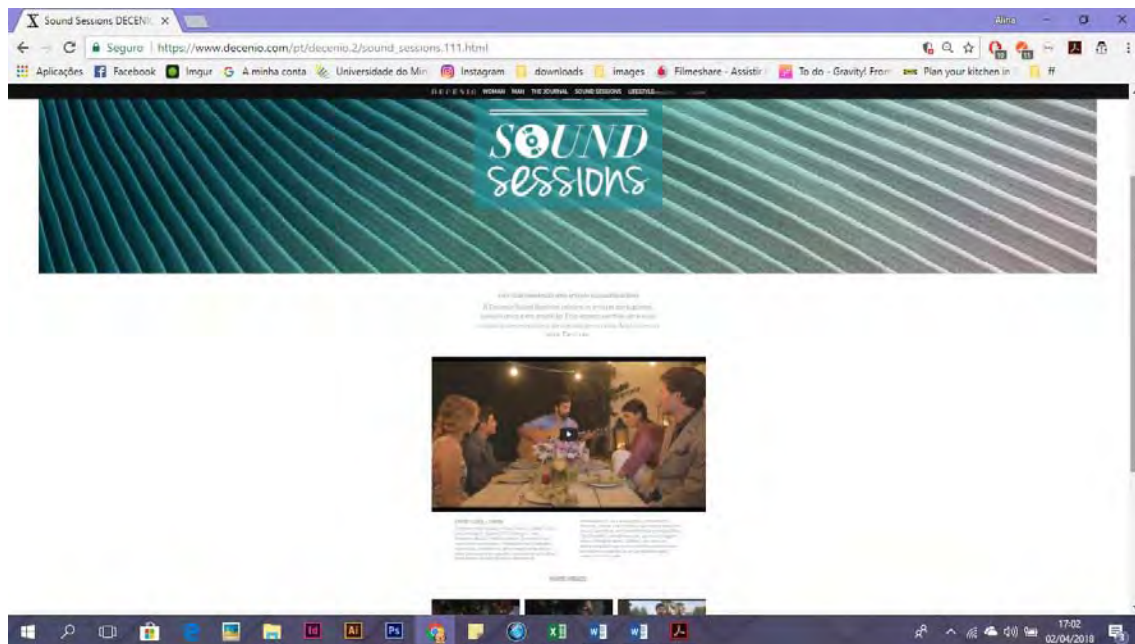




4- Sep. The Journal



5- Sep. Sound Sessions



LIVE PERFORMANCES AND SPECIAL COLLABORATIONS

A Decenio Sound Sessions celebra os artistas portugueses, conceituados e em ascensão. Este espaço permite ver e ouvir colaborações especiais e apresentações ao vivo. Aqui, o tempo pára. Desfrute.

Valter Lobo | Oeste

A estrear este espaço está o músico Valter Lobo, um cantautor, que em 2016 lançou o seu primeiro álbum, *Mediterrâneo*. Composto por nove temas originais compilados num trabalho concetual, o artista faz uma reaproximação ao calor humano e ao mundo, na busca de um clima mais ameno e apaziguador, despido de materialismo. Seis anos após o primeiro EP, *Inverno*, Valter Lobo mostra que está a explorar novos caminhos, em tom intimista e melancólico, “um trabalho de introspeção, agora em viagem para o *Mediterrâneo*”. Valter Lobo tem na guitarra acústica e na voz os instrumentos que permitem a criação de um ambiente muito especial e intimista.

MORE VIDEOS

6- Sep. Lifestyle

6.1- Lifestyle Woman


Lifestyle Woman Printed

Seguro | https://www.decenio.com/pt/lifestyle:112/lifestyle_woman:113/lifestyle_woman_printed.a378.html

WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE

Lifestyle Woman
Decenio Printed
Bordeaux in style
Dress to work

Lifestyle Man



Decenio Printed

Celebrando o passado, o presente e o futuro com os XV anos da Decenio, é assim que nos damos entre novos e antigos. O passado fica em formato de X e constantemente reciclado através da junção de novas cores e texturas e adaptando-o a diferentes tipos de perfis. Permitindo a criação de peças intemporais que potenciam memórias daqueles que as vêem, sentem e partilham.

A aguardar por breves...


Decenio Woman Bordeaux

Seguro | https://www.decenio.com/pt/lifestyle:112/lifestyle_woman:113/decenio_woman_bordeaux.a379.html

WOMAN MAN THE JOURNAL SOUND SESSIONS LIFESTYLE LOGIN/REGISTO 0,00€

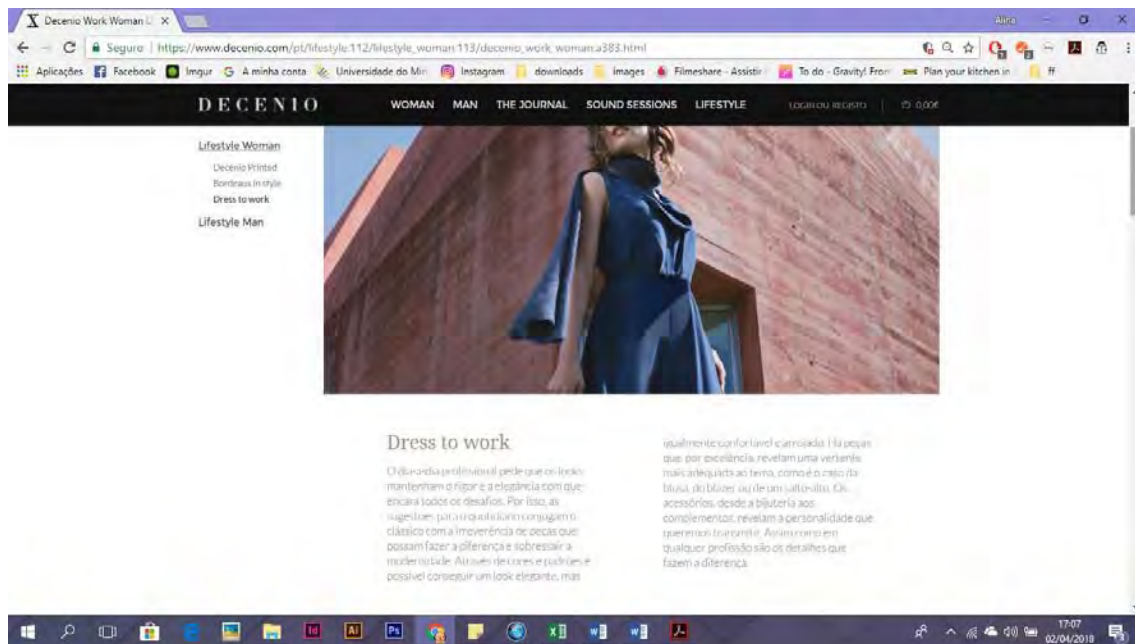
Lifestyle Woman
Decenio Printed
Bordeaux in style
Dress to work

Lifestyle Man

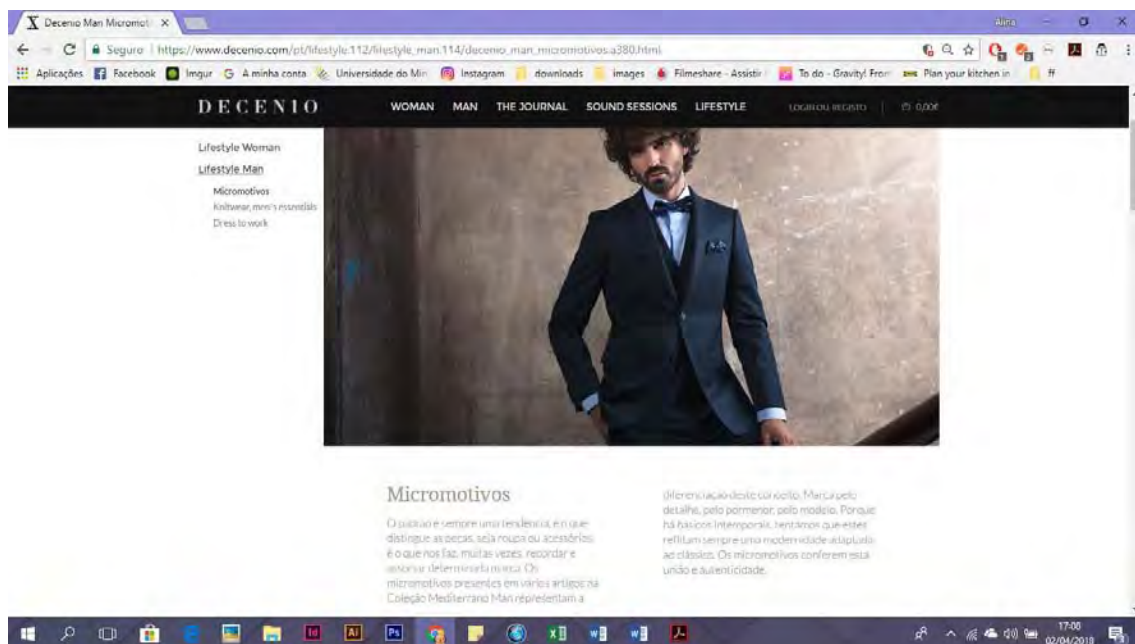


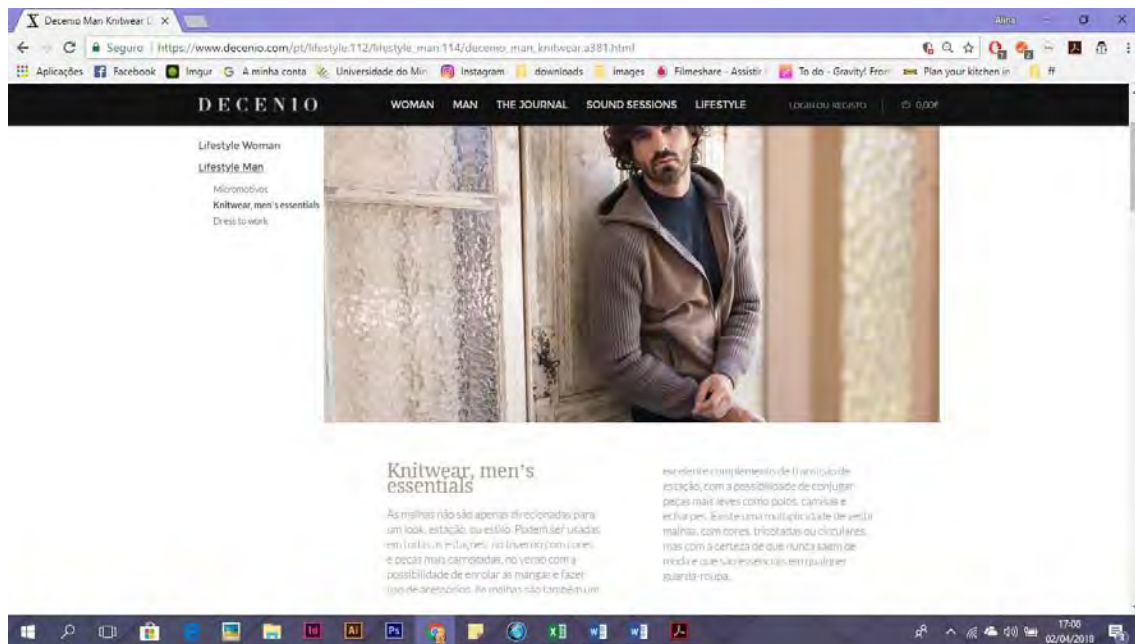
Bordeaux in style

O bordeaux tem-se revelado uma aposta na diversificação de cores, desde as estações mais frias, à entrada das coleções de estações mais quentes. A cor do vinho de Bordeaux revela a sua forte personalidade em diferentes looks, mesmo quando a sua presença se reflete apenas numa peça ou num acessório. É assim que se vêem os perfis que se revelam mais sofisticados, enriquecidos com (muito) mais, os mais amados através da conjugação com tons mais fortes.



6.2- Lifestyle Man

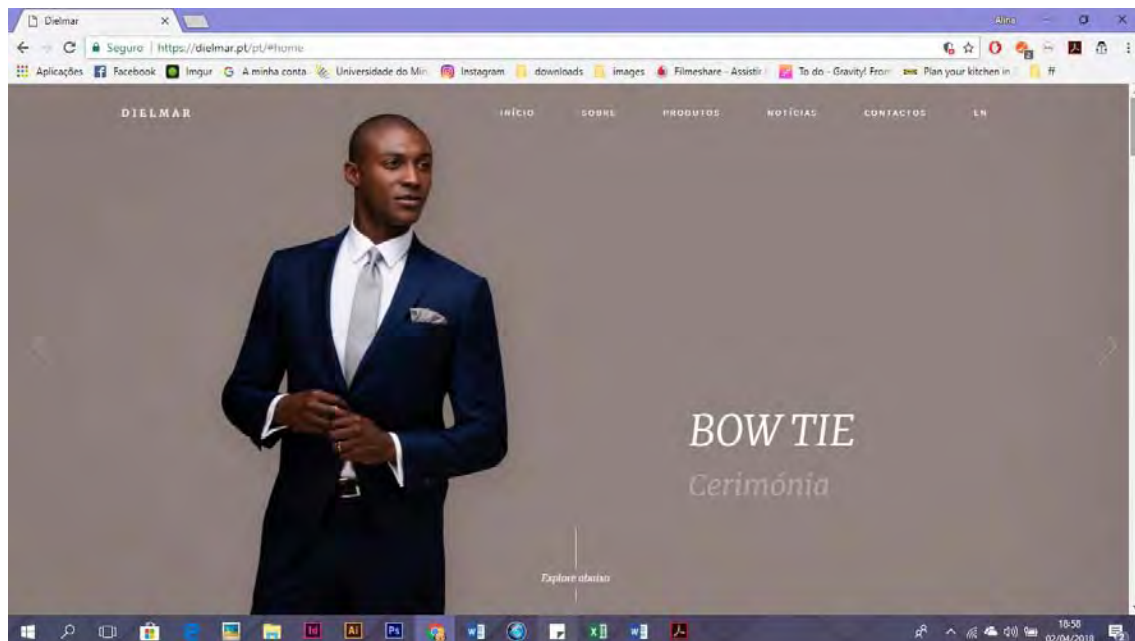




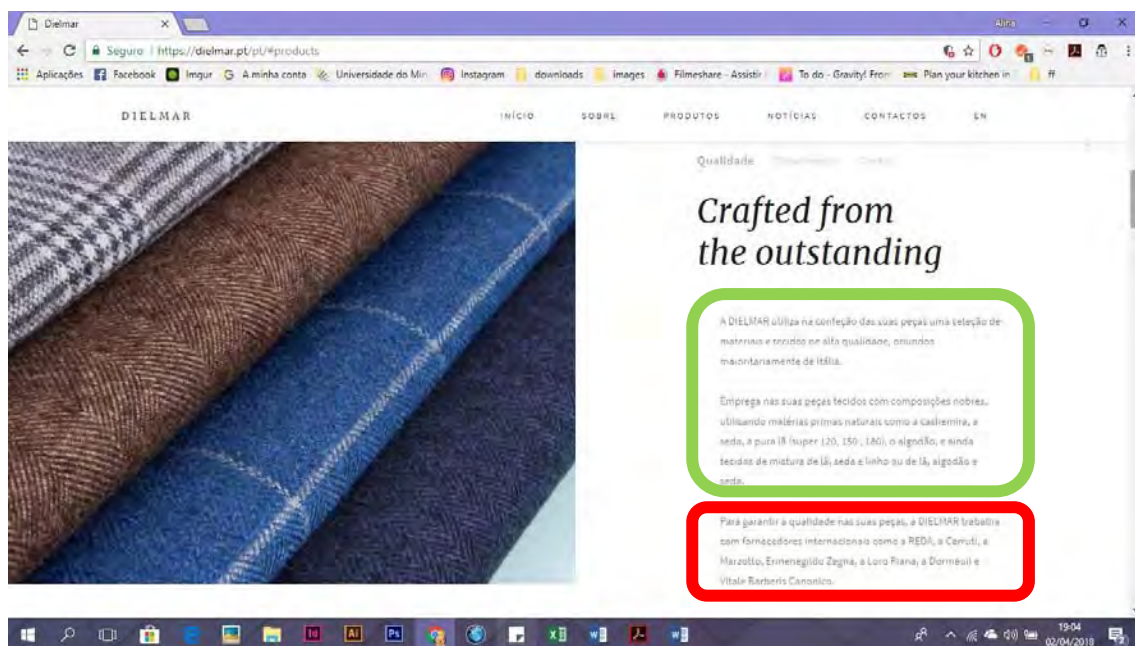
DIELMAR

1-Página inicial

1.1- Barra de menu




1.2- Corpo



Diélmár x

Seguro | <https://dielmar.pt/pt/#products>

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in



Experiência

Styling the very best since 1965

Cum mais de 50 anos de experiência na arte da alfaiataria tradicional, a DIELMAR possui um processo capaz de garantir aos seus clientes a mais alta qualidade do produto, assim como a customização de cada pedido.

A DIELMAR trabalha tendo em conta os mais tradicionais processos de alfaiataria, mantendo muitas operações manuais, e processando as restantes com a mais enxada e recente tecnologia. Esta fusão, permite uma simbiose perfeita entre tradição e modernidade que se sentem num produto final de qualidade superior.


A confeção exclusiva de fatos semi-tradicionais e tradicionais faz desta marca uma referência atemporal e internacional.

19:07 02/04/2018

Diélmár x

Seguro | <https://dielmar.pt/pt/#products>

Aplicações Facebook Imgur A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity From Plan your kitchen in



Corte

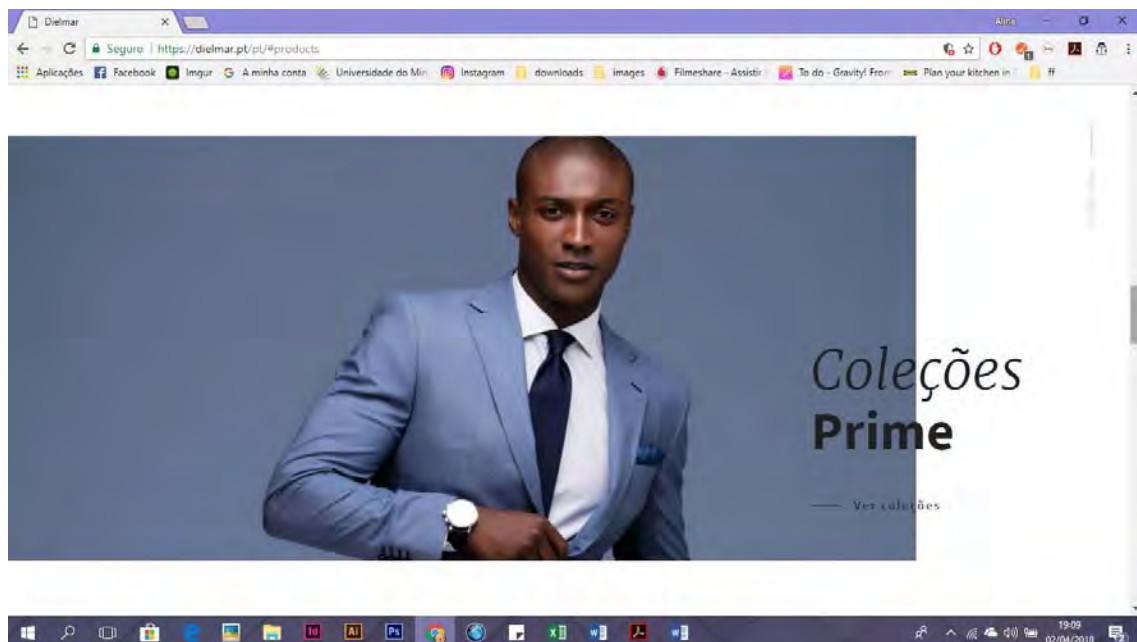
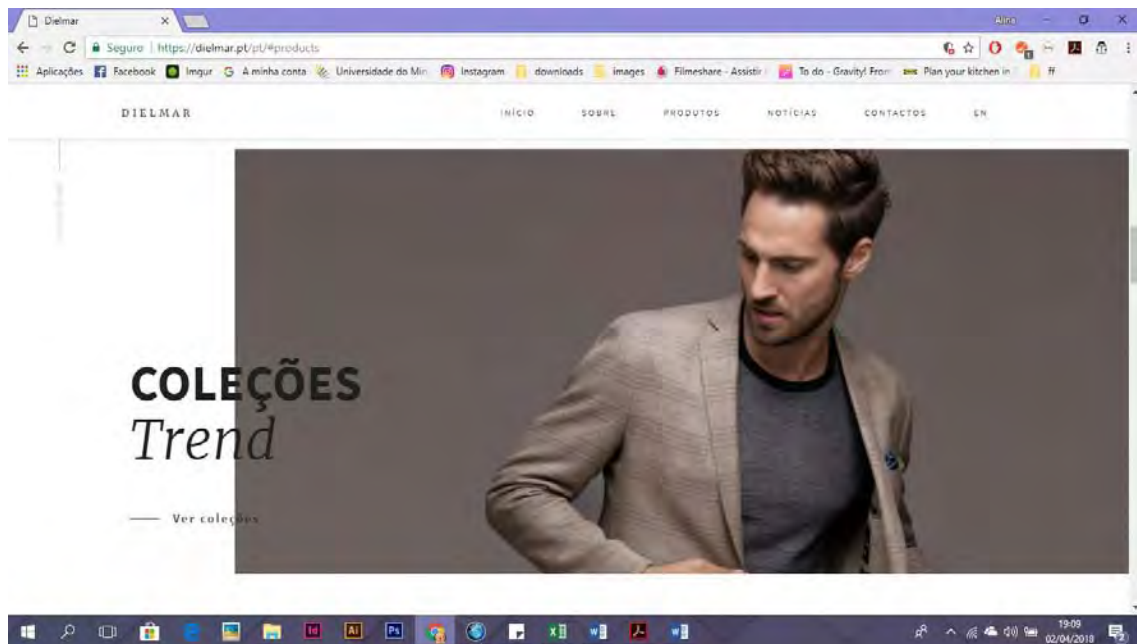
Customized for you and you only

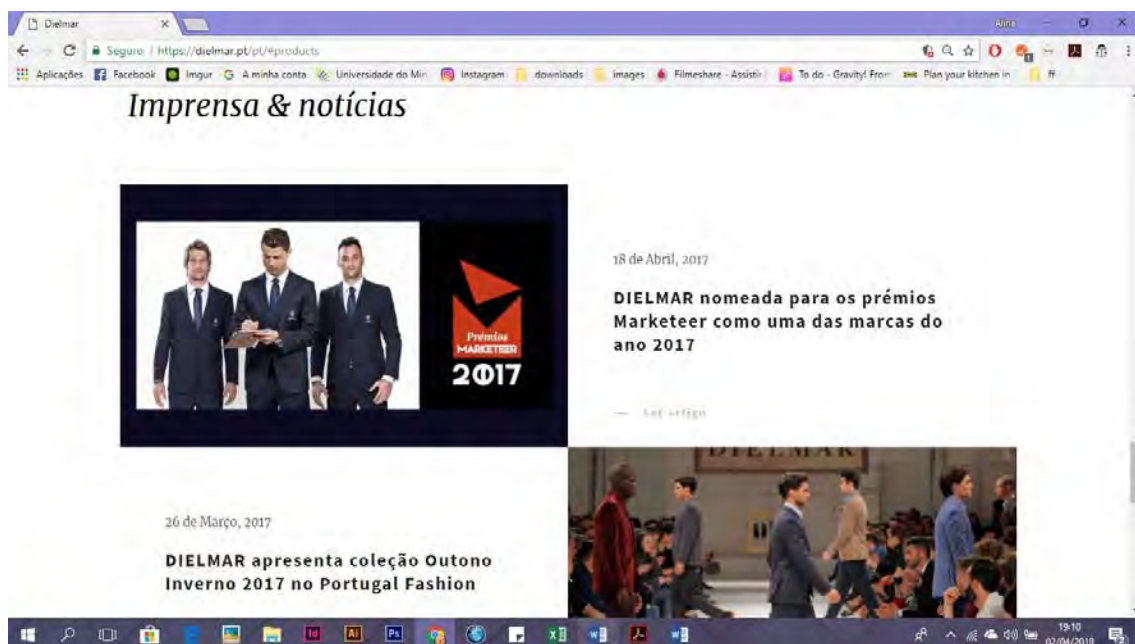
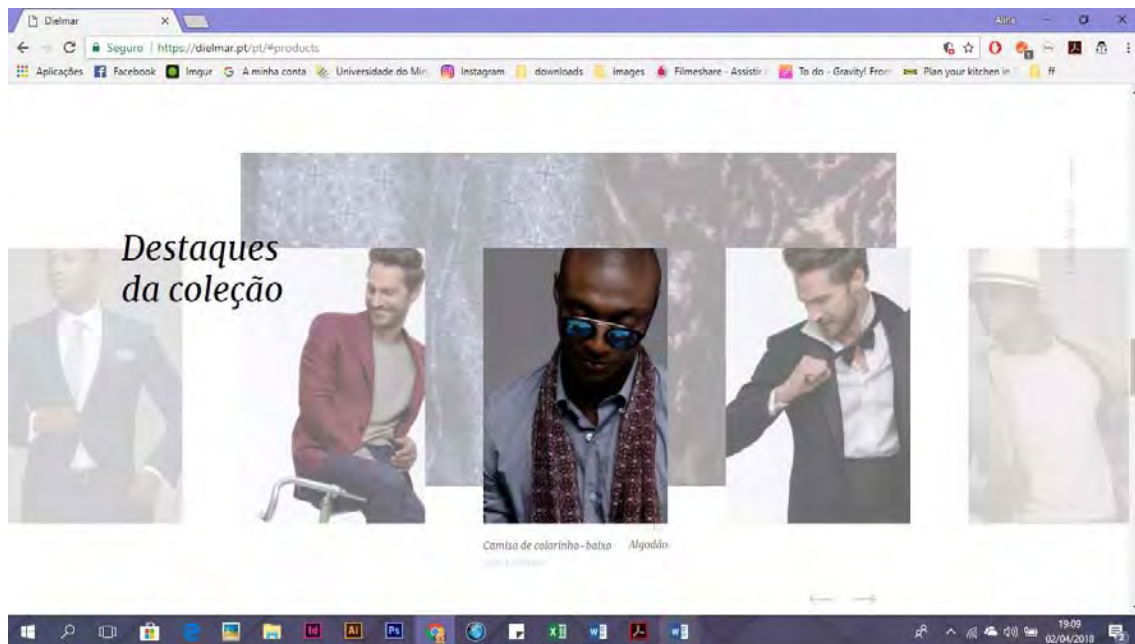
A DIELMAR aposta há mais de 50 anos na modelagem de cada corpo, sendo cada peça única e exclusiva, revelando o melhor do saber fazer e da arte da alfaiataria.

Todas as peças passam por várias fases de preparação, onde os elementos são alinhavados, por forma a preformar cada peça para a operação seguinte.

Destacando-se pelas Agoramentos de luxo e mantendo-se sempre no topo da excelência, a DIELMAR dá ao universo do vestuário masculino soluções repetidas de classe, requinte e modernidade.

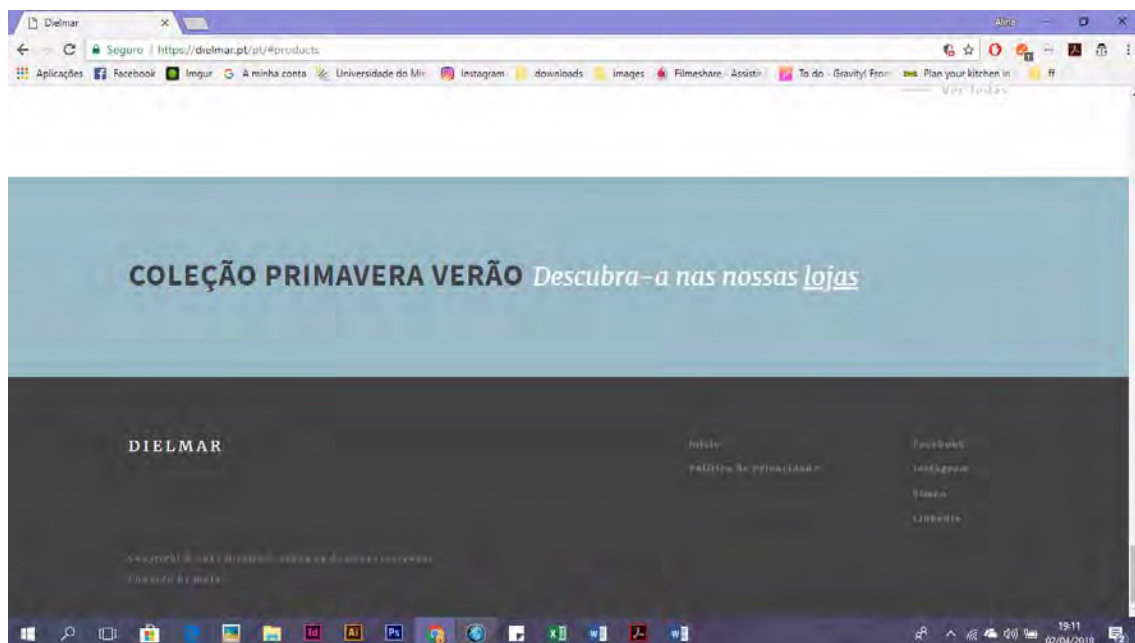
19:09 02/04/2018



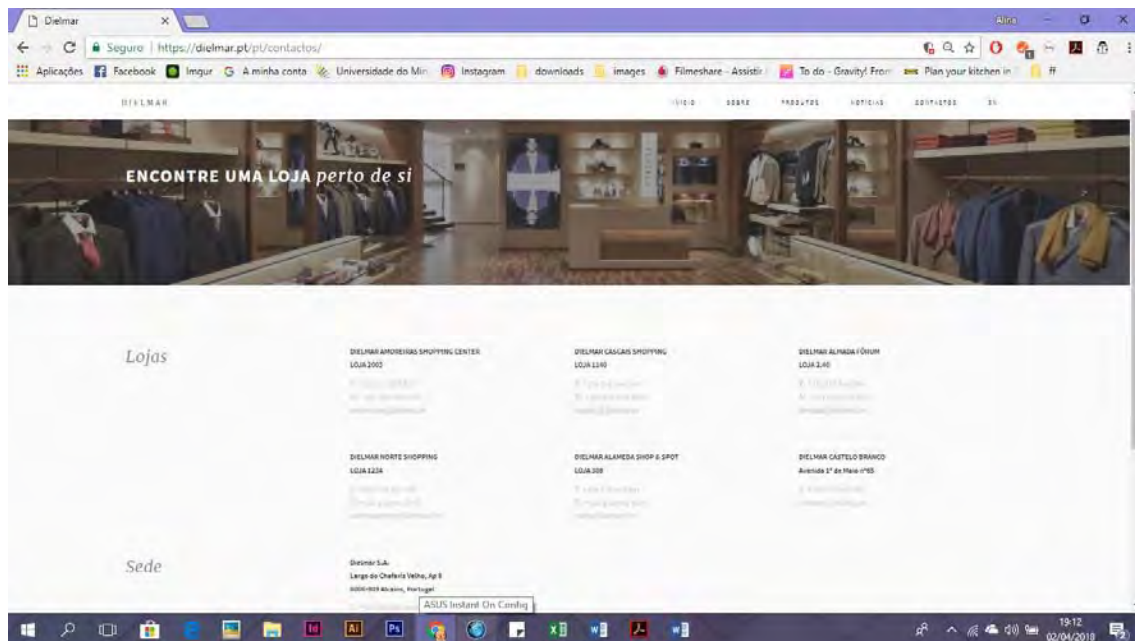




1.3- Barra final



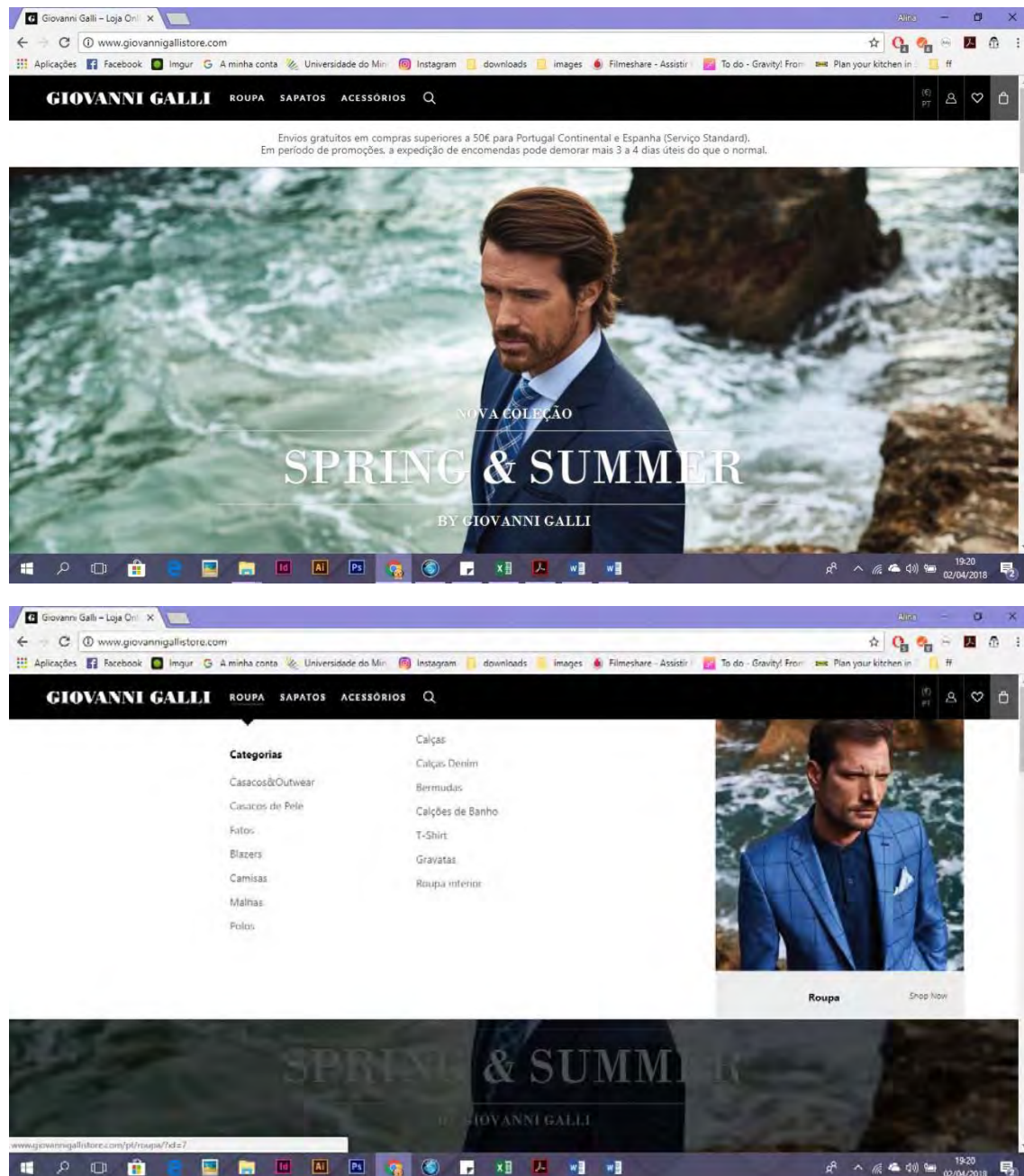
2-Sep. Contactos

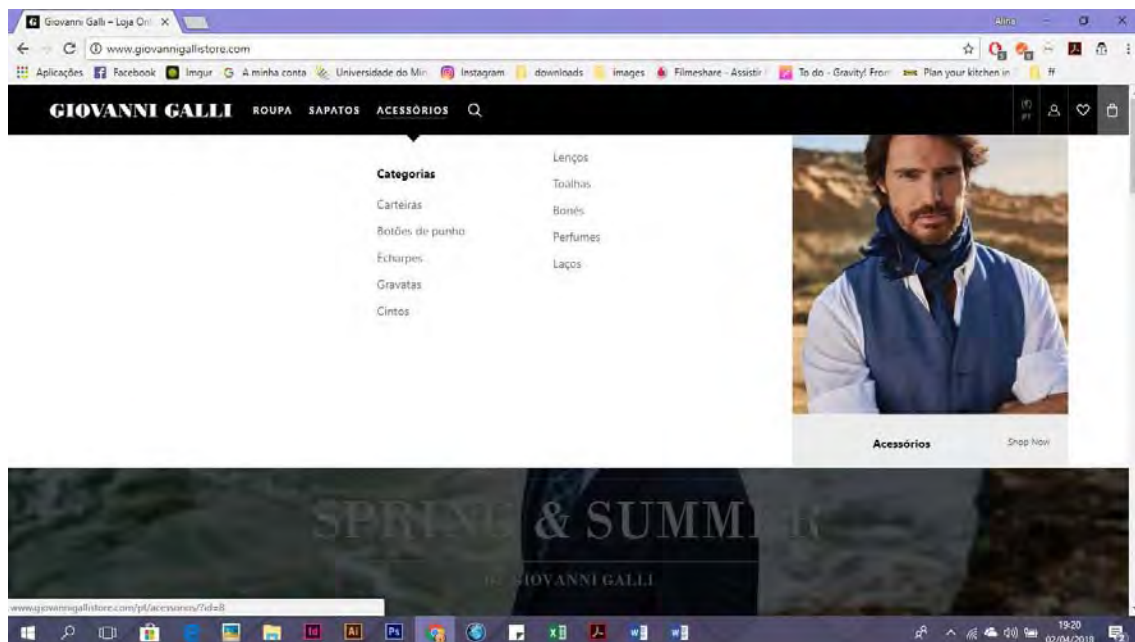
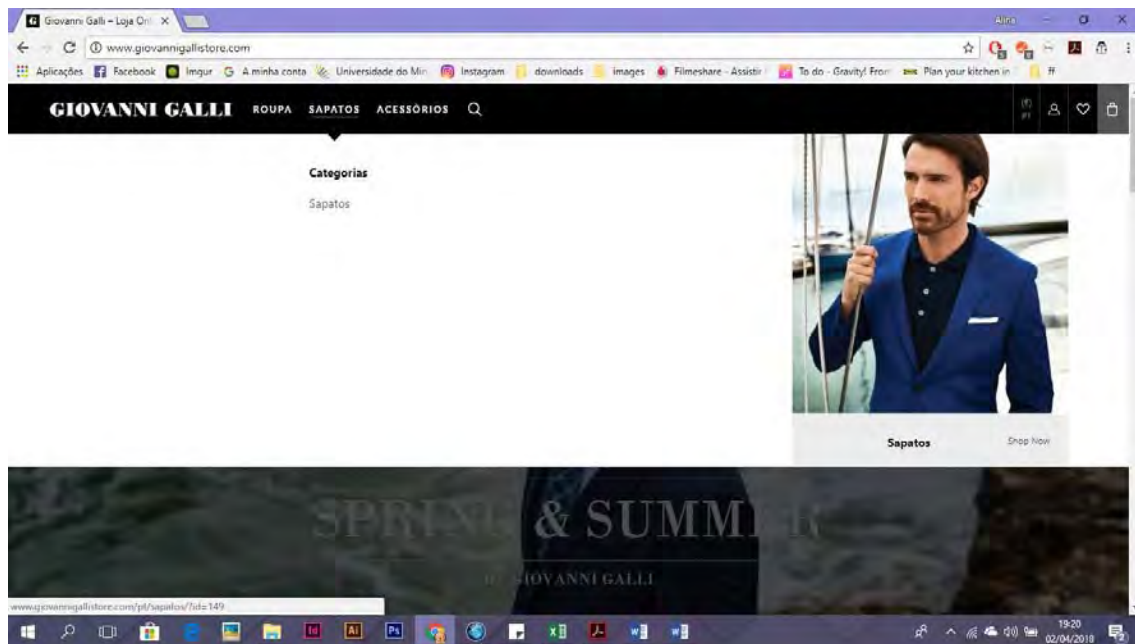


GIOVANNI GALLI

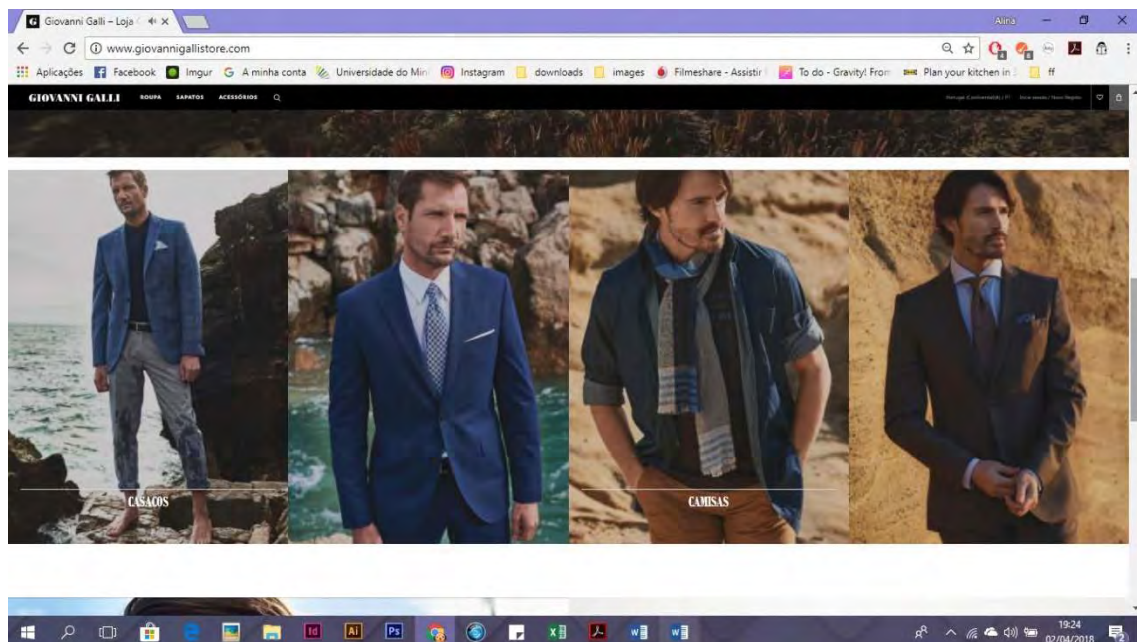
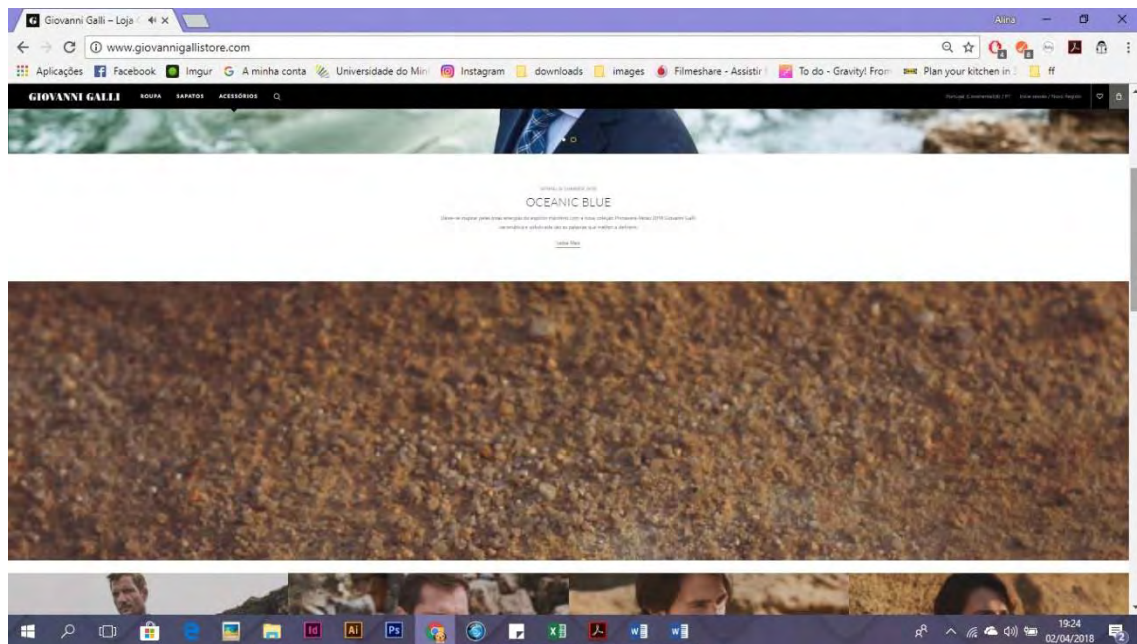
1-Página inicial

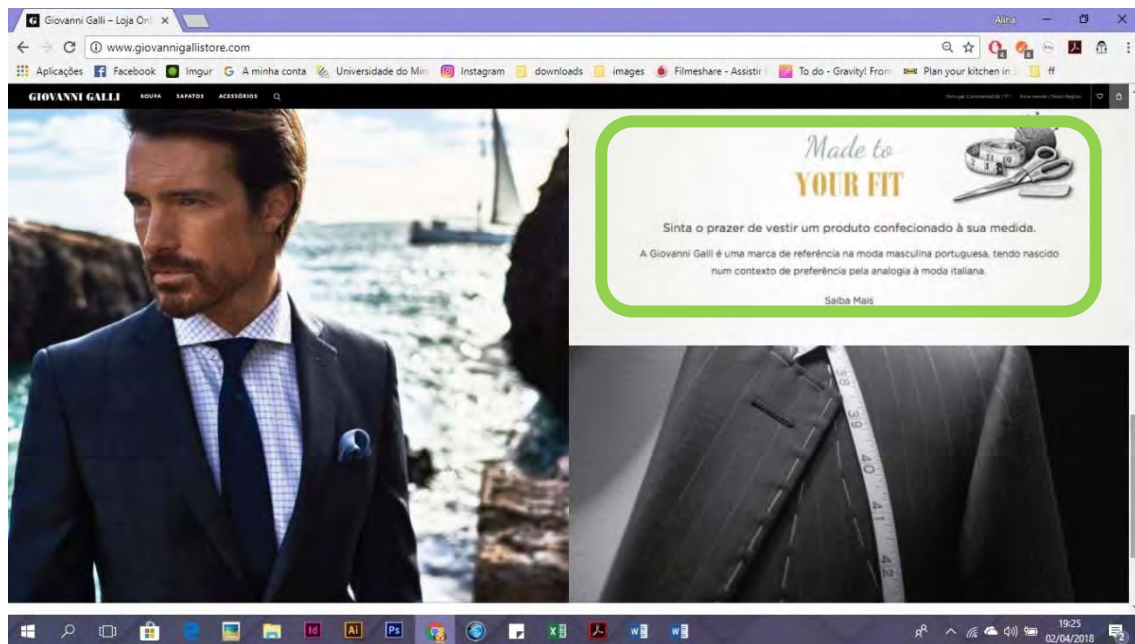
1.1- Barra de menu



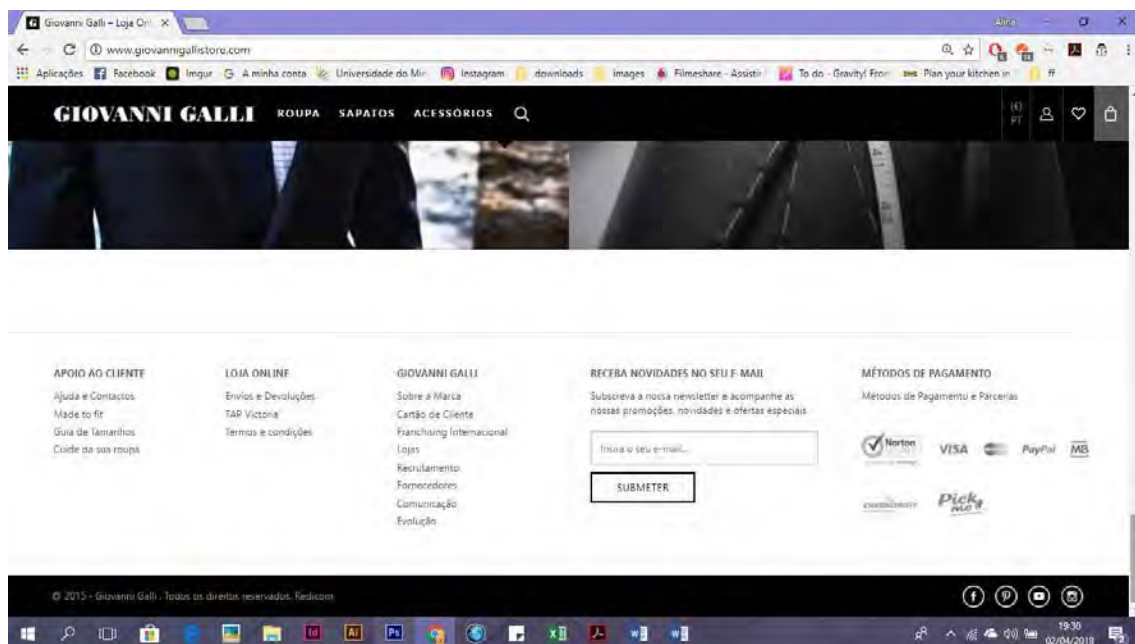


1.2- Corpo





1.3- Barra Final



1.3.1- Ajuda e Contactos

Giovanni Galli Ajuda e C. X

www.giovannigallistore.com/pt/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

Aplicações Facebook Imgru A minha conta Universidade do Min Instagram downloads Images Filmshare Assist To do Gravity From Plan your kitchen in #

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

COMO COMPRAR

FORMAS DE PAGAMENTO


REGISTO

ENTREGAS

DEVOLUÇÕES

PERGUNTAS FREQUENTES

CONTACTO



Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli

Departamento Comercial

APOIO AO CLIENTE
Ajuda e Contatos
Made to fit
Guia de Tamanhos

LOJA ONLINE
Envios e Devoluções
TAP Victoria
Termos e condições

GIOVANNI GALLI
Sobre a Marca
Cartão de Cliente
Franchising Internacional

RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL
Subscreva a nossa newsletter e acompanhe as nossas promoções, novidades e ofertas especiais.

MÉTODOS DE PAGAMENTO
Métodos de Pagamento e Parcerias

19:32 02/04/2019

Giovanni Galli Ajuda e C. X

www.giovannigallistore.com/pt/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

Aplicações Facebook Imgru A minha conta Universidade do Min Instagram downloads Images Filmshare Assist To do Gravity From Plan your kitchen in #

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

COMO COMPRAR

Como comprar

1º. Escolha a secção: Clássica, Casual ou Desportivo

2º. Clique no artigo que lhe interessa para aceder às diferentes vistas do mesmo, assim como ao seu nome, referência, descrição, preço, cor, tamanhos disponíveis, composição e cuidados. Também encontrará artigos relacionados na parte inferior da página.

3º. Seleccione um tamanho e uma cor e adicione o artigo ao cesto. A seguir, poderá escolher entre "Continuar a comprar" ou "Comprar com segurança".

4º. Pode optar por comprar sem se registar, necessita apenas de colocar os dados da morada de entrega, o seu contacto de email e de telemóvel, para poder receber a confirmação da encomenda e os seus respetivos avisos.

5º. Depois de introduzir corretamente os seus dados, seleccione "Confirmar".

6º. Seleccione uma forma de pagamento: Visa, Mastercard, American Express e Pay Pal.

7º. Comprove os seus dados e confirme o pedido.

8º. A seguir, receberá um e-mail com a confirmação do seu pedido.

Lembre-se que as compras realizadas na GiovanniGalliStore.com são totalmente seguras, porque dedicamos um grande esforço à implementação dos recursos necessários para garantir a segurança das suas compras e dos seus dados pessoais.



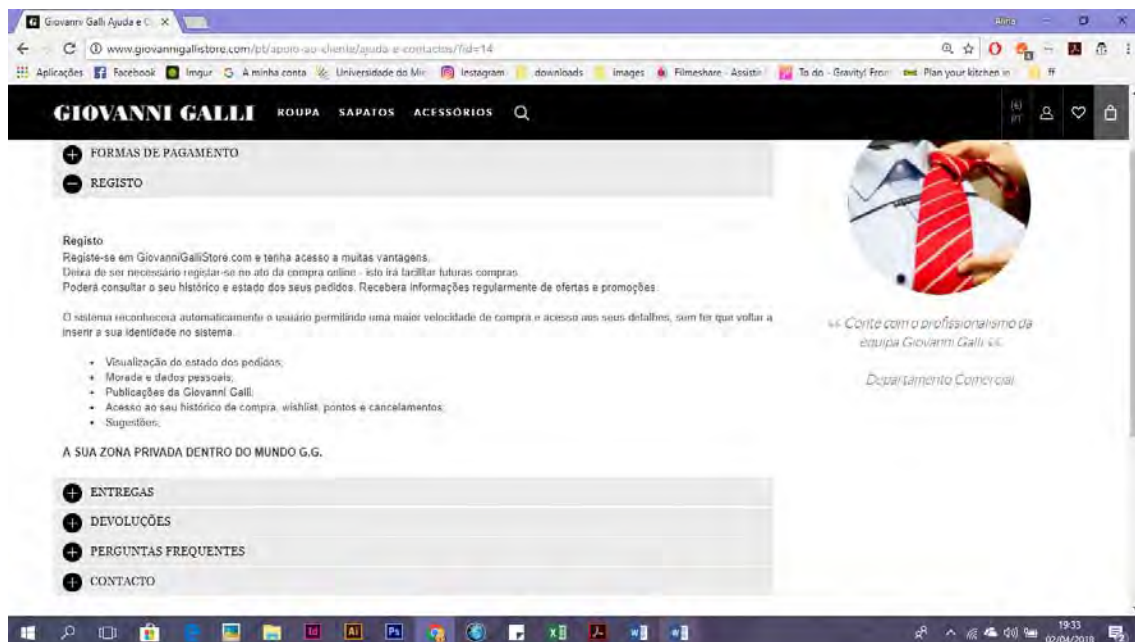
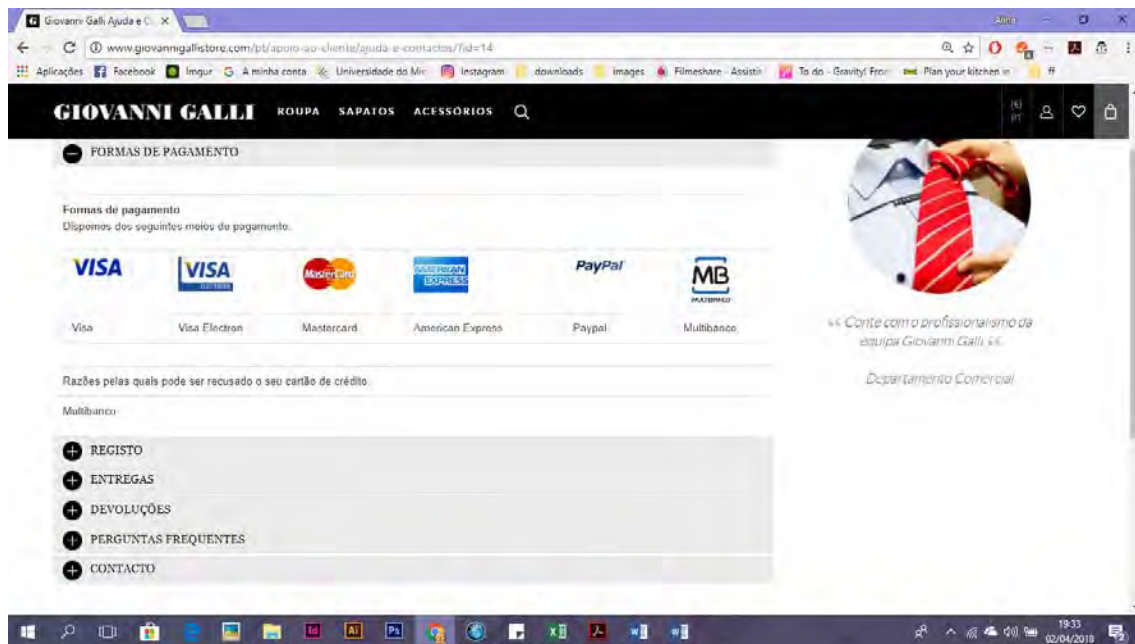
Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli

Departamento Comercial

FORMAS DE PAGAMENTO

GIOVANNI GALLI - Word

19:32 02/04/2019



Giovanni Galli Ajuda e Contatos

www.giovanngallistore.com/pt/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

FORMAS DE PAGAMENTO
REGISTO
ENTREGAS

Portugal Continental
Os prazos de entrega dependem do tipo de envio selecionado:

- Envios para lojas da rede Pick me! entrega em 48h (dias úteis) - 2,50 €
- Envios expressos ao domicílio com reembolso imediato para lojas Pick me! entro 24-48 horas (dias úteis) - 3,50 €
- O pagamento por referência de multibanco, pode demorar entre 5 a 7 dias, uma vez que só faremos o envio após rececionarmos o pagamento

Para mais informações, por favor consulte: http://www.giovanngallistore.com/pt/devolucoes-e-envios_id=290

Internacional e Portugal (Madeira)

DEVOLUÇÕES
PERGUNTAS FREQUENTES
CONTACTO

Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli s.l.

Departamento Comercial

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

Giovanni Galli Ajuda e Contatos

www.giovanngallistore.com/pt/apoio-ao-cliente/ajuda-e-contatos/fid=14

ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

FORMAS DE PAGAMENTO
REGISTO
ENTREGAS
DEVOLUÇÕES

Devoluções
Se deseja devolver um artigo adquirido através do nosso site, recomendamos que o faça através da página web, em caso de não se ter registado como cliente, deve-o fazer através do link enviado no email a confirmar encomenda.
O prazo de devolução é de 15 dias após a receção da encomenda.

Para mais informações, por favor consulte: http://www.giovanngallistore.com/pt/devolucoes-e-envios_id=290

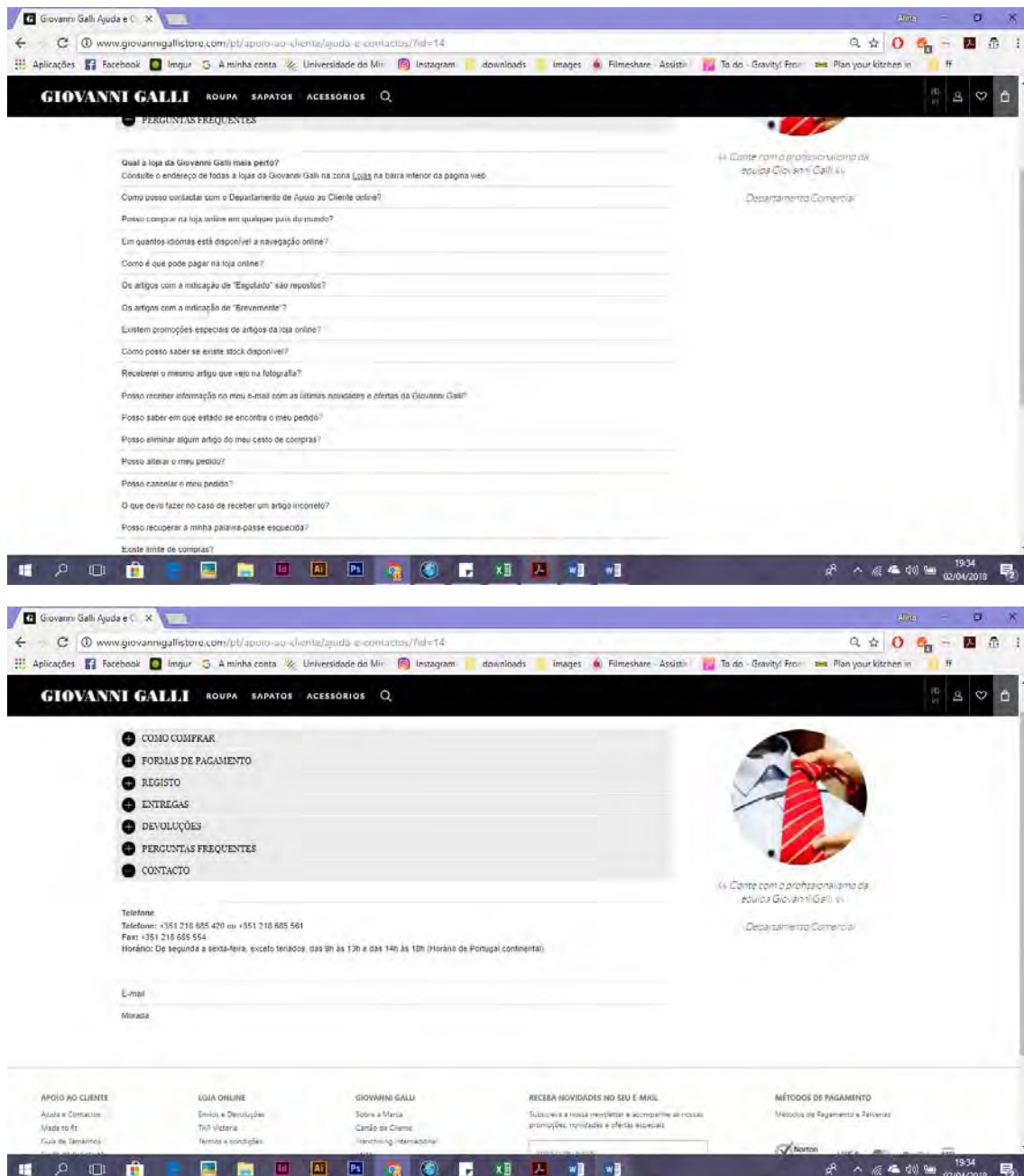
Portugal continental
Internacional e Portugal (Madeira)

PERGUNTAS FREQUENTES
CONTACTO

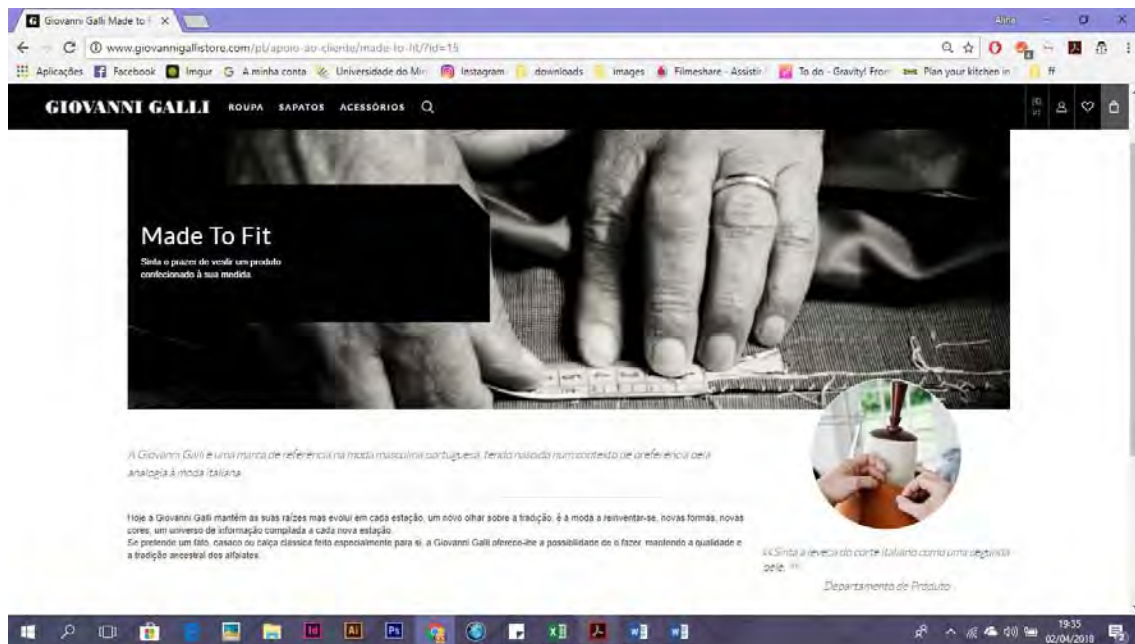
Conte com o profissionalismo da equipa Giovanni Galli s.l.

Departamento Comercial

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO



1.3.2- Made to Fit

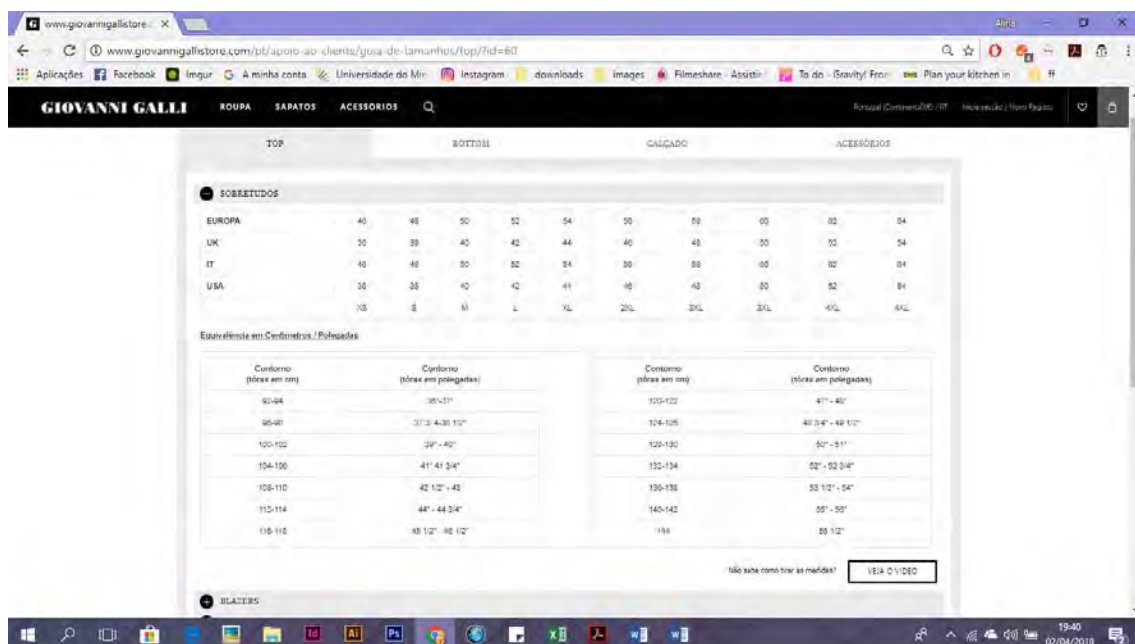


A Giovanni Galli é uma marca de referência na moda masculina portuguesa, tendo nascido num contexto de preferência pela analogia à moda italiana.

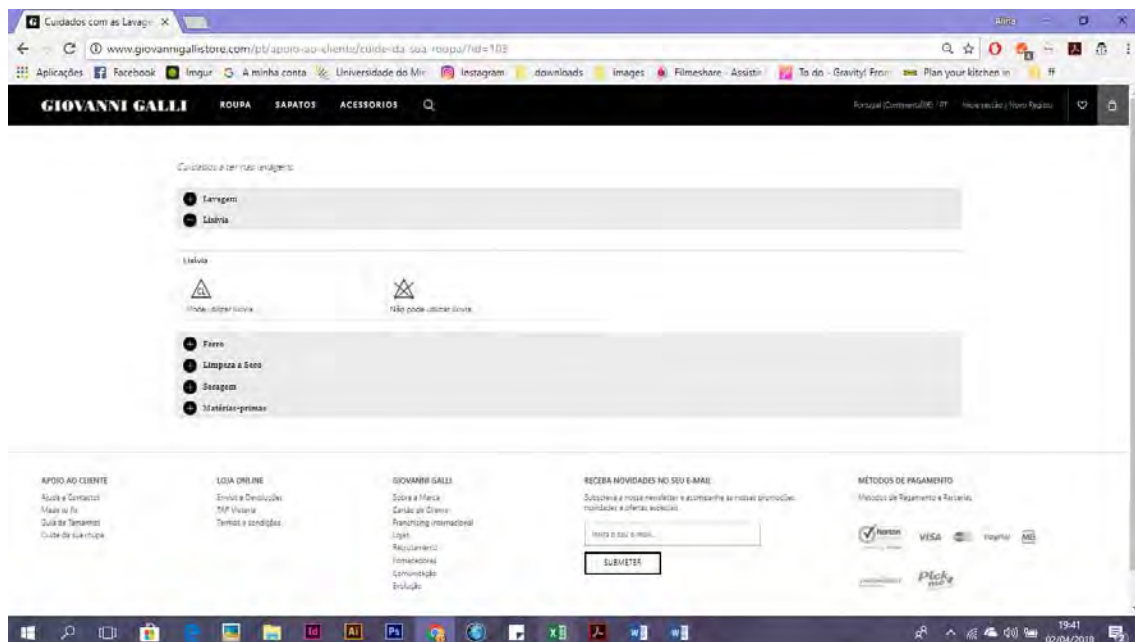
Hoje a Giovanni Galli mantém as suas raízes mas evolui em cada estação, um novo olhar sobre a tradição, é a moda a reinventar-se, novas formas, novas cores, um universo de informação compilada a cada nova estação.

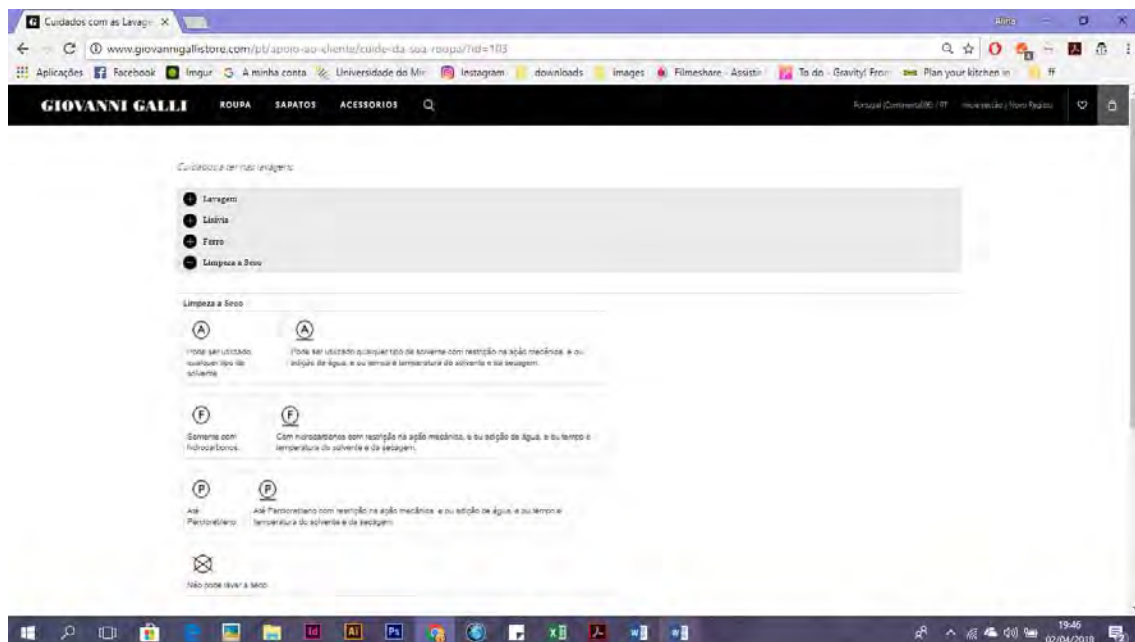
Se pretende um fato, casaco ou calça clássica feito especialmente para si, a Giovanni Galli oferece-lhe a possibilidade de o fazer, mantendo a qualidade e a tradição ancestral dos alfaiates.

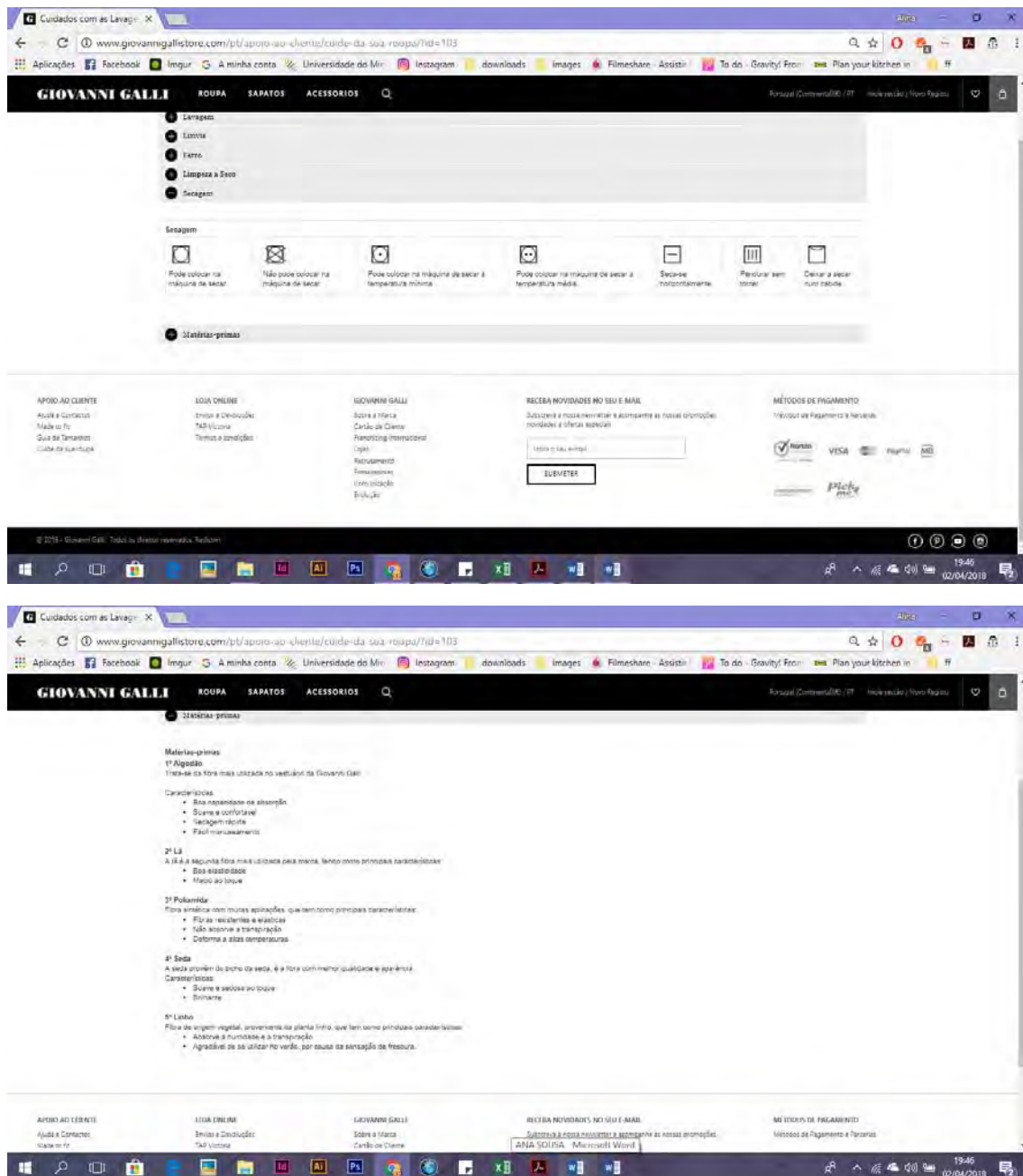
1.3.3- Guia de Tamanhos



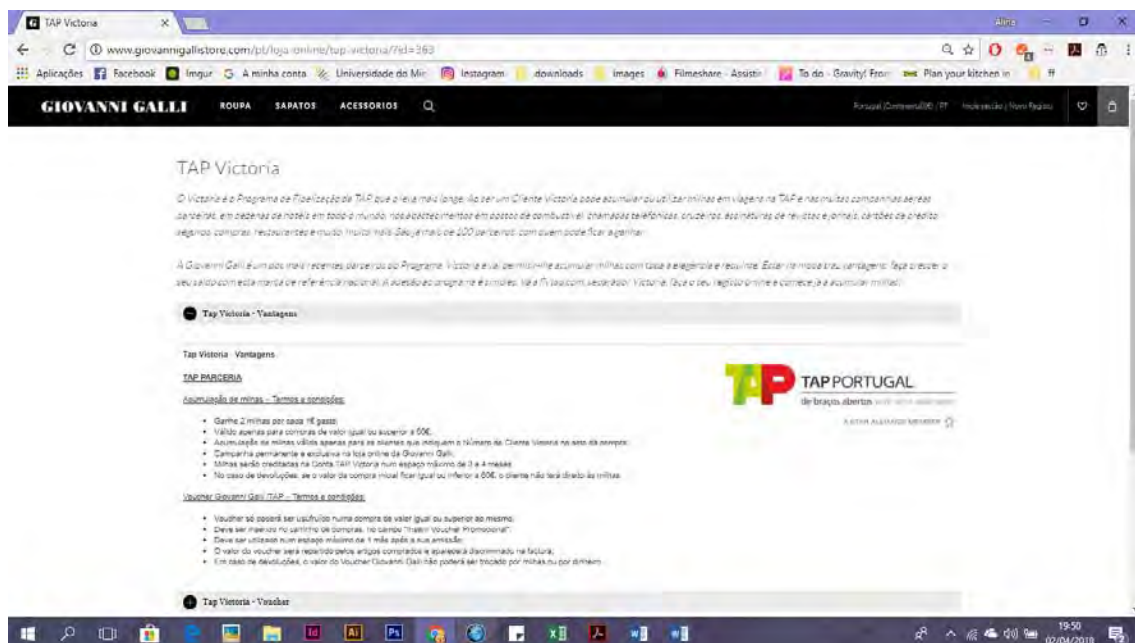
1.3.4- Cuide da Sua Roupas



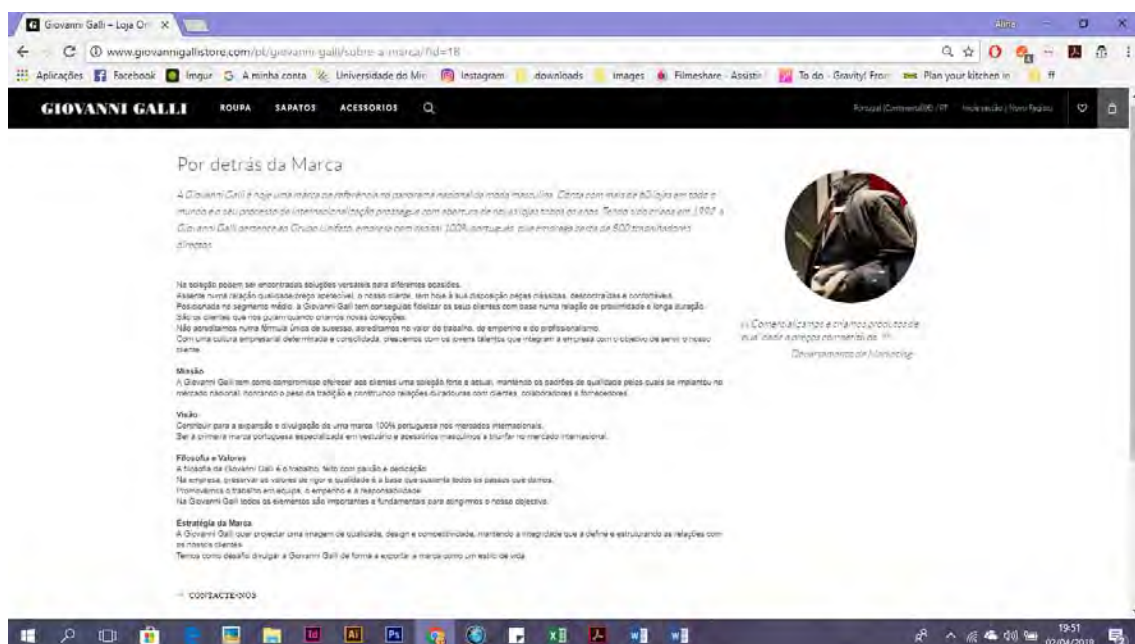




1.3.5- TAP Victoria



1.3.6- Sobre a Marca



Por detrás da Marca

A Giovanni Galli é hoje uma marca de referência no panorama nacional da moda masculina. Conta com mais de 60 lojas em todo o mundo e o seu processo de internacionalização prossegue com abertura de novas lojas todos os anos. Tendo sido criada em 1992, a Giovanni Galli pertence ao Grupo Unifato, empresa com capital 100% português, que emprega cerca de 800 trabalhadores directos.

Na coleção podem ser encontradas soluções versáteis para diferentes ocasiões.

Assente numa relação qualidade/preço apetecível, o nosso cliente, tem hoje à sua disposição peças clássicas, descontraídas e confortáveis.

Posicionada no segmento médio, a Giovanni Galli tem conseguido fidelizar os seus clientes com base numa relação de proximidade e longa duração.

São os clientes que nos guiam quando criamos novas colecções.

Não acreditamos numa fórmula única de sucesso, acreditamos no valor do trabalho, do empenho e do profissionalismo.

Com uma cultura empresarial determinada e consolidada, crescemos com os jovens talentos que integram a empresa com o objetivo de servir o nosso cliente.

Missão

A Giovanni Galli tem como compromisso oferecer aos clientes uma coleção forte e actual, mantendo os padrões de qualidade pelos quais se implantou no mercado nacional, honrando o peso da tradição e construindo relações duradouras com clientes, colaboradores e fornecedores.

Visão

Contribuir para a expansão e divulgação de uma marca 100% portuguesa nos mercados internacionais.

Ser a primeira marca portuguesa especializada em vestuário e acessórios masculinos a triunfar no mercado internacional.

Filosofia e Valores

A filosofia da Giovanni Galli é o trabalho, feito com paixão e dedicação.

Na empresa, preservar os valores de rigor e **qualidade** é a base que sustenta todos os passos que damos.

Promovemos o trabalho em equipa, o empenho e a responsabilidade.

Na Giovanni Galli todos os elementos são importantes e fundamentais para atingirmos o nosso objectivo.

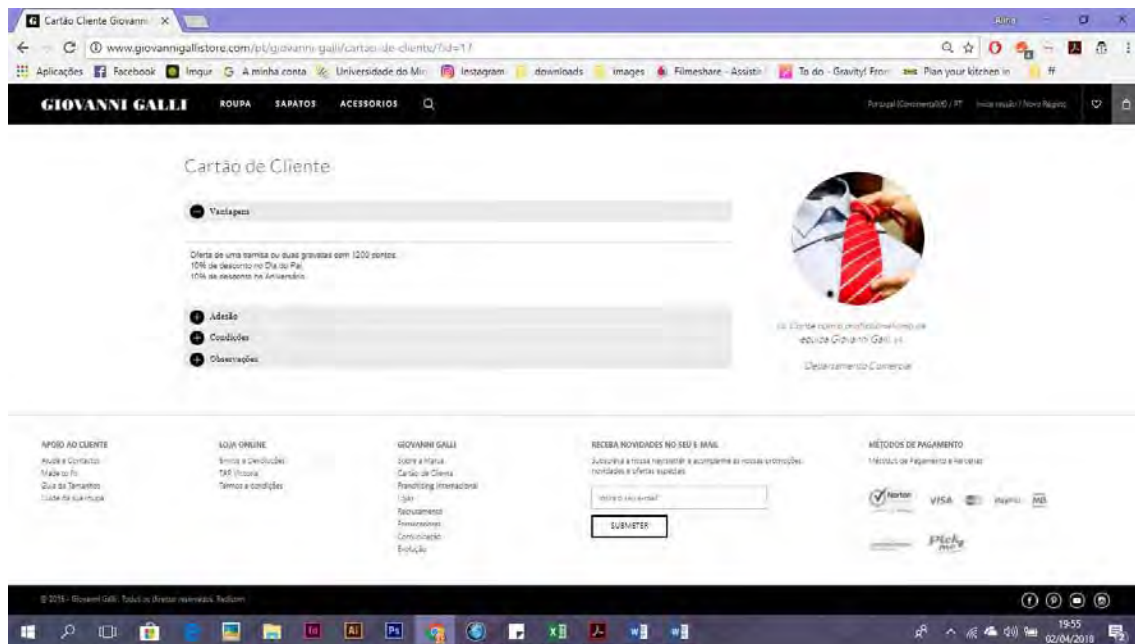
Estratégia da Marca

A Giovanni Galli quer projectar uma **imagem de qualidade**, design e competitividade, mantendo a integridade que a define e estruturando as relações com os nossos clientes.

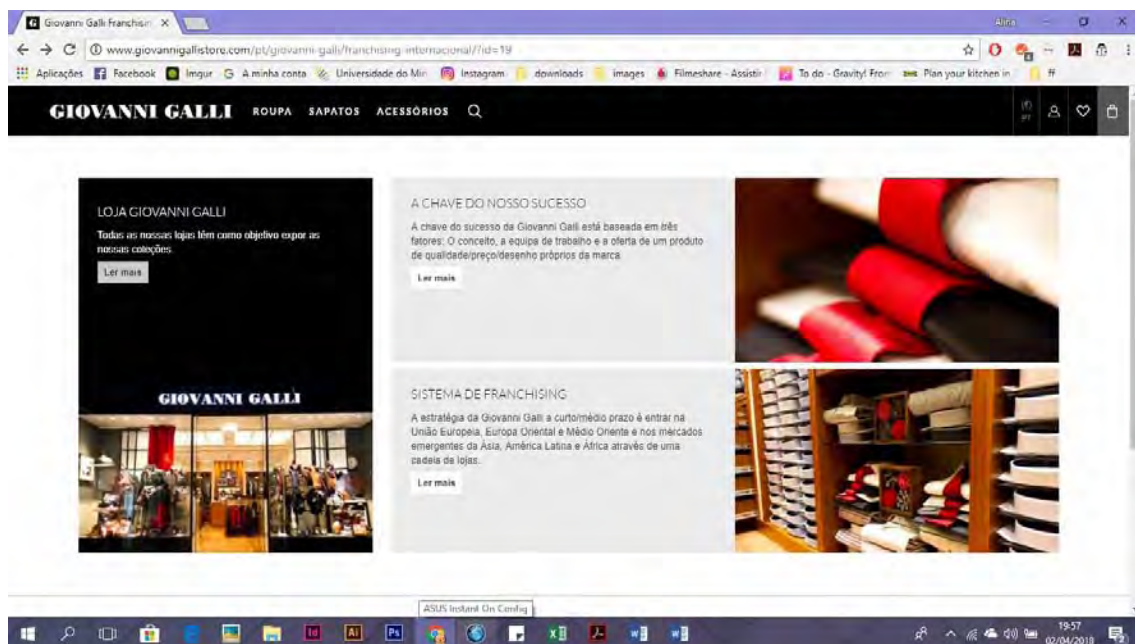
Temos como desafio divulgar a Giovanni Galli de forma a exportar a marca como um estilo de vida.

CONTACTE-NOS

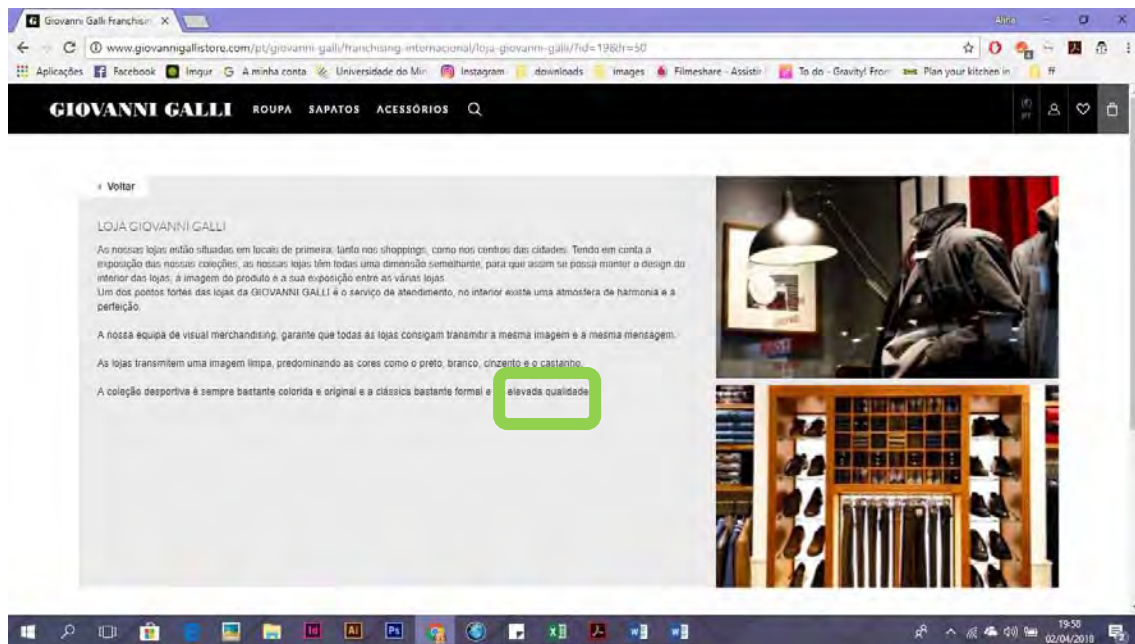
1.3.7- Cartão de Cliente



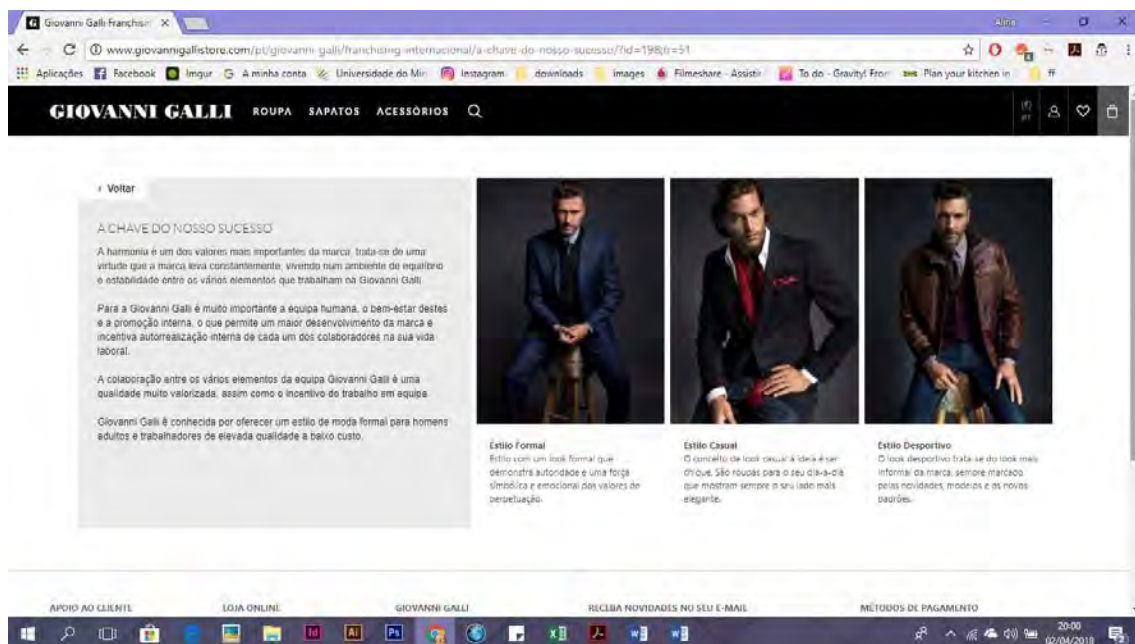
1.3.8- Franchising Internacional



1.3.8.1- Loja GIOVANNI GALLI



1.3.8.2- A Chave do Nosso Sucesso



1.3.8.3- Sistema de Franchising

Giovanni Galli Franchising

www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/franchising-internacional/sistema-de-franchising/nd=195/re=52

Facebook | Imgr | A minha conta | Universidade de Min | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

Voltar

SISTEMA DE FRANCHISING

A Giovanni Galli (GG) não se dedica ao comércio grossista, sem controlo dos canais subsequentes do comércio retalhista. Existem dois formatos de negócios: lojas monomarcas e formatos de centros em lojas de departamento ou grandes lojas multimarcas (apenas para mercados específicos).


O principal requisito é abrir lojas nas principais ruas comerciais ou em consolidados e modernos centros comerciais com elevados índices de visitação e presença das principais marcas.

A área de comércio ideal é 100-120 metros quadrados, mais de 30% do armazém, com uma fachada de 6-8 m.

Uma das principais características distintivas da Giovanni Galli é o uso de uma política de preço único por artigo, o que garante uma relação mais próxima do cliente com os nossos principais produtos: roupas, tais como fatos (por exemplo um terno 110 ou t-shirt 120 custa o mesmo) e as gravatas (jinta ou polka-dot é o mesmo preço). Franchising (apenas área internacional).

ESQUEMA DE TRABALHO - CONDIÇÕES DE FRANCHISING

VANTAGENS DA GIOVANNI GALLI



Mercedes de expansão da marca

Preferências: impulsionar lojas em todo o Mundo, com interesse estratégico em: Europa, Ásia.

Contacto

Se estiver interessado em abrir uma loja Giovanni Galli no seu país, entre em contacto com o nosso Departamento de Franchising em franchising@giovannigalli.it.

(+351) 218 685 420

GIOVANNI GALLI

20-02 02/04/2019

Giovanni Galli Franchising

www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/franchising-internacional/sistema-de-franchising/nd=195/re=52

Facebook | Imgr | A minha conta | Universidade de Min | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity! From | Plan your kitchen in

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

internacional)

ESQUEMA DE TRABALHO - CONDIÇÕES DE FRANCHISING

- Apoio a um negócio franchisado, desde o momento de tomar a decisão de abrir uma loja.
- Avaliação da localização de uma futura loja e aprovação da sua data de abertura.
- Elaboração do design da loja.
- Fornecimento de amostras de equipamento e imitações da loja.
- Fornecimento de todos os materiais e publicidade.
- Manutenção mensal para a loja a abrir.
- Presença de um merchandiser GG nas lojas nas datas de abertura.
- Presença de um merchandiser GG durante a abertura de lojas/novas coleções.
- Formação de pessoal da loja de merchandising, tecnologia da informação e técnicas de vendas GG.
- Consultas em formação de ordem.
- Consulta e apoio em todos os processos de negócios relacionados com as operações das lojas.
- Ao contrário de muitas marcas, a GG não reúne direitos de vendas de Parceiros.
- Para um potencial parceiro abrir uma loja só é necessário que esteja em plena conformidade com os padrões da GG.
- Para abrir uma loja as entregas de mobiliário para a loja deverão ser garantidas por depósito bancário (garantia "on first demand" por um banco internacional reconhecido).
- Abertura de uma loja GG, juntamente com a preparação do projeto de design e decoração e arranjo e fornecimento de coleções leva 6 meses em média.

VANTAGENS DA GIOVANNI GALLI


Mercedes de expansão da marca

Preferências: impulsionar lojas em todo o Mundo, com interesse estratégico em: Europa, Ásia.

Contacto

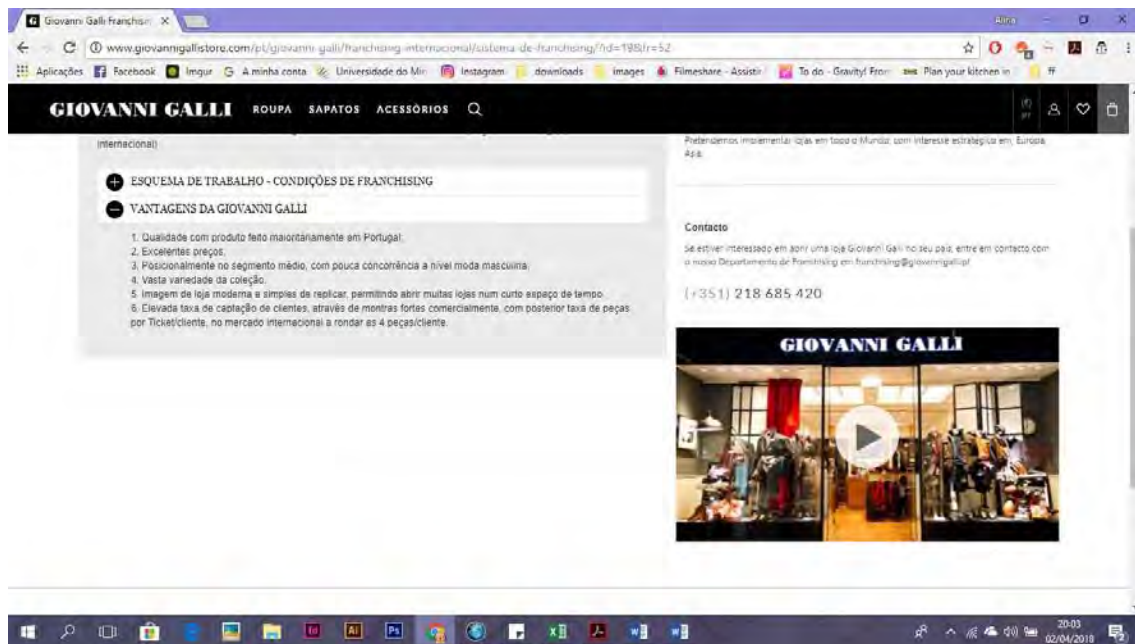
Se estiver interessado em abrir uma loja Giovanni Galli no seu país, entre em contacto com o nosso Departamento de Franchising em franchising@giovannigalli.it.

(+351) 218 685 420

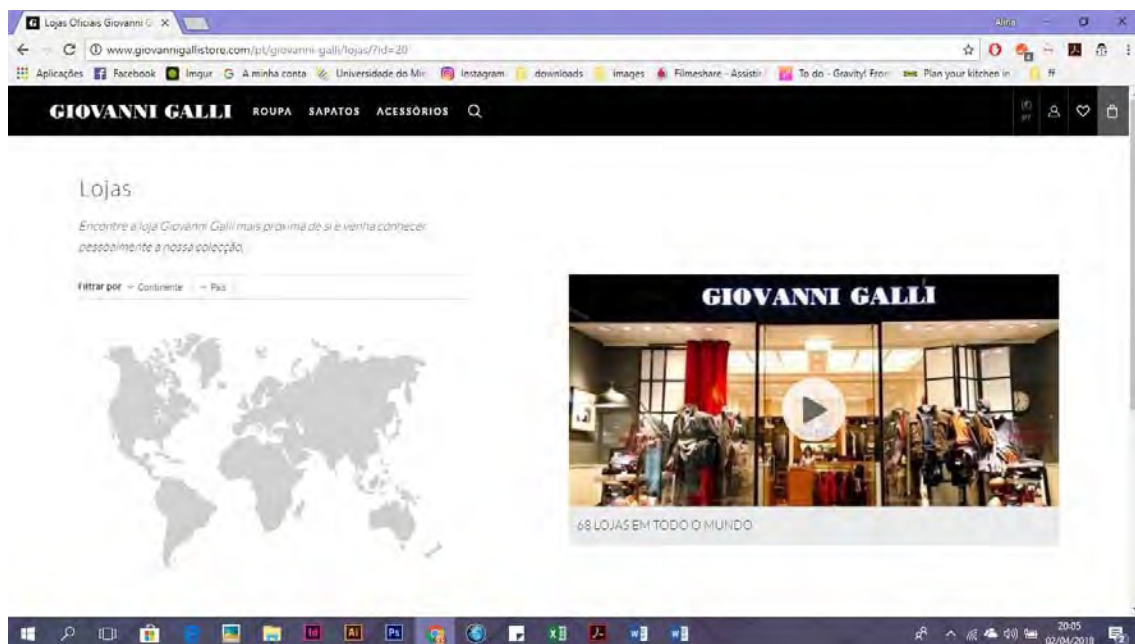


GIOVANNI GALLI

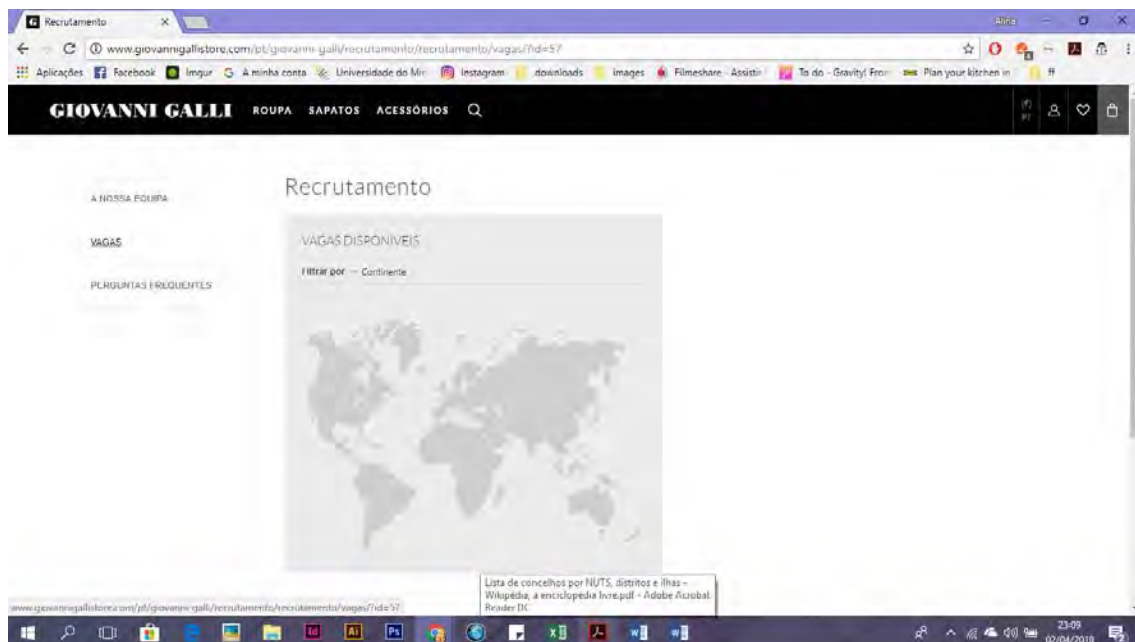
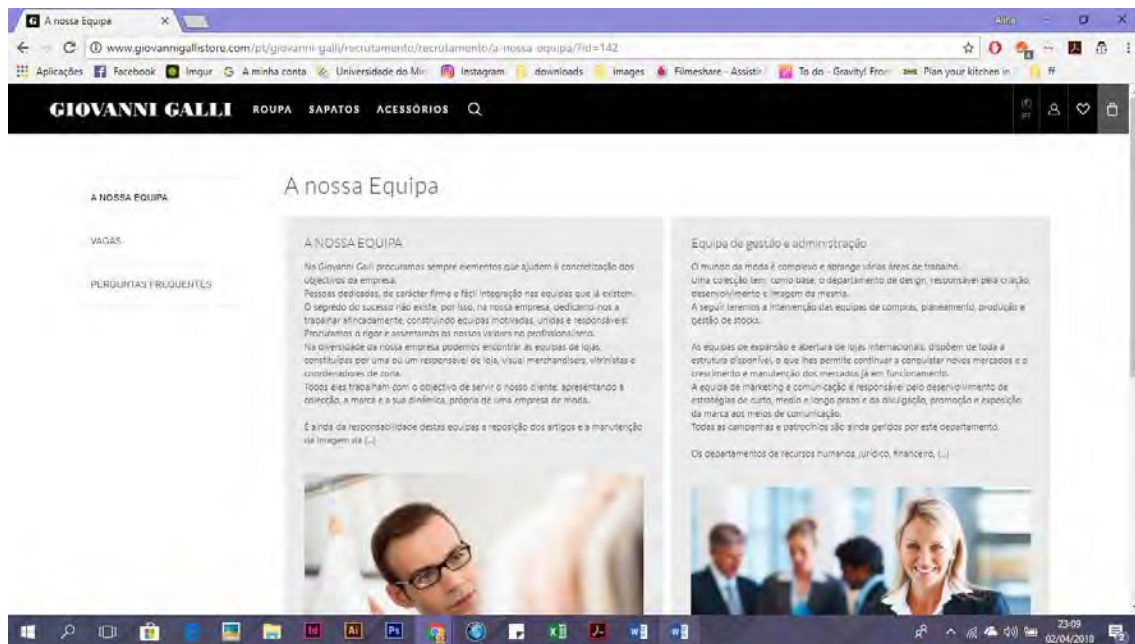
20-03 02/04/2019



1.3.9- Lojas



1.3.10- Recrutamento



Perguntas Frequentes

www.giovannigallistore.com.br/giovanni-galli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA

VAGAS

PERGUNTAS FREQUENTES

Perguntas Frequentes

CONTRATAÇÃO

Que tipo de contratos oferece a Giovanni Galli?

A Giovanni Galli oferece contrato a termo – Full Time e Part Time – com a possibilidade de continuar na empresa.


REQUISITOS E FORMAÇÃO

HORÁRIOS

LOCALIZAÇÃO

ESTÁGIOS

TRABALHO



Tem dúvidas?
Contate-nos e nossa equipe está disponível para responder às suas questões.

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

23:10 02/04/2019

Perguntas Frequentes

www.giovannigallistore.com.br/giovanni-galli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA

VAGAS

PERGUNTAS FREQUENTES

Perguntas Frequentes

CONTRATAÇÃO

REQUISITOS E FORMAÇÃO

A Giovanni Galli oferece formação aos novos colaboradores?


A Giovanni Galli quer que os seus funcionários cresçam com a empresa. Por esta razão, oferece formações várias vezes ao ano, para que estes possam evoluir.

HORÁRIOS

LOCALIZAÇÃO

ESTÁGIOS

TRABALHO



Tem dúvidas?
Contate-nos e nossa equipe está disponível para responder às suas questões.

APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI RECEBA NOVIDADES NO SEU E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

23:12 02/04/2019

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com/pt/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA

VAGAS

PERGUNTAS FREQUENTES

Perguntas Frequentes

- + CONTRATAÇÃO
- + REQUISITOS E FORMAÇÃO
- HORÁRIOS

Qual é o horário de trabalho da Giovanni Galli?


Nós temos diferentes horários de trabalho.

Escritório
8h15h – 14h15h

Lojas Centro
10h – 21h, 22h, 23h ou 24h

Lojas Rua
9.30h-19h
9.30h-19.30h
10h-19h
10h-19.30h

- + LOCALIZAÇÃO
- + ESTÁGIOS
- + TRABALHO



Tem dúvidas?
Contacte-nos, a nossa equipa está disponível para responder às suas questões.

Perguntas Frequentes

www.giovanngallistore.com/pt/giovanngalli/recrutamento/recrutamento/perguntas-frequentes/?id=58

ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

A NOSSA EQUIPA

VAGAS

PERGUNTAS FREQUENTES


Perguntas Frequentes

- + CONTRATAÇÃO
- + REQUISITOS E FORMAÇÃO
- + HORÁRIOS
- LOCALIZAÇÃO

Onde está localizada a central da Giovanni Galli?

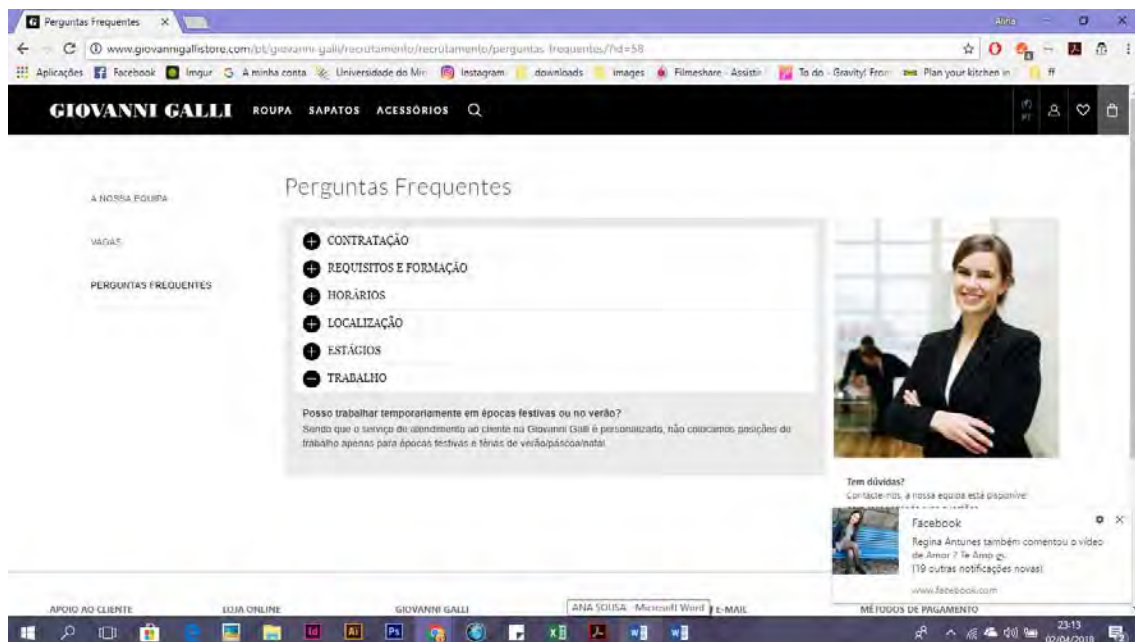
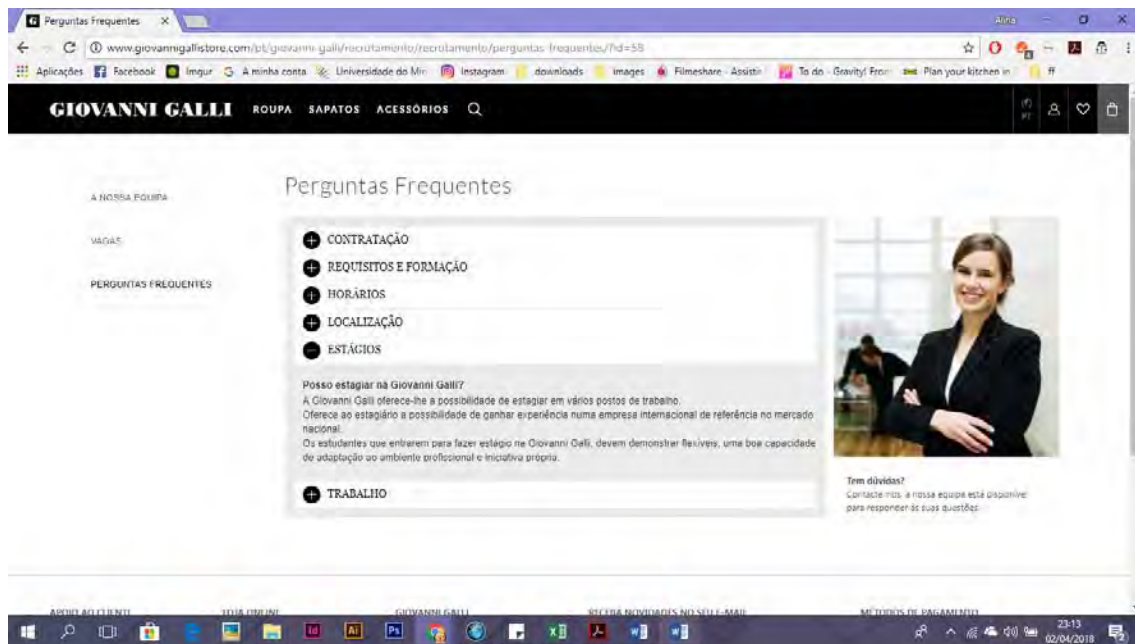
A central está localizada na Rua Cintura do Porto, Prédio B, 1º A/B, 1850-326 Lisboa, Portugal, a 10 minutos do aeroporto de Lisboa.

- + ESTÁGIOS
- + TRABALHO

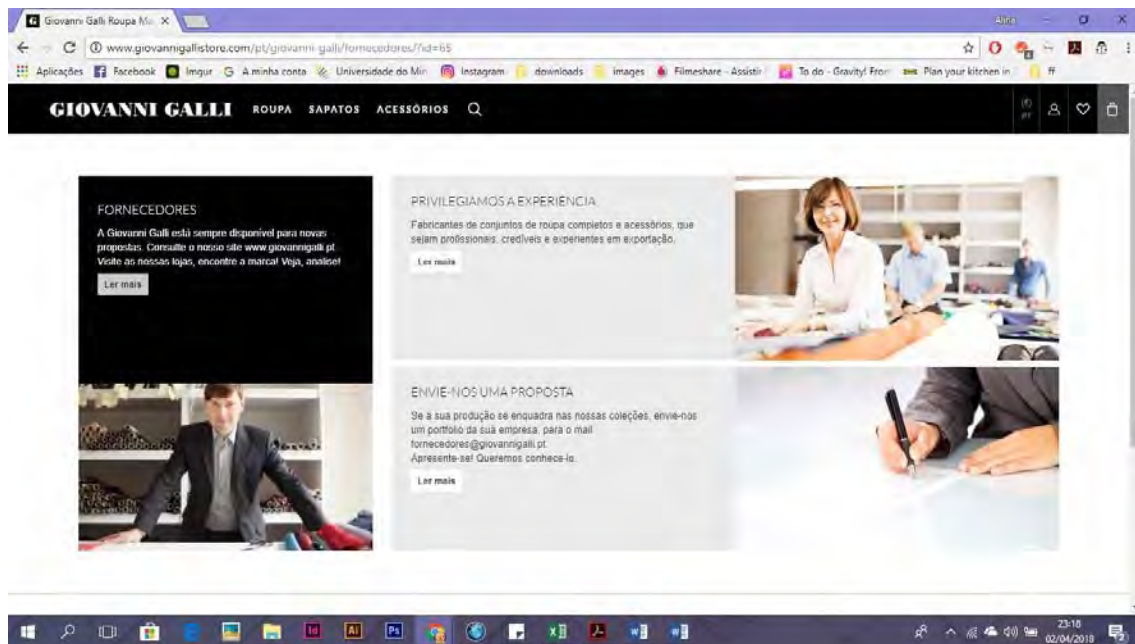


Tem dúvidas?
Contacte-nos, a nossa equipa está disponível para responder às suas questões.

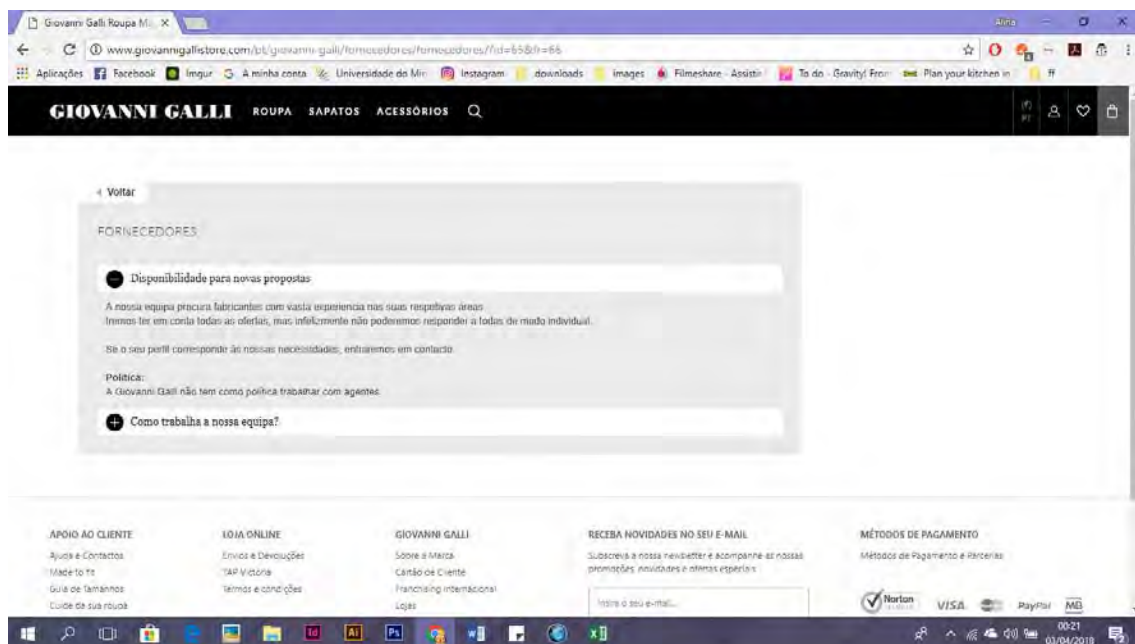
APOIO AO CLIENTE LOJA ONLINE GIOVANNI GALLI ANA SOUSA - Microsoft Word E-MAIL MÉTODOS DE PAGAMENTO

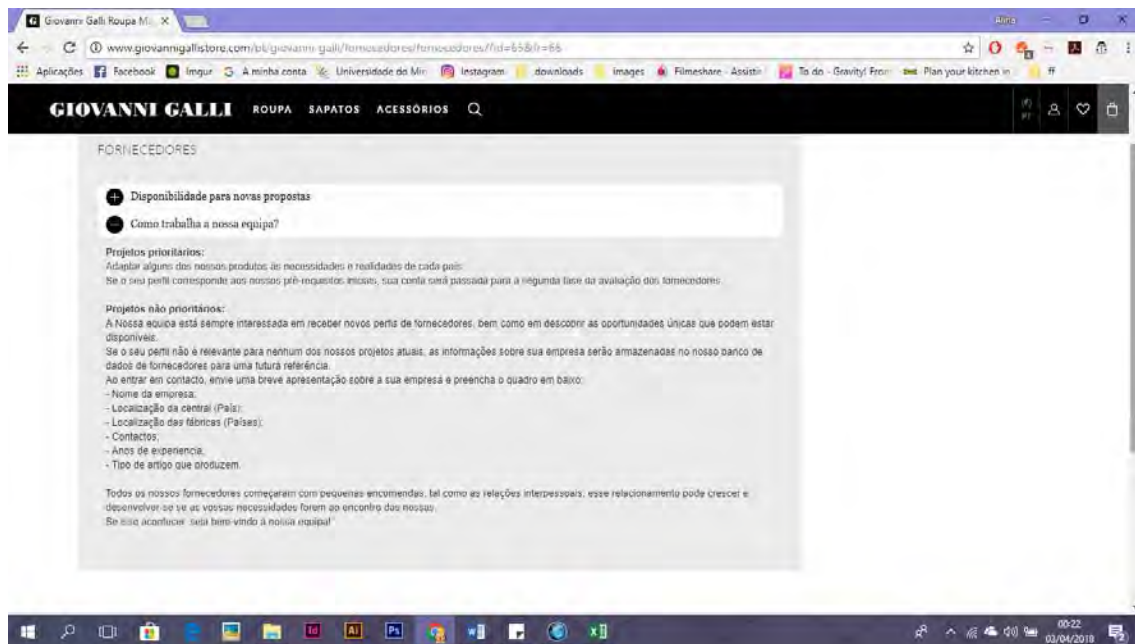


1.3.11- Fornecedores

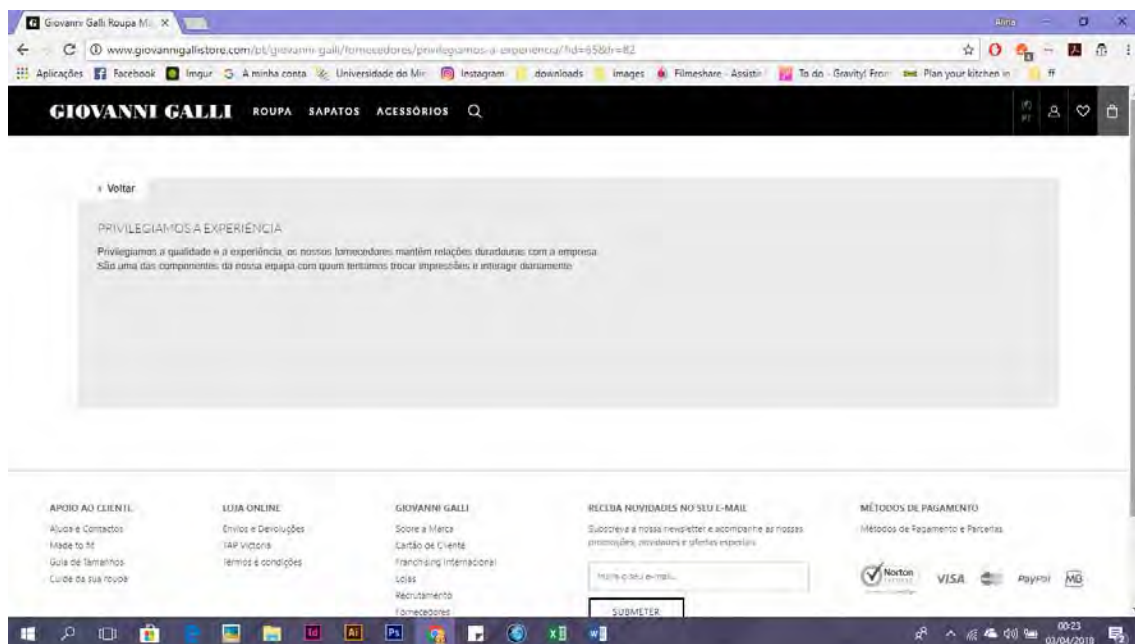


1.3.11.1- Fornecedores

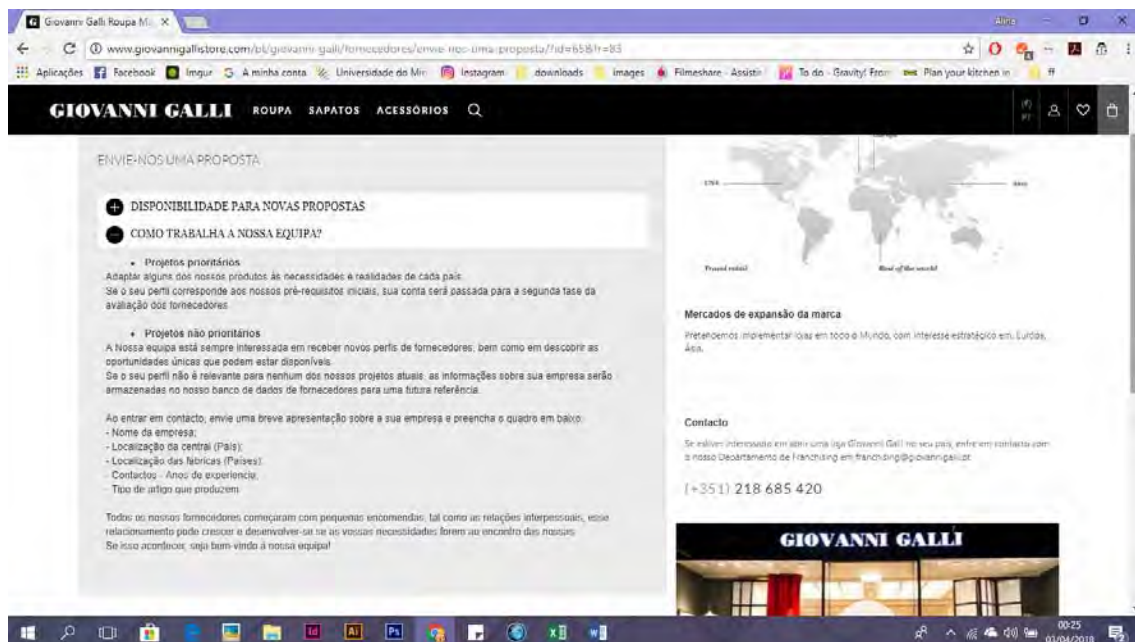
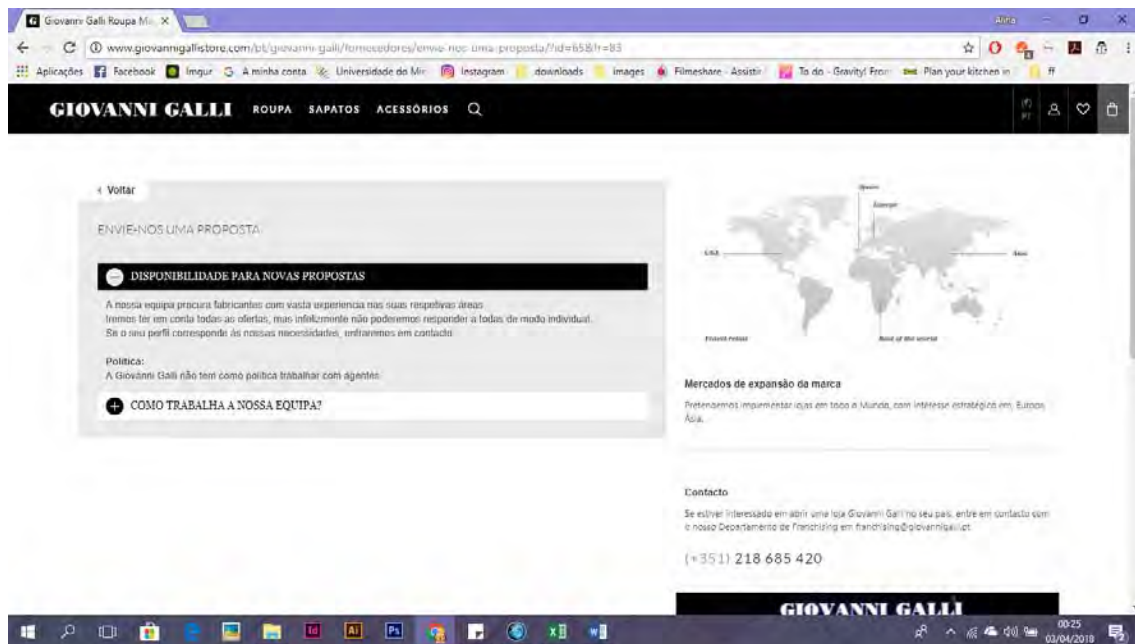




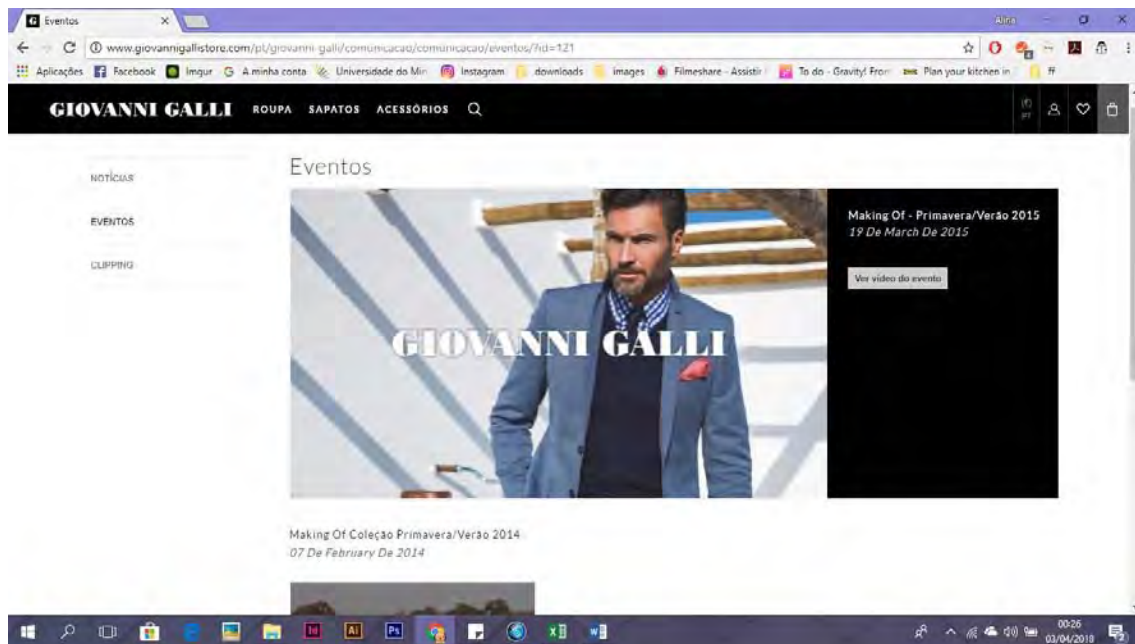
1.3.11.2- Privilegiamos a Experiência



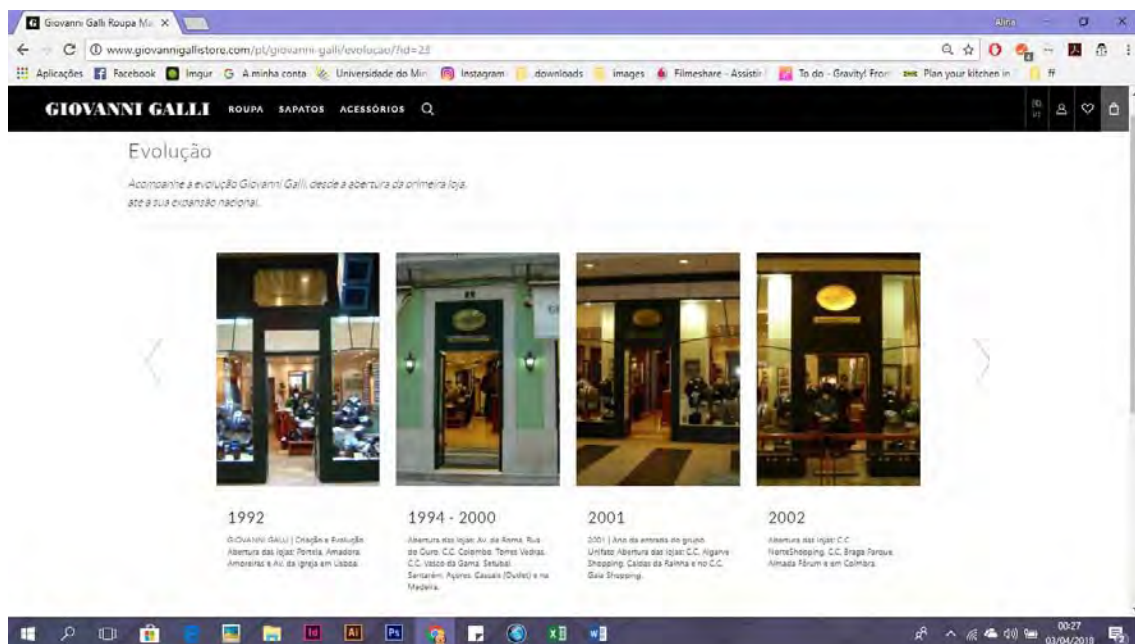
1.3.11.3- Envie-nos uma Proposta



1.3.12- Comunicação



1.3.13- Evolução



Giovanni Galli Roupas Min... X


www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/evolucao/?id=28

Facebook | Imgrur | A minha conta | Universidade de Min... | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity? From... | Plan your kitchen in... | #

GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS


Evolução

Acompanhe a evolução Giovanni Galli, desde a abertura da primeira loja, até à sua expansão nacional.




2003

2003 | Ano em que nasce o maior número de aberturas em Portugal. Em 2003, iniciou-se a expansão por todo o país, abrindo lojas no Forum Montijo, Laria, C.C. Via Catarina, C.C. Rua Paiva, C.C. Parque Nacional, C.C. Casal Shopping, C.C. W. Shopping, C.C. Estação Viana e




2004 - 2010

Abertura das lojas: Paredes (Ourense), C.C. Dolce Vita Ourense, The Style Ourense, C.C. Dolce Vita, Fórum Viseu, C.C. Leiria Shopping, C.C. Rio Tâ, Shopping, Av. Guerra Junqueiro, C.C. Alegro Alentejo, C.C. Palácio do Gelo, C.C. Mar Shopping, Forum Sampaio.



2011

2011 | Início da expansão internacional, com abertura de lojas no Catar, Estónia, Líbano e Egito.



2012

Abertura de lojas nos Emirados Árabes Unidos - Dubai, Geórgia, Macedónia, Índia, Kuwait, Kosovo e em Castelo Branco (Portugal). Nesse momento, a Giovanni Galli conta com 47 lojas no mercado nacional. 9 delas renovadas com uma nova imagem e 10 no

00:27 03/04/2018


Giovanni Galli Roupas Min... X

www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/evolucao/?id=28

Facebook | Imgrur | A minha conta | Universidade de Min... | Instagram | downloads | images | Filmeshare - Assistir | To do - Gravity? From... | Plan your kitchen in... | #


GIOVANNI GALLI ROUPA SAPATOS ACESSÓRIOS

Acompanhe a evolução Giovanni Galli, desde a abertura da primeira loja, até à sua expansão nacional.




2013

Abertura de lojas em Alameda (Portugal), um outlet em Colares (Portugal) e no Casqueiro (Internacional). Nesse momento, a Giovanni Galli conta com 48 lojas no mercado nacional, 11 delas renovadas com uma nova imagem e 15 no mercado internacional.




2014

Mantendo a missão de expandir a marca, a Giovanni Galli optou por a abertura de lojas em sua rede nacional na cidade de Cascais e (até-lá), bem como uma loja outlet no famoso, e novo internacional, a Giovanni Galli viu abrir as suas portas na Geórgia. Casqueiro, Índia e Vietnam. A loja online também expandiu, oferecendo agora os seus produtos a mais 11 mercados europeus.



1992

GIOVANNI GALLI | Diação e Brogueiro. Abertura das lojas: Ponta, Amadora, Amadora e Av. da Igreja em Lisboa.



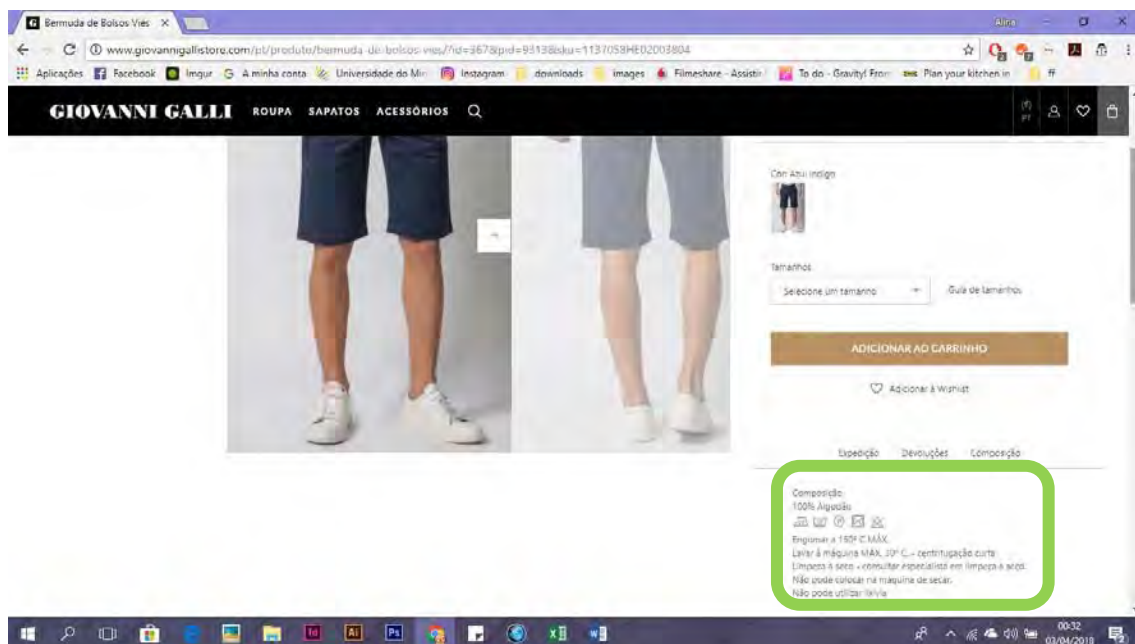
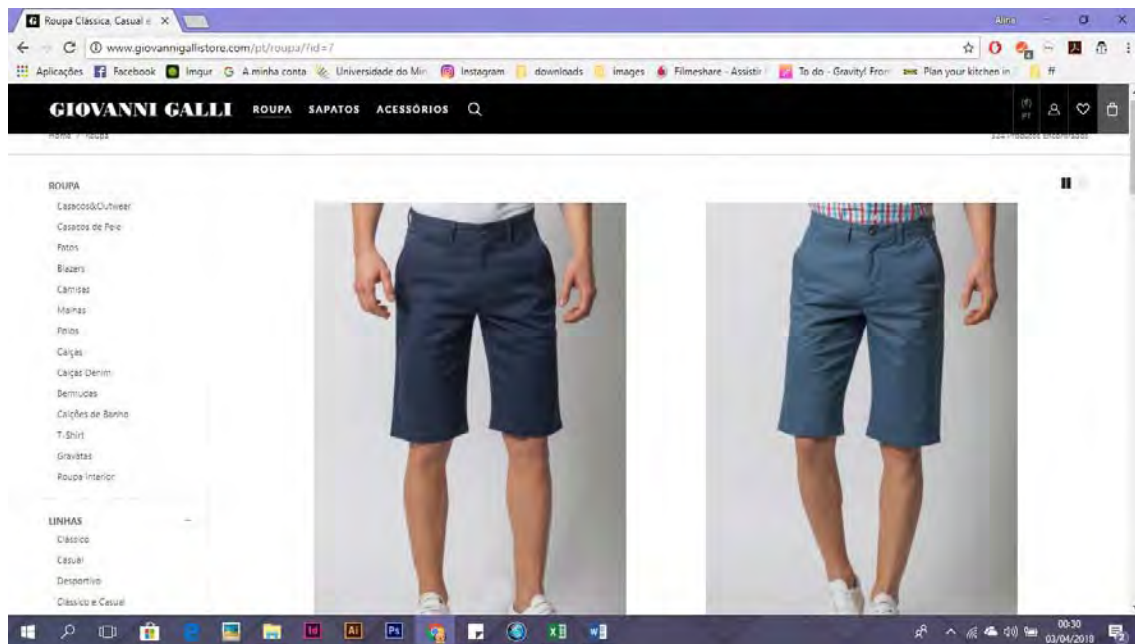
1994 - 2000

Abertura das lojas: Av. da Roma, Rua do Ouro, C.C. Colombo, Torres Vedras, C.C. Val do Gama, Zélibon, Santarém, Agrela, S. Bento, Ourense e na Madeira.

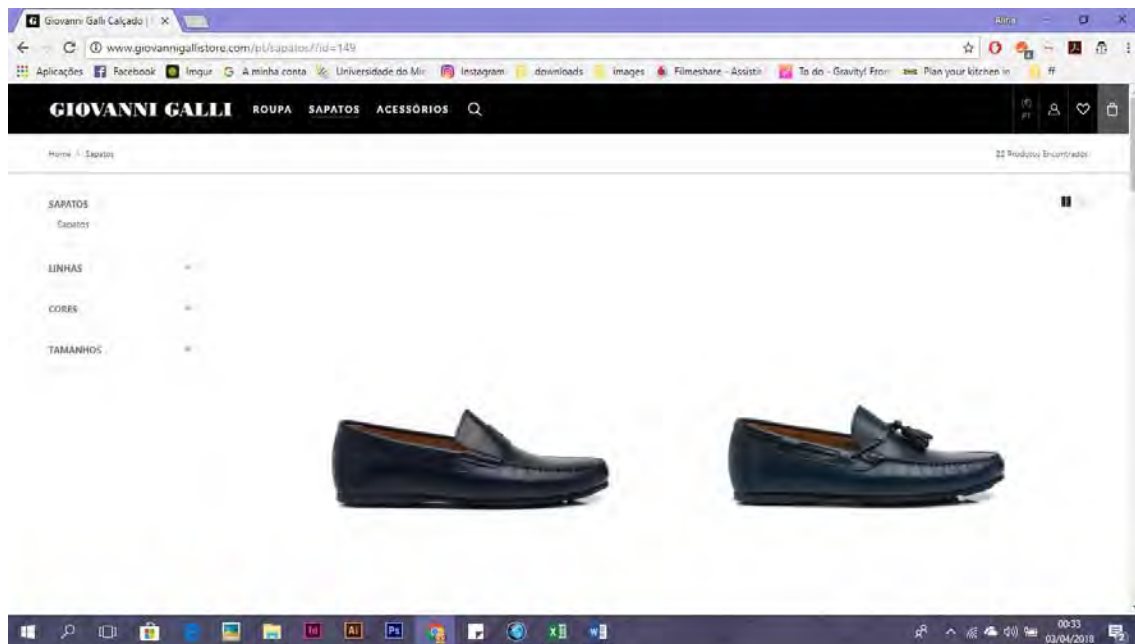
www.giovannigallistore.com/pl/giovanni-galli/evolucao/?id=28

00:28 03/04/2018

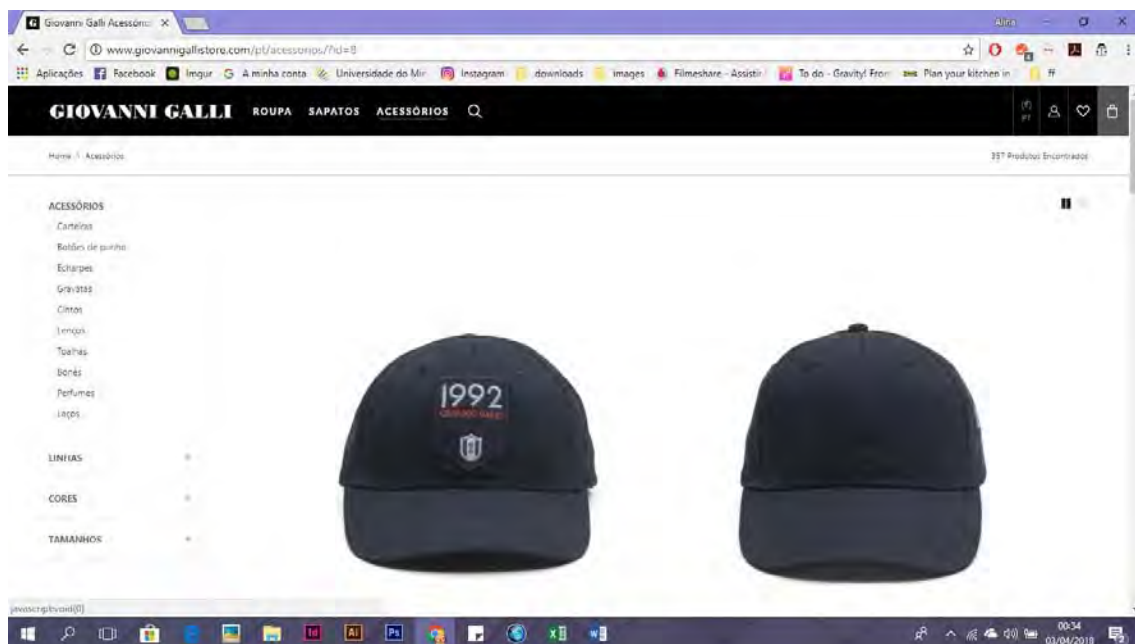
2- Sep. Roupas



3- Sep. Sapatos



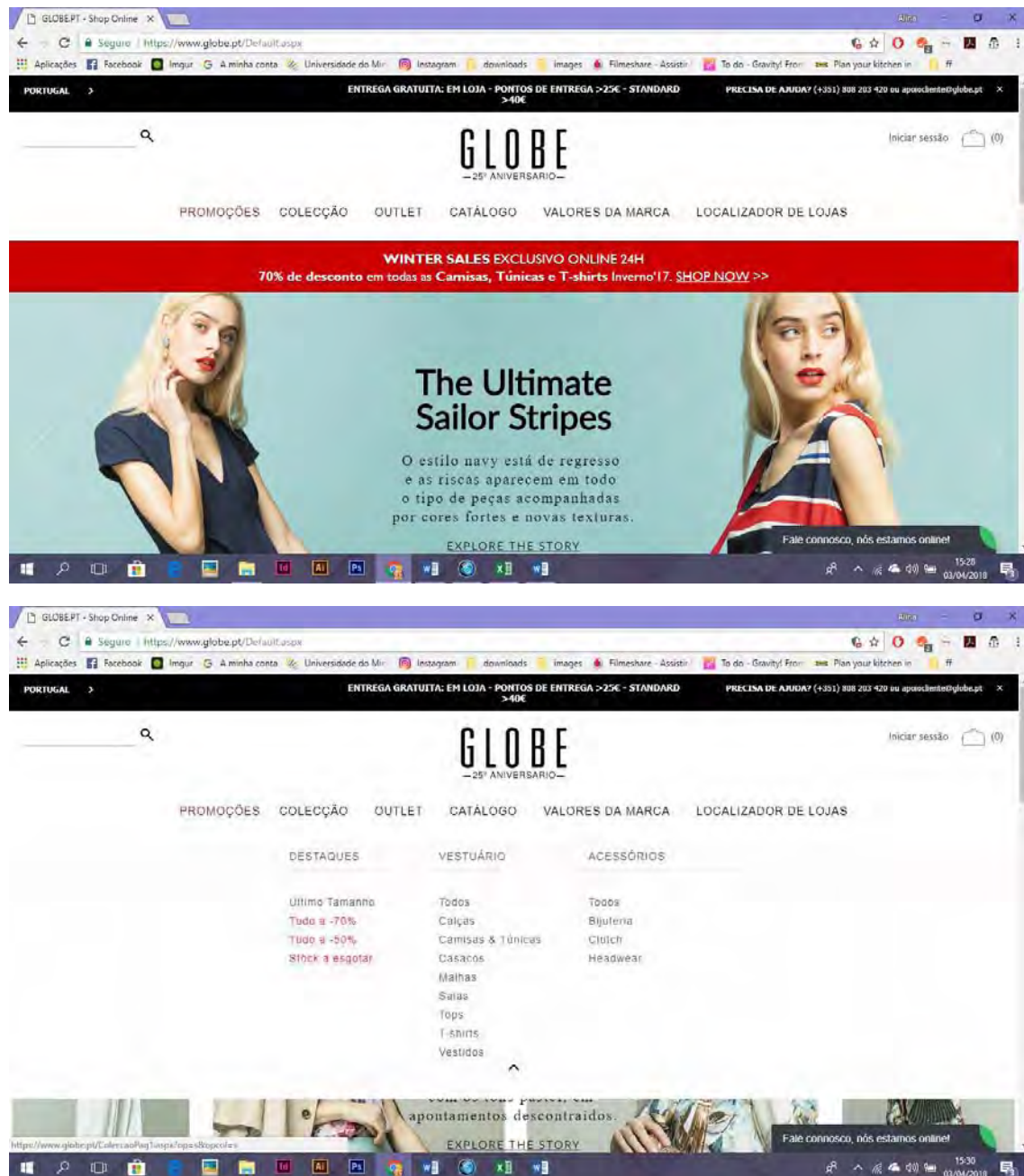
4- Sep. Acessórios

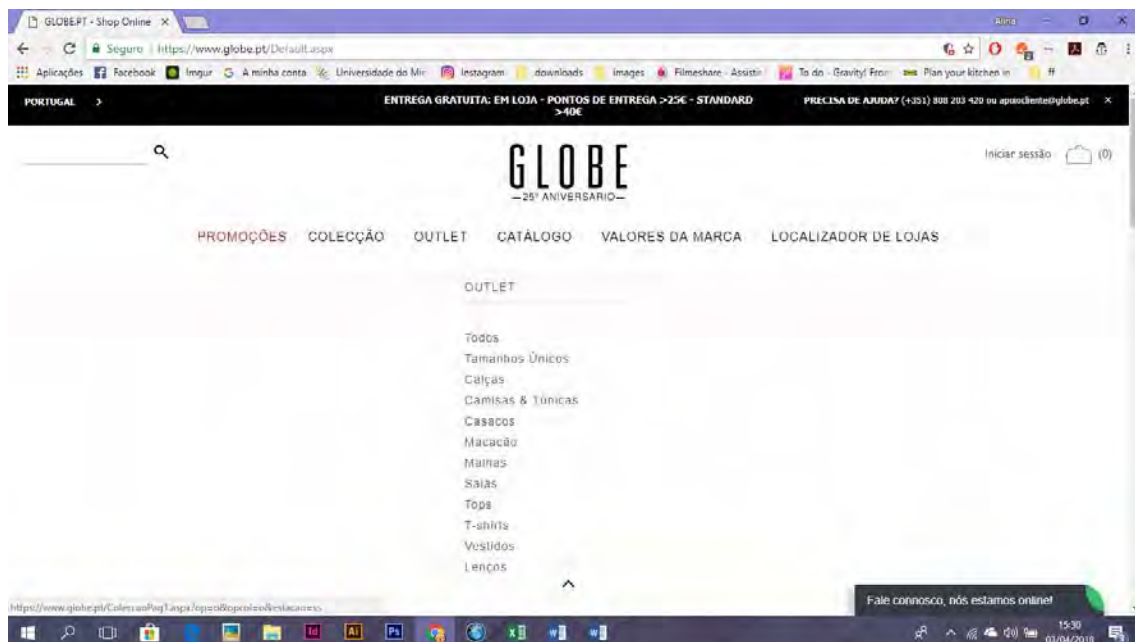
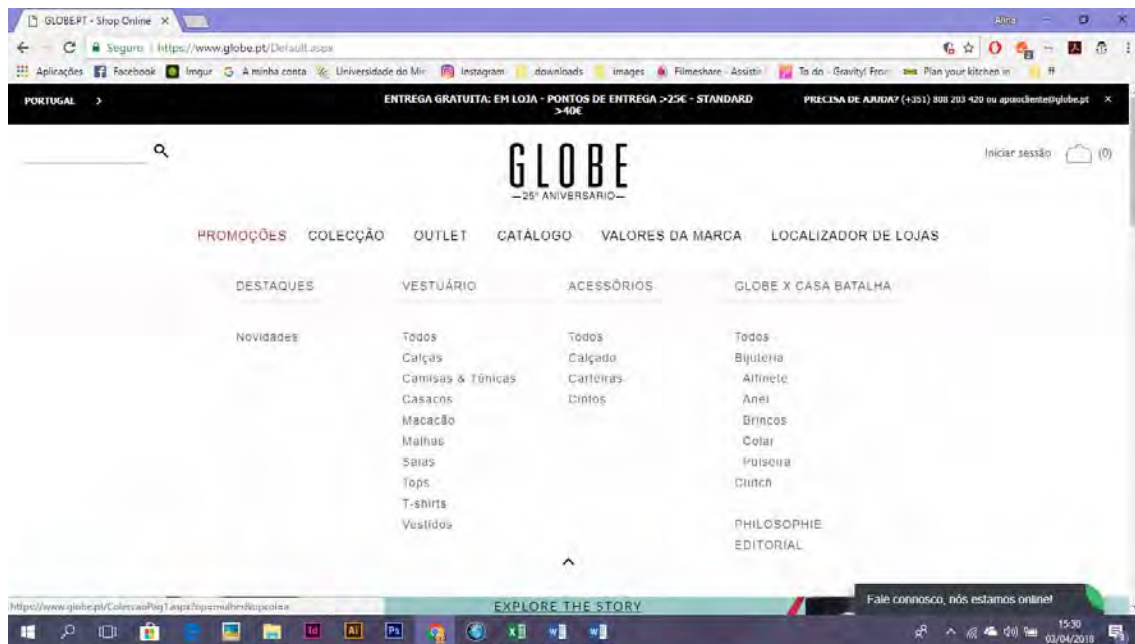


GLOBE

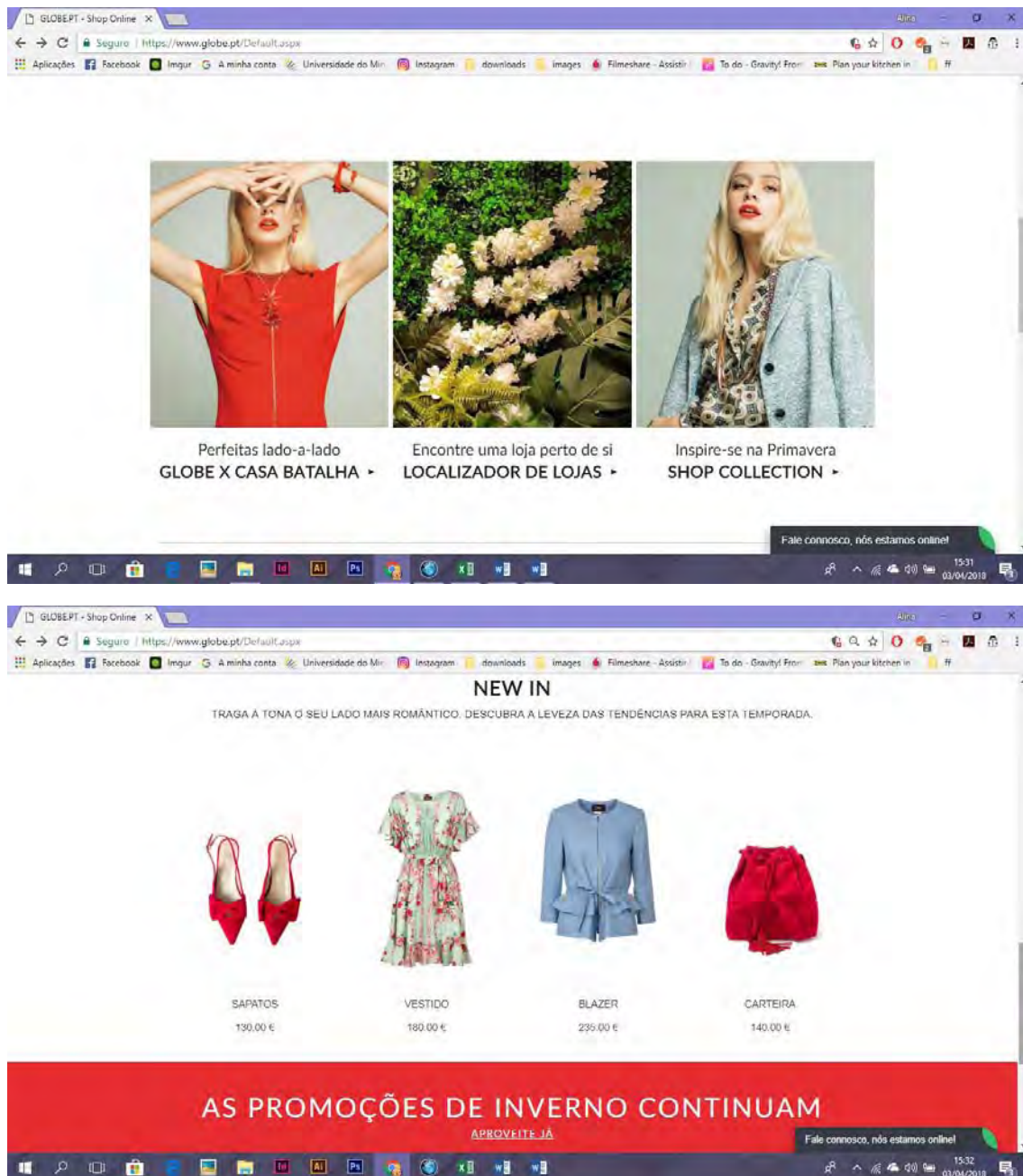
1-Página Inicial

1.1- Barra de Menu

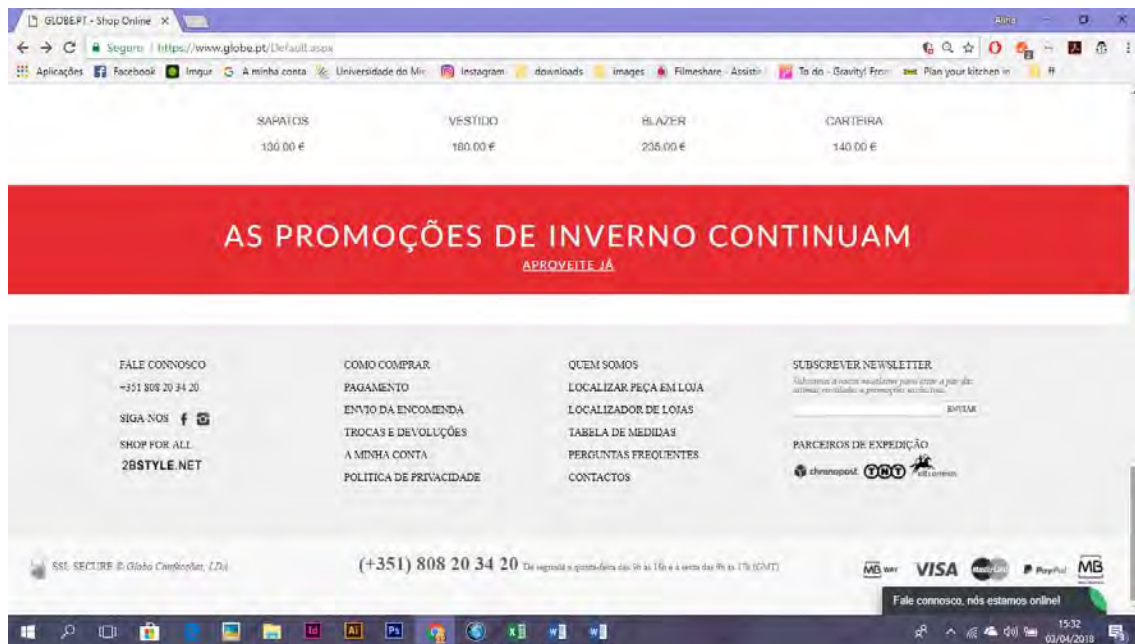




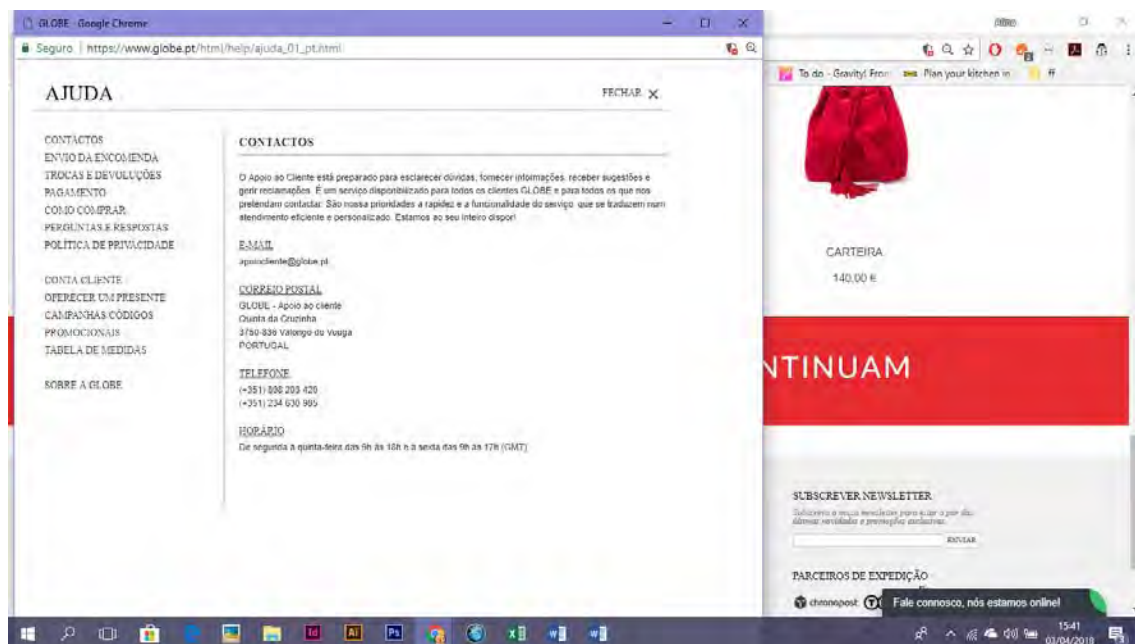
1.2-Corpo



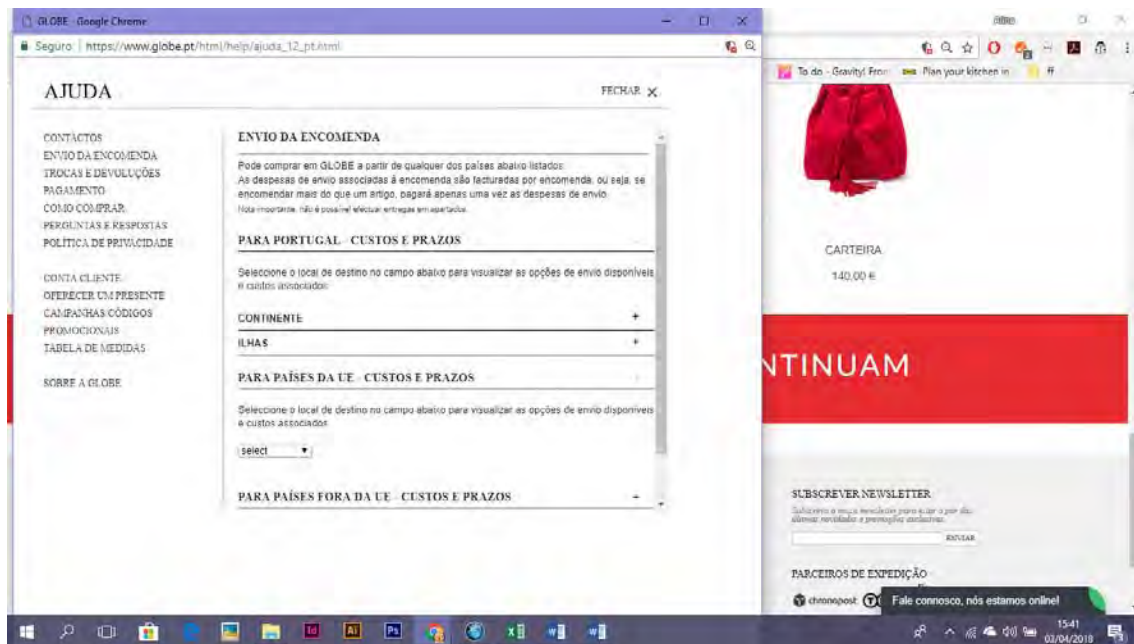
1.3- Barra Final



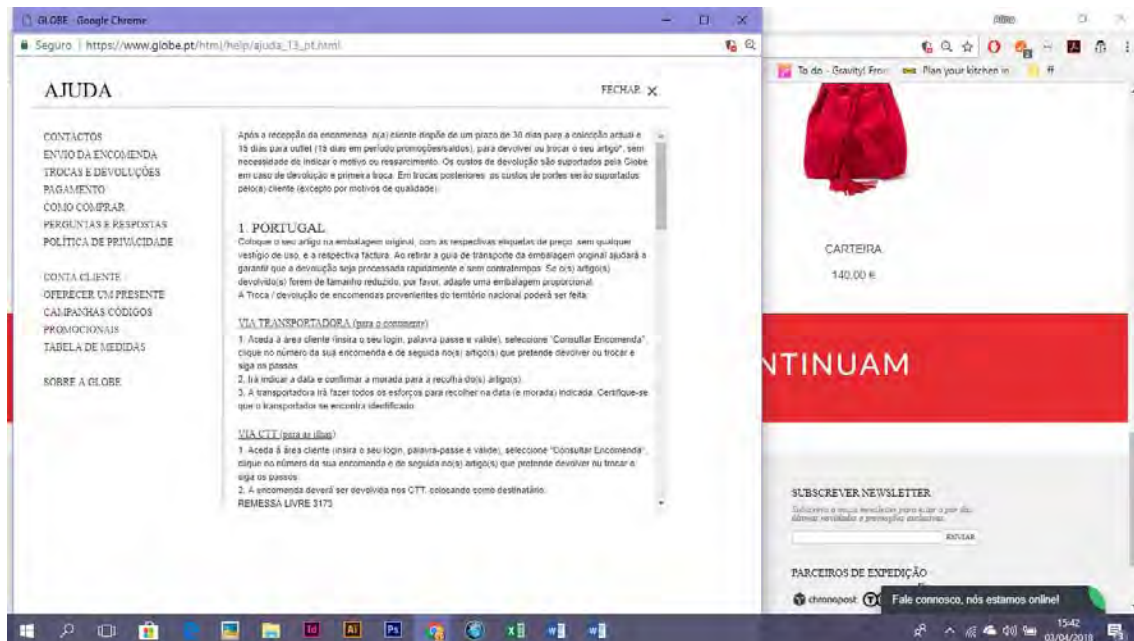
1.3.1- Contactos



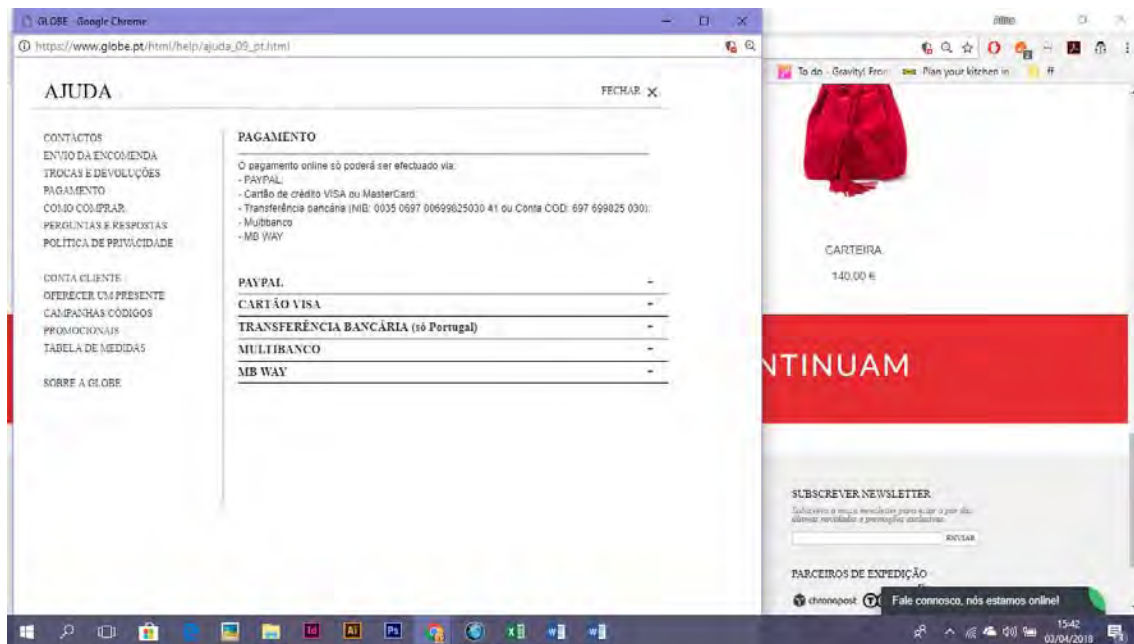
1.3.2- Envio da Encomenda



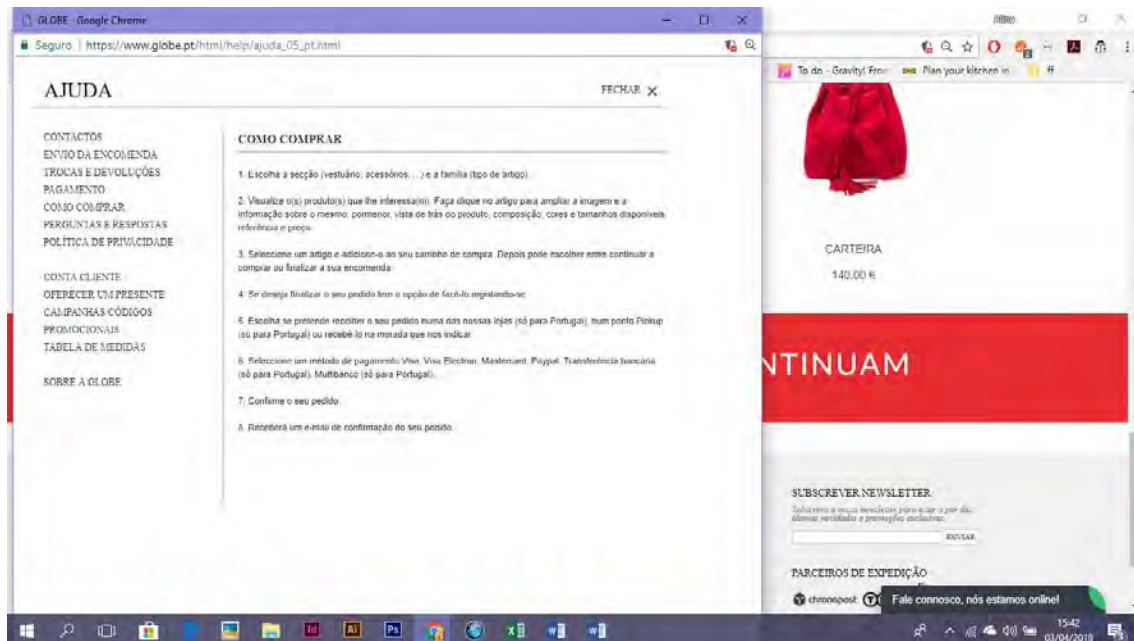
1.3.3- Trocas e Devoluções



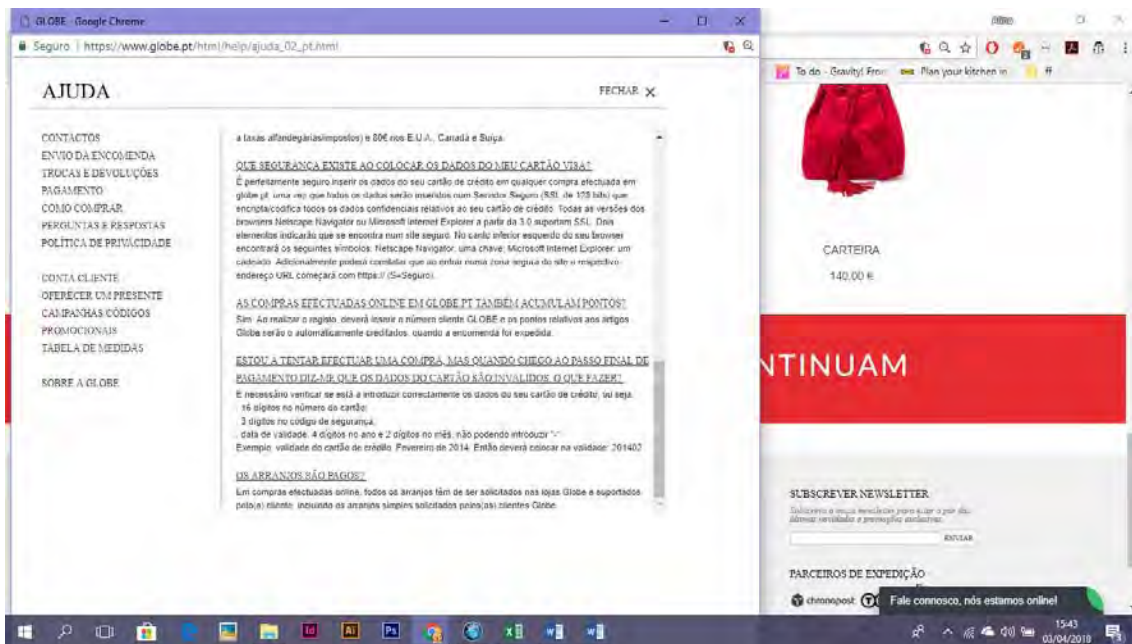
1.3.4- Pagamento



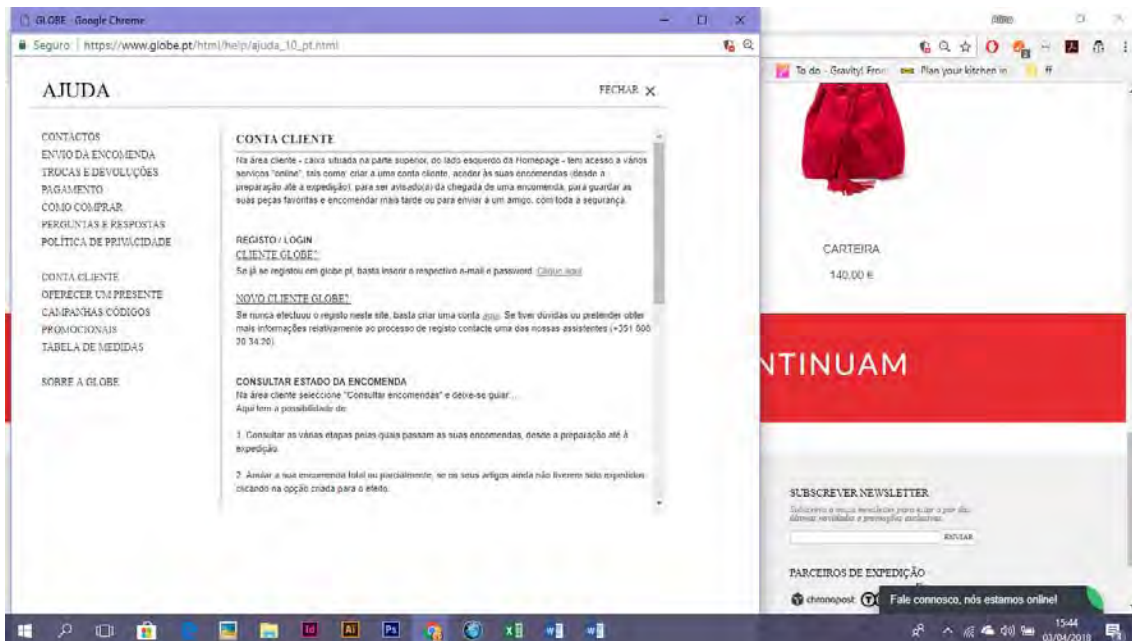
1.3.5- Como Comprar



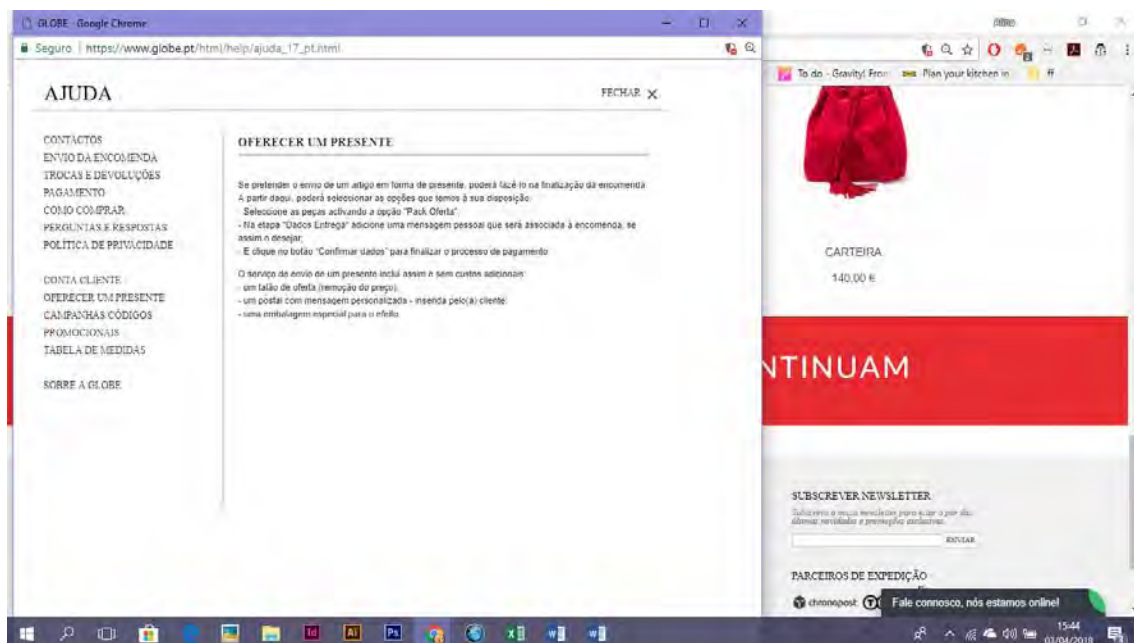
1.3.6- Perguntas e Respostas



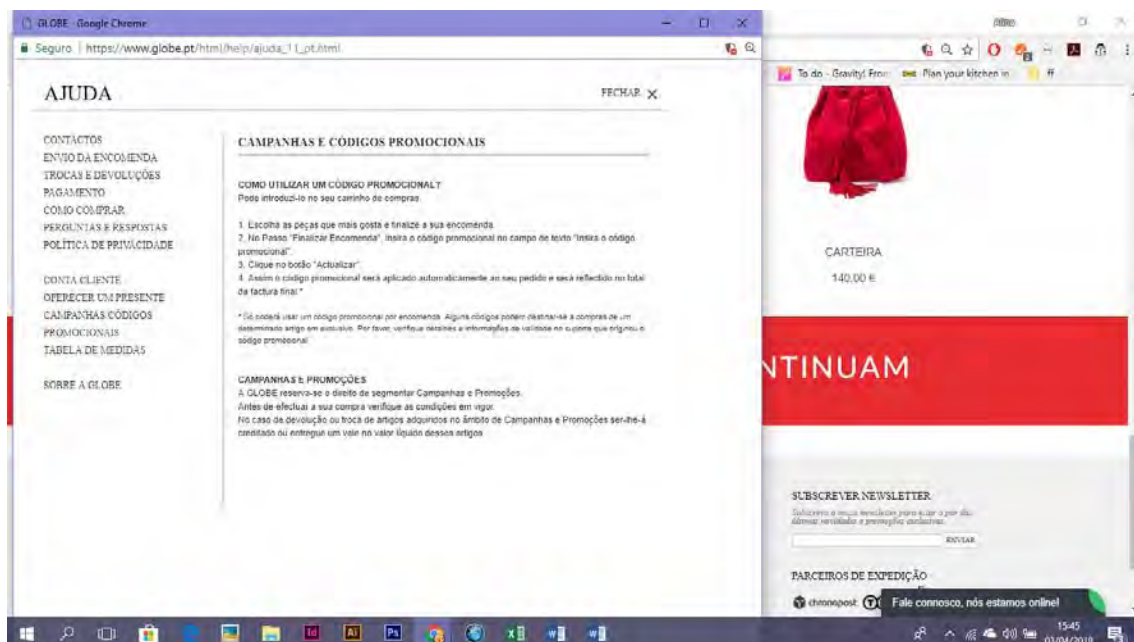
1.3.7- Conta Cliente



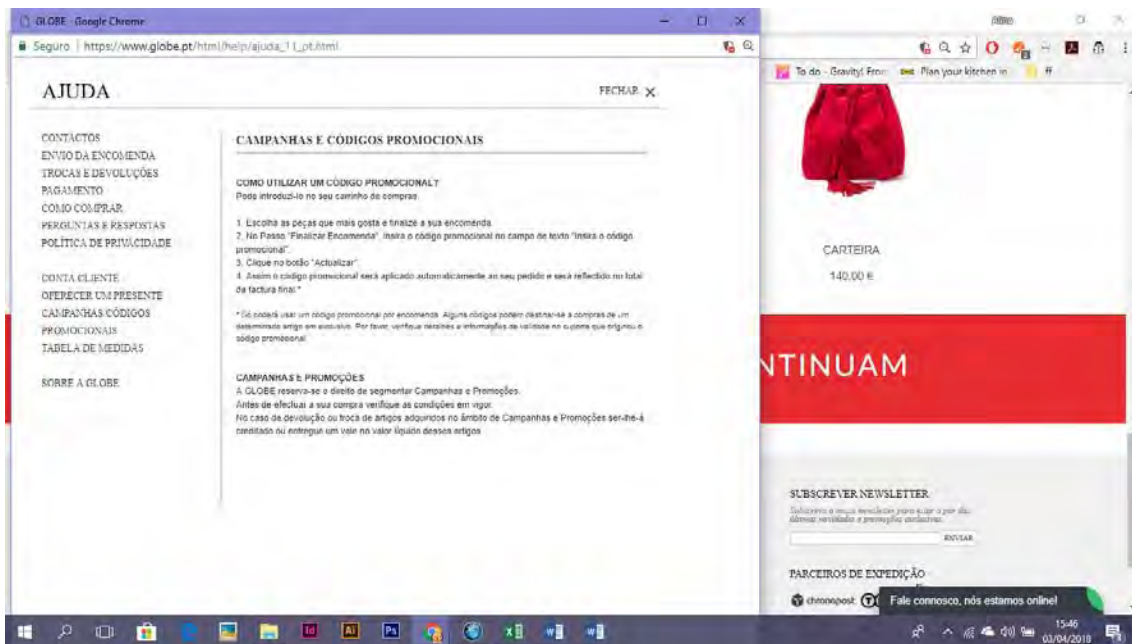
1.3.8- Oferecer um Presente



1.3.9- Campanhas/códigos



1.3.10- Promocionais



1.3.11-Tabela de Medidas

TABELA DE MEDIDAS

ROUPA

Tamanho	XS	S	M	L	XL	XXL
EU-MEX	32	34	36	38	40	42
UK-USA	2	4	6	8	10	12

	cm	polegadas	cm	polegadas	cm	polegadas	cm	polegadas	cm	polegadas	cm	polegadas
Peito	82	32,5	86	34	90	35,5	94	37	98	39,5	102	40
Cintura	66	26	70	27,5	74	29	78	30,5	82	32	86	33,5
Anca	-	-	92	36,5	96	38,5	100	39,5	104	41,5	108	42,5

As medidas indicadas referem-se à medida da pessoa e não à dimensão da peça de roupa.

CALÇADO

	36	37	38	39	40	41
EU-MEX	36	37	38	39	40	41
UK-USA	5	5,5	6,5	7,5	8,5	9,5

Comprimento do pé (cm)

	22	23	24	25	26	27
Comprimento do pé (cm)	22	23	24	25	26	27

As medidas indicadas referem-se à medida do pé e não à dimensão do sapato.

CINTOS

Tamanho	75	80	85
cm	75	80	85
polegadas	29,5	31,5	33,5

Os cintos de tamanho único correspondem a uma medida 80cm de porta a porta.

ANÉIS

	6	7	8
EU-MEX	6	7	8
UK-USA	6,5	7,5	8,5

Diâmetro (mm)

	17	18	19
Diâmetro (mm)	17	18	19

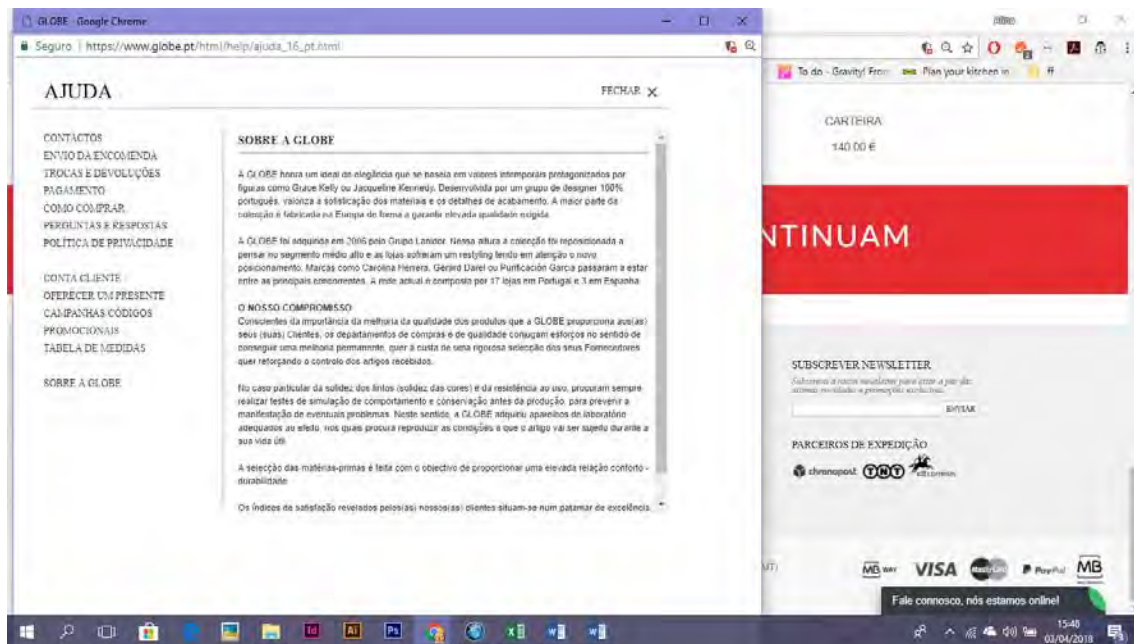
CARTEIRA
140,00 €

CONTINUAM

SUBSCREVER NEWSLETTER
Subscreva a nossa newsletter para estar a par das últimas novidades e promoções exclusivas.

PARCEIROS DE ENTREGAÇÃO
chronopost Fale connosco, nós estamos online!

1.3.12- Sobre a Globe



A GLOBE honra um ideal de elegância que se baseia em valores intemporais protagonizados por figuras como Grace Kelly ou Jacqueline Kennedy. Desenvolvida por um grupo de designer 100% português, valoriza a sofisticação dos materiais e os detalhes de acabamento. A maior parte da colecção é fabricada na Europa de forma **a garantir elevada qualidade** exigida.

A GLOBE foi adquirida em 2006 pelo Grupo Lanidor. Nessa altura a colecção foi reposicionada a pensar no segmento médio alto e as lojas sofreram um restyling tendo em atenção o novo posicionamento. Marcas como Carolina Herrera, Gerard Darel ou Purificación Garcia passaram a estar entre as principais concorrentes. A rede actual é composta por 17 lojas em Portugal e 3 em Espanha.

O NOSSO COMPROMISSO

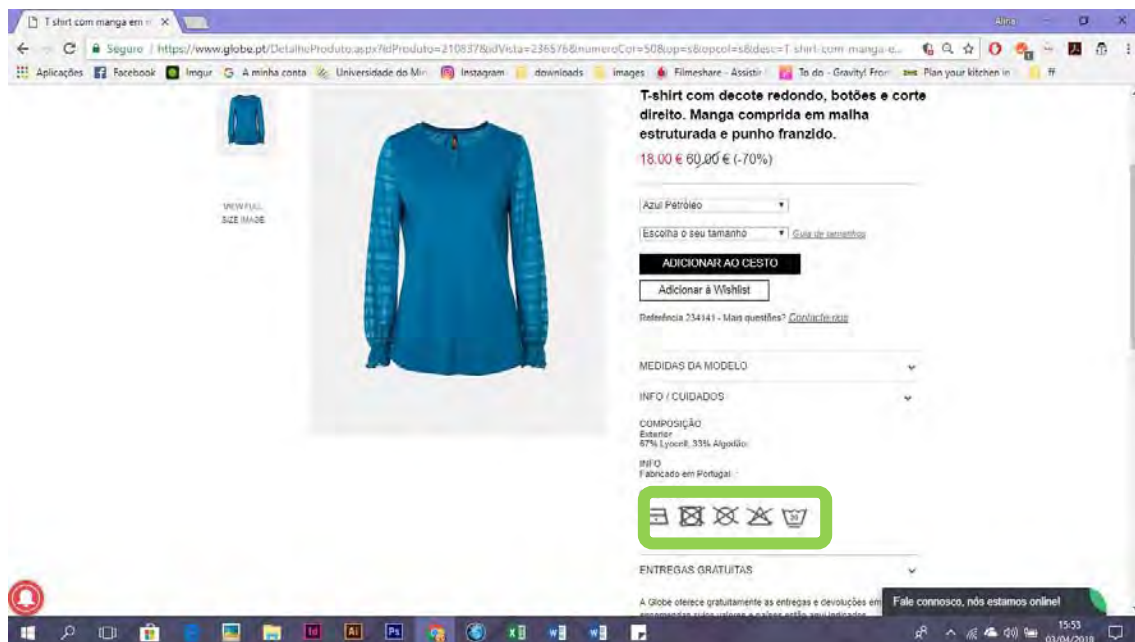
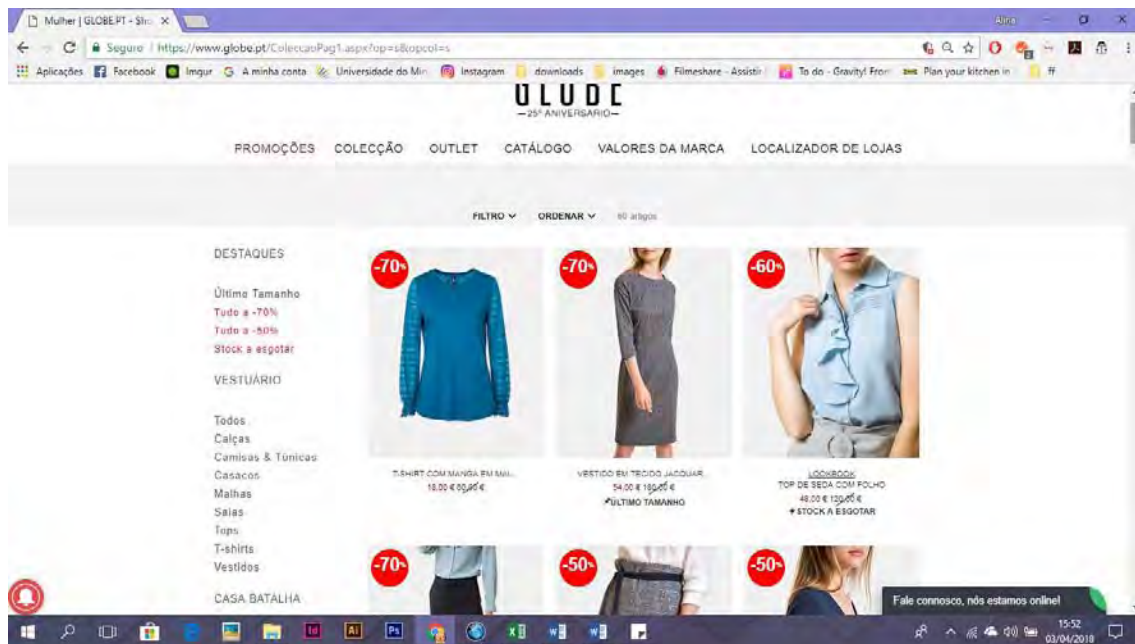
Conscientes da importância da melhoria da qualidade dos produtos que a GLOBE proporciona aos(as) seus (suas) Clientes, os departamentos de compras e de qualidade conjugam esforços no sentido de conseguir uma melhoria permanente, quer à custa de uma rigorosa selecção dos seus Fornecedores quer reforçando o controlo dos artigos recebidos.

No caso particular da solidez dos tintos (solidez das cores) e da resistência ao uso, procuram sempre realizar testes de simulação de comportamento e conservação antes da produção, para prevenir a manifestação de eventuais problemas. Neste sentido, a GLOBE adquiriu aparelhos de laboratório adequados ao efeito, nos quais procura reproduzir as condições a que o artigo vai ser sujeito durante a sua vida útil.

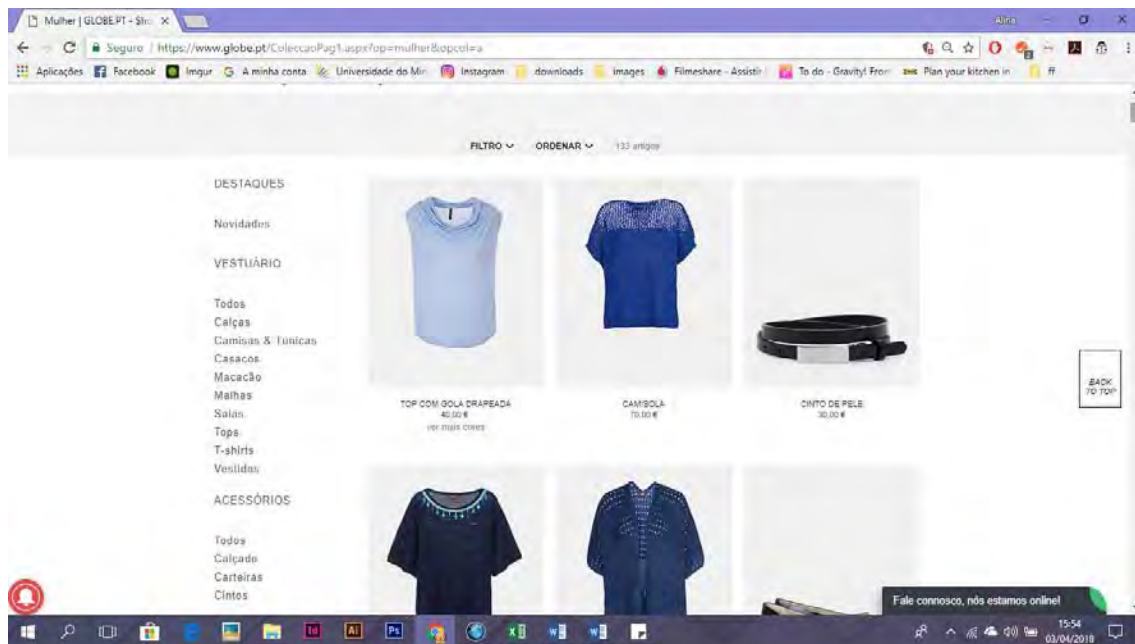
A selecção das matérias-primas é feita com o objectivo de proporcionar uma elevada relação conforto - **durabilidade**.

Os índices de satisfação revelados pelos(as) nossos(as) clientes situam-se num patamar de excelência, verificando-se um nível de incidências residual.

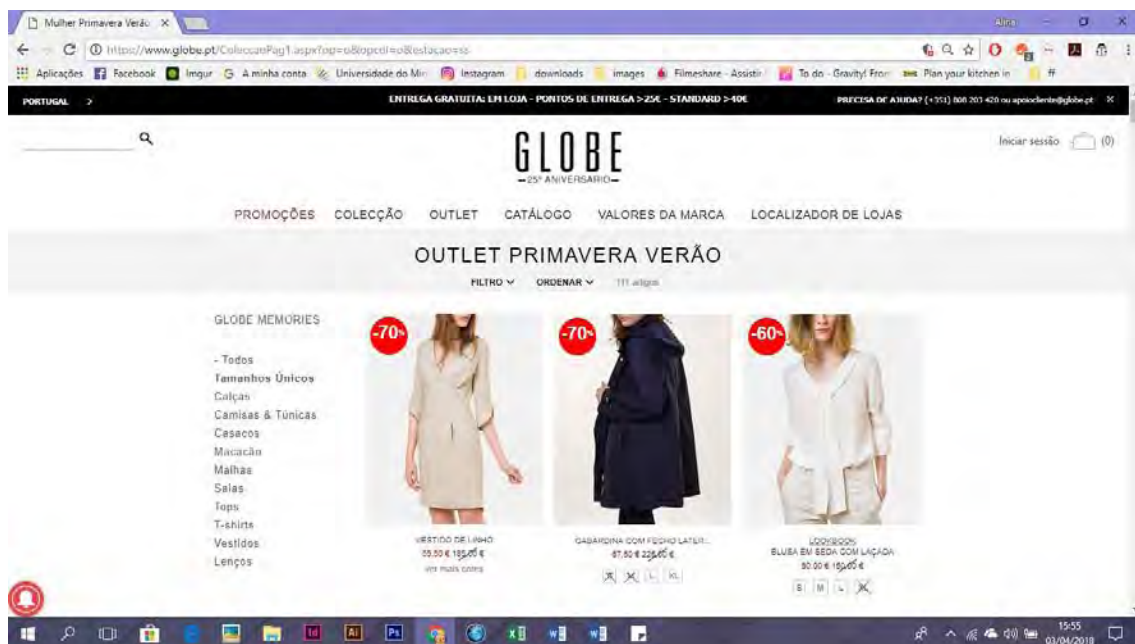
2- Sep. Promoções



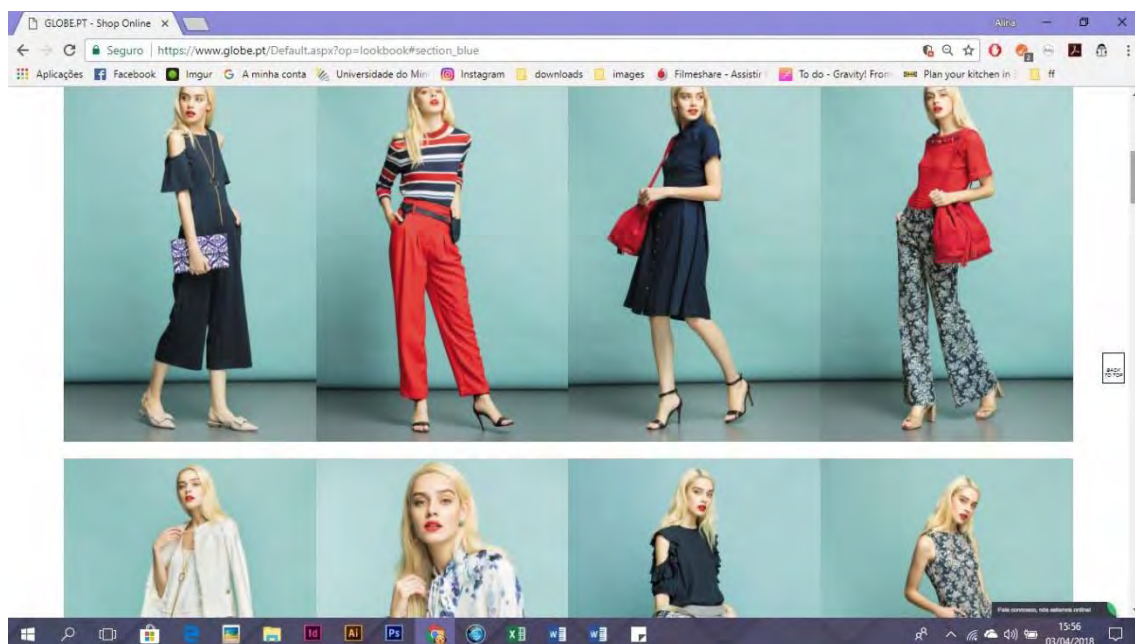
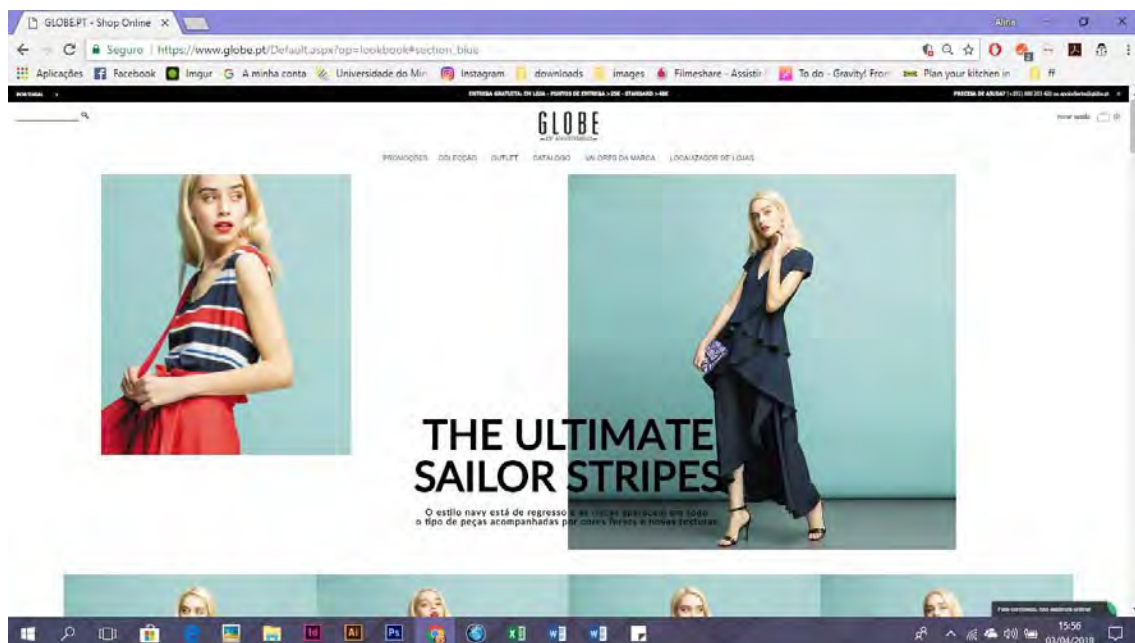
3- Sep. Colecção

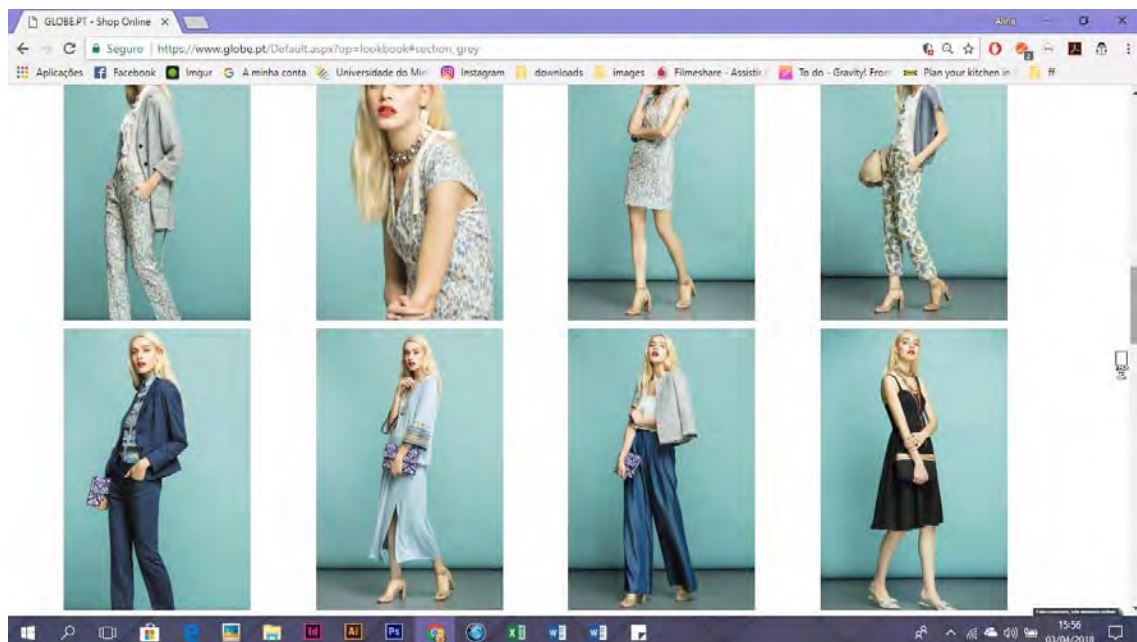
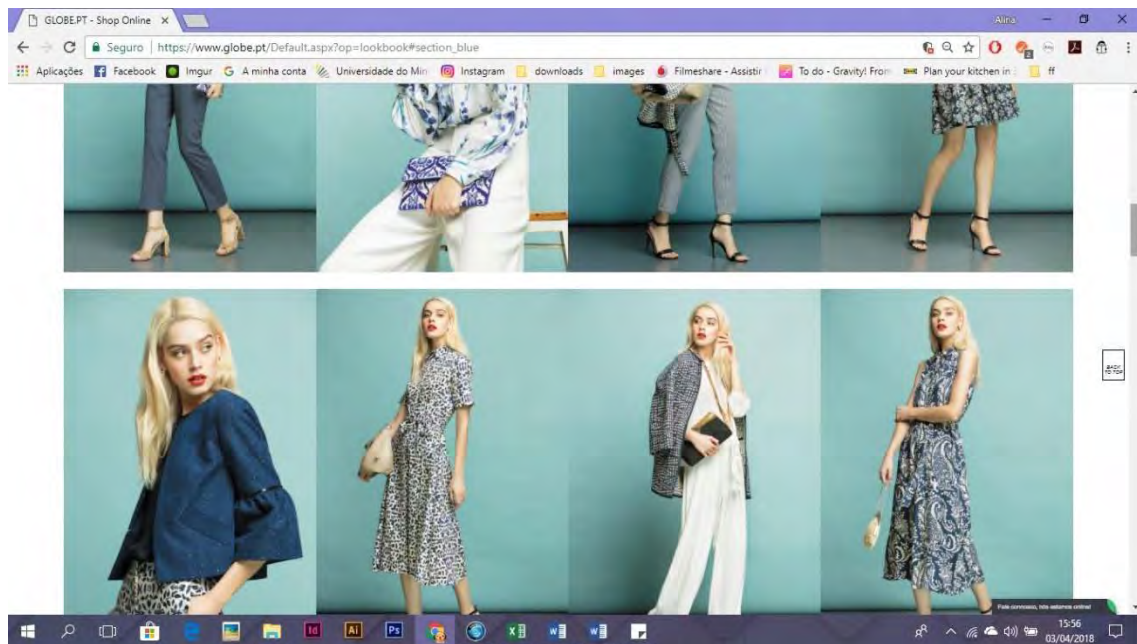


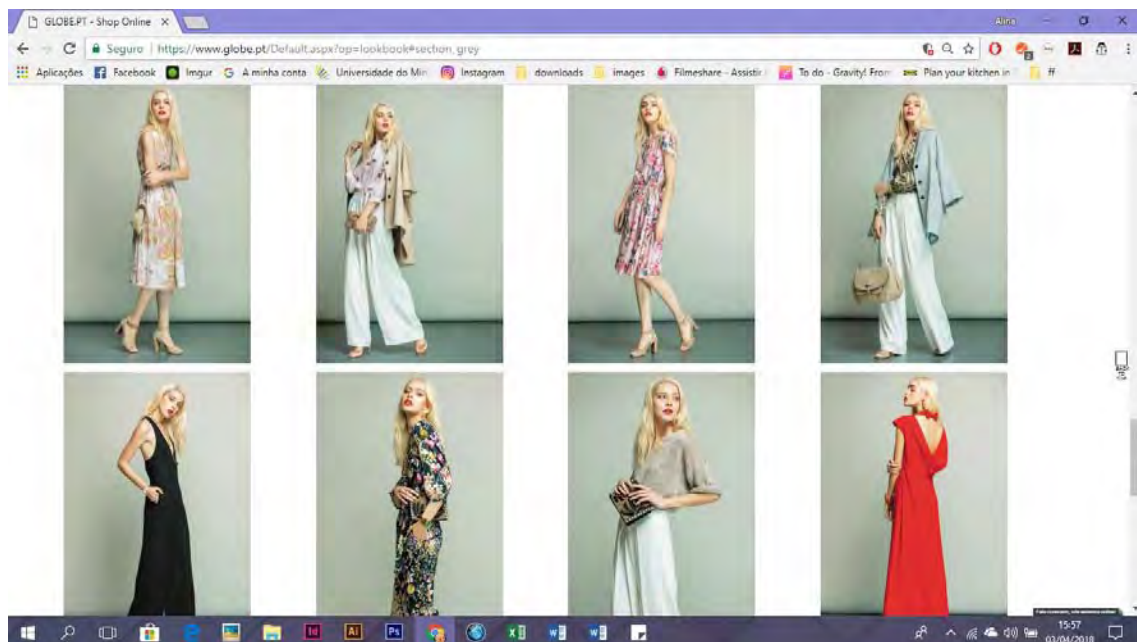
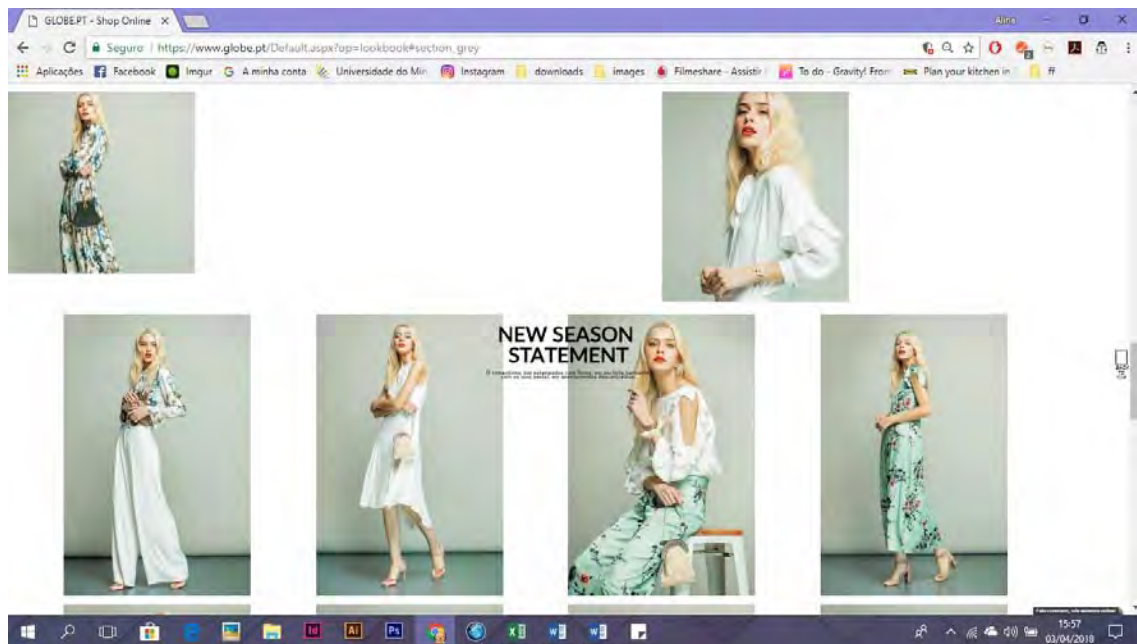
4- Sep. Outlet

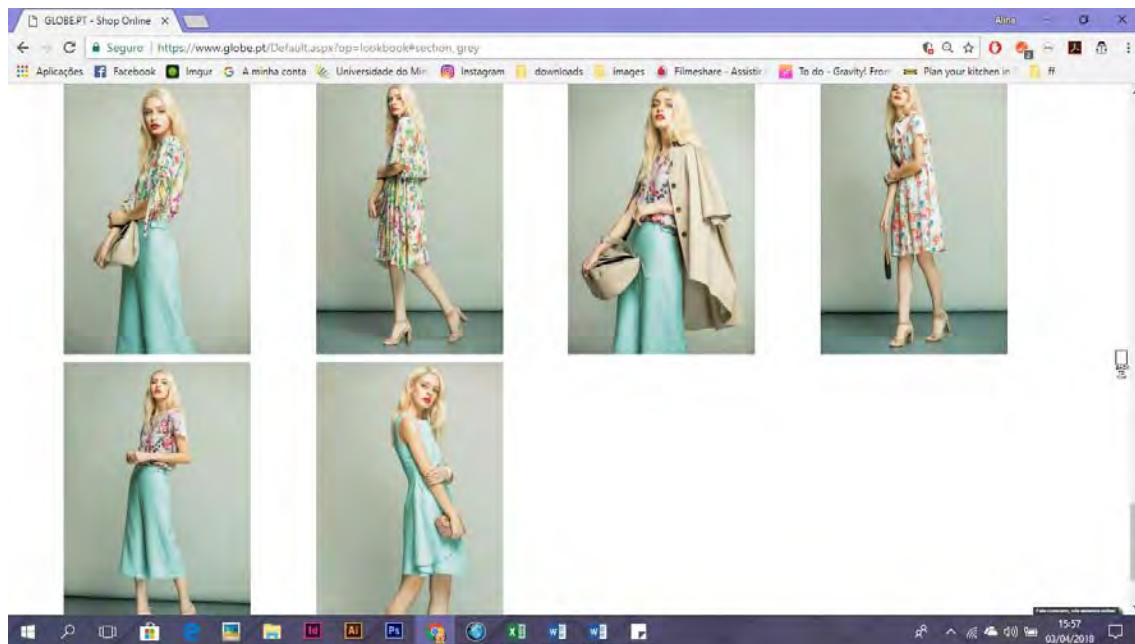


5- Sep. Catálogo



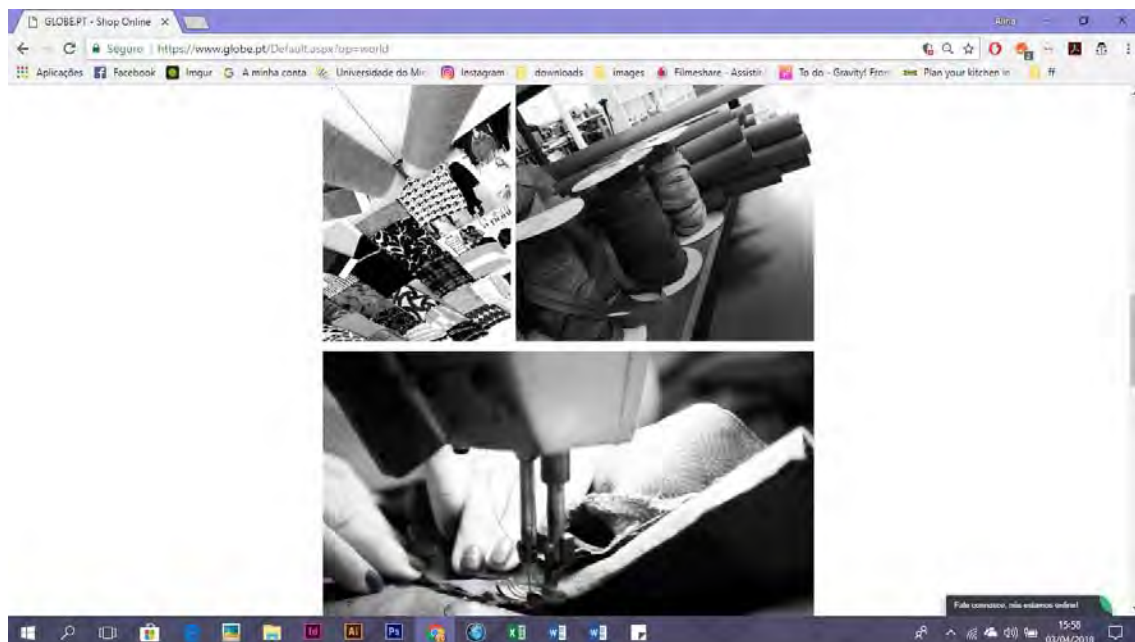


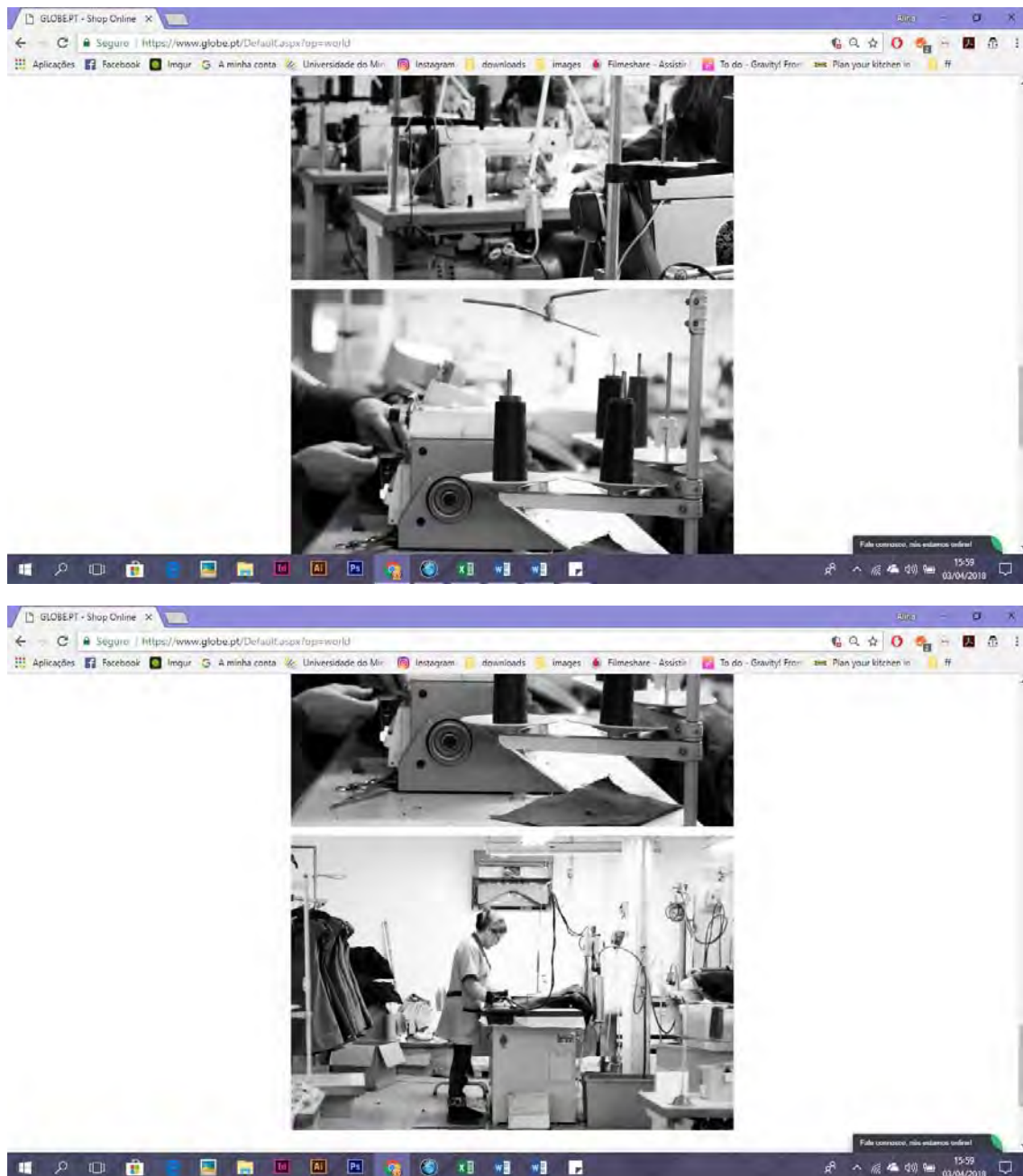




6- Sep. Valores da Marca







BEHIND THE BRAND

Sofisticação, Design e Qualidade

A Globe honra um ideal de elegância "bon chic, bon genre" que assenta num estilo clássico contemporâneo e que nos remete para figuras icónicas como Grace Kelly ou Jackline Kennedy . Criada nos anos 80 em Espanha, celebra este ano 25 anos de existência em Portugal.

Adquirida em 2006 pelo Grupo Lanidor, posiciona-se desde então de uma forma ainda mais declarada neste universo de lifestyle, honrando o compromisso de sofisticação, design e qualidade: a colecção Globe é desenvolvida por um grupo de designers 100% portugueses sendo quase exclusivamente fabricada na Europa.

A criação das peças Globe é um processo único, em que criadores e fabricantes se associam, concebendo e utilizando materiais da melhor qualidade, trabalhando e costurando com amor,

perpetuando uma tradição única. Por isso e para isso, cada peça é concebida e produzida dentro dos mais elevados padrões **de qualidade** usando, sempre, o mais cuidado design, os melhores materiais e o mais esmerado acabamento.

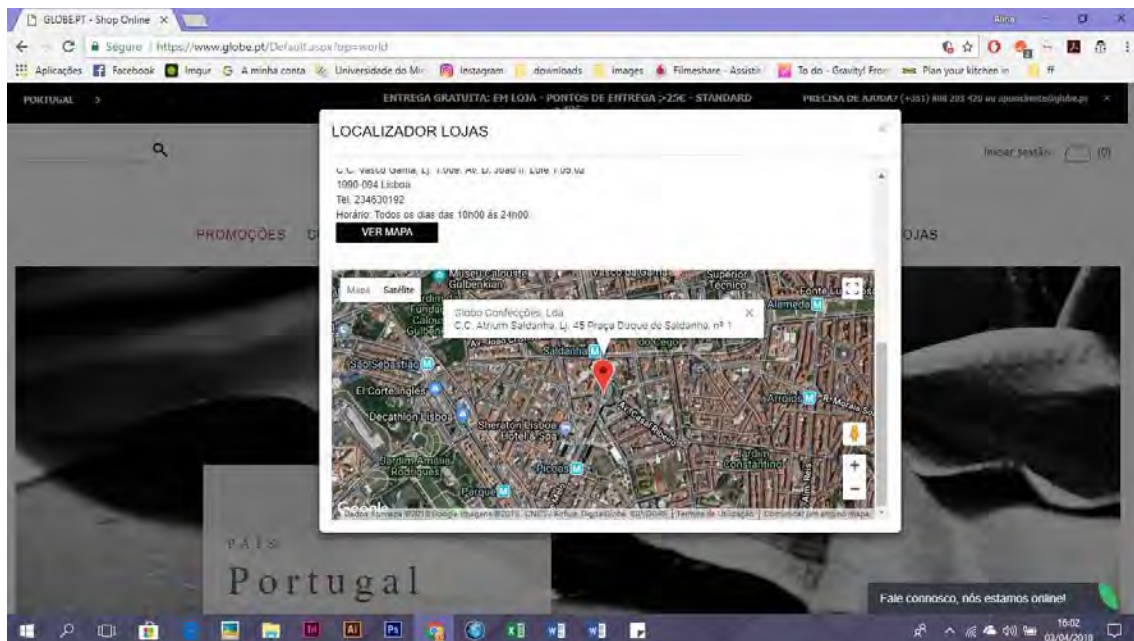
Qualidade, bom gosto e tradição

A Globe, orgulha-se de produzir mais de 90% da sua colecção na Europa, em particular em Portugal, **tirando vantagem do know-how de quem se mantém fiel à tradição**, assim garantindo elevados padrões **de qualidade na confecção das peças**. Porque para a Globe a selecção das matérias primas e **a qualidade dos acabamentos** é fundamental, trabalha com os melhores fabricantes nacionais, aqueles que têm a verdadeira compreensão da qualidade e habilidade necessária para construir cada uma das peças com a perfeição ambicionada, privilegiando os produtos nacionais, das sedas aos algodões, às lãs...

Sinónimo de qualidade e tendência

Na Globe, as colecções procuram a harmonia entre as tendências de moda de cada estação e um clássico reinventado, cujo detalhe na construção dos artigos é altamente rigoroso - o interior de cada peça é desenvolvido ao mínimo pormenor - **assegurando o padrão de qualidade que a assinatura Globe exige.**

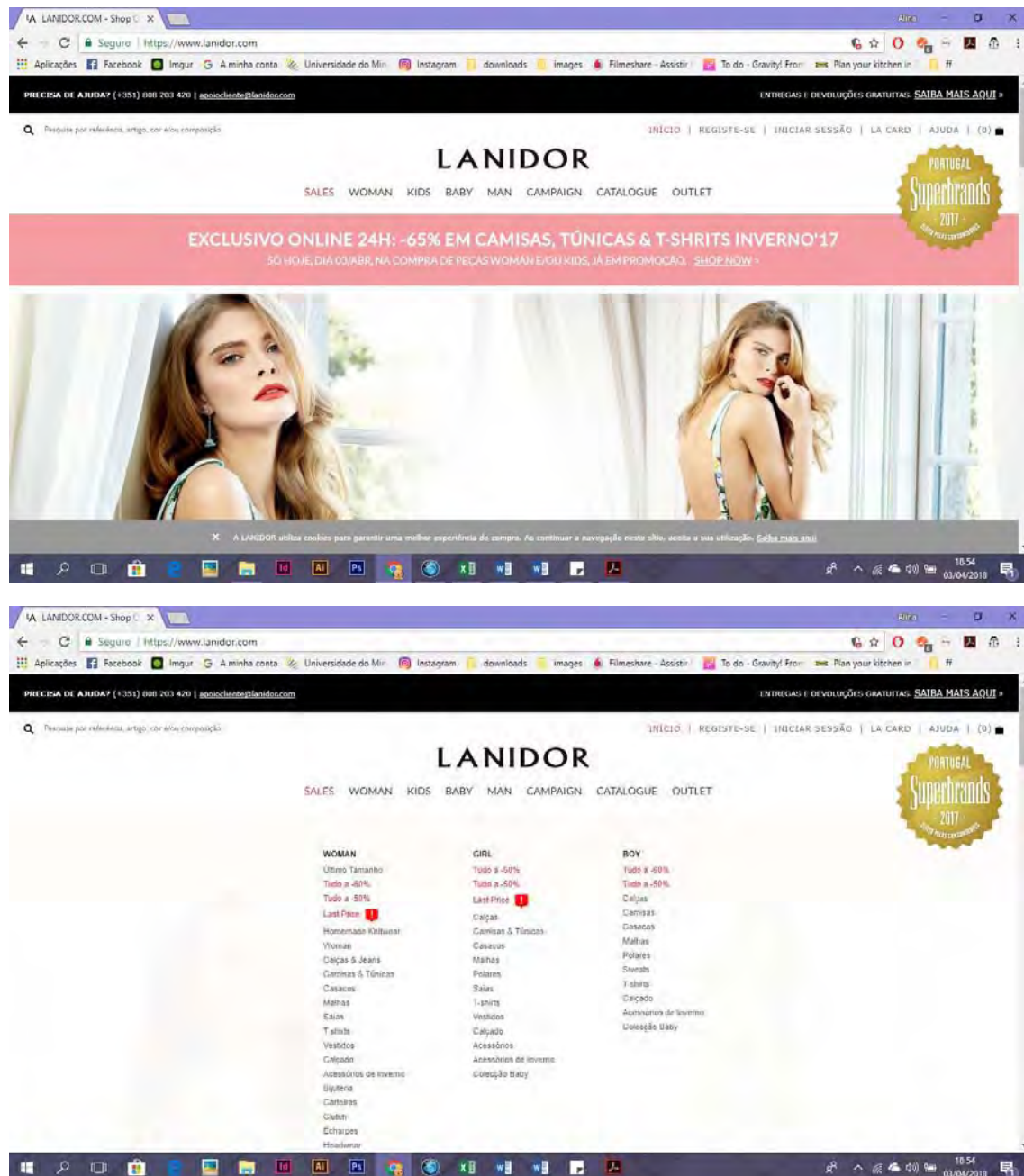
7- Sep. Localizador de Lojas

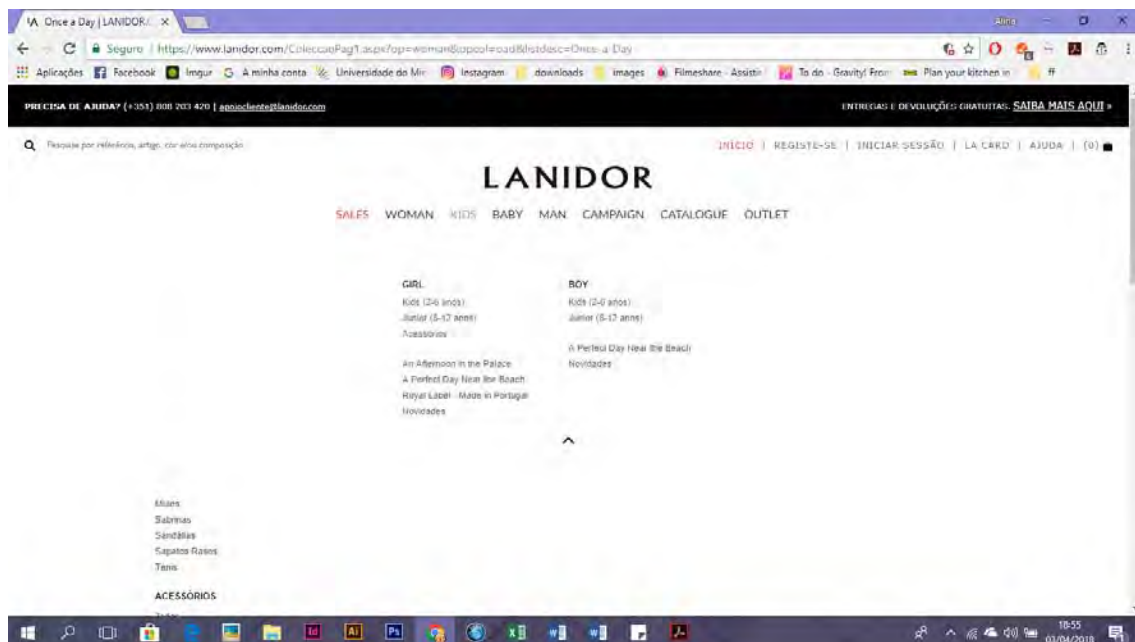


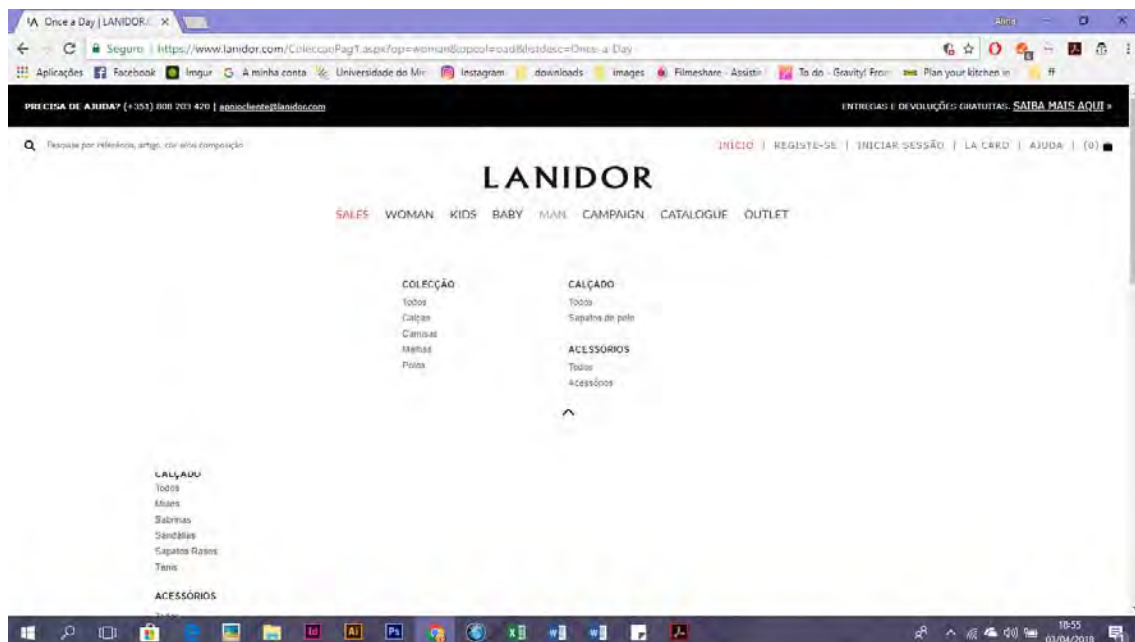
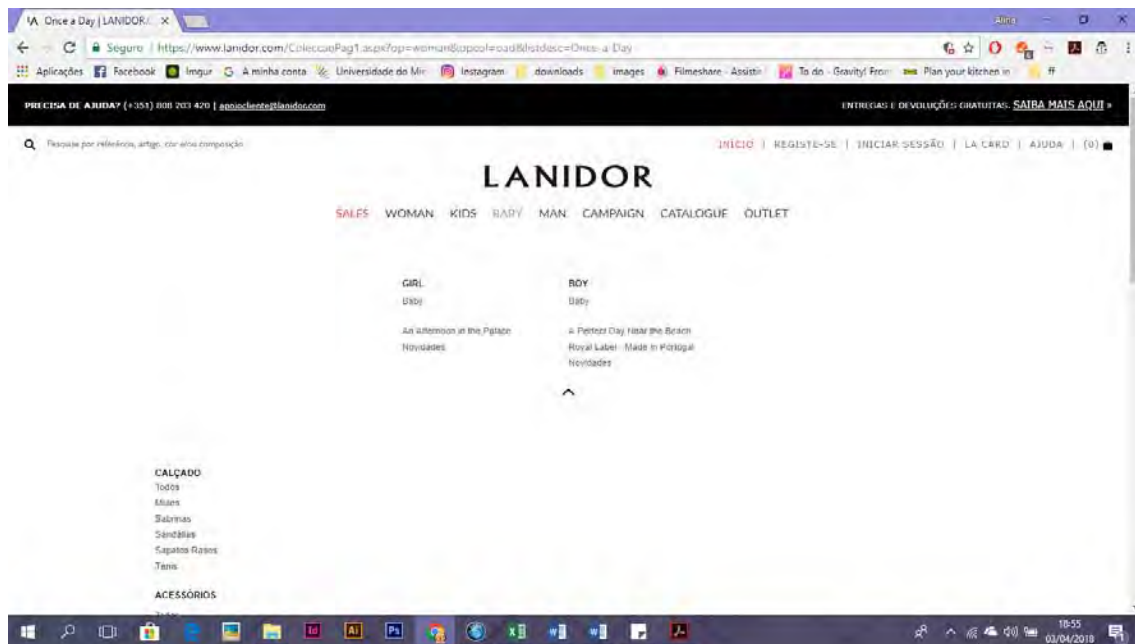
LANIDOR

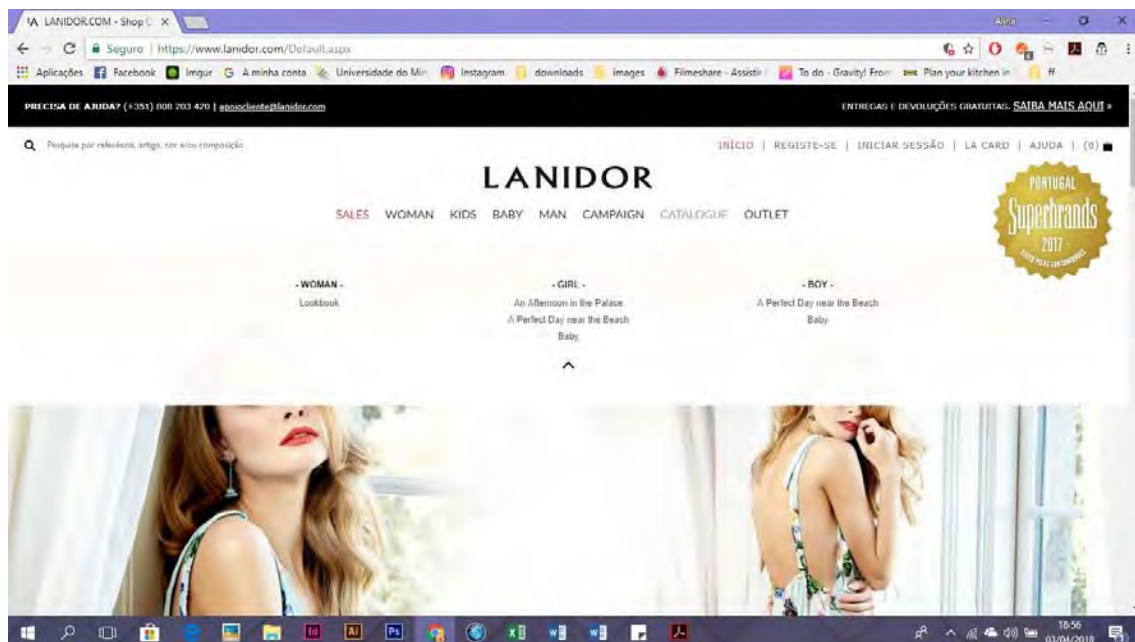
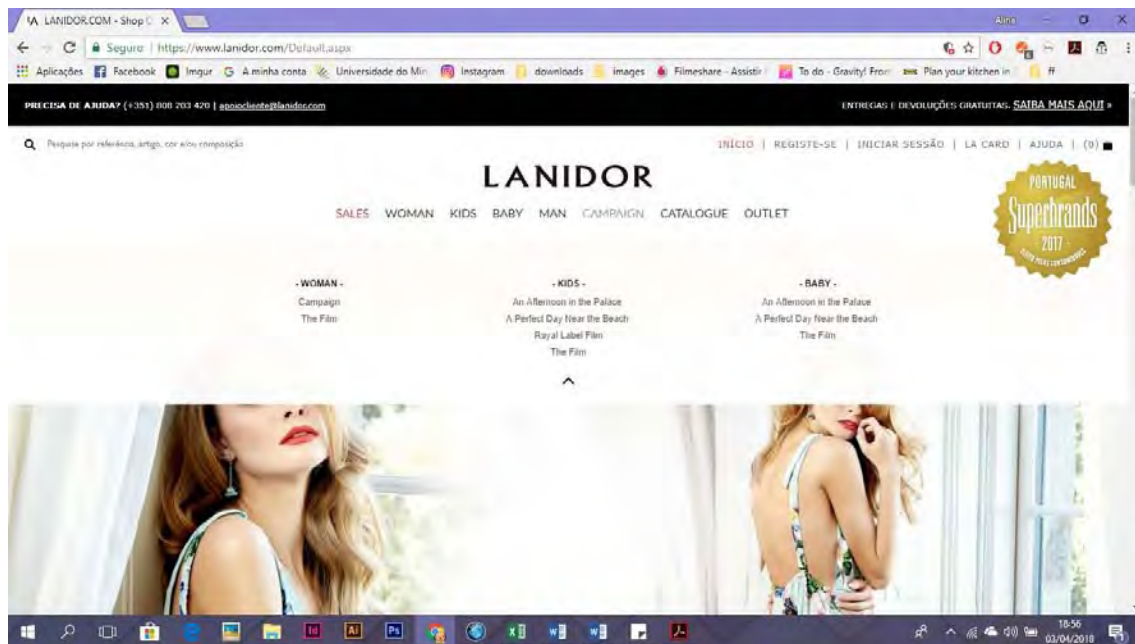
1- Página Inicial

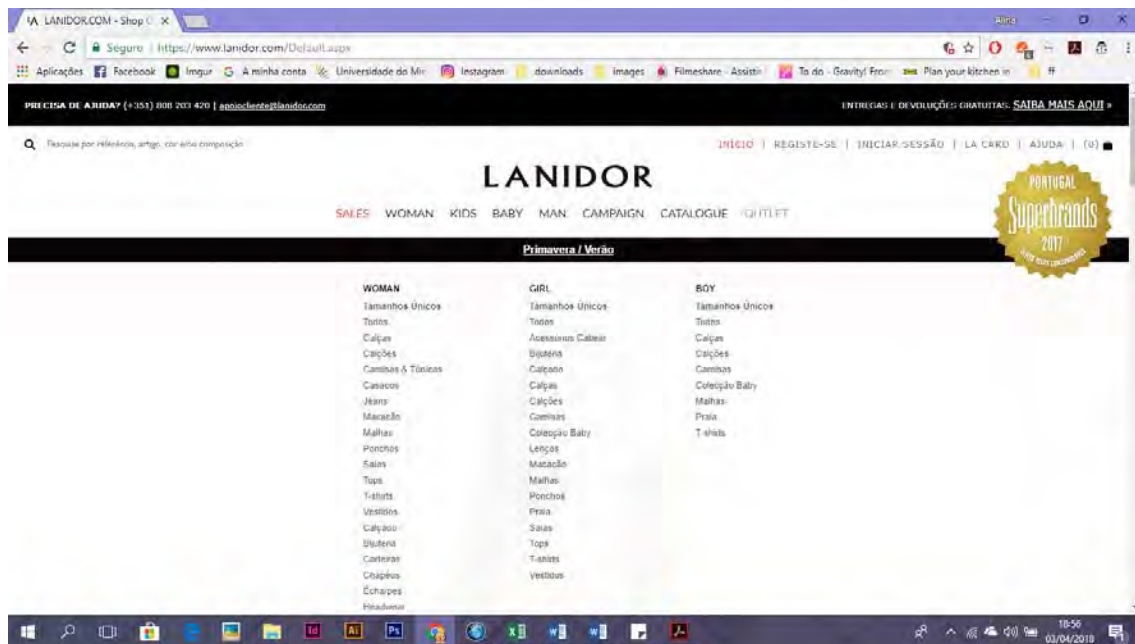
1.1- Barra de menu



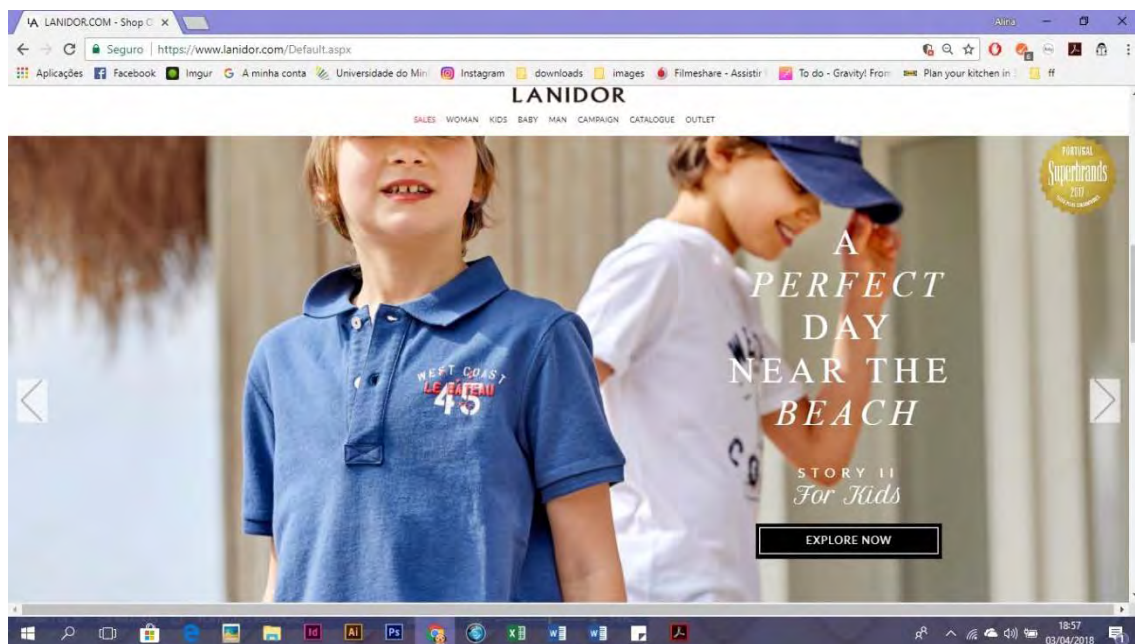


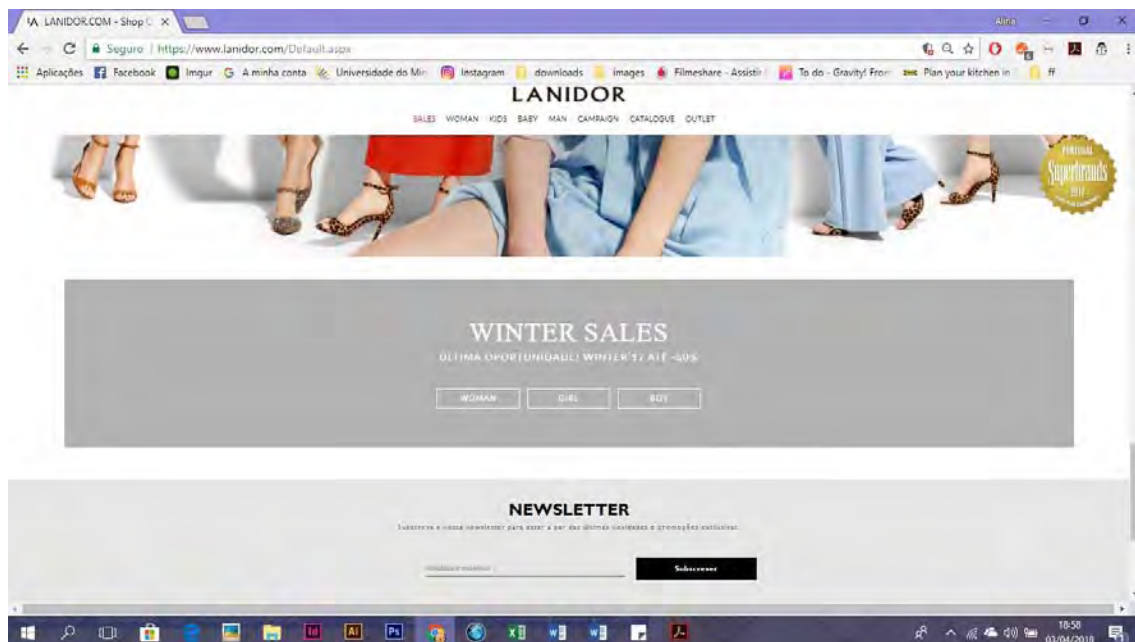
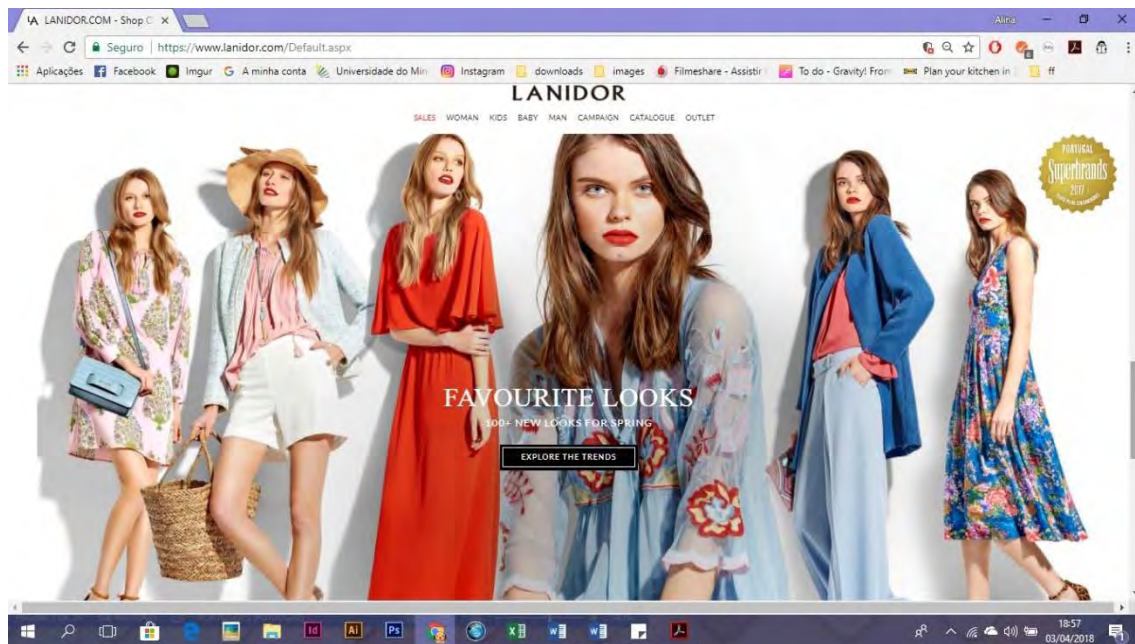




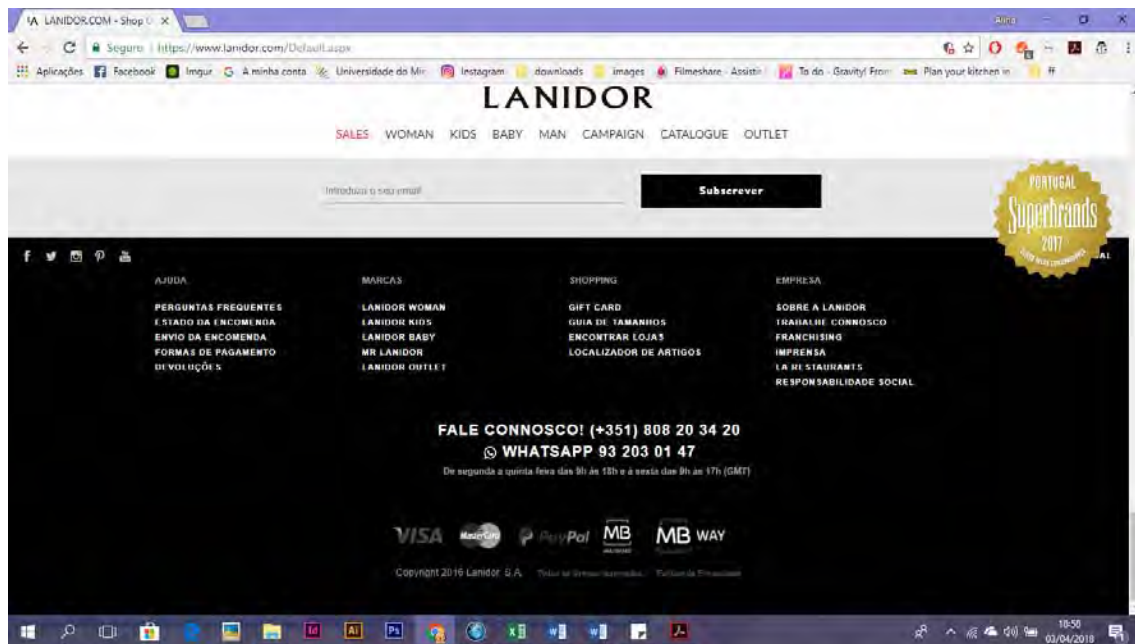


1.2- Corpo

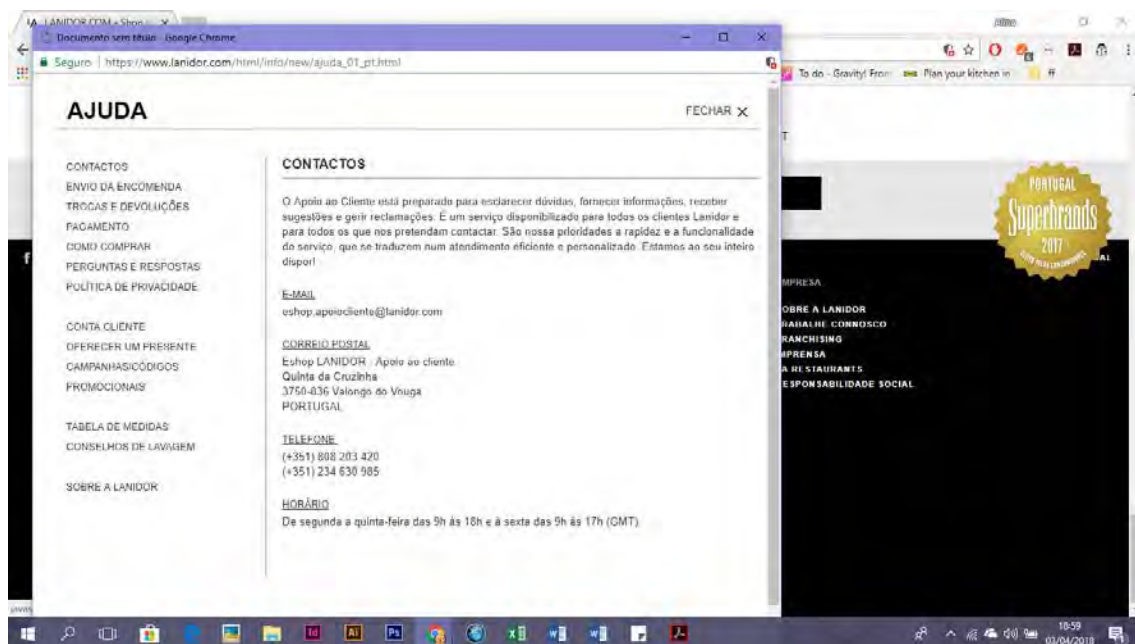




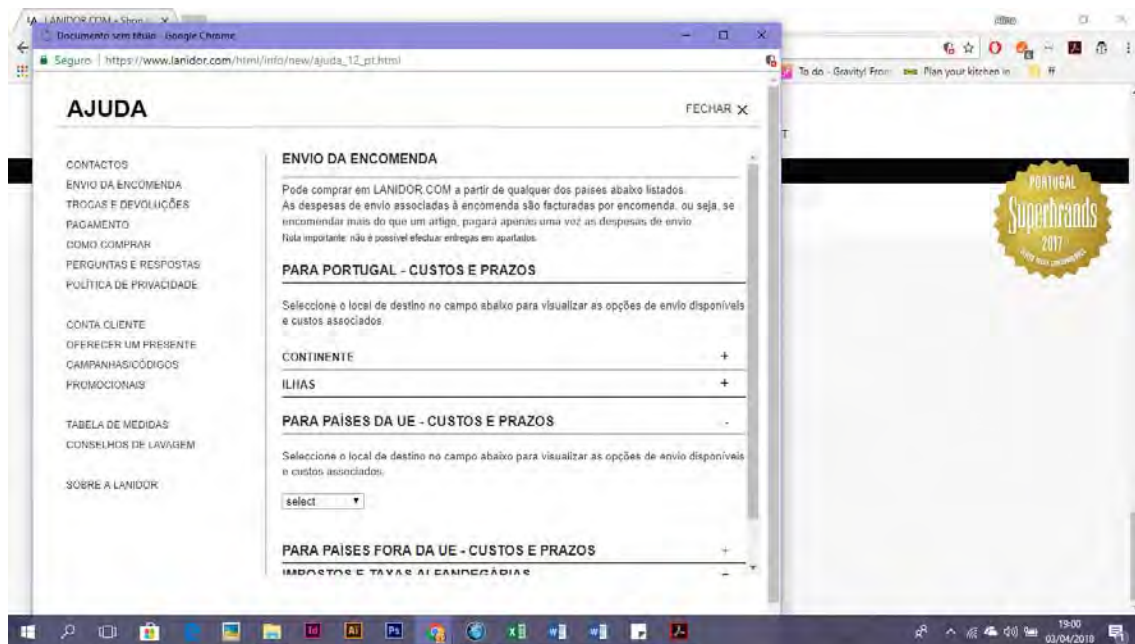
1.3- Barra Final



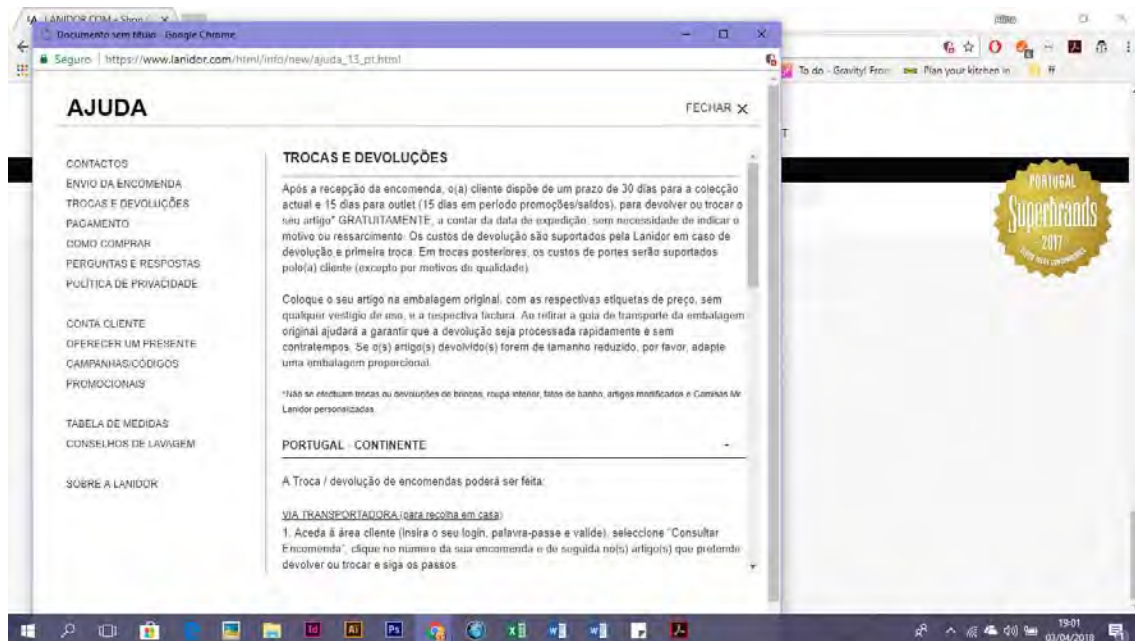
1.3.1- Contactos



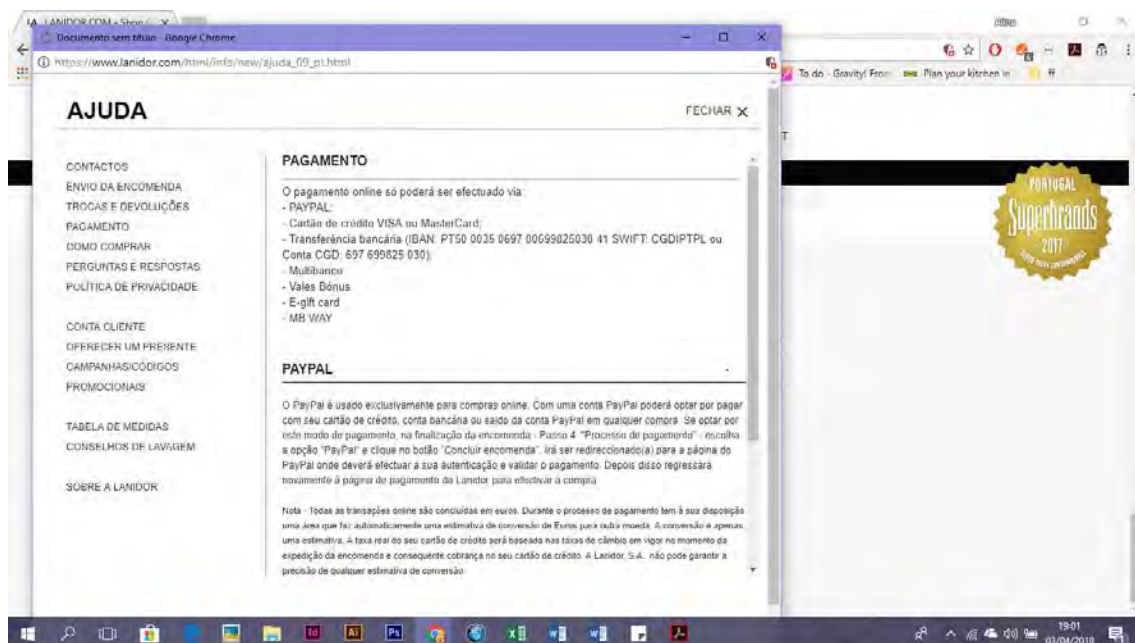
1.3.2- Envio da Encomenda



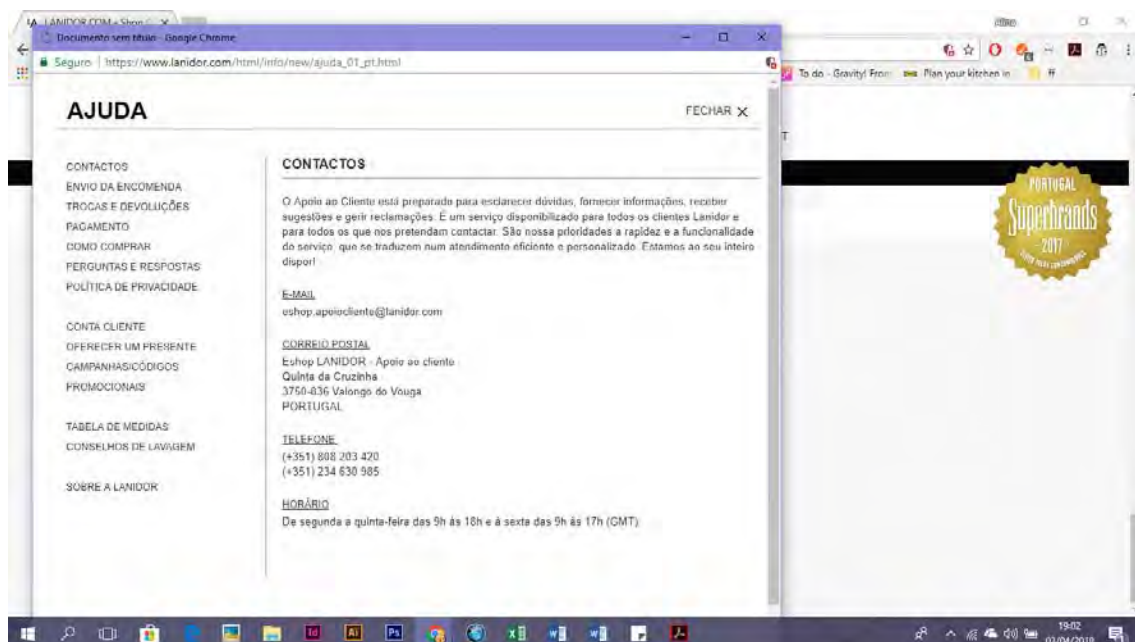
1.3.3- Trocas e Devoluções



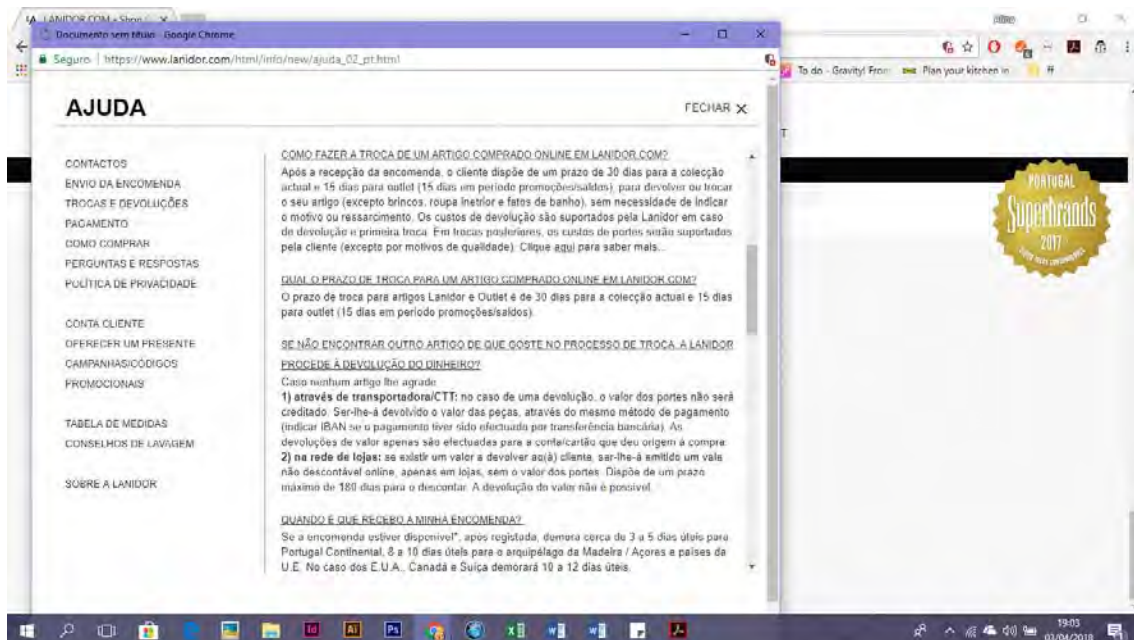
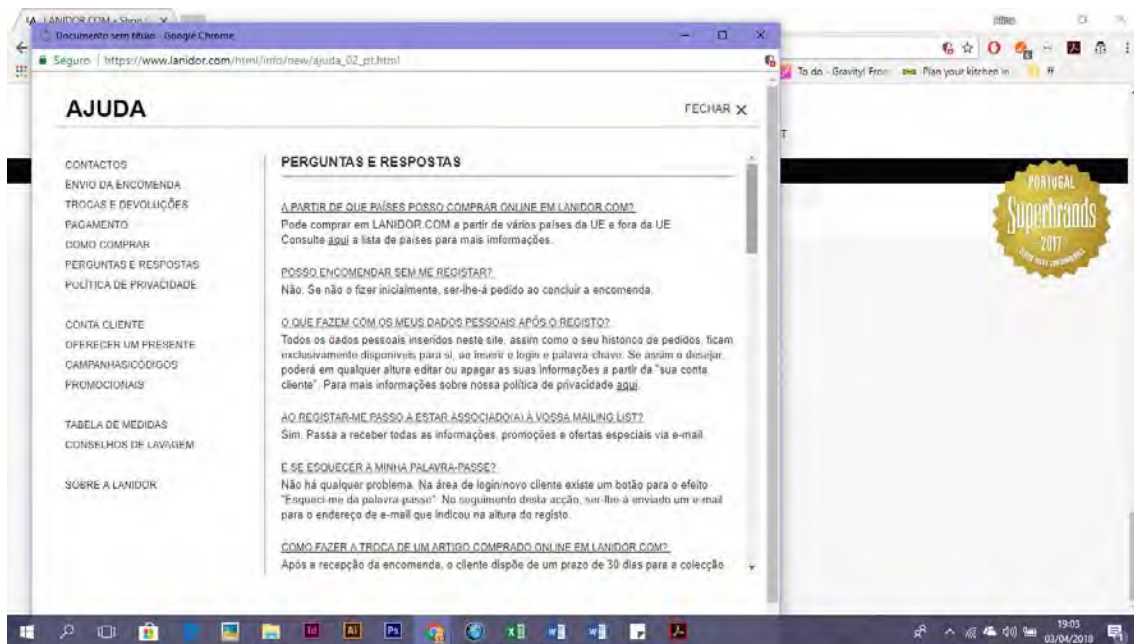
1.3.4- Pagamento

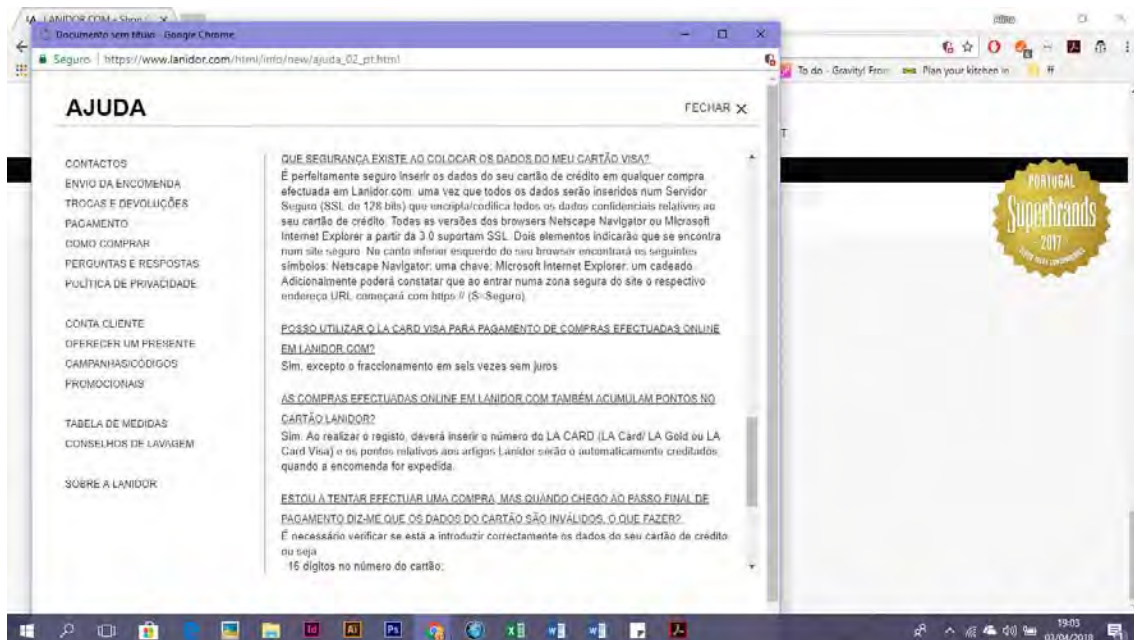
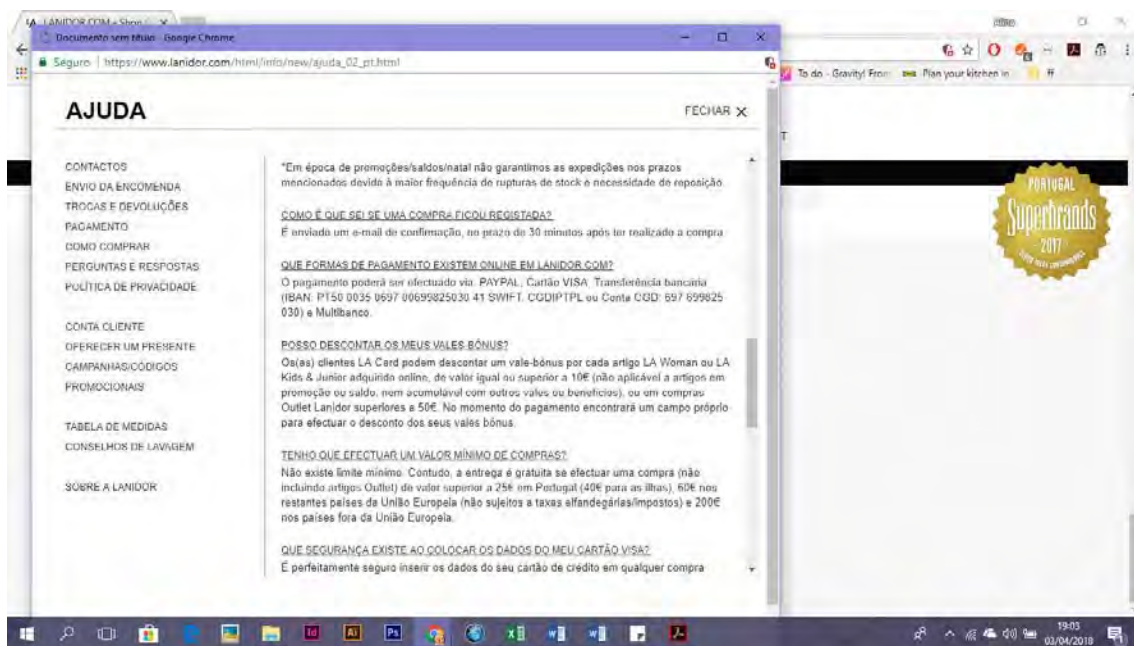


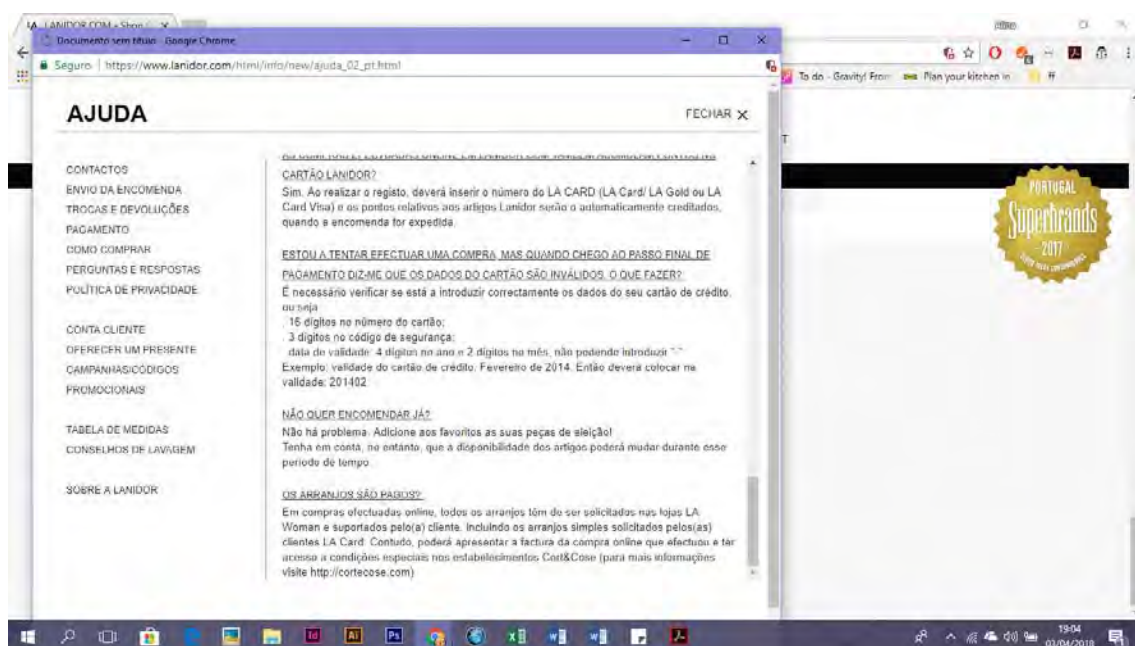
1.3.5- Como Comprar



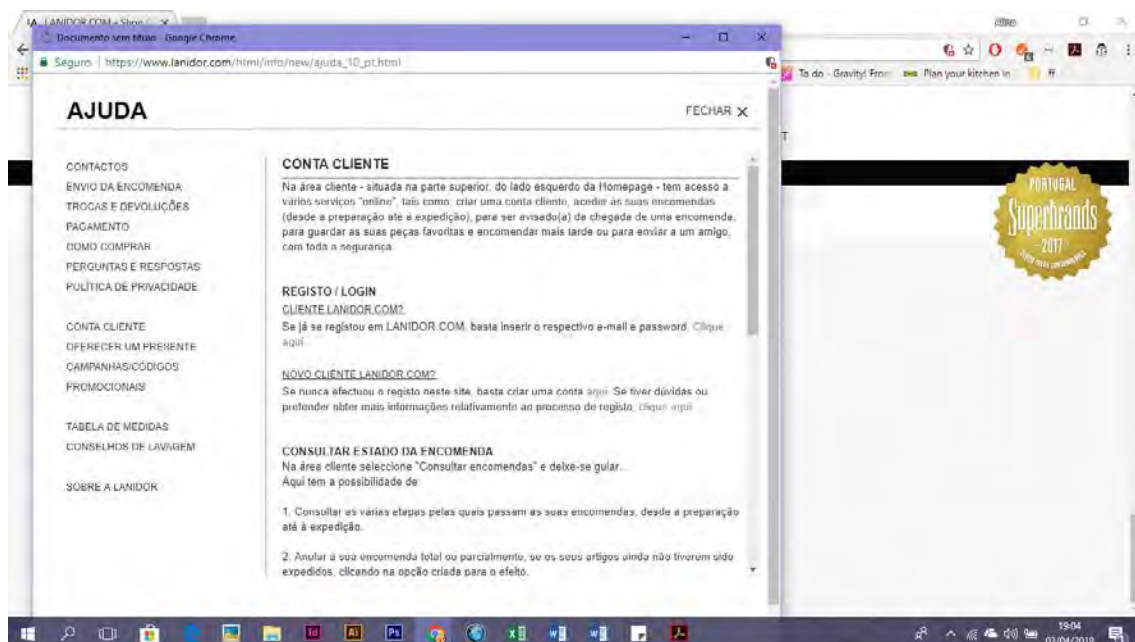
1.3.6- Perguntas e Respostas



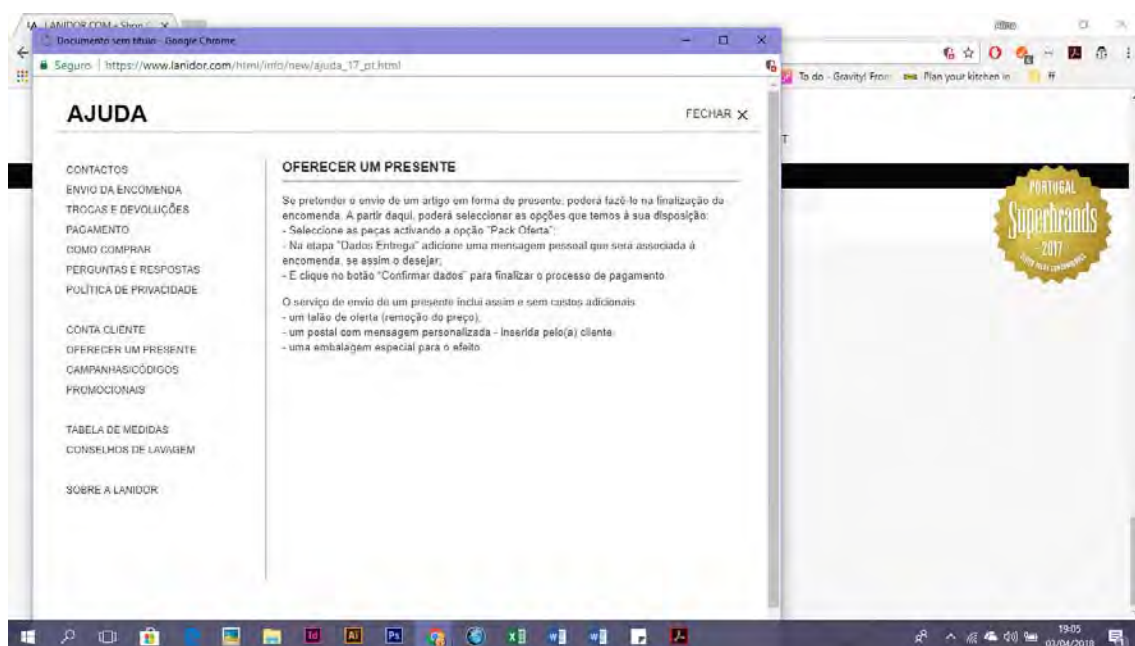




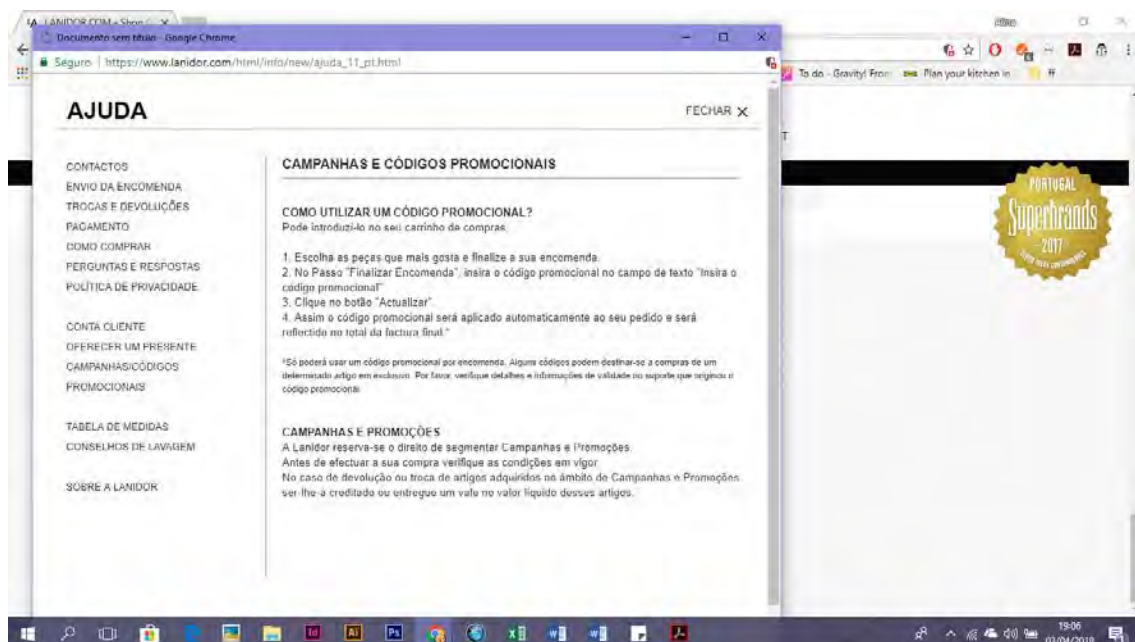
1.3.7- Conta Cliente



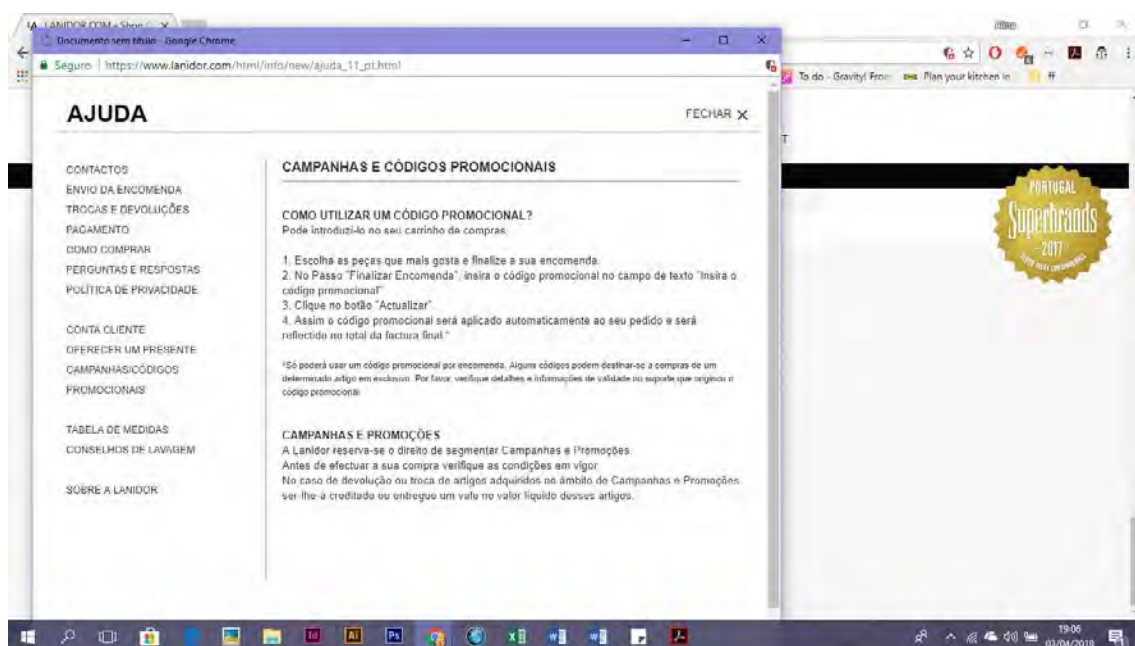
1.3.8- Oferecer um Presente



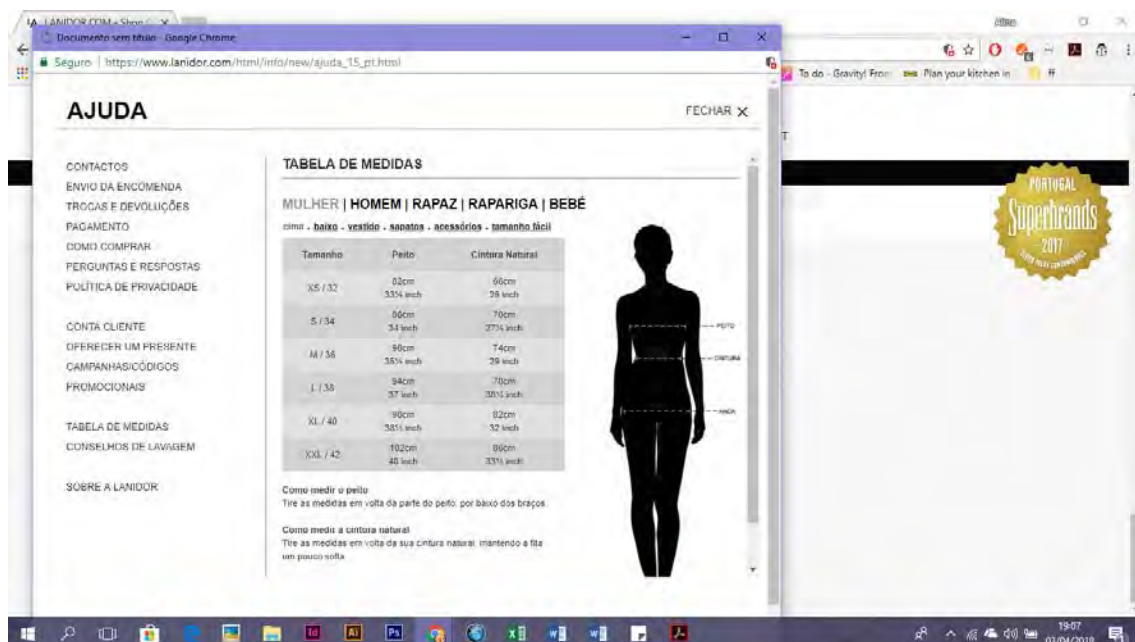
1.3.9- Campanhas/ códigos



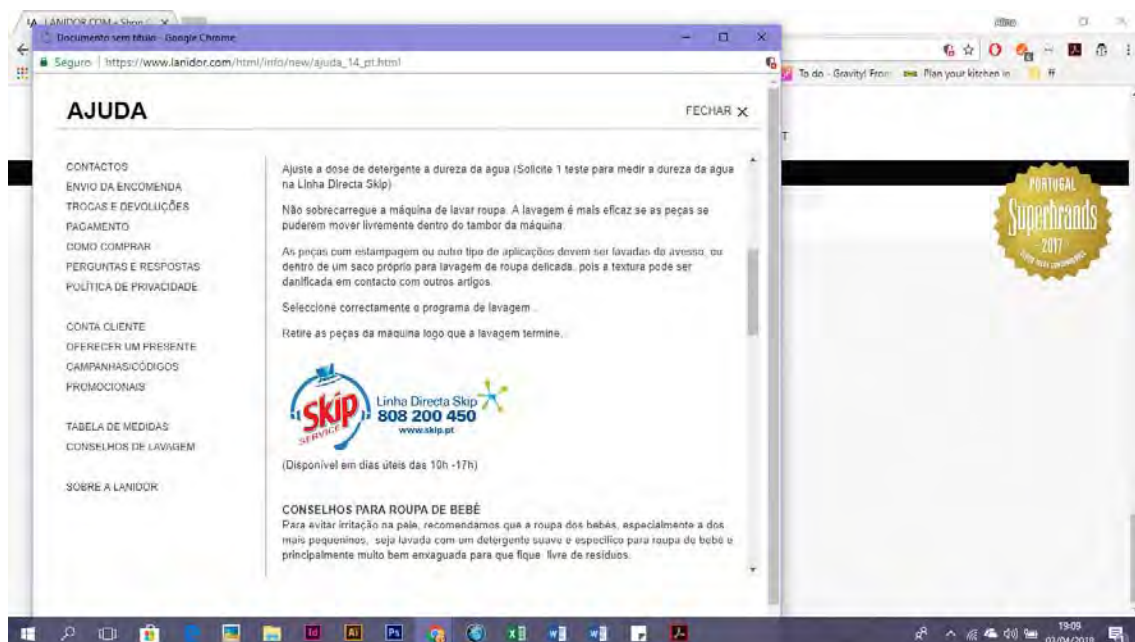
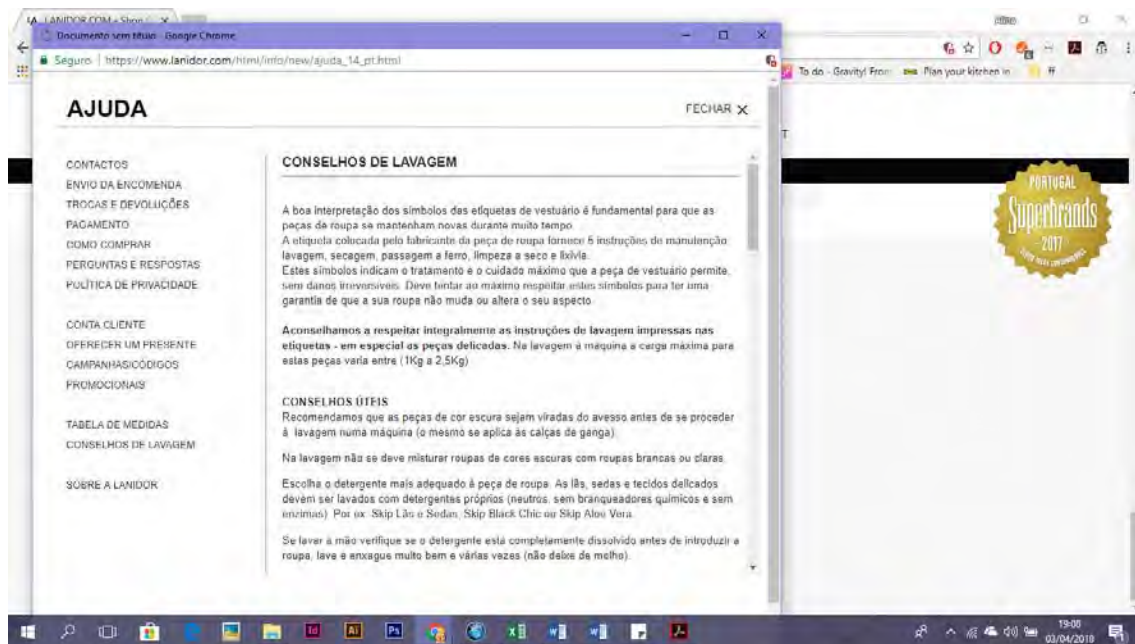
1.3.10- Promocionais

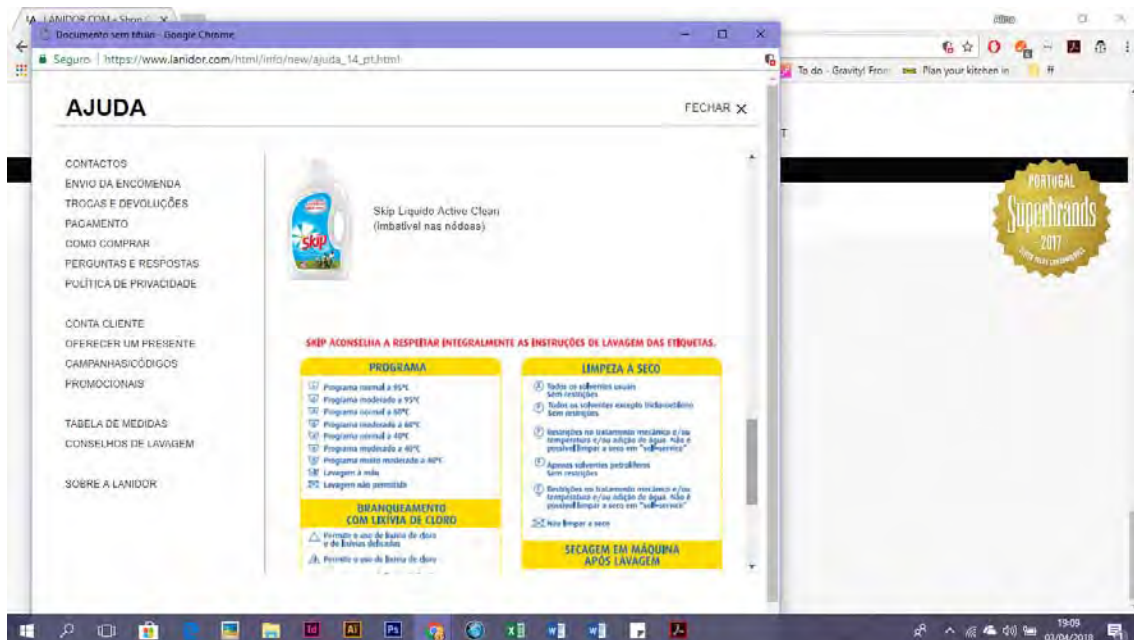
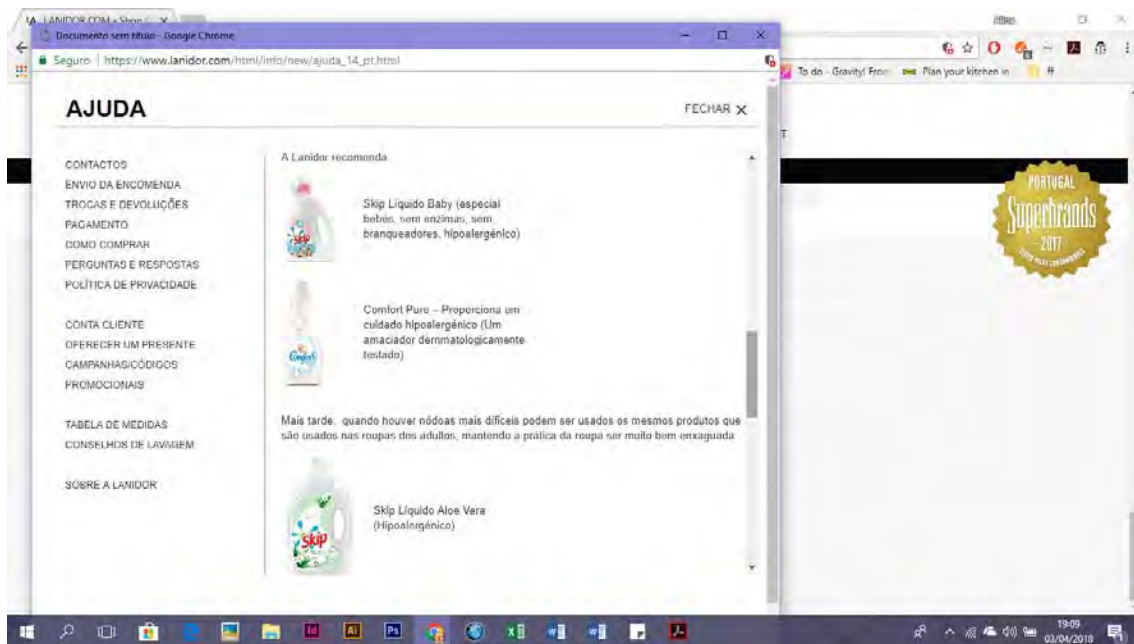


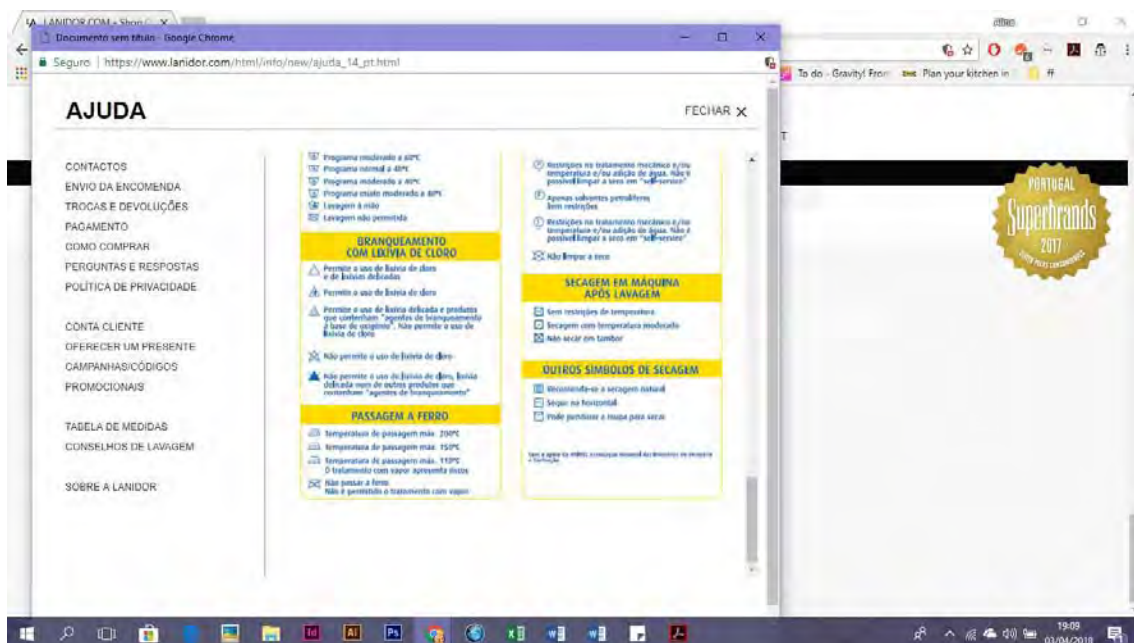
1.3.11- Tabela de Medidas



1.3.12- Concelhos de Lavagem







CONSELHOS DE LAVAGEM

A boa interpretação dos símbolos das etiquetas de vestuário é fundamental para que as peças de roupa se mantenham novas durante muito tempo.

A etiqueta colocada pelo fabricante da peça de roupa fornece 5 instruções de manutenção: lavagem, secagem, passagem a ferro, limpeza a seco e lixívia.

Estes símbolos indicam o tratamento e o cuidado máximo que a peça de vestuário permite, sem danos irreversíveis. Deve tentar ao máximo respeitar estes símbolos para ter uma garantia de que a sua roupa não muda ou altera o seu aspecto.

Aconselhamos a respeitar integralmente as instruções de lavagem impressas nas etiquetas - em especial as peças delicadas. Na lavagem à máquina a carga máxima para estas peças varia entre (1Kg a 2,5Kg)

CONSELHOS ÚTEIS

Recomendamos que as peças de cor escura sejam viradas do avesso antes de se proceder à lavagem numa máquina (o mesmo se aplica às calças de ganga).

Na lavagem não se deve misturar roupas de cores escuras com roupas brancas ou claras.

Escolha o detergente mais adequado à peça de roupa. As lãs, sedas e tecidos delicados devem ser lavados com detergentes próprios (neutros, sem branqueadores químicos e sem enzimas) Por ex: Skip Lãs e Sedas, Skip Black Chic ou Skip Aloe Vera.

Se lavar à mão verifique se o detergente está completamente dissolvido antes de introduzir a roupa, lave e enxague muito bem e várias vezes (não deixe de molho).

Ajuste a dose de detergente à dureza da água (Solicite 1 teste para medir a dureza da água na Linha Directa Skip)

Não sobrecarregue a máquina de lavar roupa. A lavagem é mais eficaz se as peças se puderem mover livremente dentro do tambor da máquina.

As peças com estampagem ou outro tipo de aplicações devem ser lavadas do avesso, ou dentro de um saco próprio para lavagem de roupa delicada, pois a textura pode ser danificada em contacto com outros artigos.

Selecione correctamente o programa de lavagem .

Retire as peças da máquina logo que a lavagem termine.

(Disponível em dias úteis das 10h -17h)

CONSELHOS PARA ROUPA DE BEBÉ

Para evitar irritação na pele, recomendamos que a roupa dos bebés, especialmente a dos mais pequeninos, seja lavada com um detergente suave e específico para roupa de bebé e principalmente muito bem enxaguada para que fique livre de resíduos.

A Lanidor recomenda:

Skip Líquido Baby (especial bebés, sem enzimas, sem branqueadores, hipoalergénico)

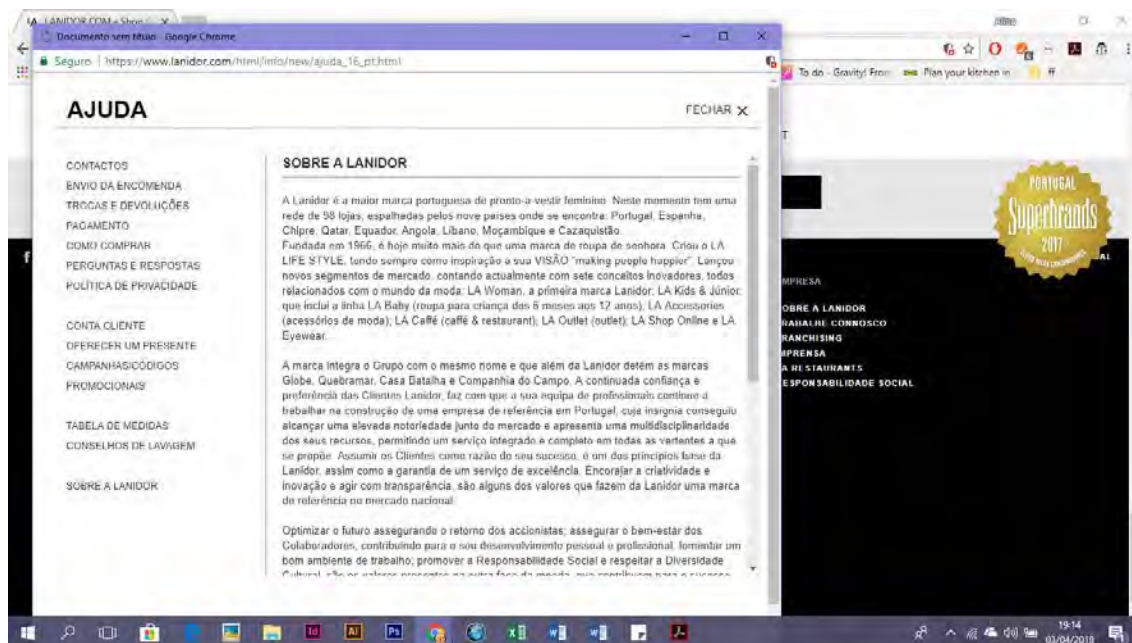
Comfort Pure – Proporciona um cuidado hipoalergénico (Um amaciador dermatologicamente testado)

Mais tarde, quando houver nódoas mais difíceis podem ser usados os mesmos produtos que são usados nas roupas dos adultos, mantendo a prática da roupa ser muito bem enxaguada.

Skip Líquido Aloe Vera (Hipoalergénico)

Skip Líquido Active Clean (imbável nas nódoas)

1.3.13- Sobre a Lanidor



A Lanidor é a maior marca portuguesa de pronto-a-vestir feminino. Neste momento tem uma rede de 98 lojas, espalhadas pelos nove países onde se encontra: Portugal, Espanha, Chipre, Qatar, Equador, Angola, Líbano, Moçambique e Cazaquistão.

Fundada em 1966, é hoje muito mais do que uma marca de roupa de senhora. Criou o LA LIFE STYLE, tendo sempre como inspiração a sua VISÃO "making people happier". Lançou novos segmentos de mercado, contando actualmente com sete conceitos inovadores, todos relacionados com o mundo da moda: LA Woman, a primeira marca Lanidor; LA Kids & Júnior, que inclui a linha LA Baby (roupa para criança dos 6 meses aos 12 anos); LA Accessories (acessórios de moda); LA Caffé (caffé & restaurant); LA Outlet (outlet); LA Shop Online e LA Eyewear.

A marca integra o Grupo com o mesmo nome e que além da Lanidor detém as marcas Globe, Quebramar, Casa Batalha e Companhia do Campo. A continuada confiança e preferência das Clientes Lanidor, faz com que a sua equipa de profissionais continue a trabalhar na construção de uma empresa de referência em Portugal, cuja insígnia conseguiu alcançar uma elevada notoriedade junto do mercado e apresenta uma multidisciplinaridade dos seus recursos, permitindo um serviço integrado e completo em todas as vertentes a que se propõe. Assumir os Clientes como razão do seu sucesso, é um dos princípios base da Lanidor, assim como a garantia de um serviço de excelência. Encorajar a criatividade e inovação e agir com transparência, são alguns dos valores que fazem da Lanidor uma marca de referência no mercado nacional.

Optimizar o futuro assegurando o retorno dos accionistas; assegurar o bem-estar dos Colaboradores, contribuindo para o seu desenvolvimento pessoal e profissional; fomentar um bom ambiente de trabalho; promover a Responsabilidade Social e respeitar a Diversidade Cultural, são os valores presentes na outra face da moeda, que contribuem para o sucesso da marca Lanidor junto de todos aqueles que a têm acompanhado ao longo de todos estes anos.

INOVAÇÃO E COMUNICAÇÃO

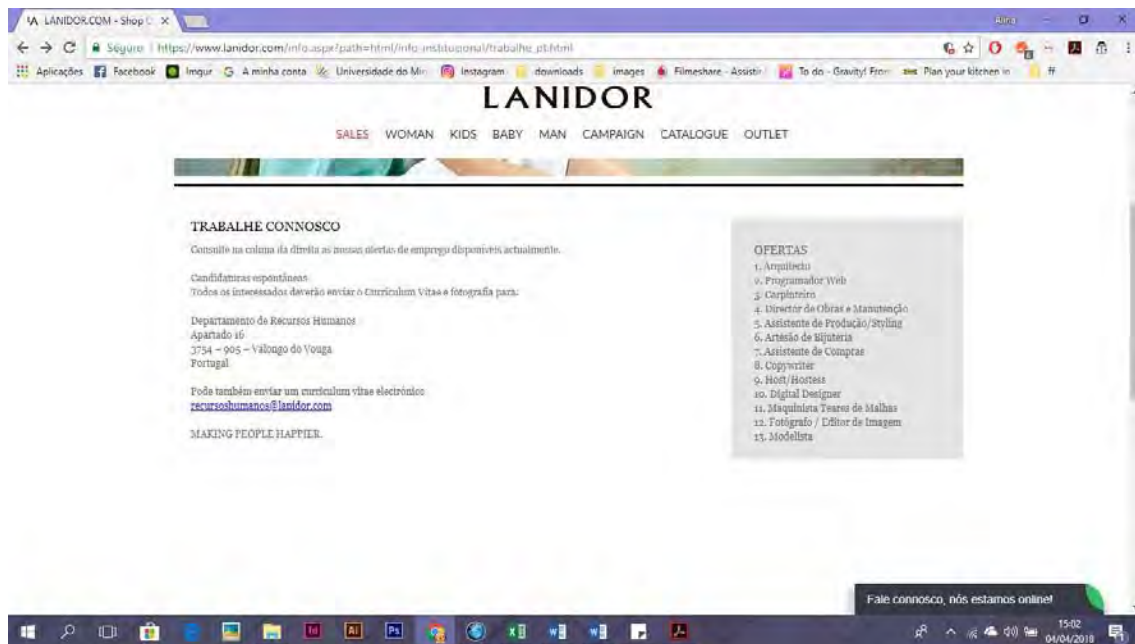
Desde a sua criação em 1966, que a marca Lanidor tem vindo a dinamizar o mercado Português de pronto-a-vestir, nomeadamente através do lançamento de conceitos inovadores. A Lanidor tem vindo a apostar na actualização da sua rede de lojas: novos espaços, inovadores projectos de arquitectura e inúmeras remodelações com significativa ampliação da área de loja. Exemplo disso é a abertura de uma Lanidor Flagship Store na rua Braamcamp, em Lisboa.

Lanidor é a marca da única cadeia portuguesa de pronto-a-vestir feminino que oferece a Portugal uma rede de lojas com experiência e capacidade para comunicar directamente com um target feminino, através das suas cerca de 80 lojas, espalhadas pelo país.

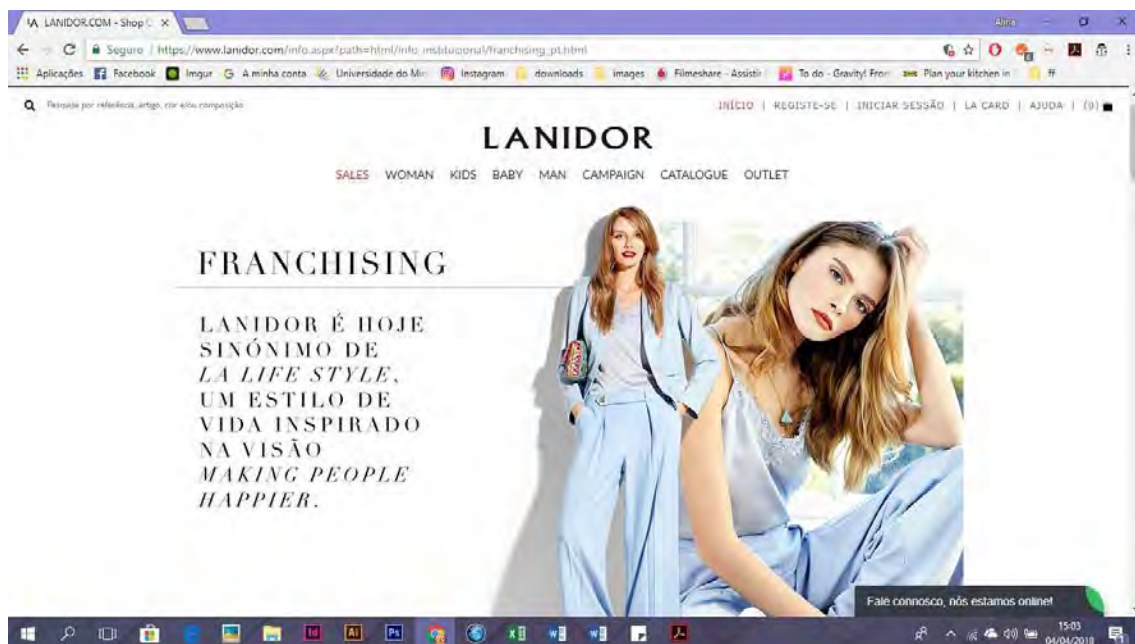
VANTAGENS COMPETITIVAS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

A Lanidor pretende ser mais do que uma simples loja de roupa. Actualmente Lanidor é sinónimo de "LA Life Style", conceito representativo da Visão da marca que assenta na vontade de tornar as pessoas mais felizes. Este conceito está presente em todas as vertentes da marca. Paralelamente à forte aposta no desenvolvimento de novos conceitos, a Lanidor continua a ter como objectivo tornar-se uma marca global de referência internacional, mantendo Espanha como um mercado prioritário e levando mais longe o seu processo de internacionalização.

1.3.14- Trabalhe Connosco



1.3.15- Franchising



LANIDOR.COM - Shop



Seguro | https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info/instiduoconsul/franchising_pt.html

Aplicações Facebook Imguir A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in

LANIDOR

SALES WOMAN KIDS BABY MAN CAMPAIGN CATALOGUE OUTLET

Saiba aqui como pode fazer parte do nosso mundo...

A Lanidor oferece o seu sistema de franquia das marcas LA Woman e LA Kids & Junior para a União Europeia e para as principais capitais e cidades do mundo. O modelo de franquia da Lanidor proporciona um sistema abrangente que cobre todos os aspectos relativos ao marketing do produto e à gestão do mesmo. A Lanidor propõe um negócio completo em todas as suas vertentes de forma a que o parceiro franquiado se possa concentrar exclusivamente na maximização das vendas.

Fale connosco, nós estamos online!

15:03 04/04/2018



LANIDOR.COM - Shop

Seguro | https://www.lanidor.com/info.aspx?path=html/info/instiduoconsul/franchising_pt.html

Aplicações Facebook Imguir A minha conta Universidade do Minho Instagram downloads images Filmeshare - Assistir To do - Gravity! From Plan your kitchen in

LANIDOR

SALES WOMAN KIDS BABY MAN CAMPAIGN CATALOGUE OUTLET

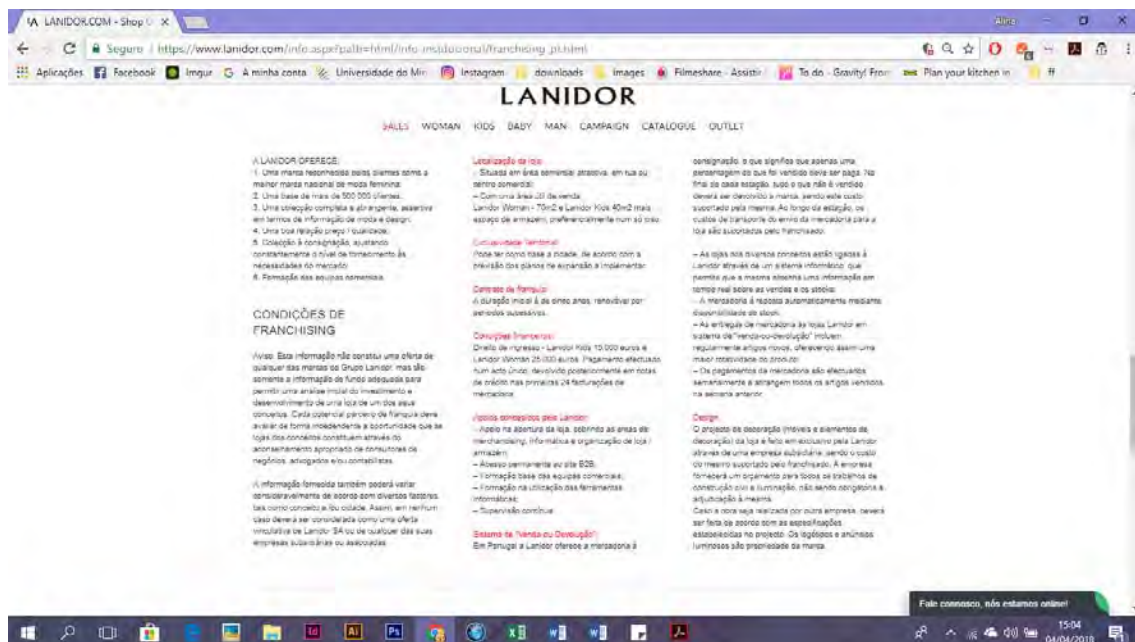
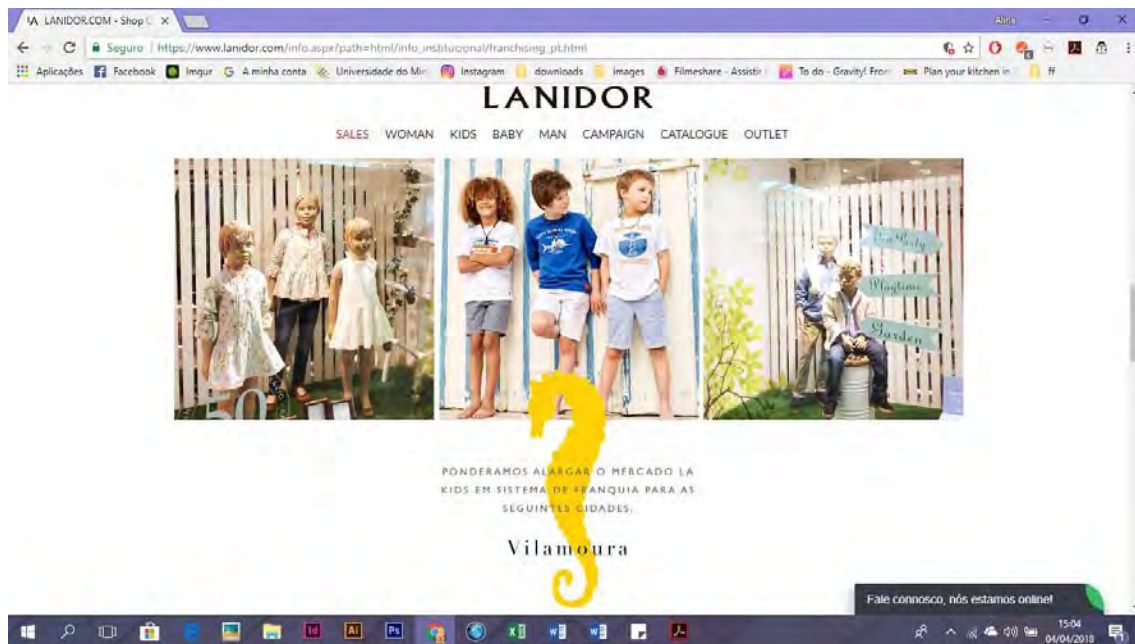
PONDERAMOS ALARGAR O MERCADO LA WOMAN EM SISTEMA DE FRANQUIA PARA AS SEGUINTE CIDADES:

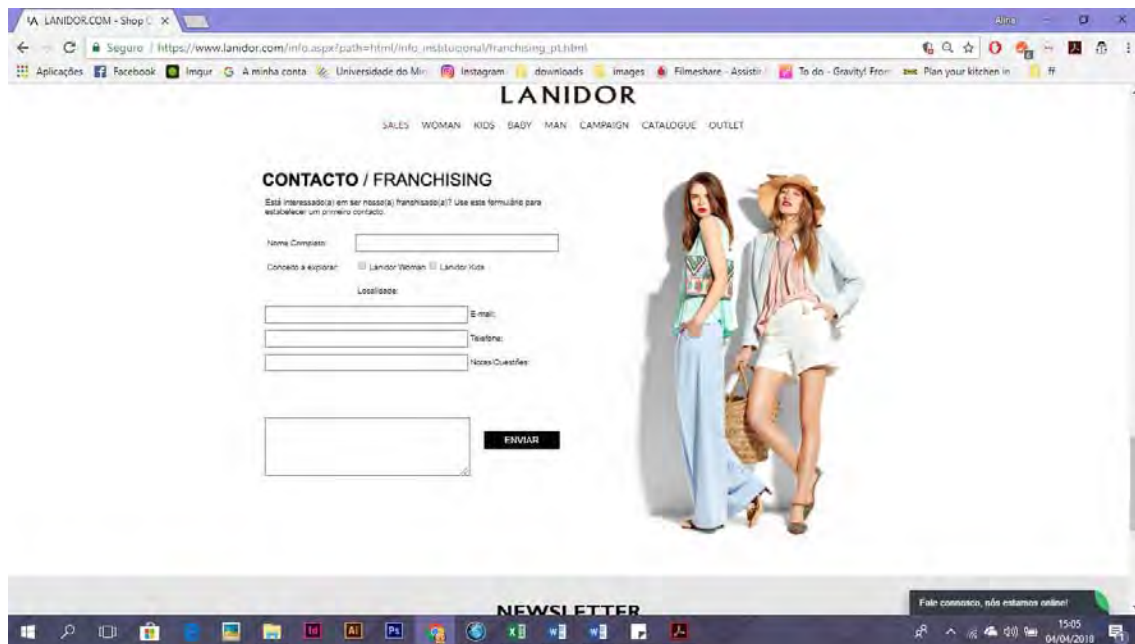
Amadora, Amarante, Barreiro, Cascais, Fafe, Guarda, Lagos, Mafra, Montegordo, Ovar, Ponte de Lima, Santa Maria da Feira e Vila Franca de Xira

♦NOVAS CIDADES♦
Monção, Valença e Trofa

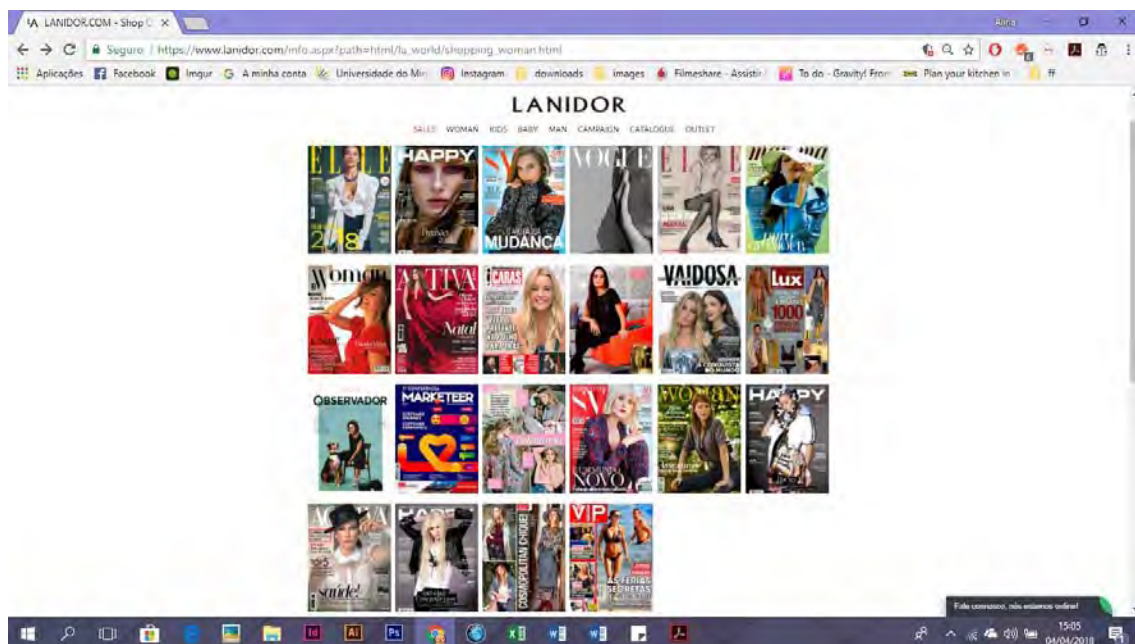
Fale connosco, nós estamos online!

15:03 04/04/2018

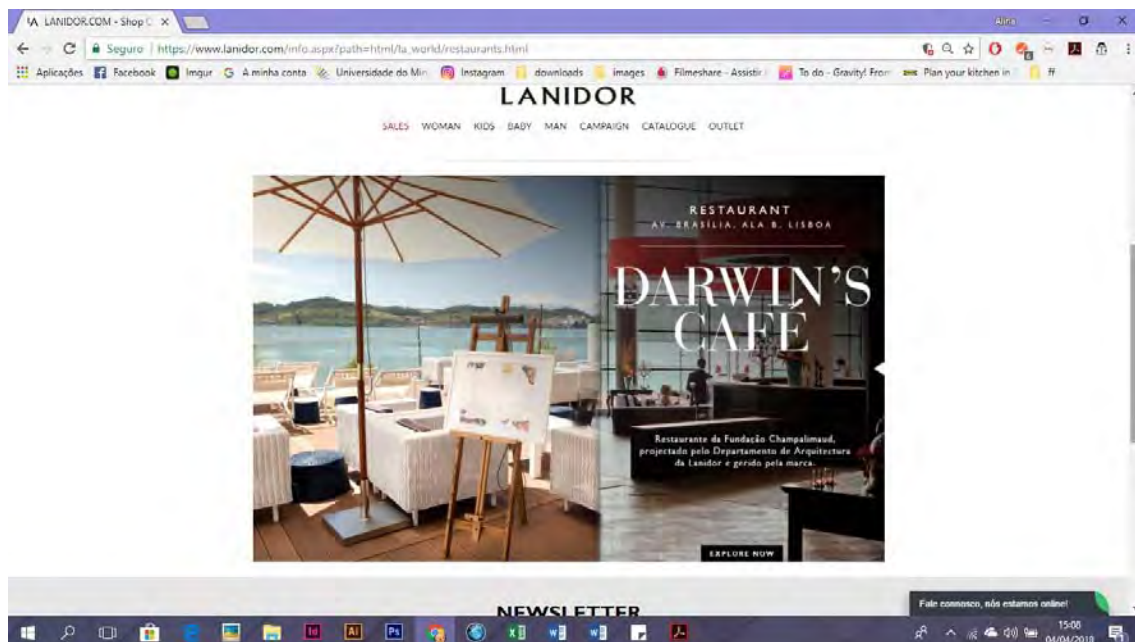
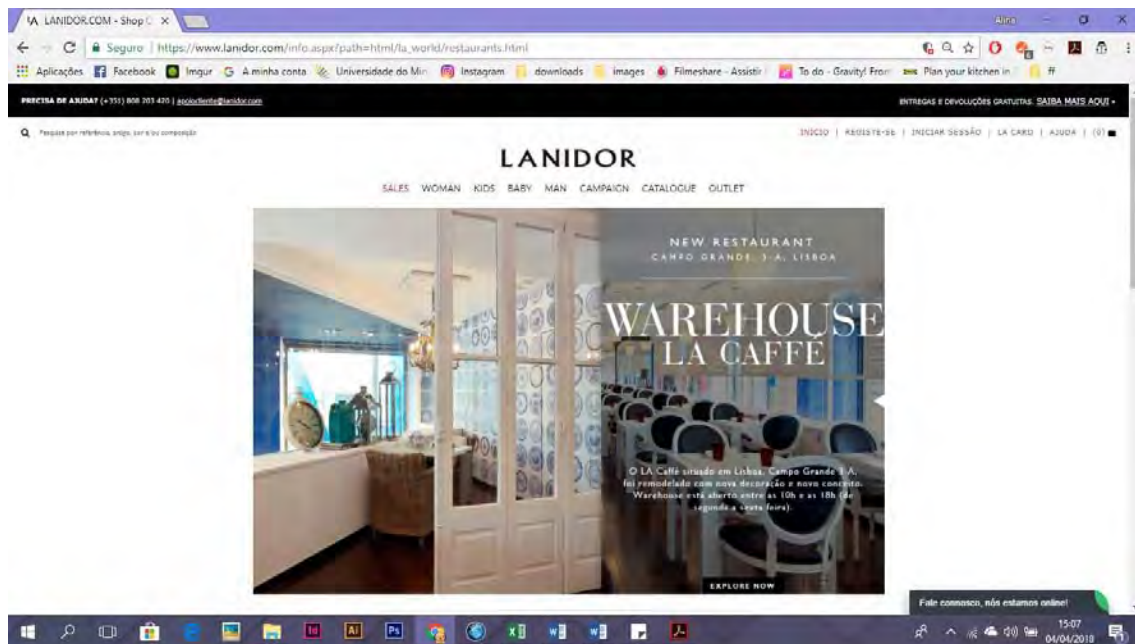




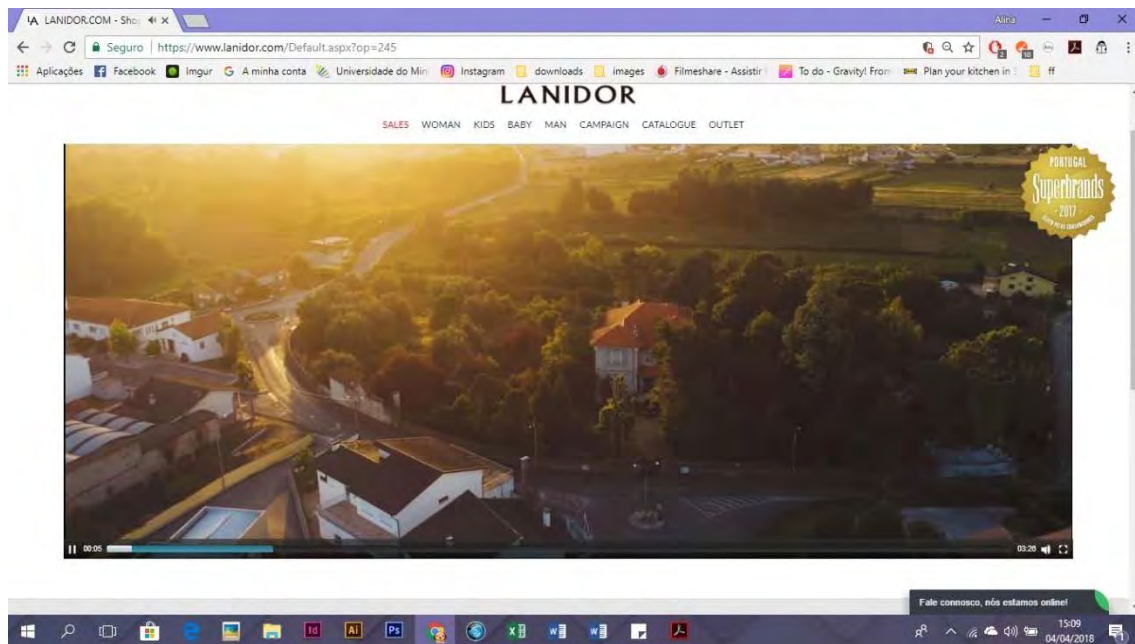
1.3.16-Imprensa



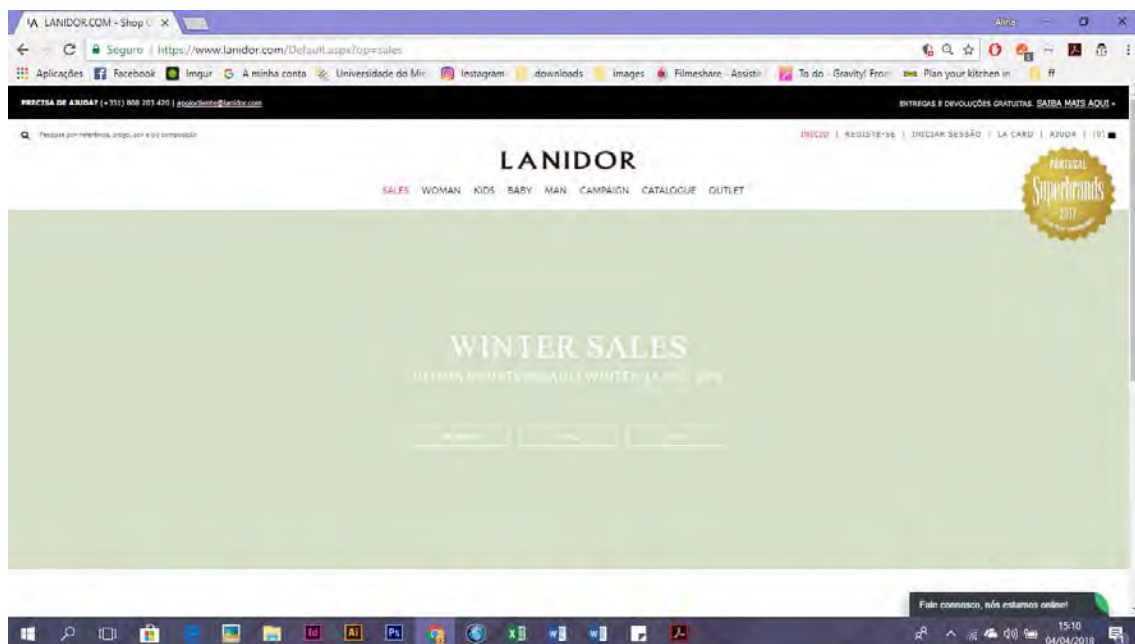
1.3.17- LA Restaurantes

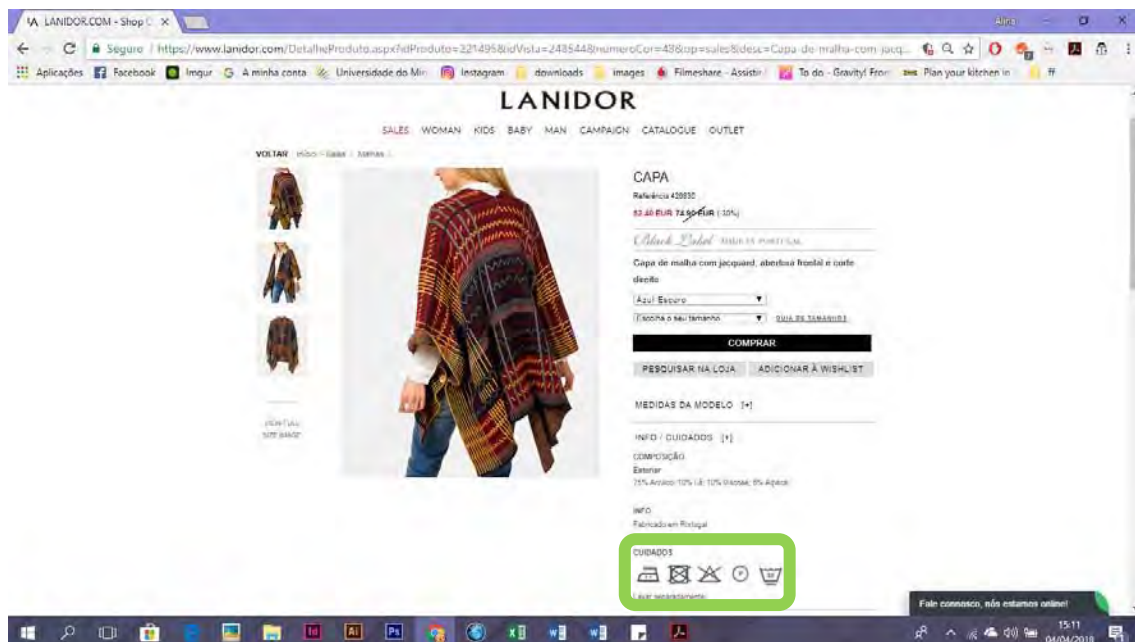
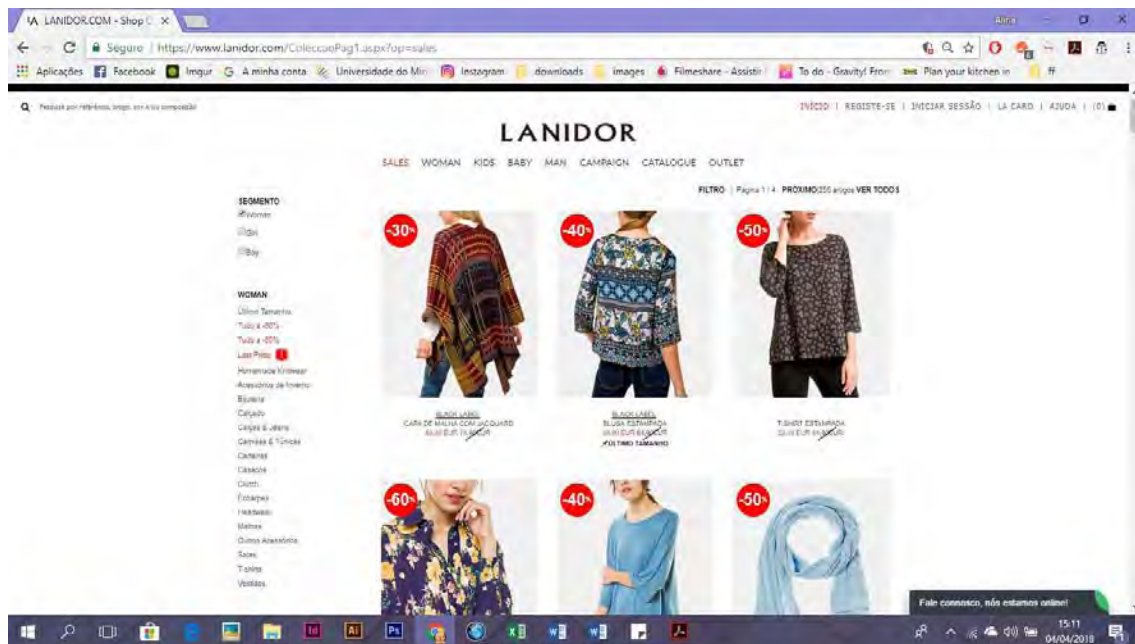


1.2.18- Responsabilidade Social

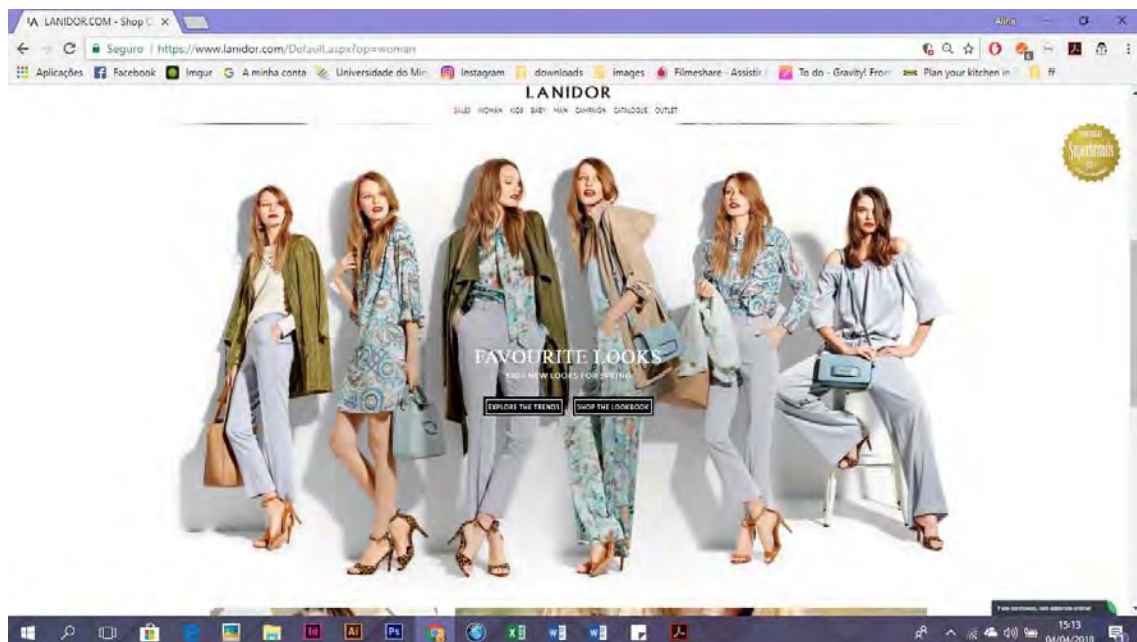
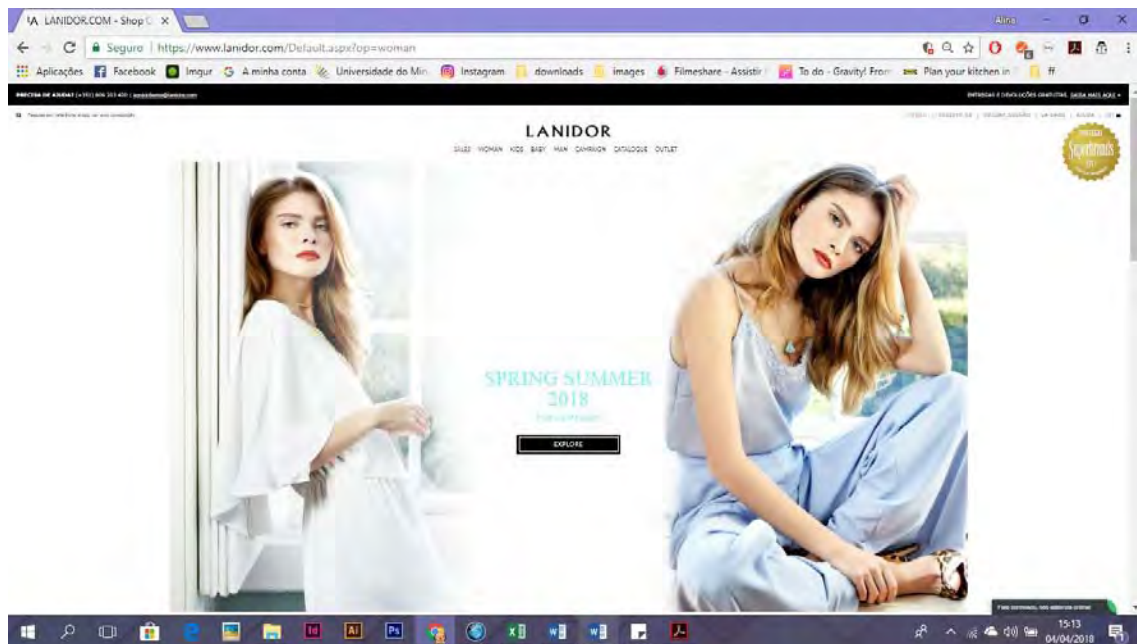


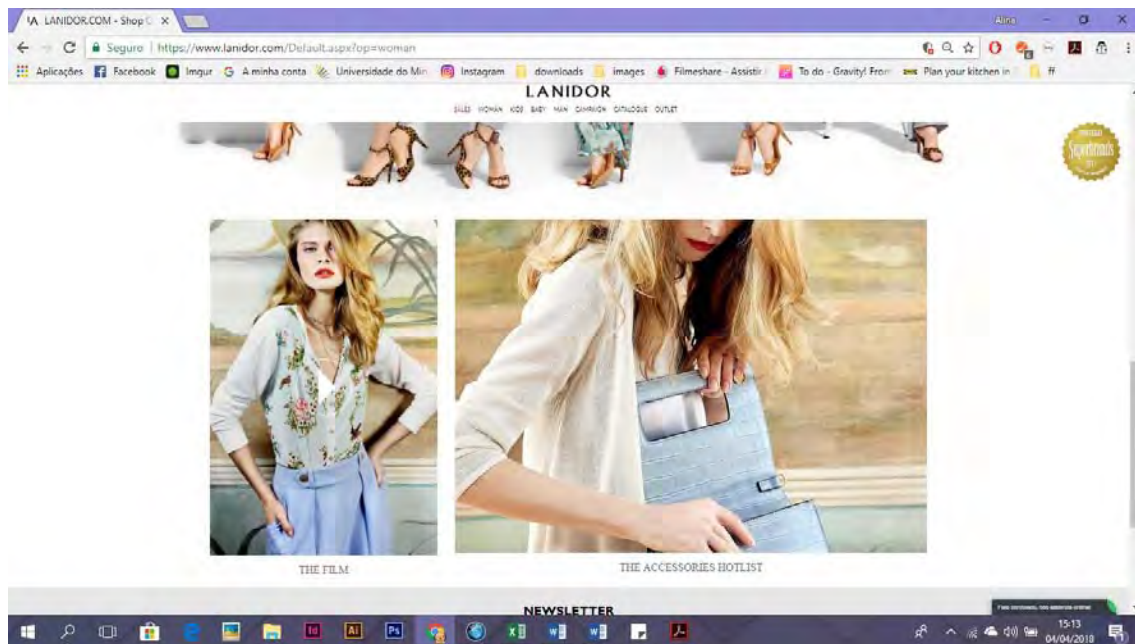
2- Sep. Sales



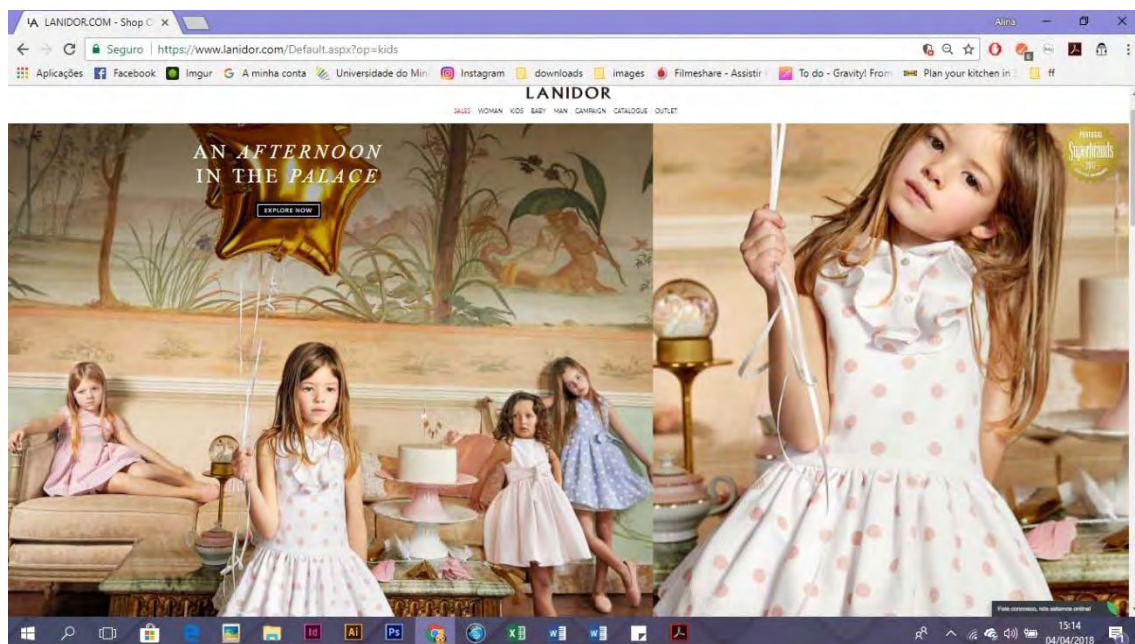


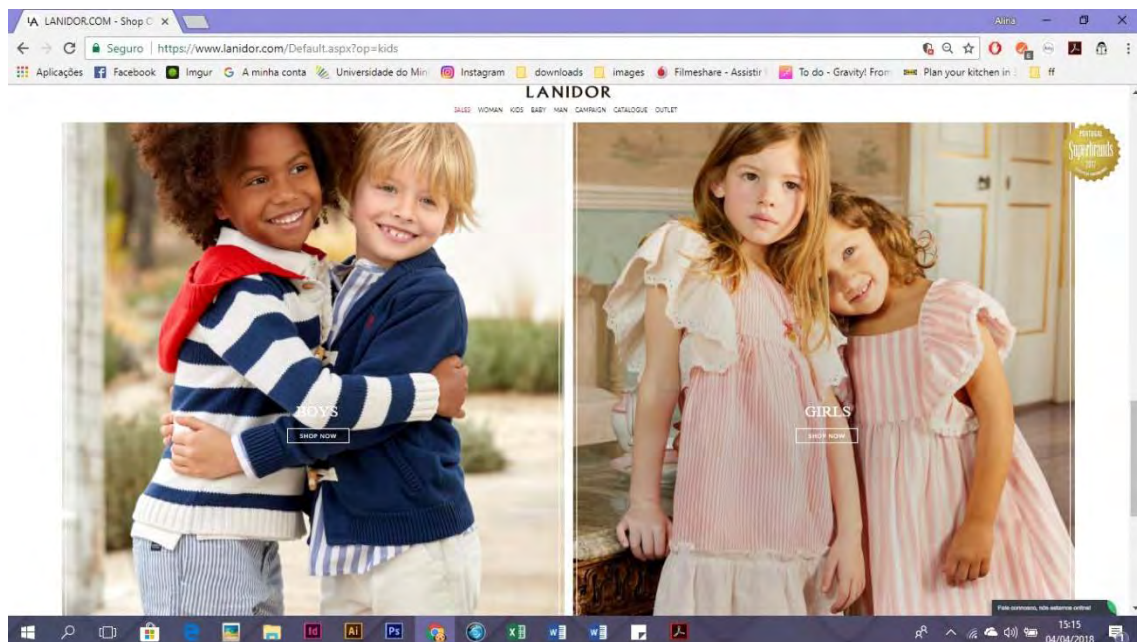
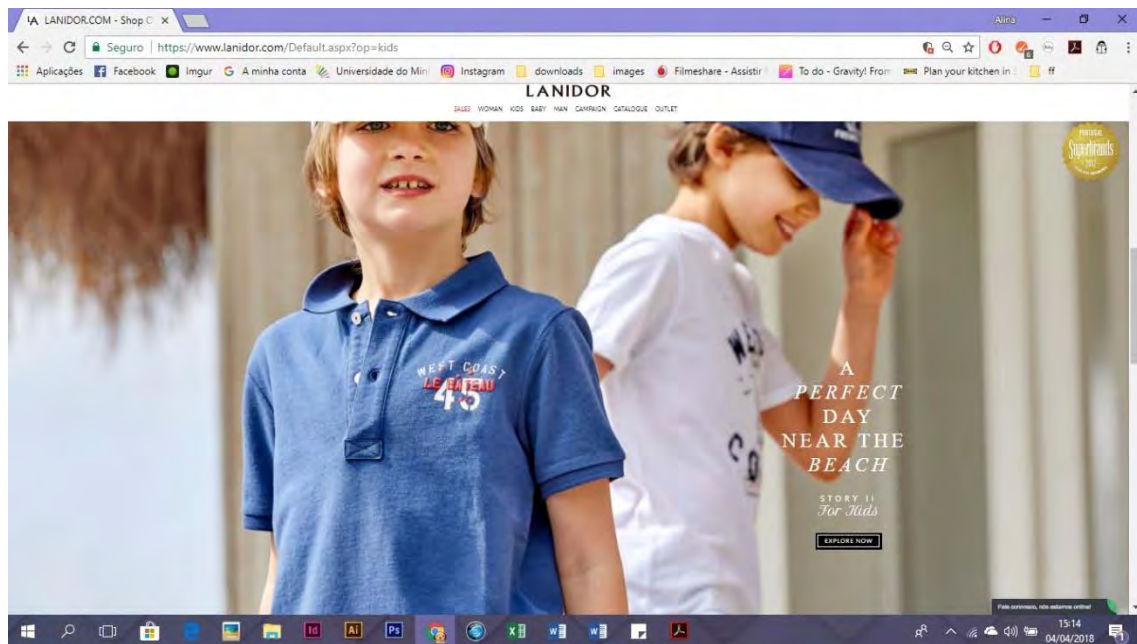
3- Sep. Woman



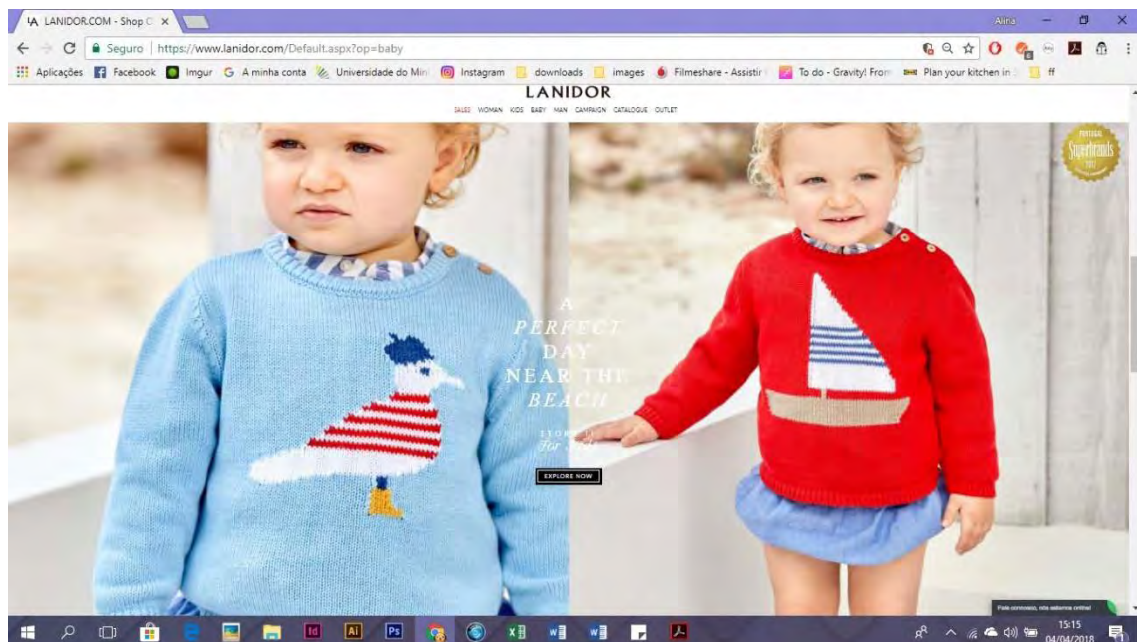
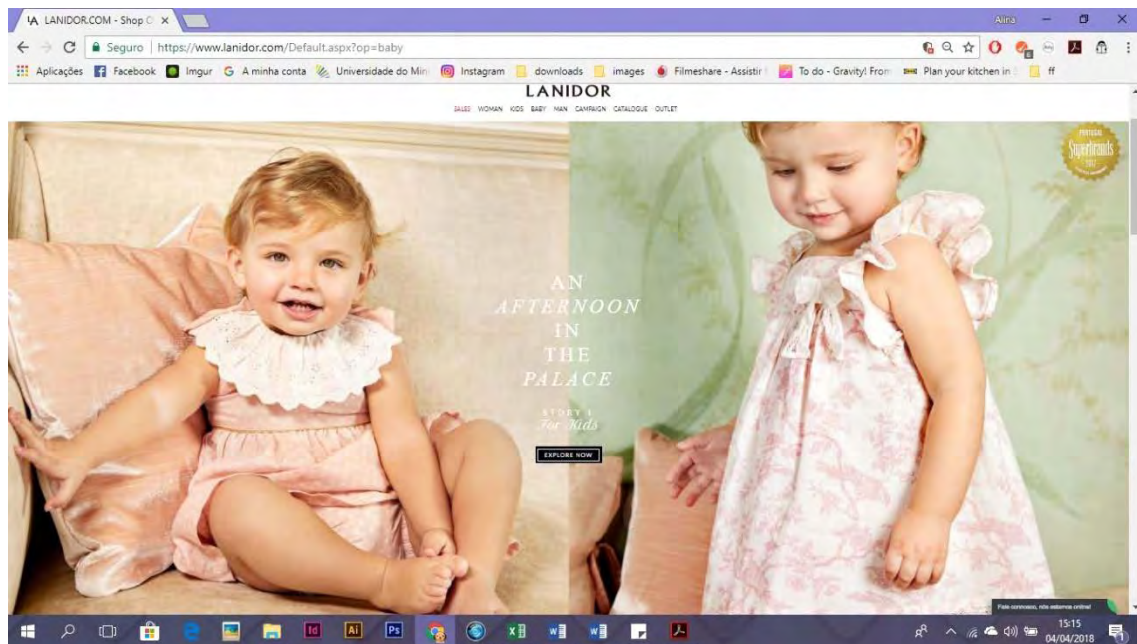


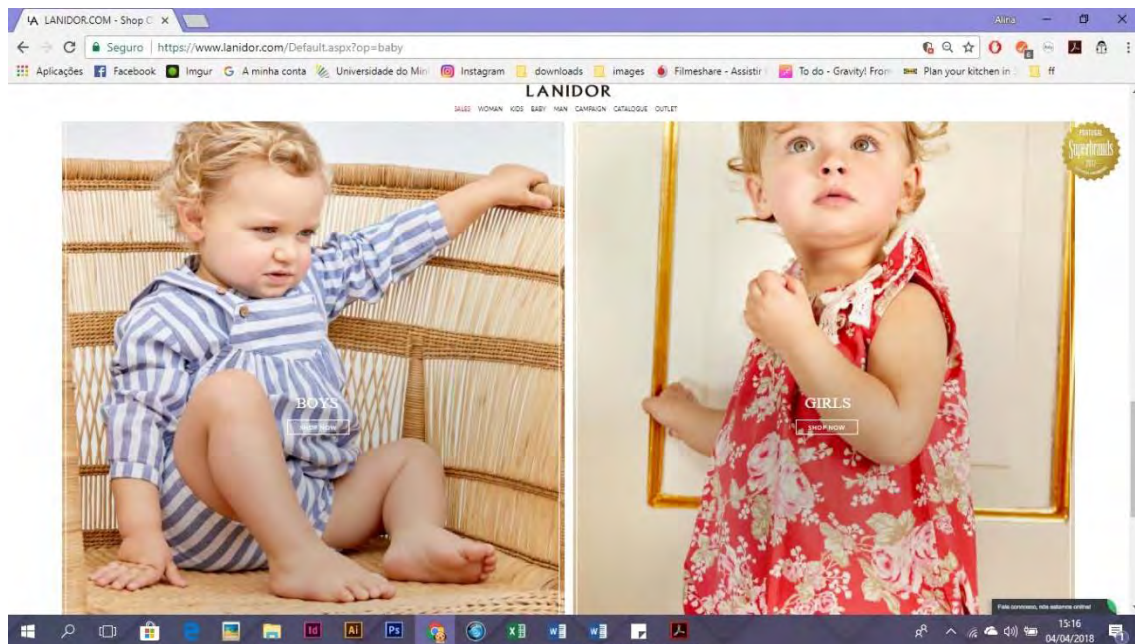
4- Sep. Kids



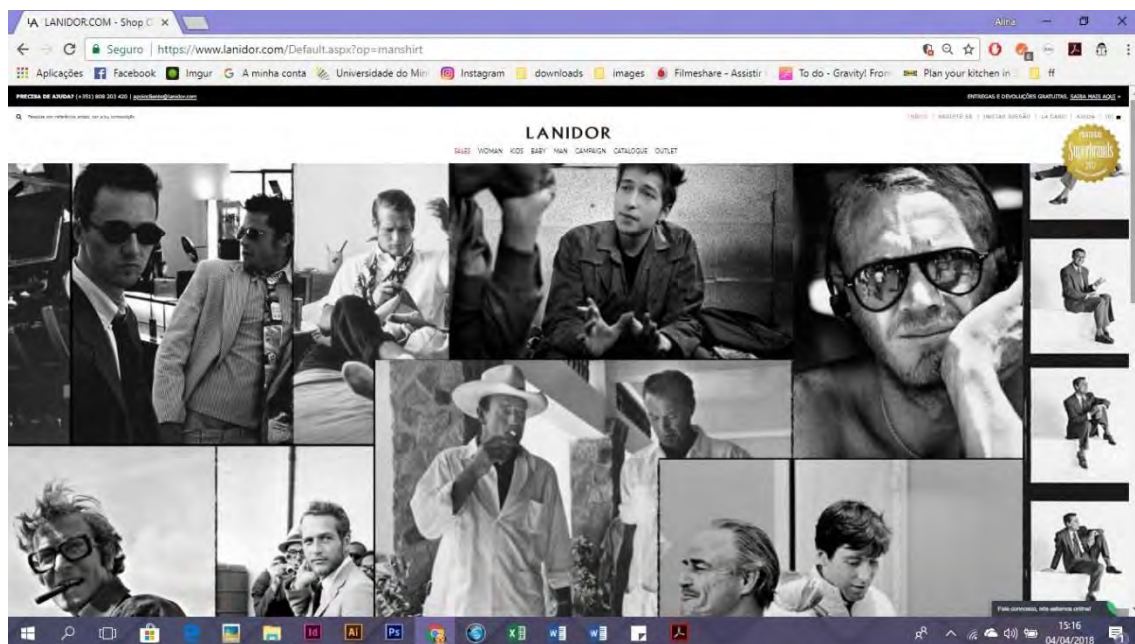


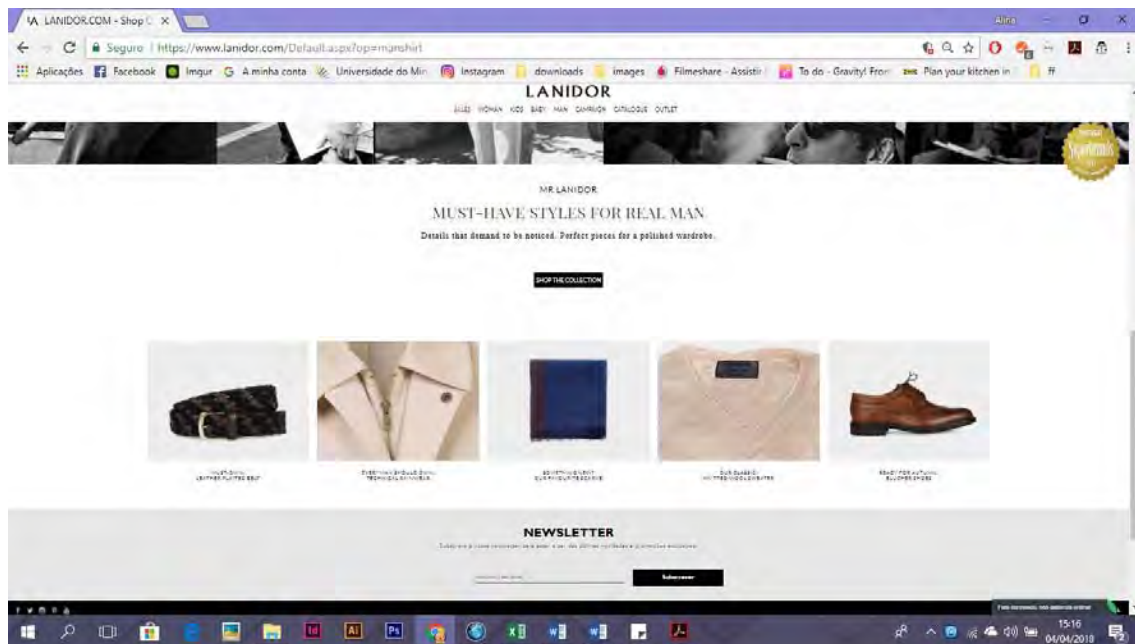
5- Sep. Baby





6-Sep. Man

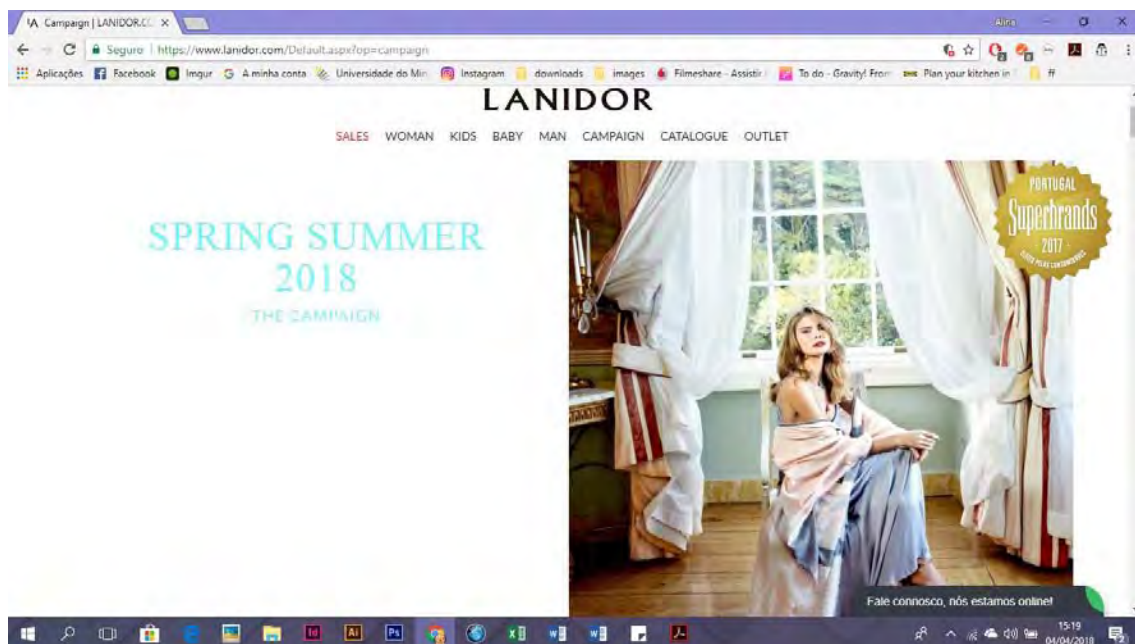


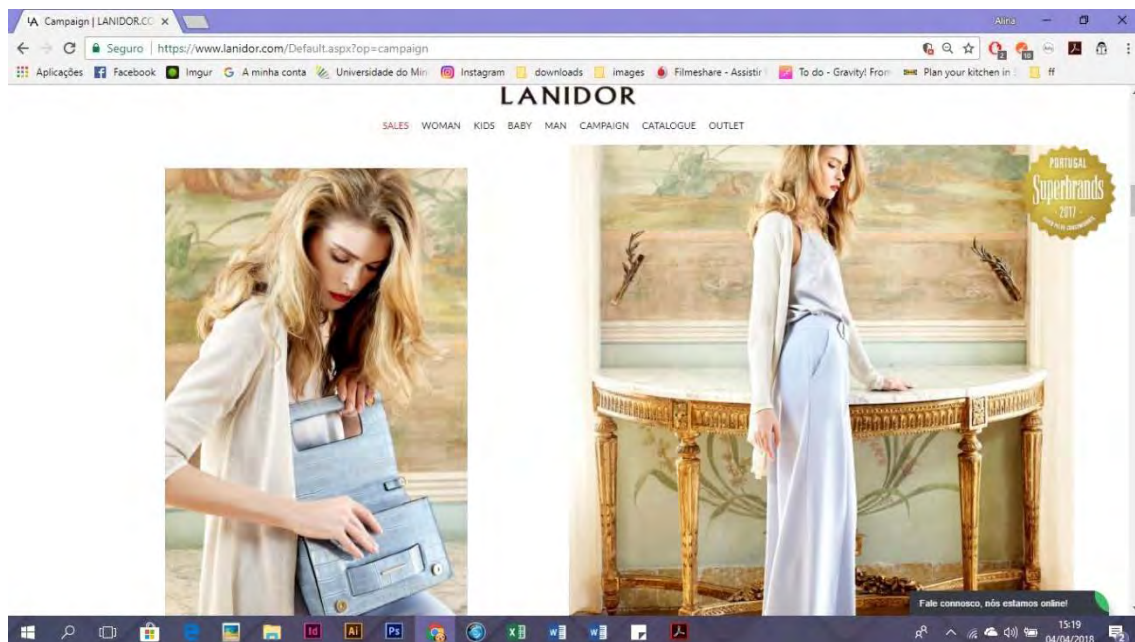
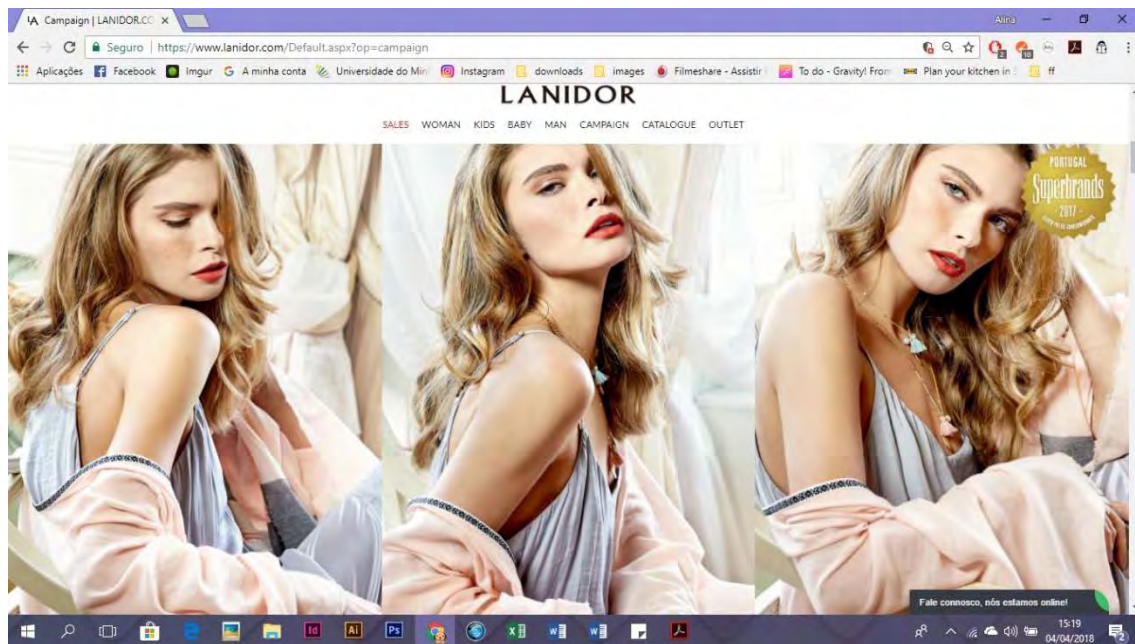


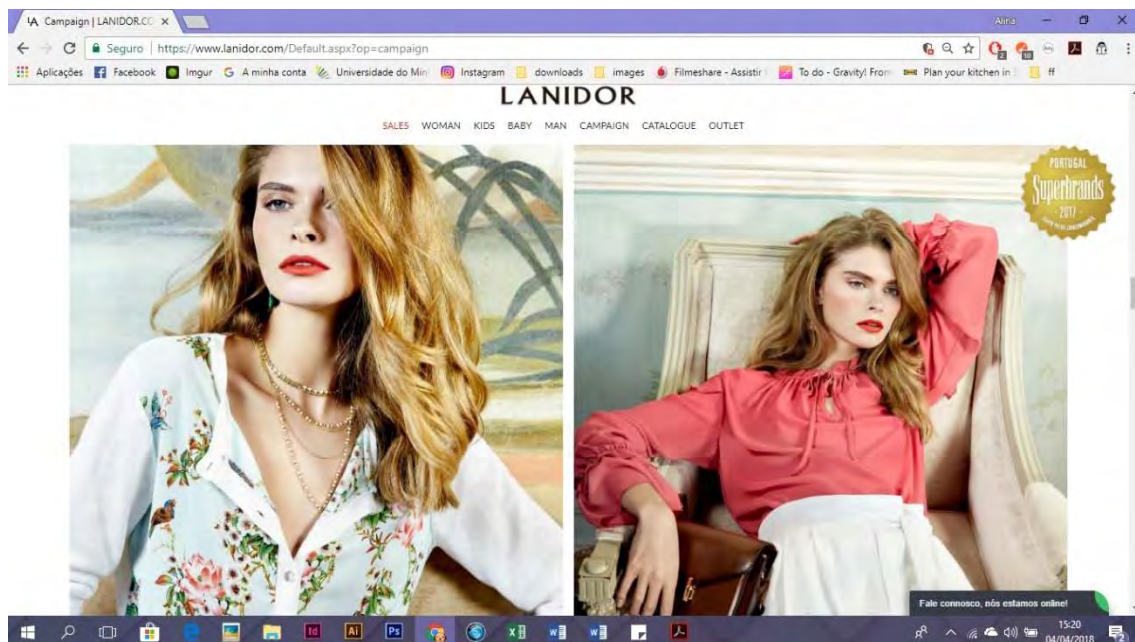
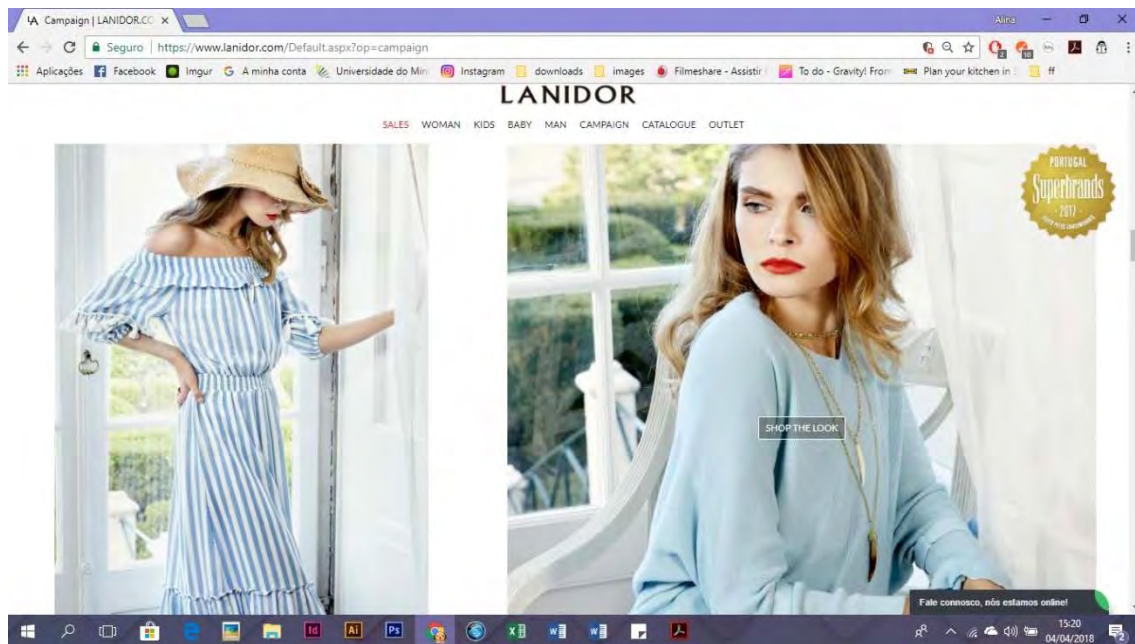
7- Sep. Campaign

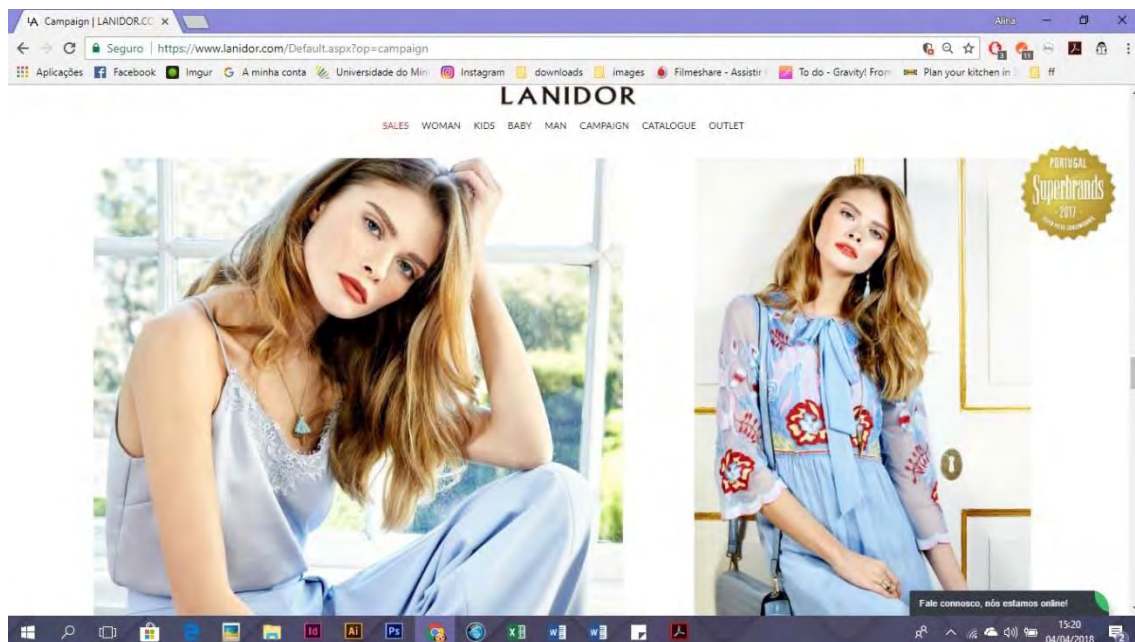
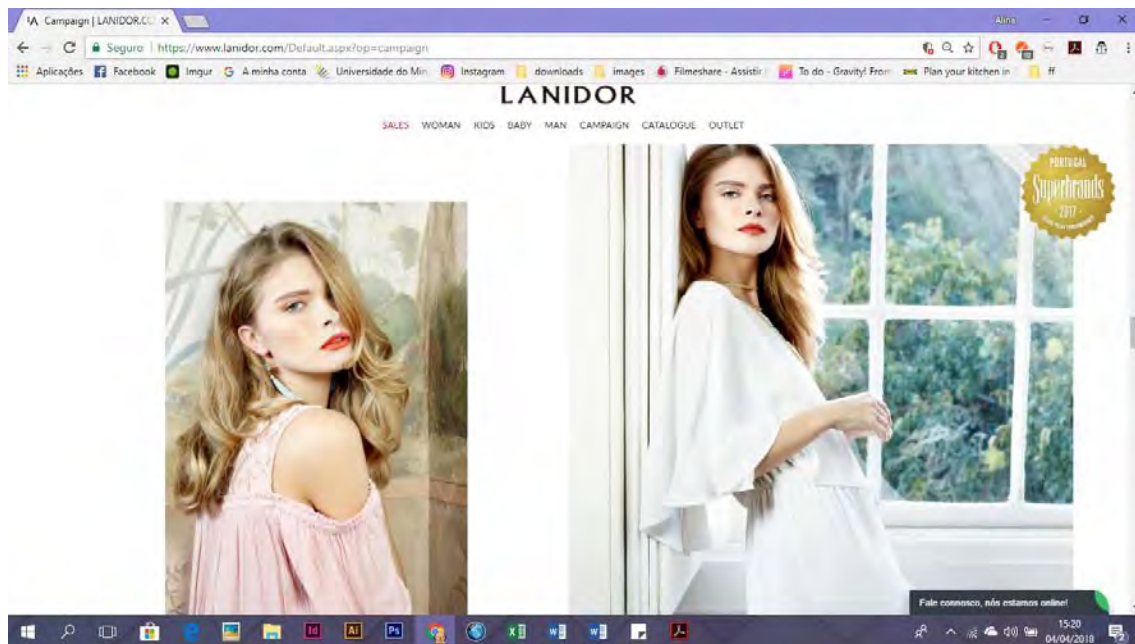
7.1- Woman

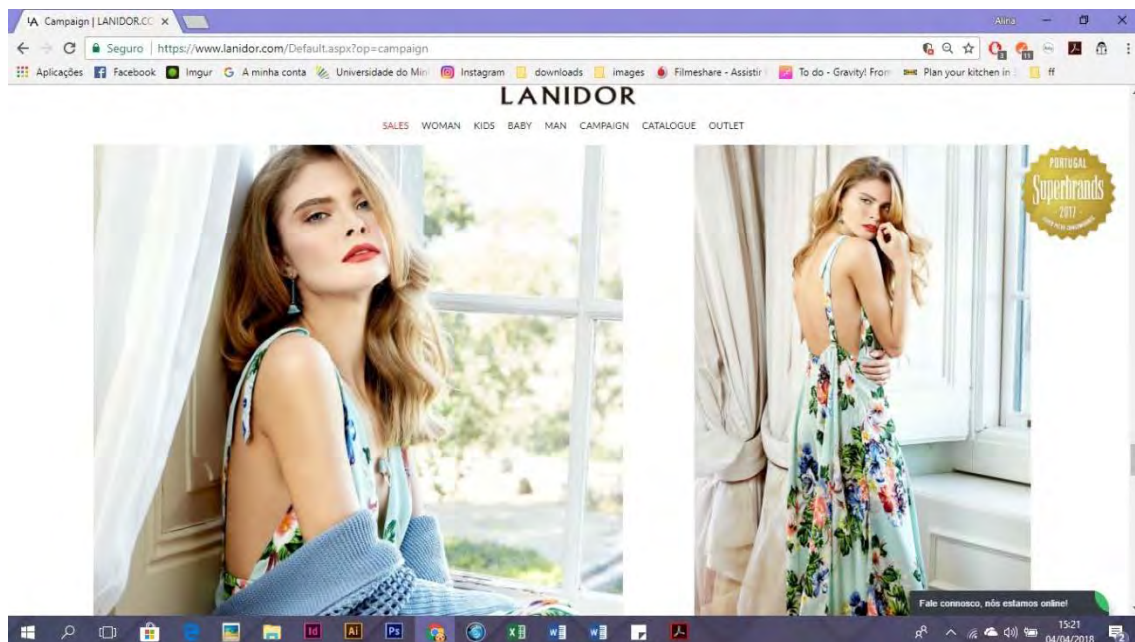
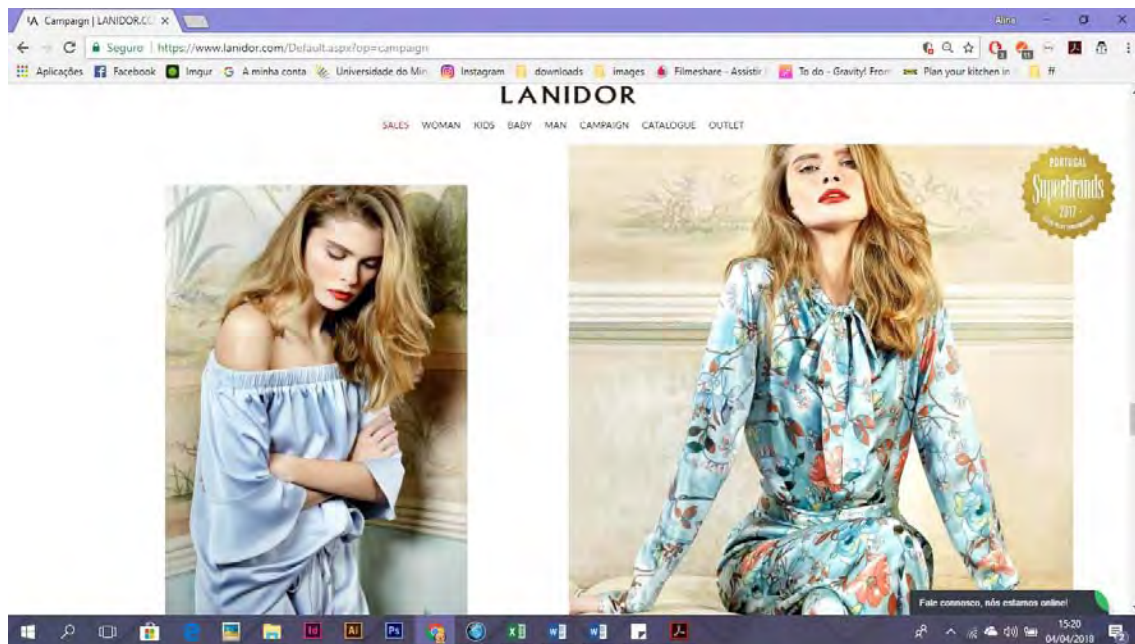
7.1.1- Campaign

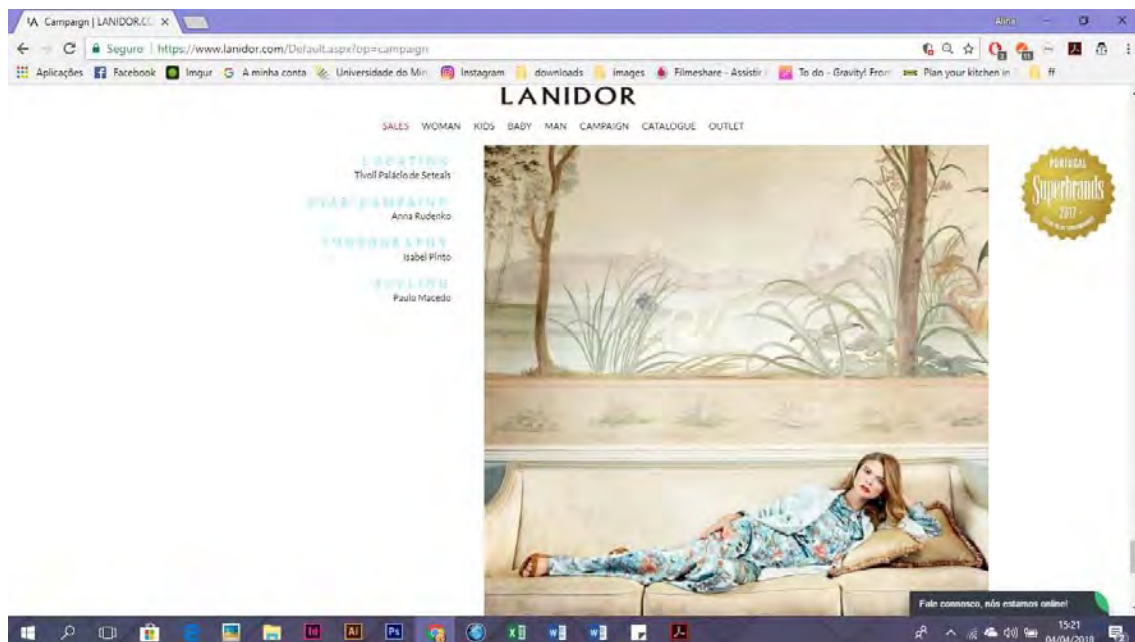
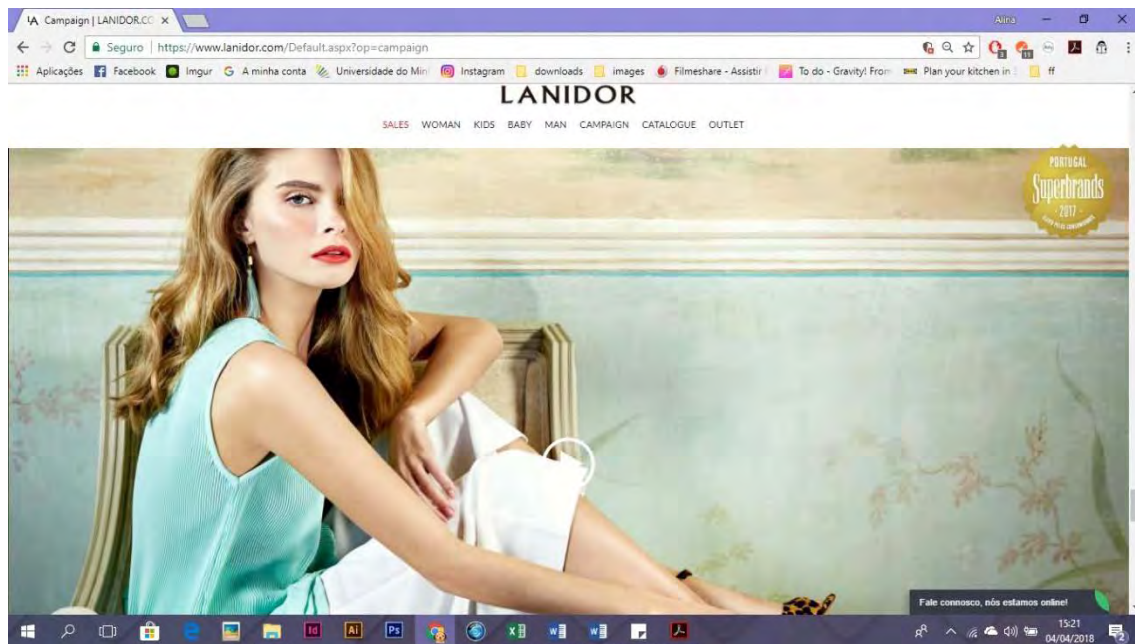




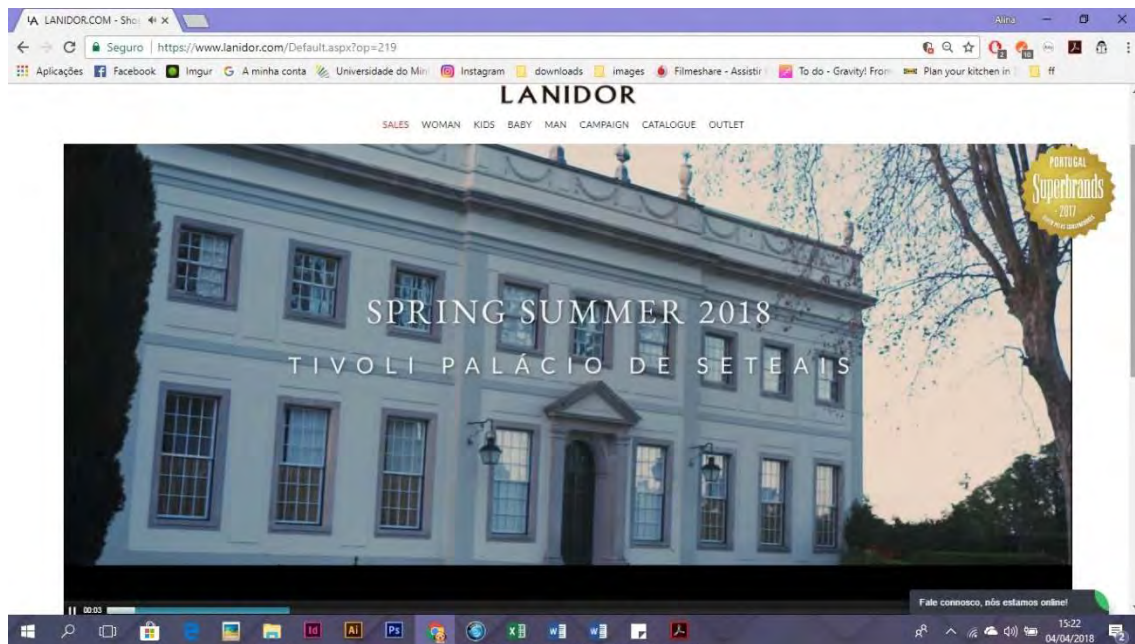






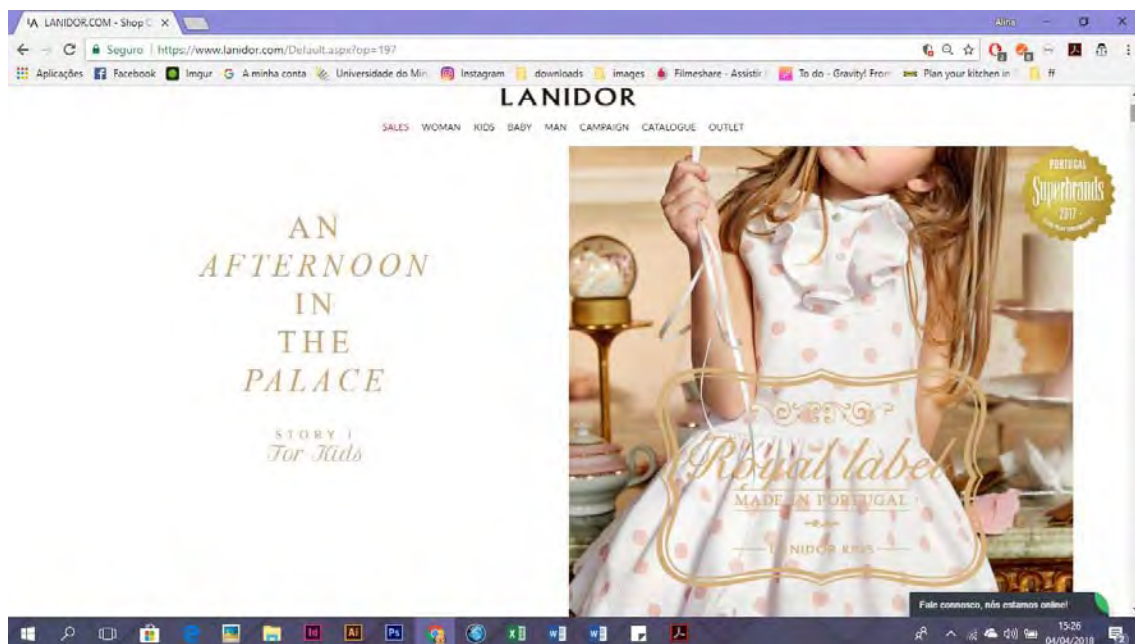


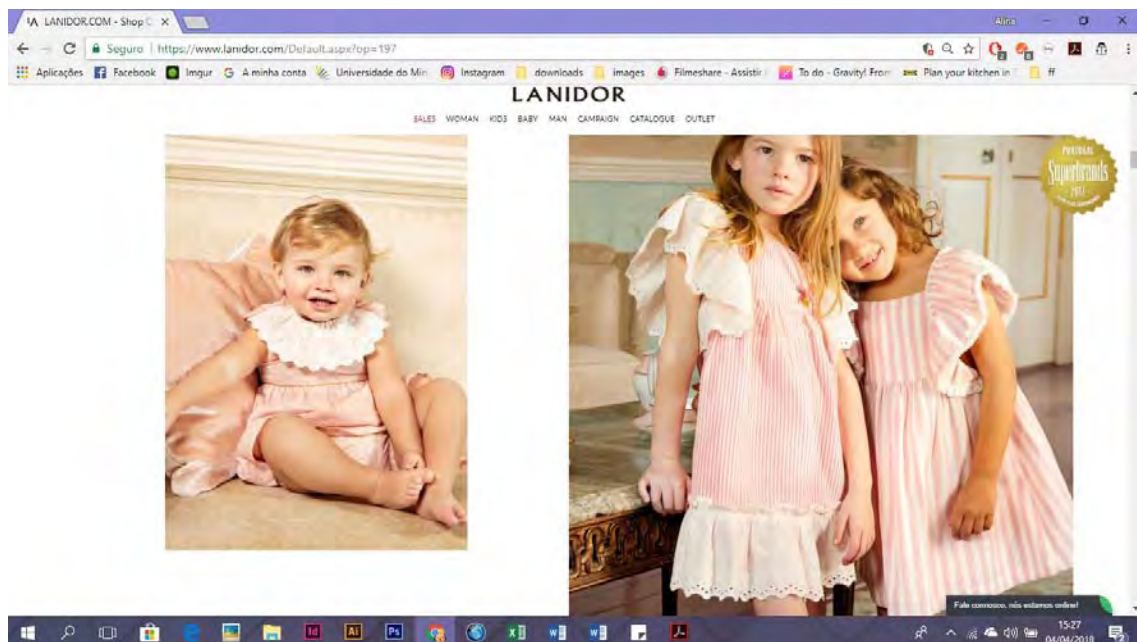
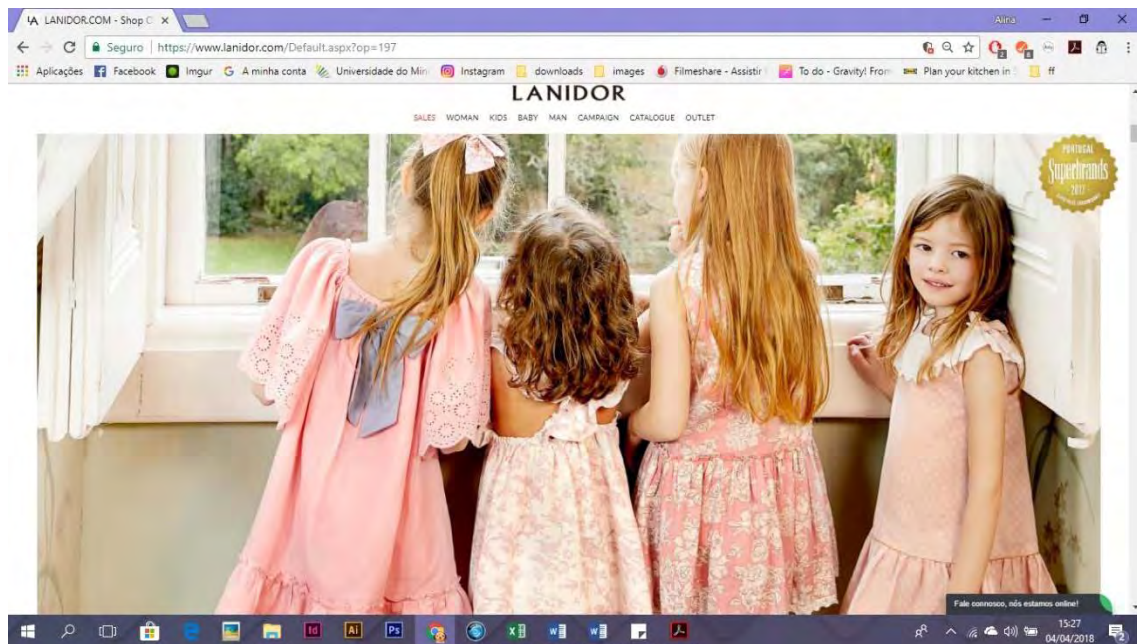
7.1.2- The Film

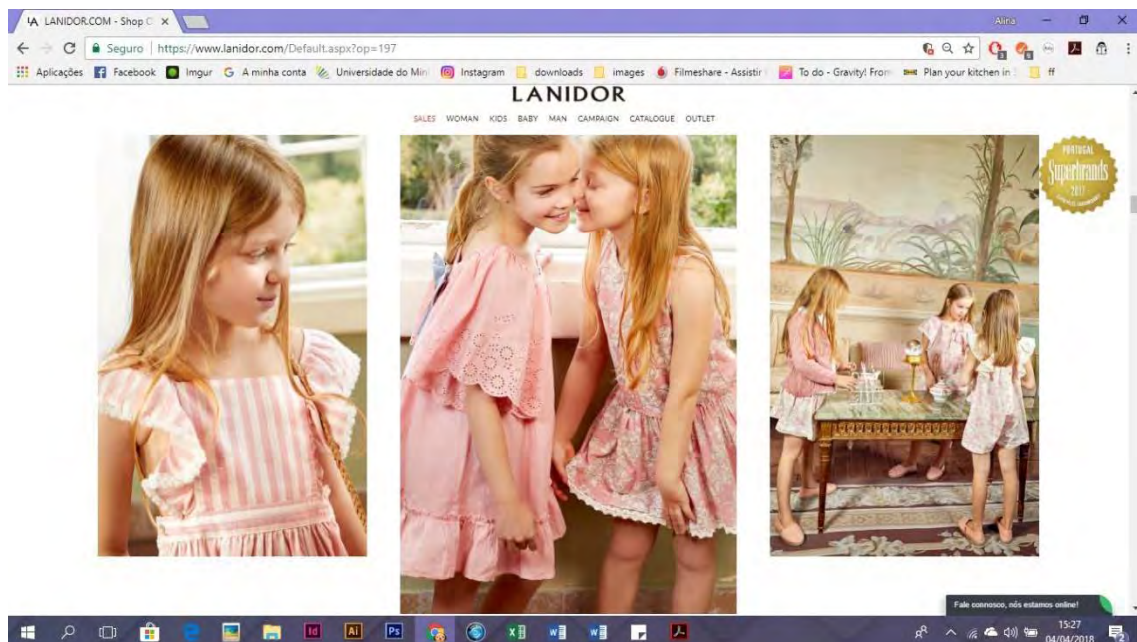
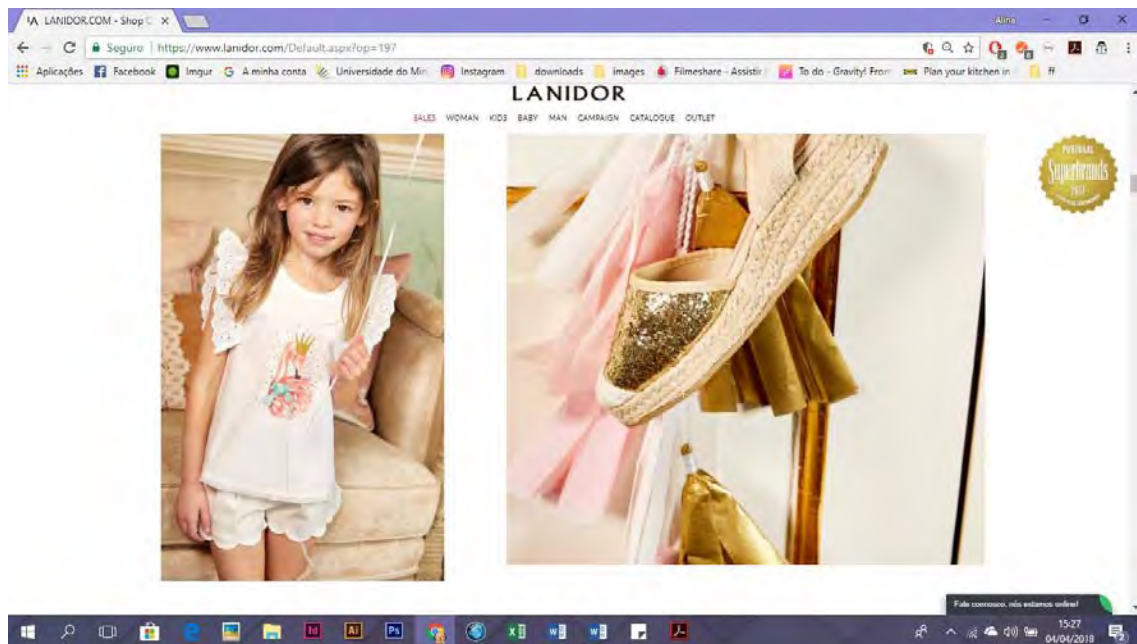


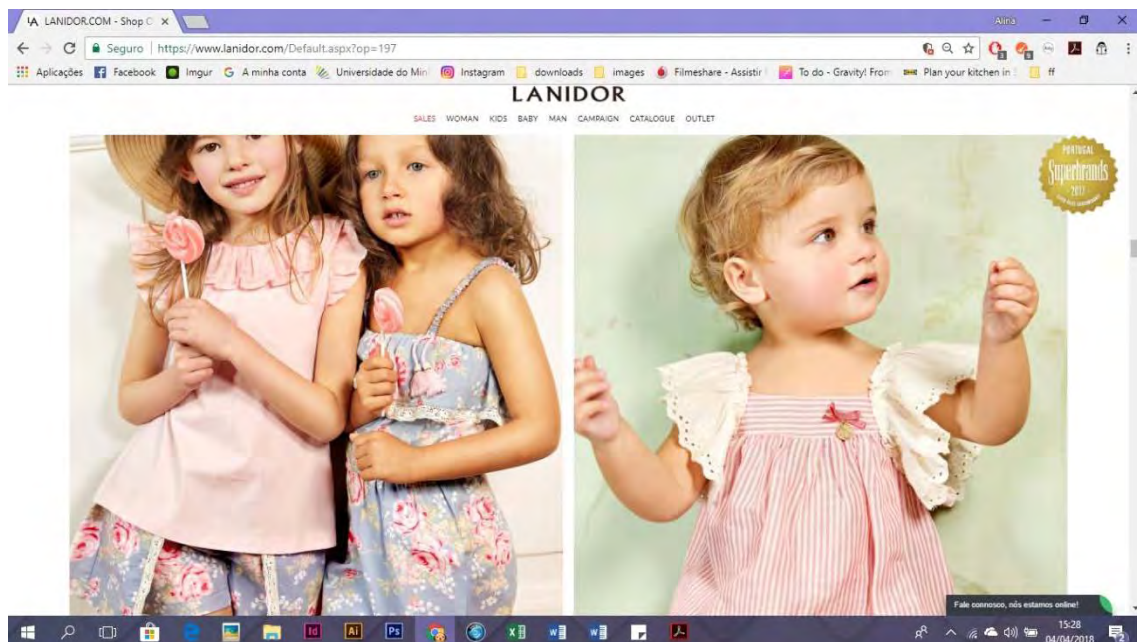
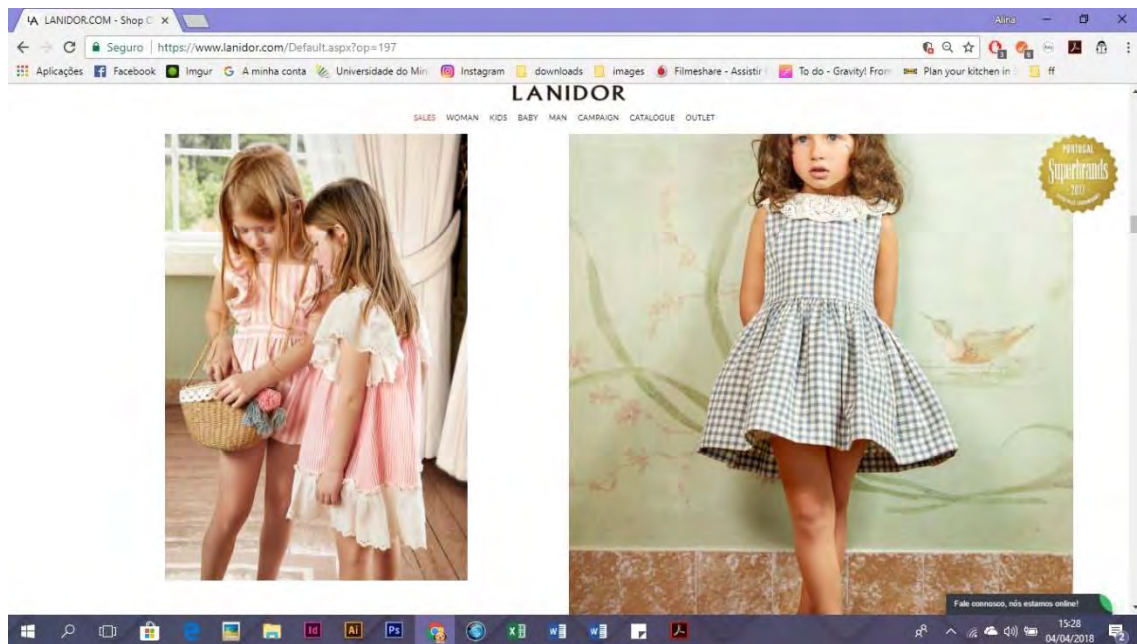
7.2-Kids

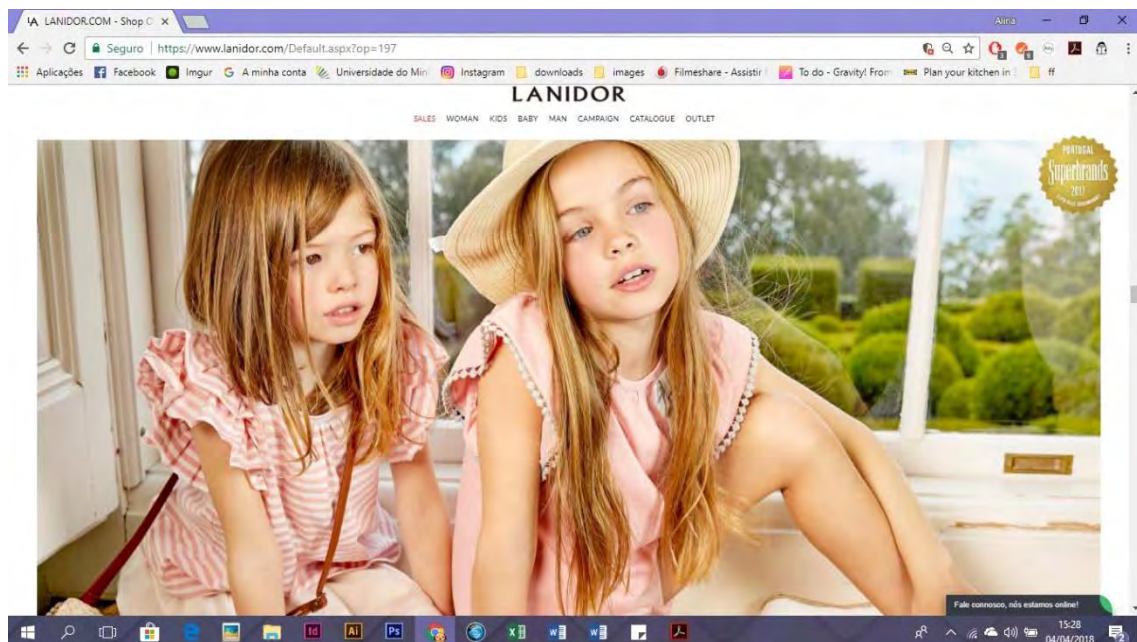
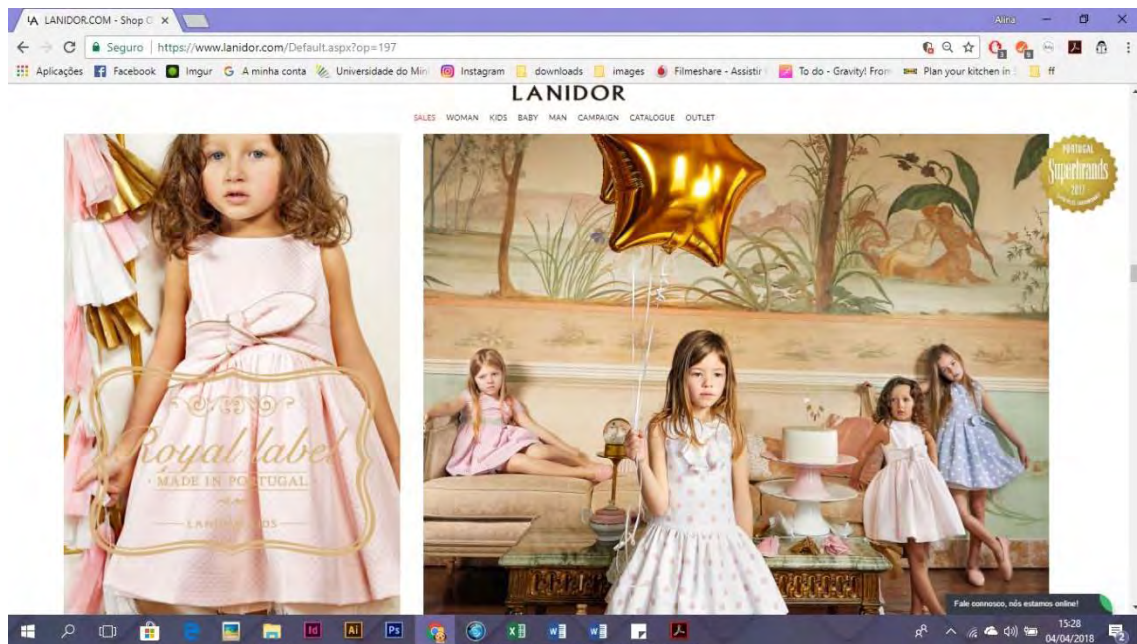
7.2.1- An Afternoon in The Palace

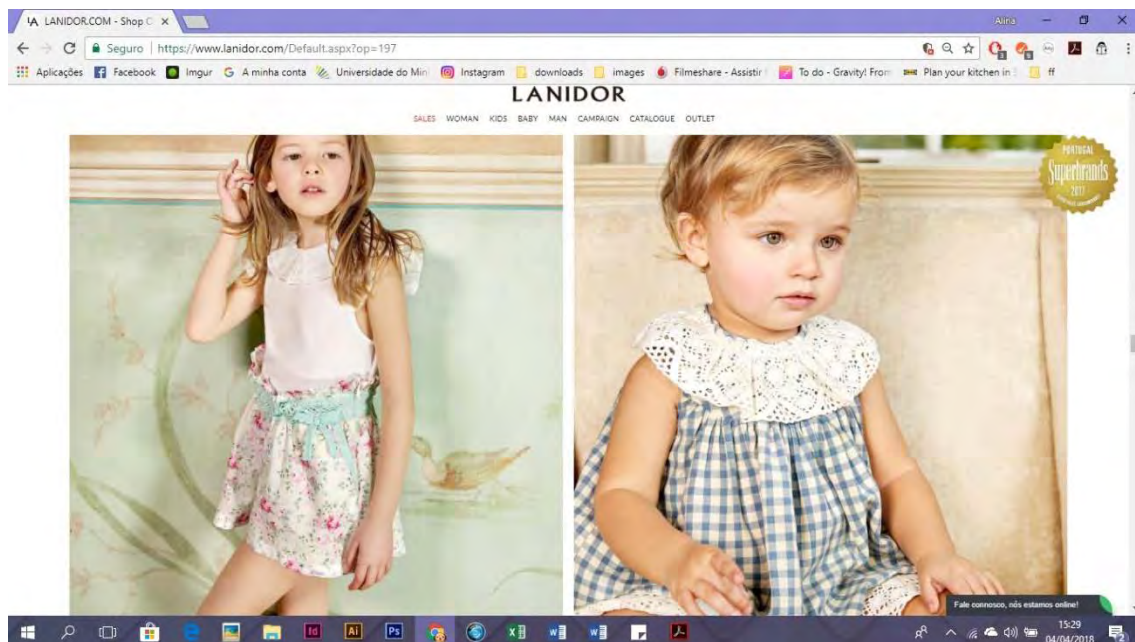
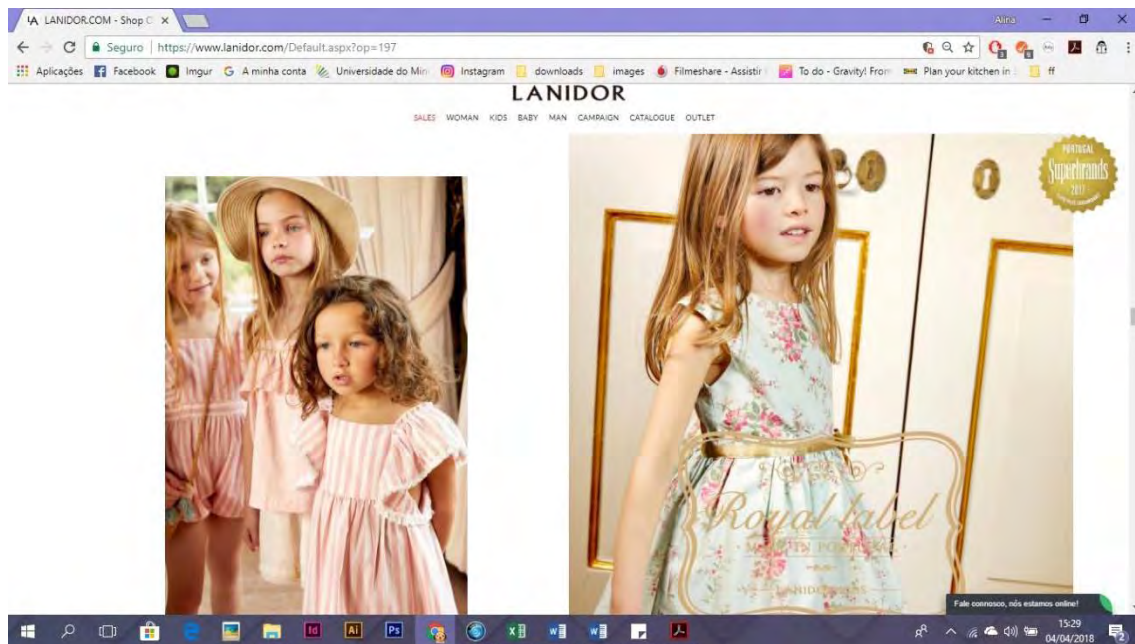


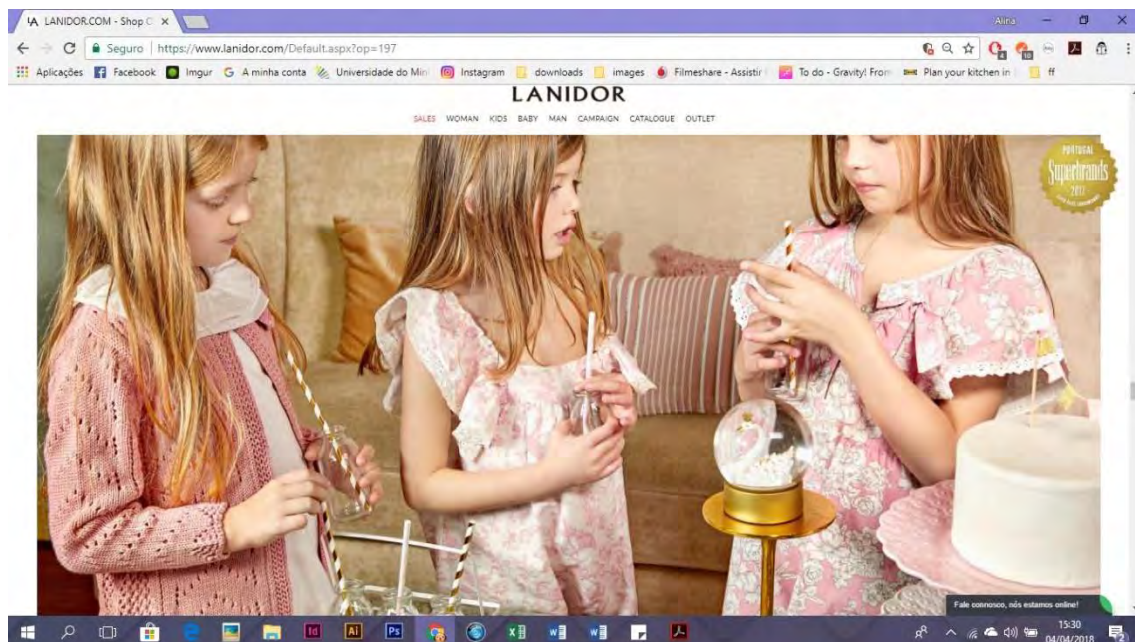
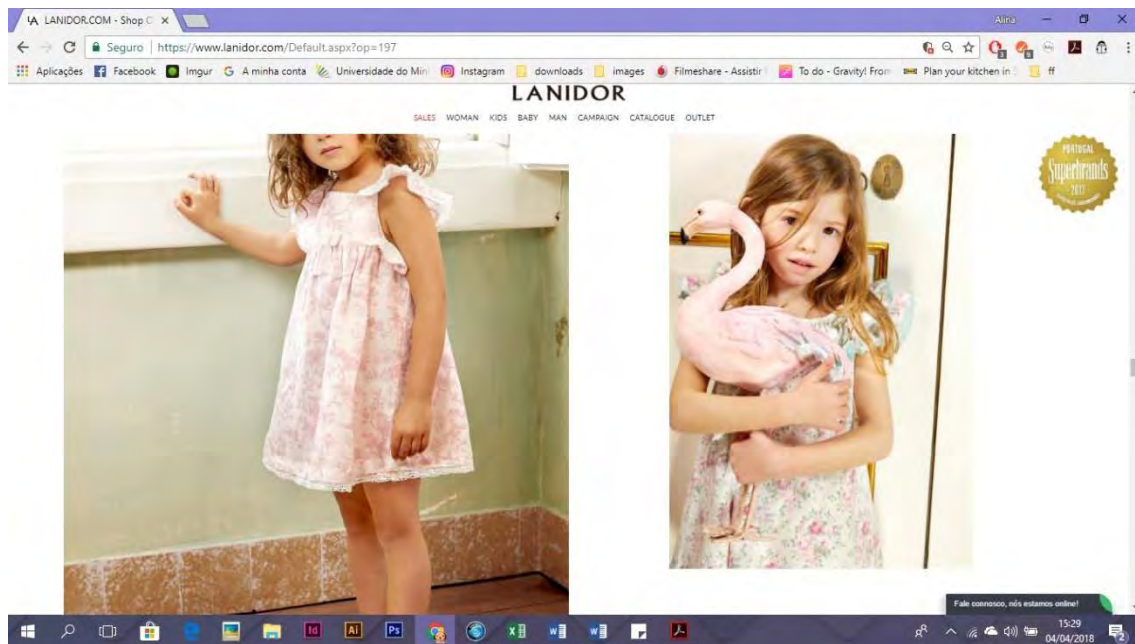


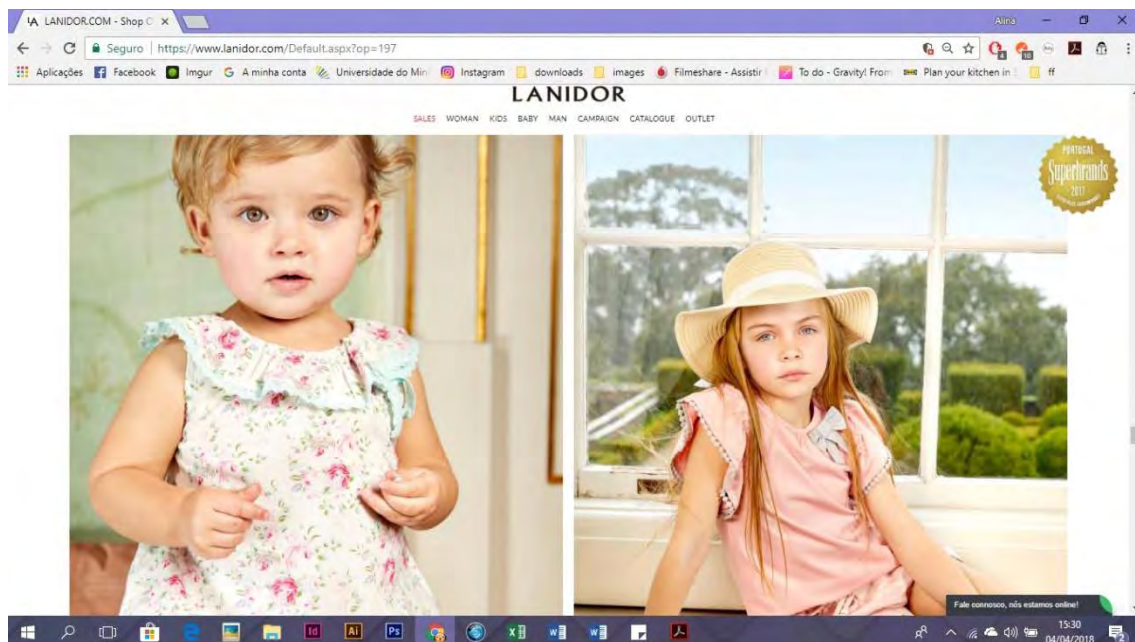
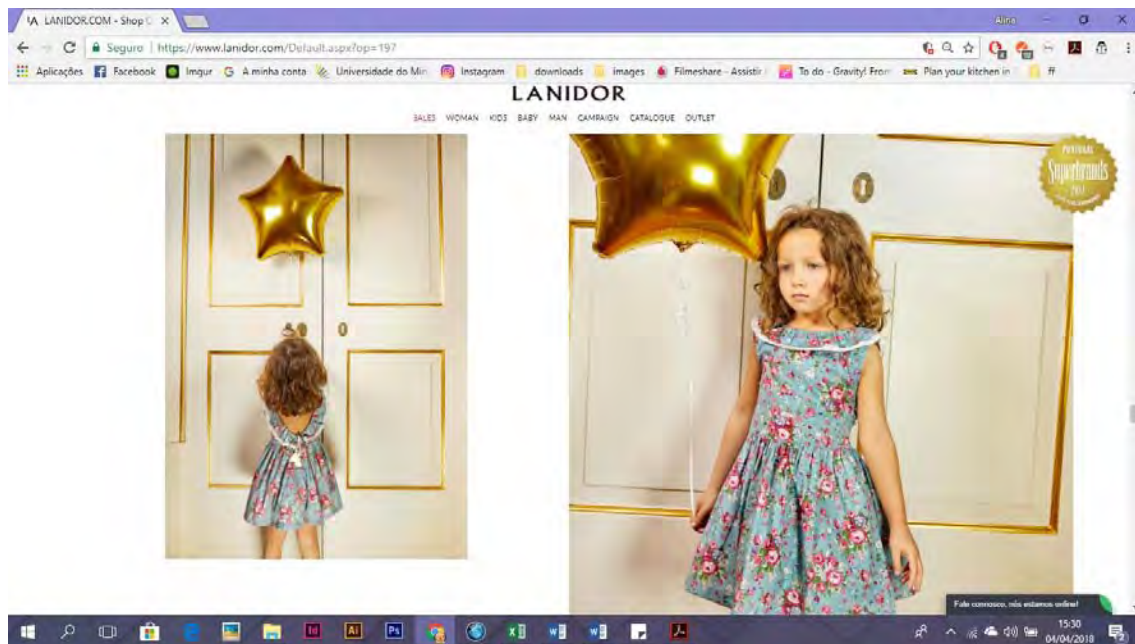


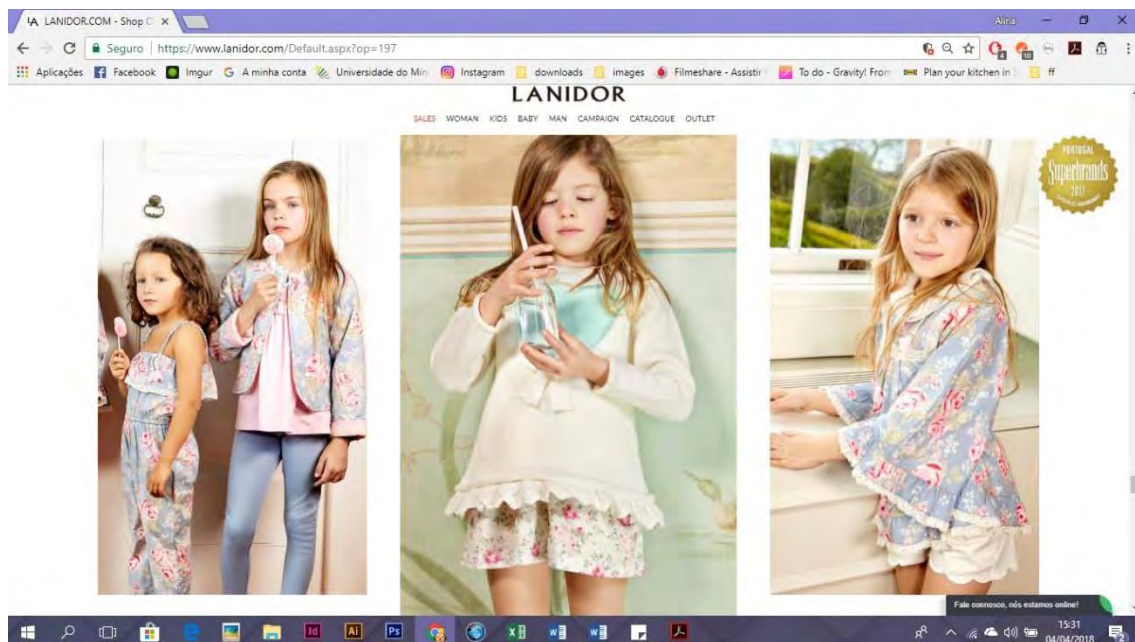
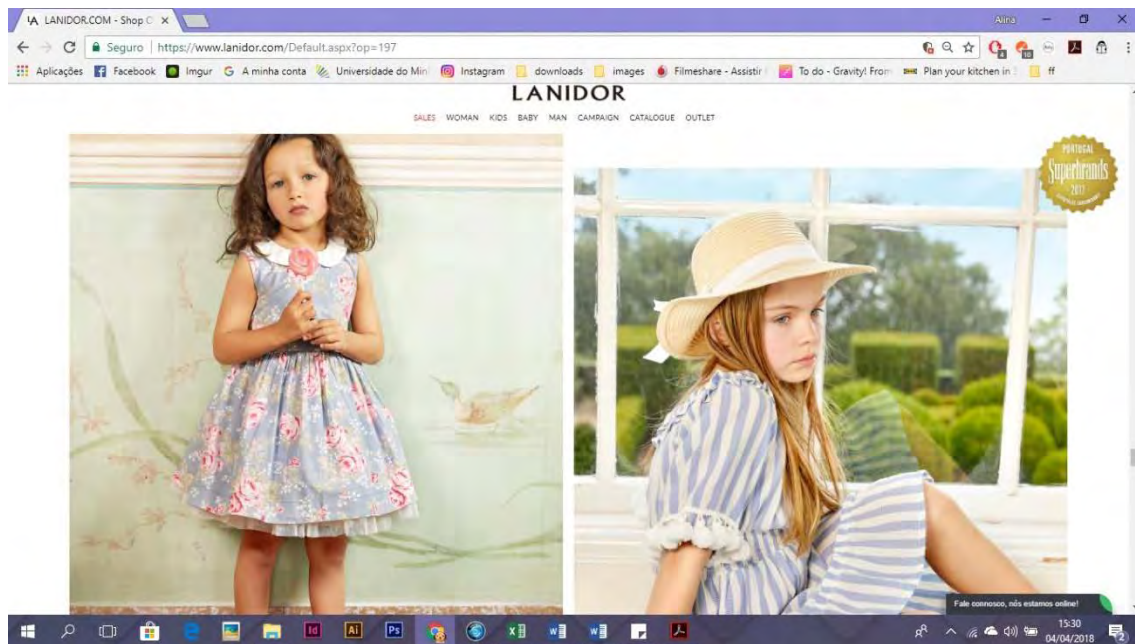


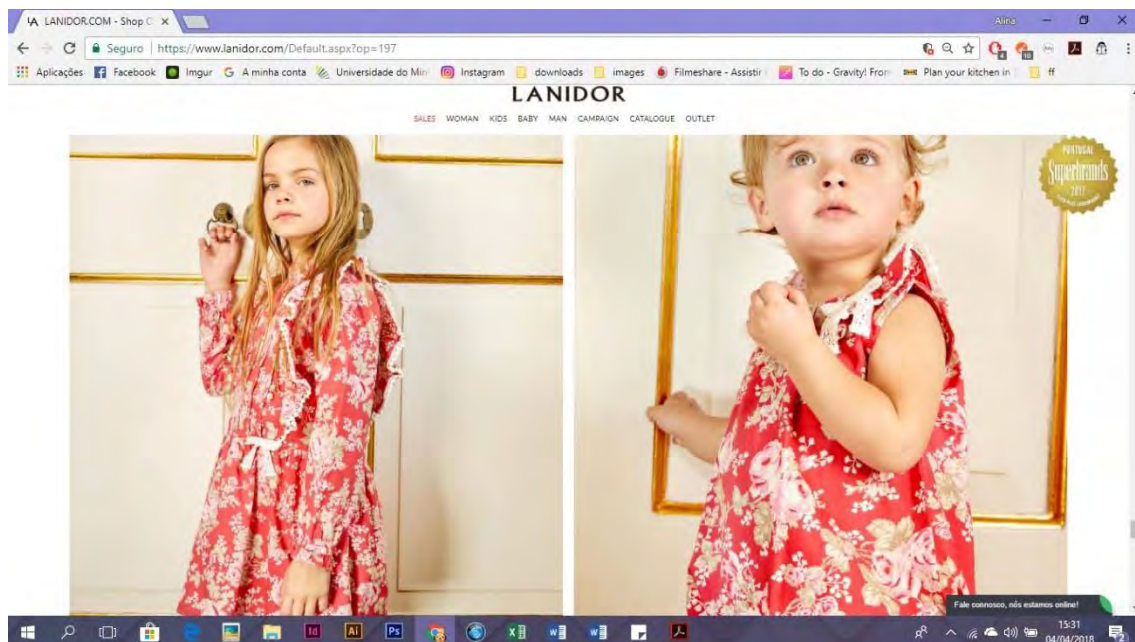
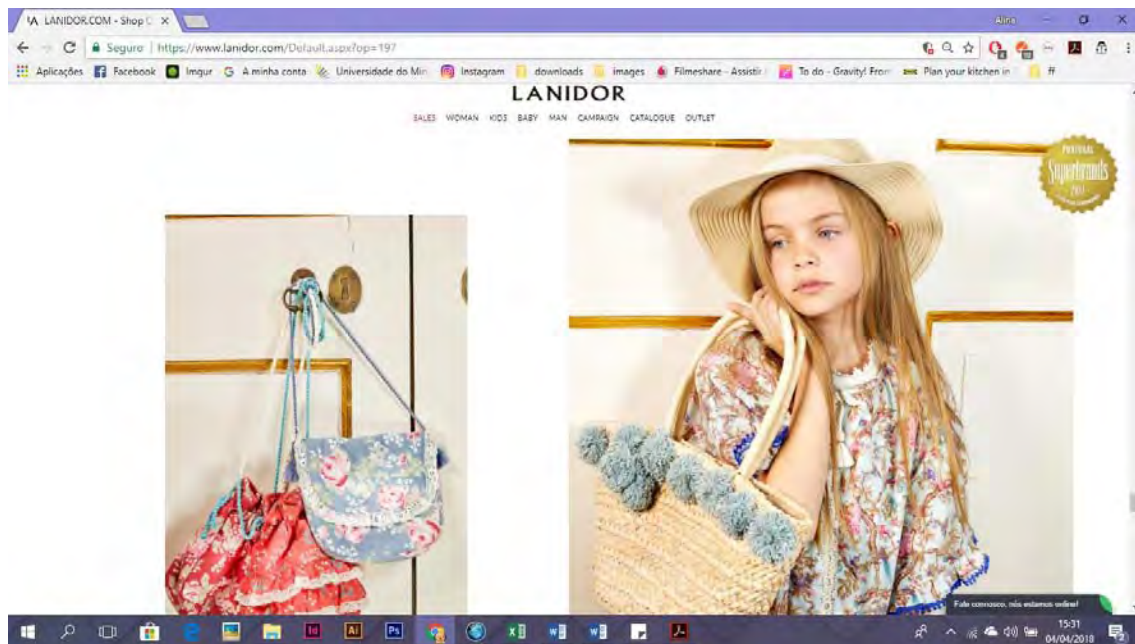


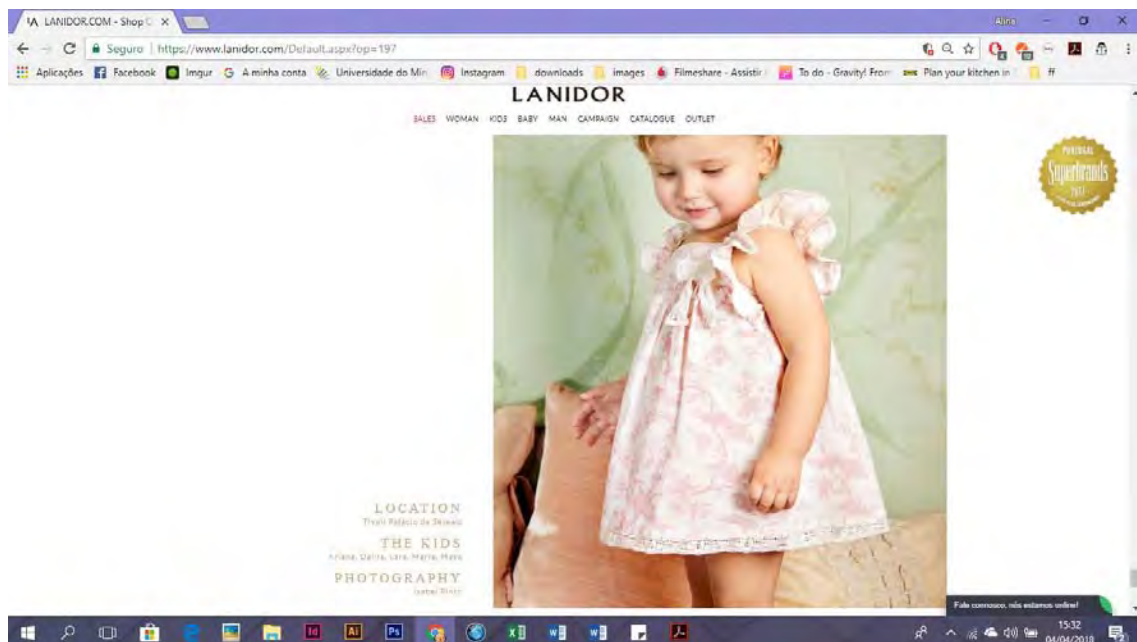
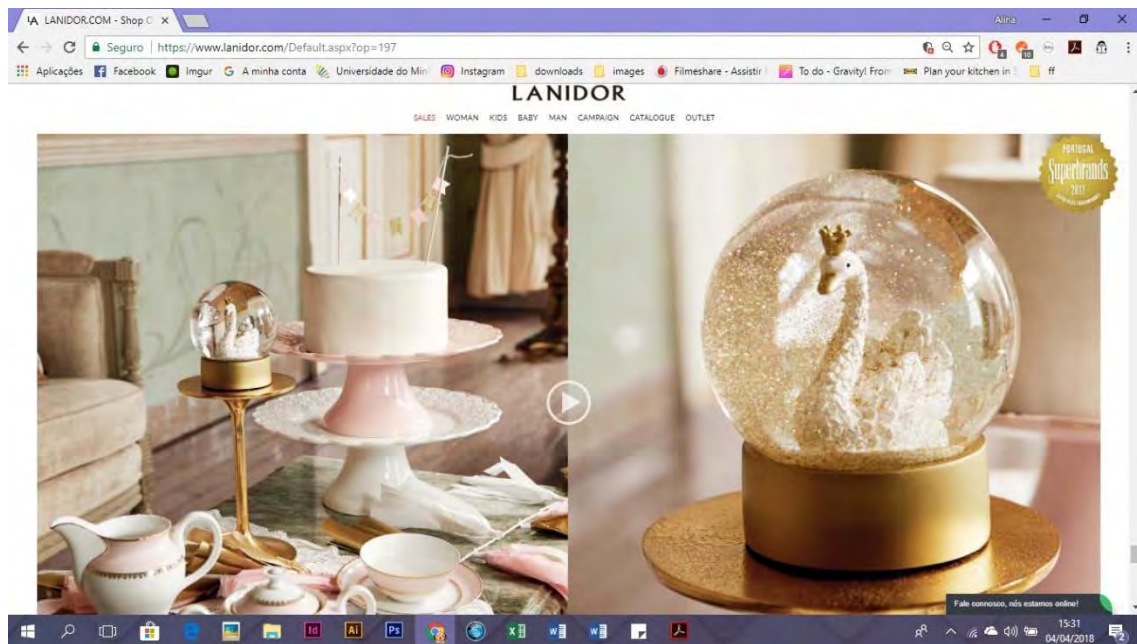




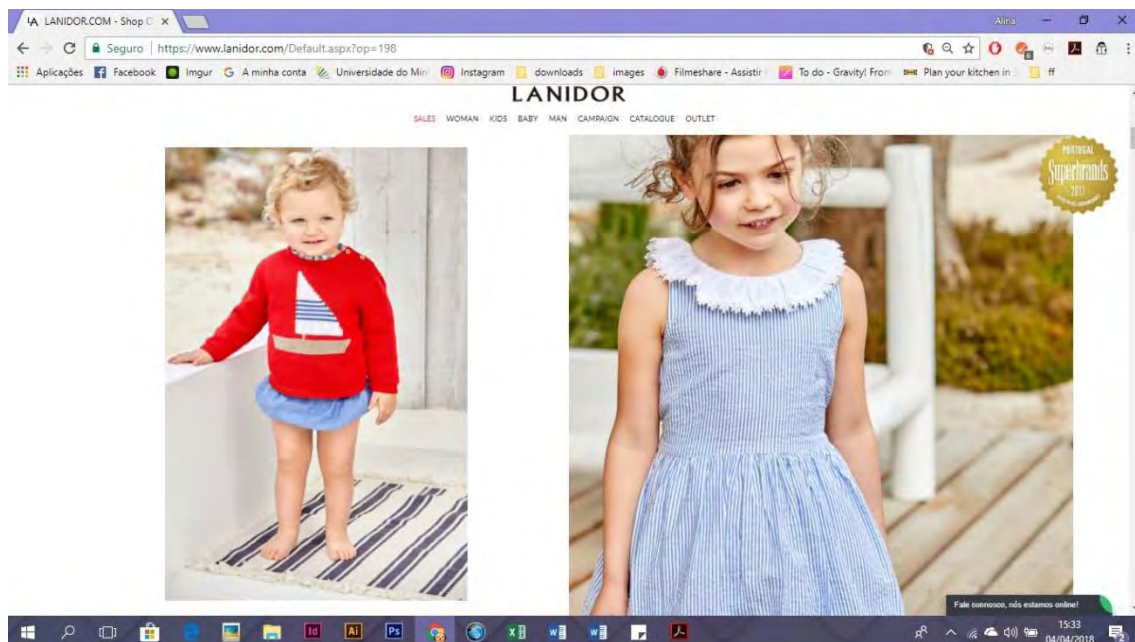
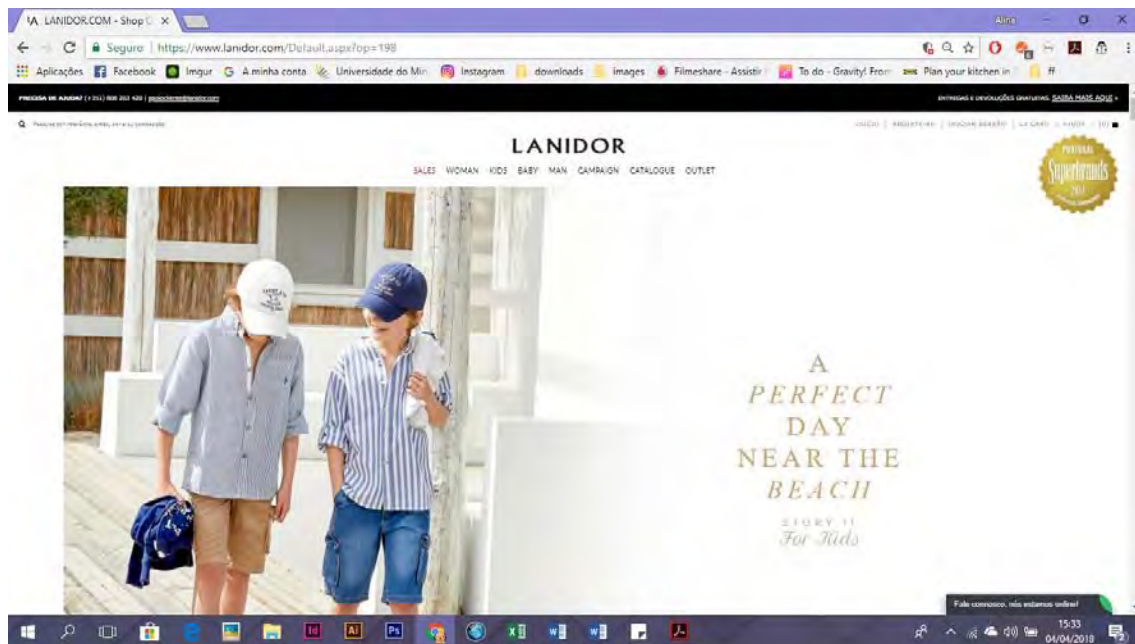


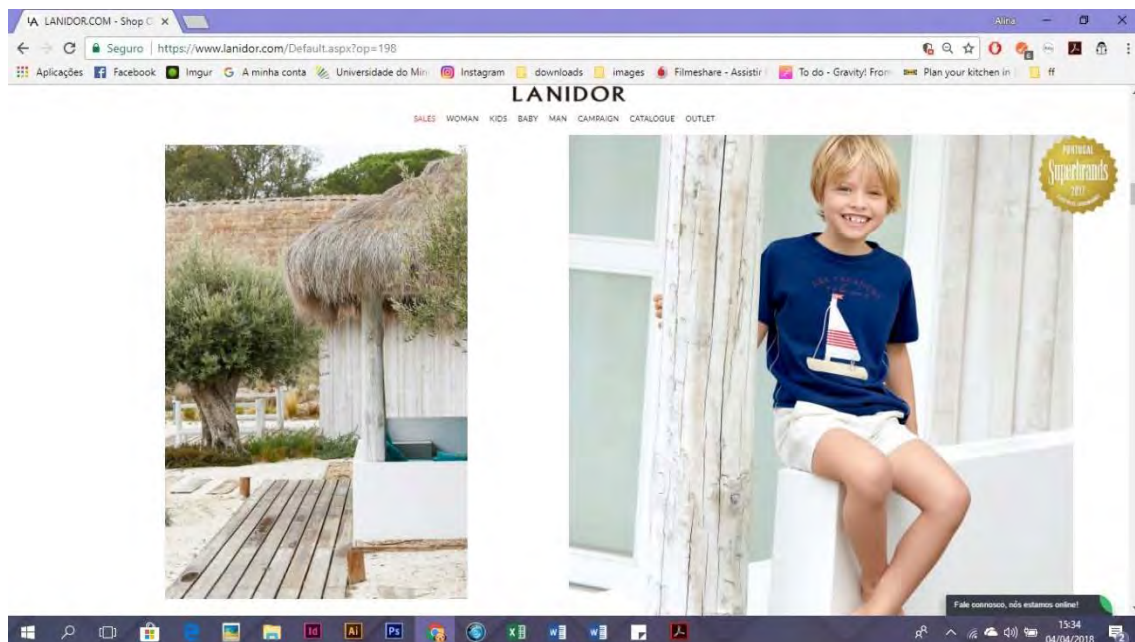
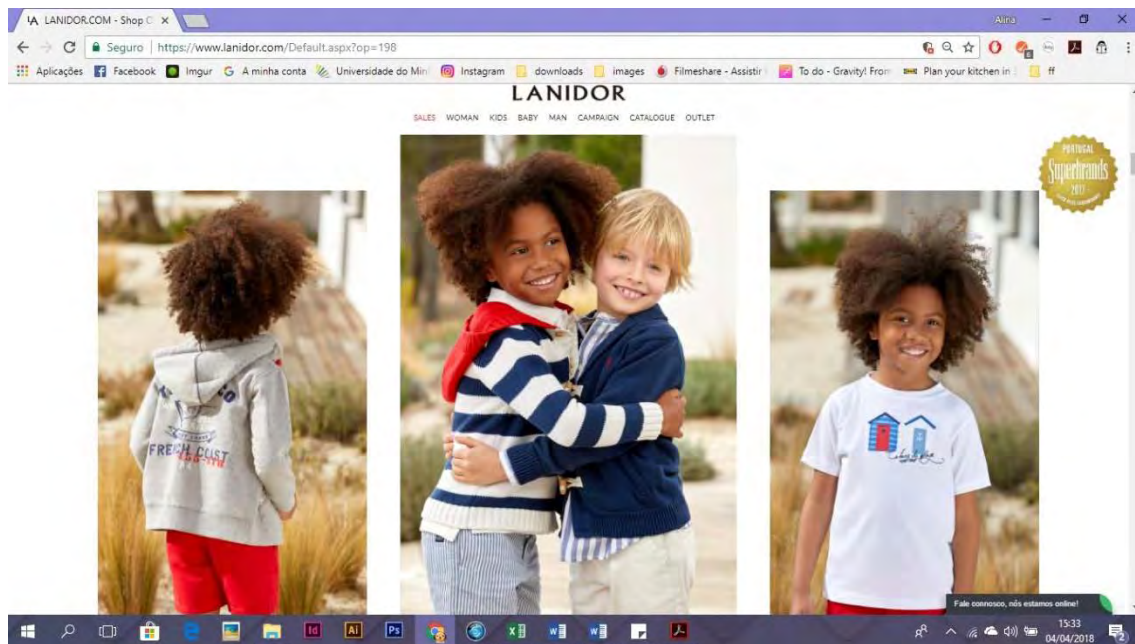


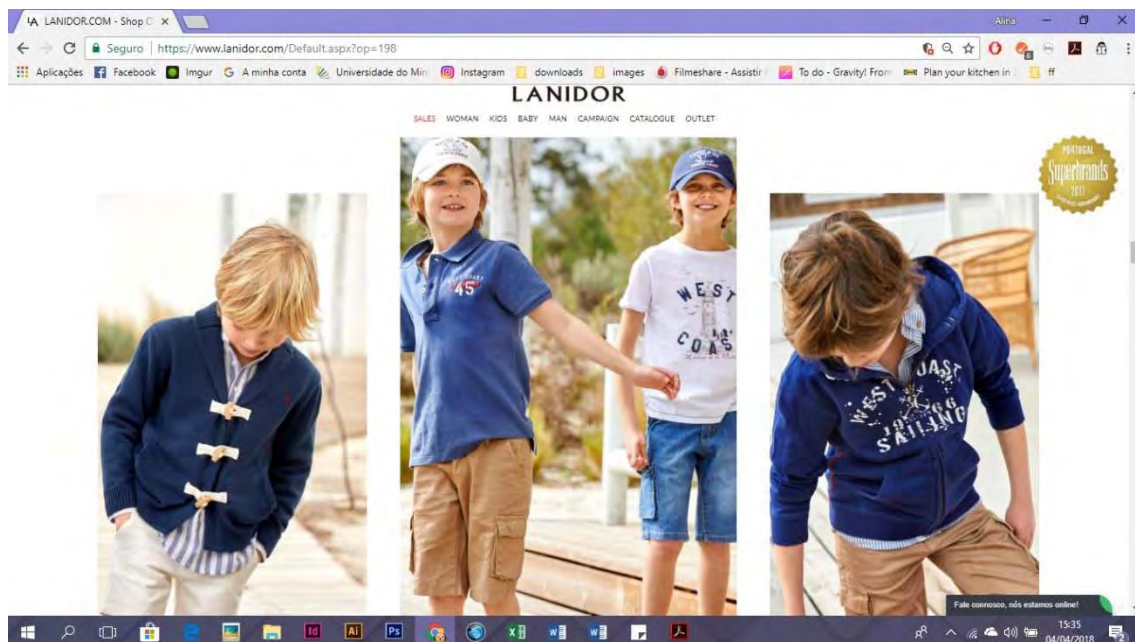
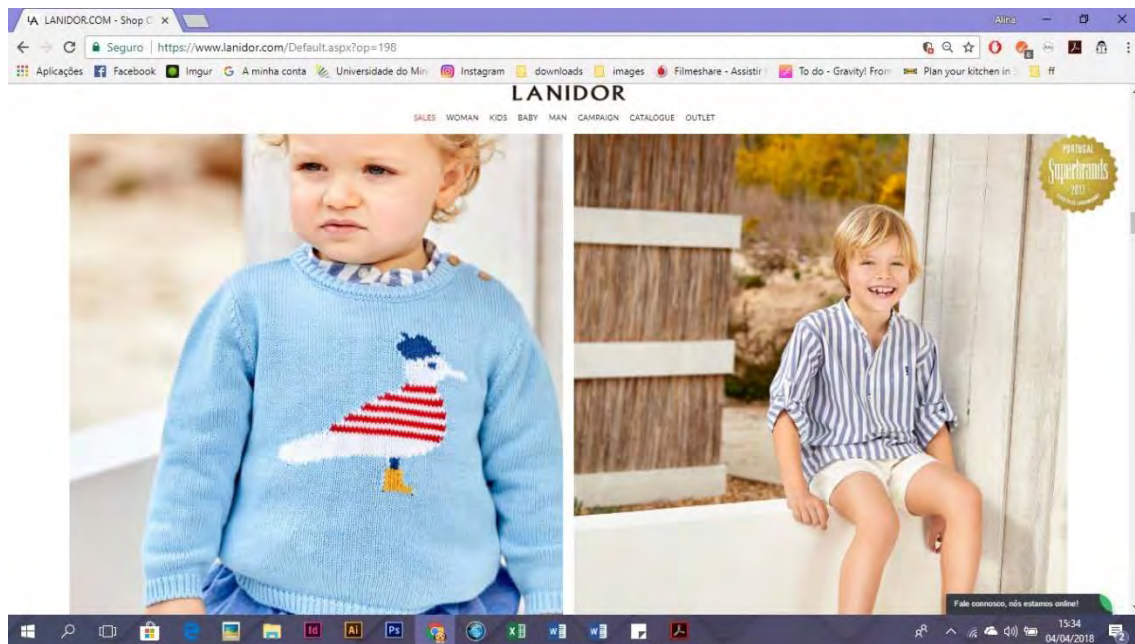


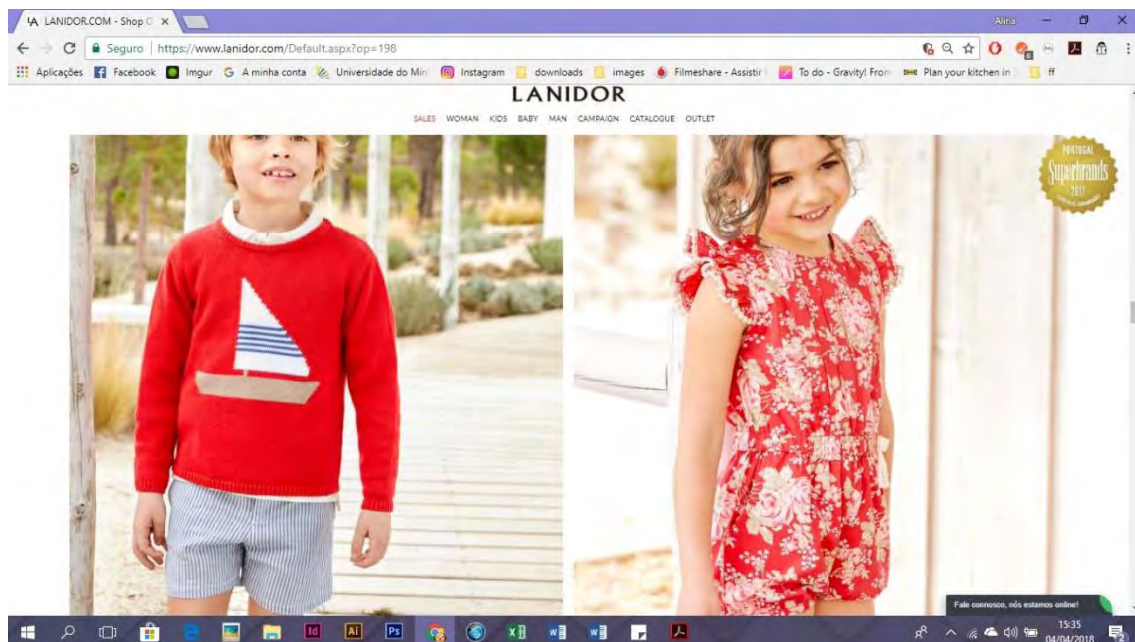
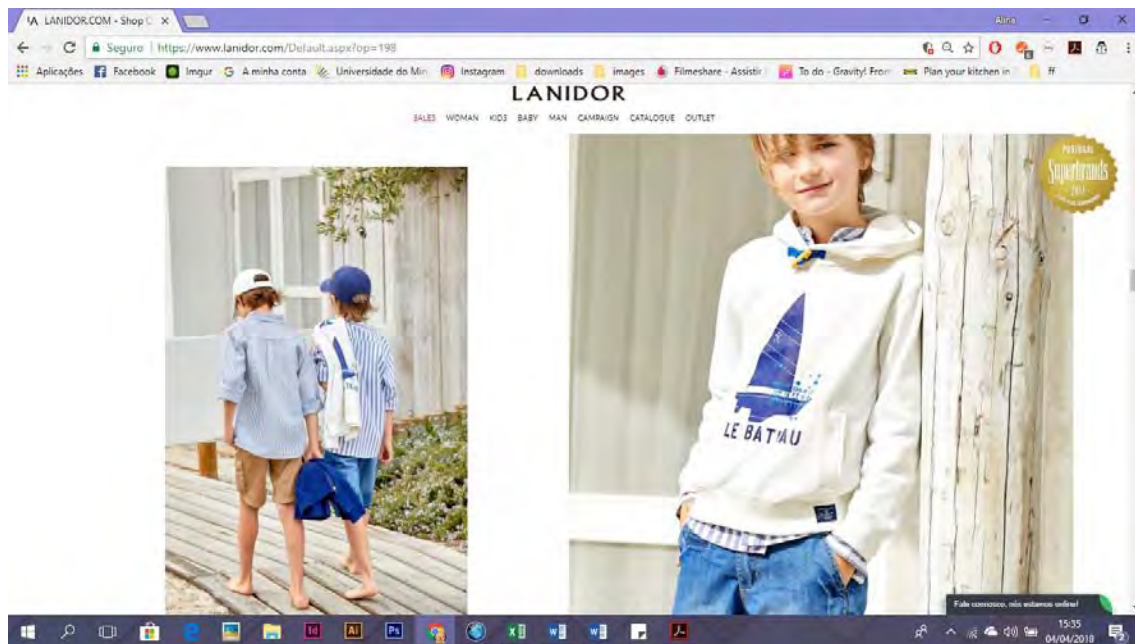


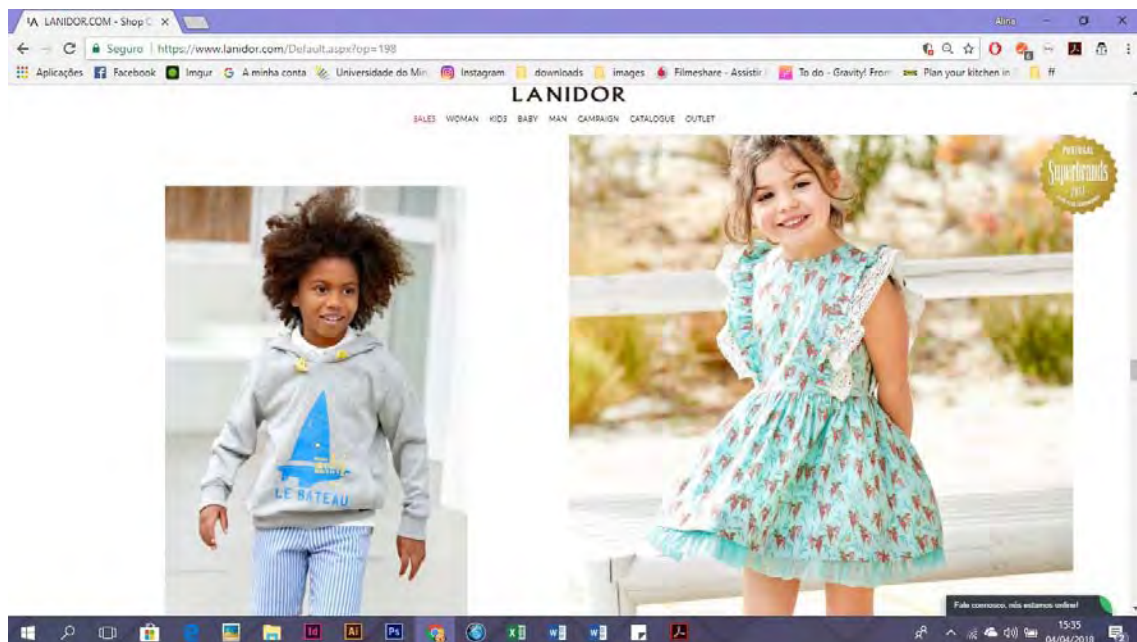
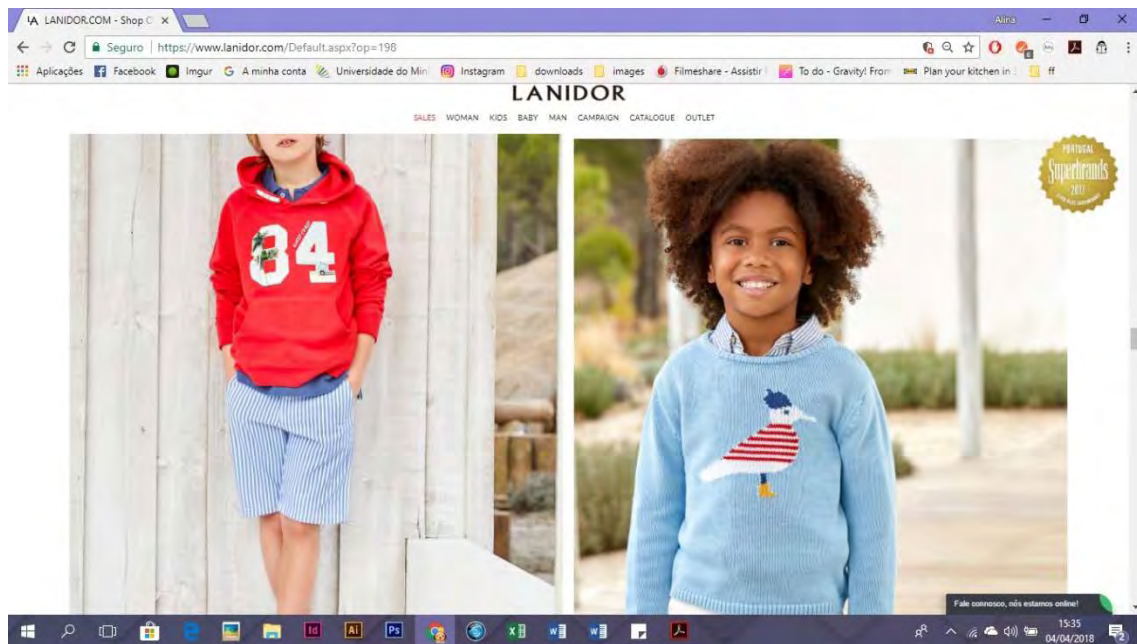
7.2.2- A Perfect Day Near The Beach

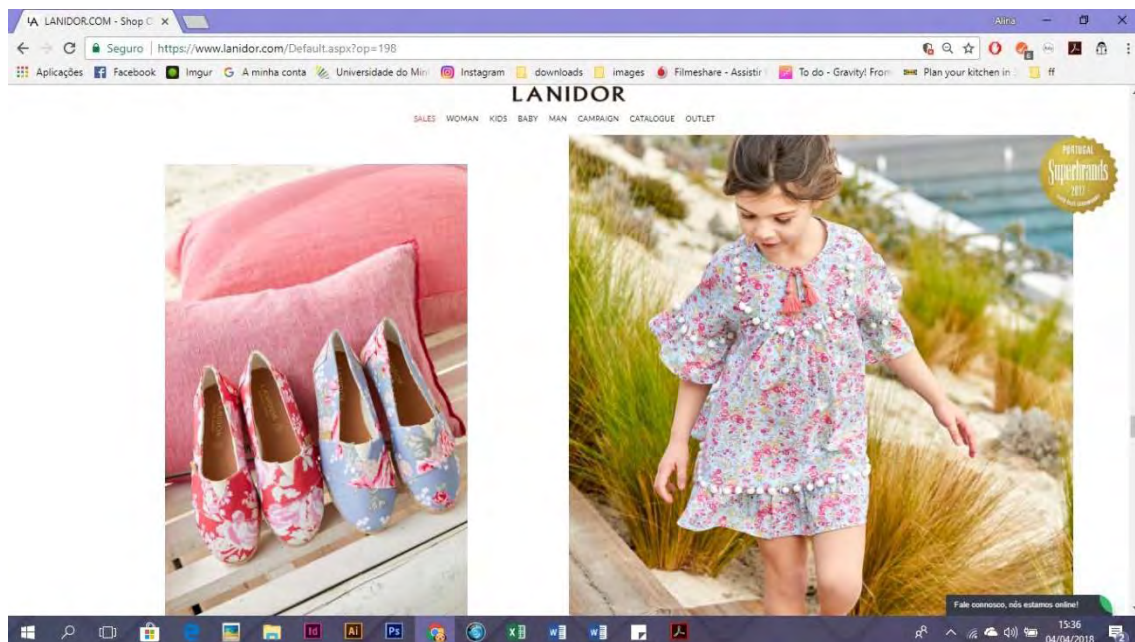
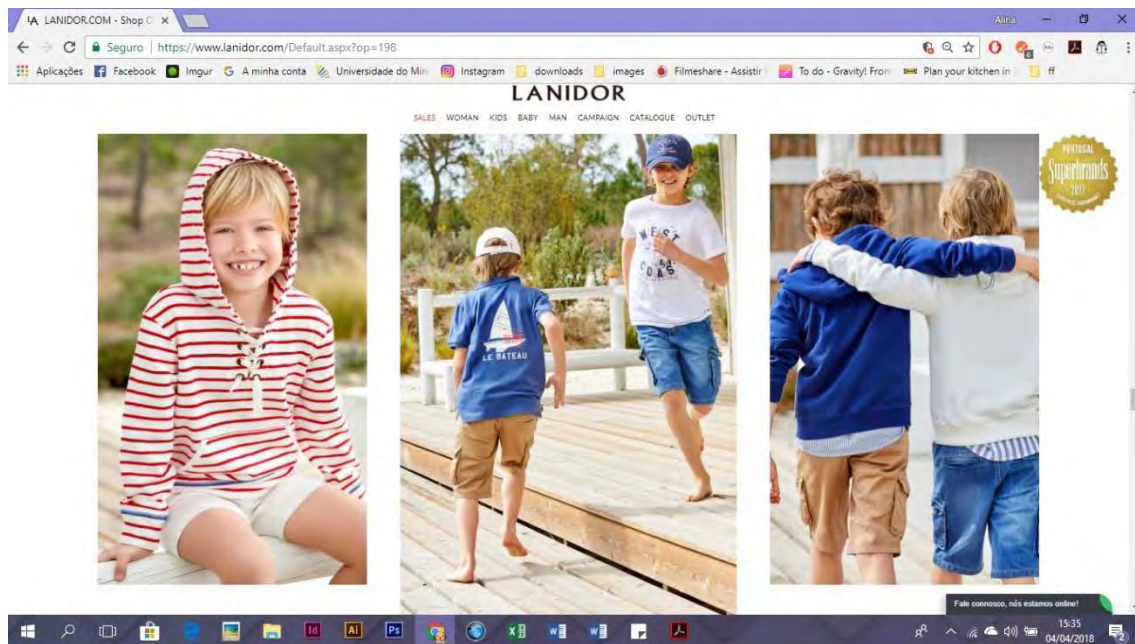


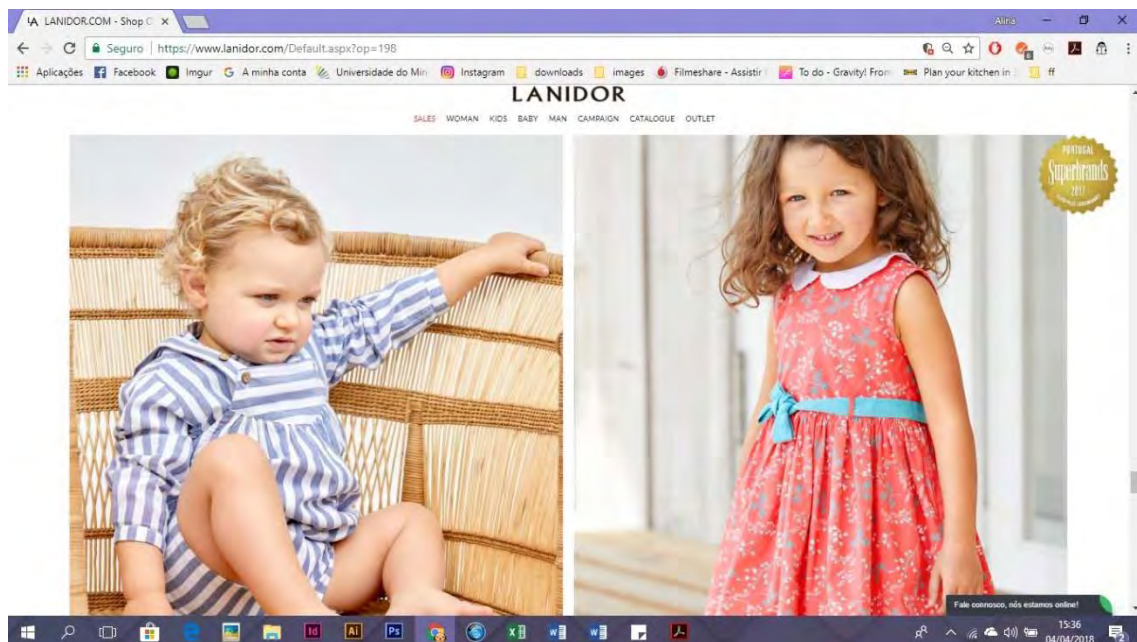
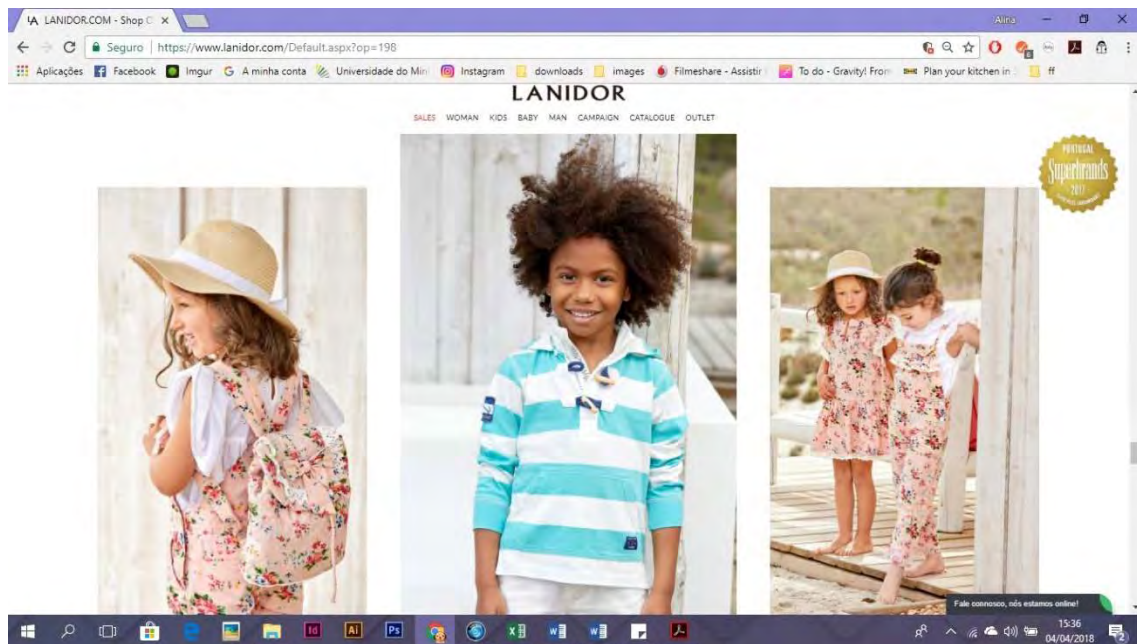


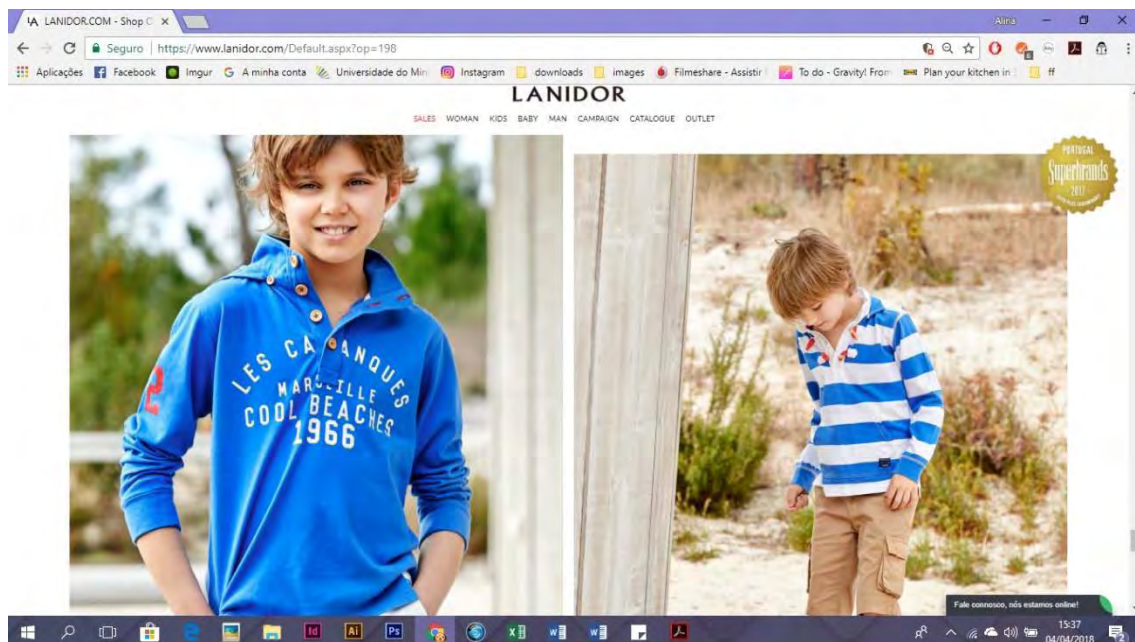
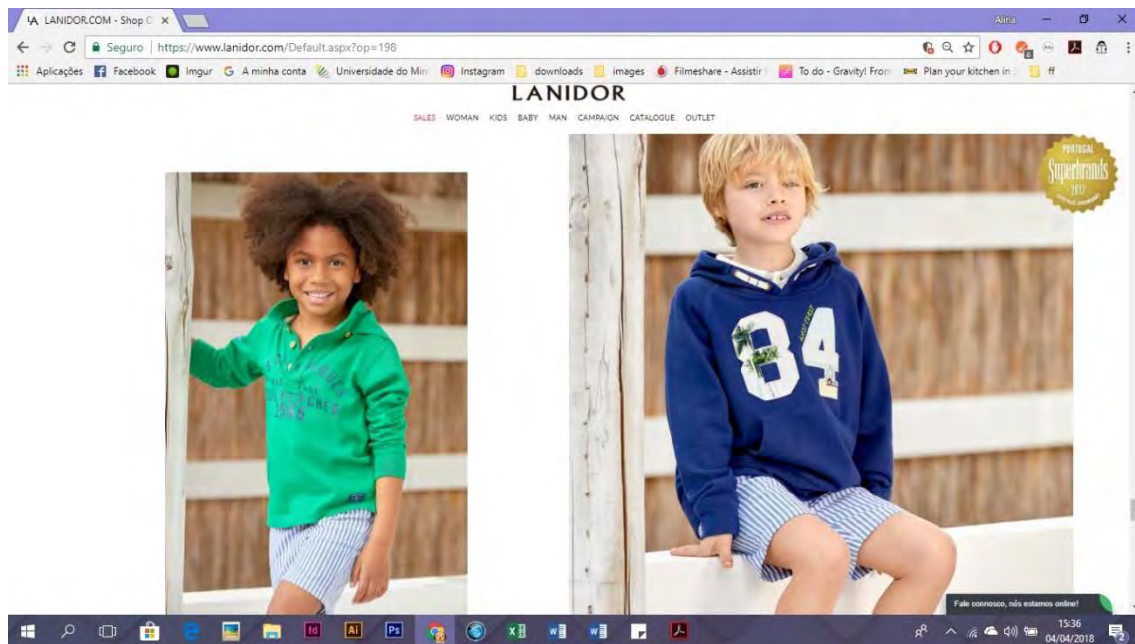


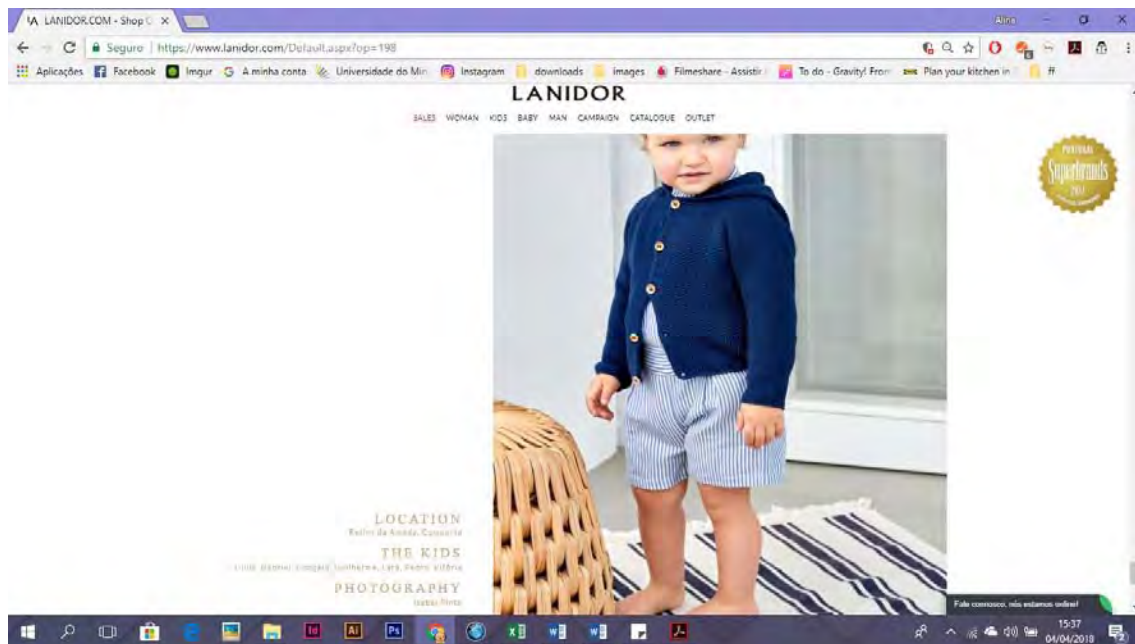




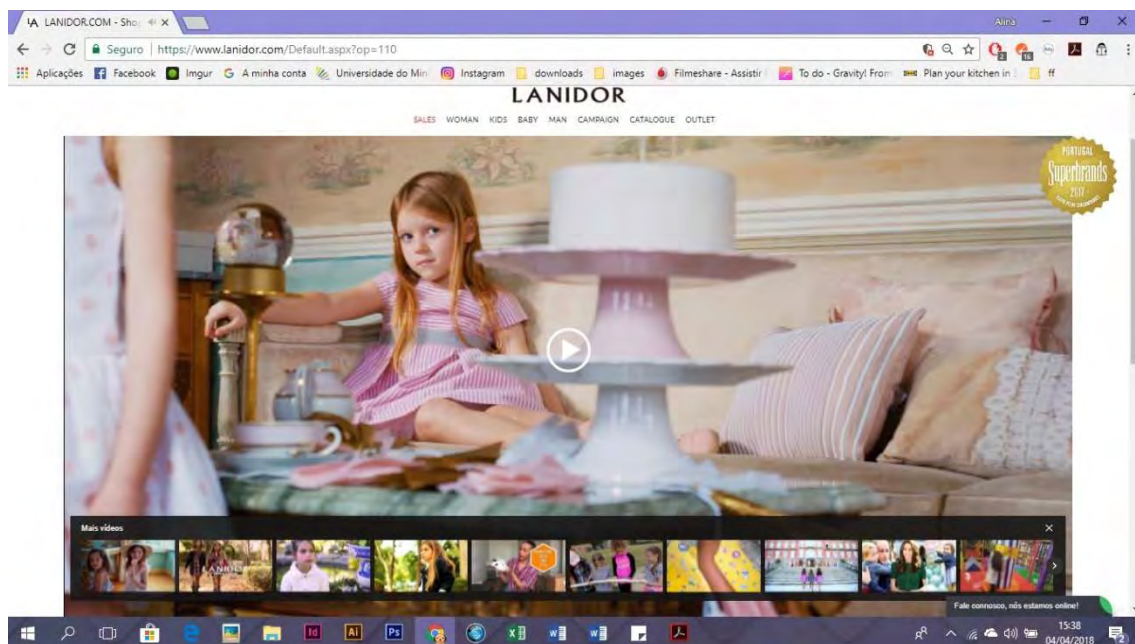




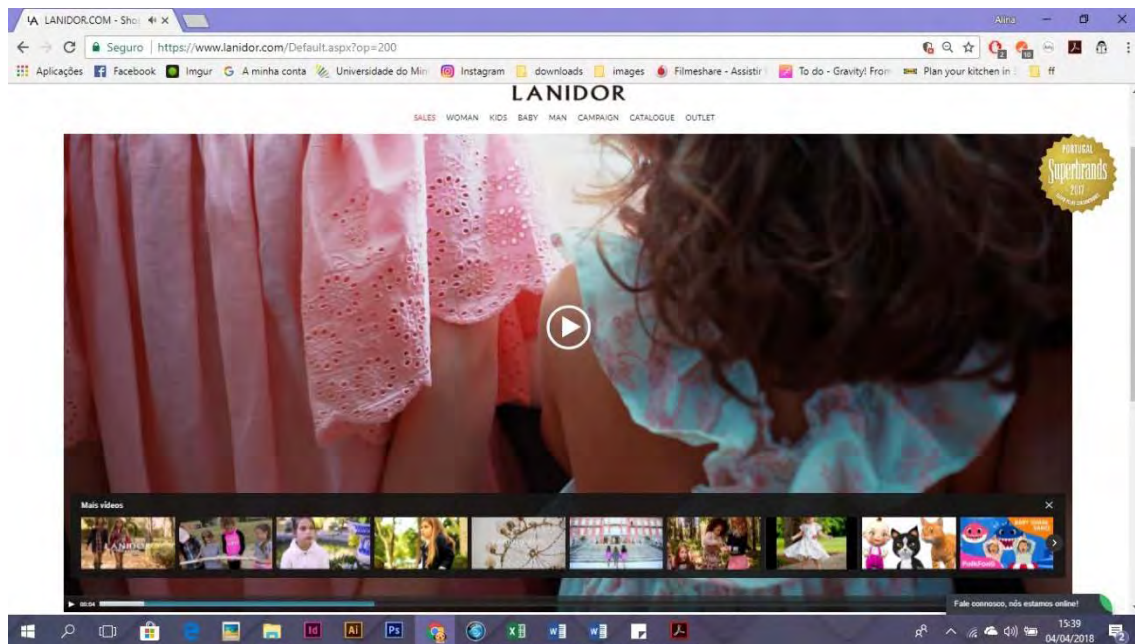




7.2.3- Royal Label Film

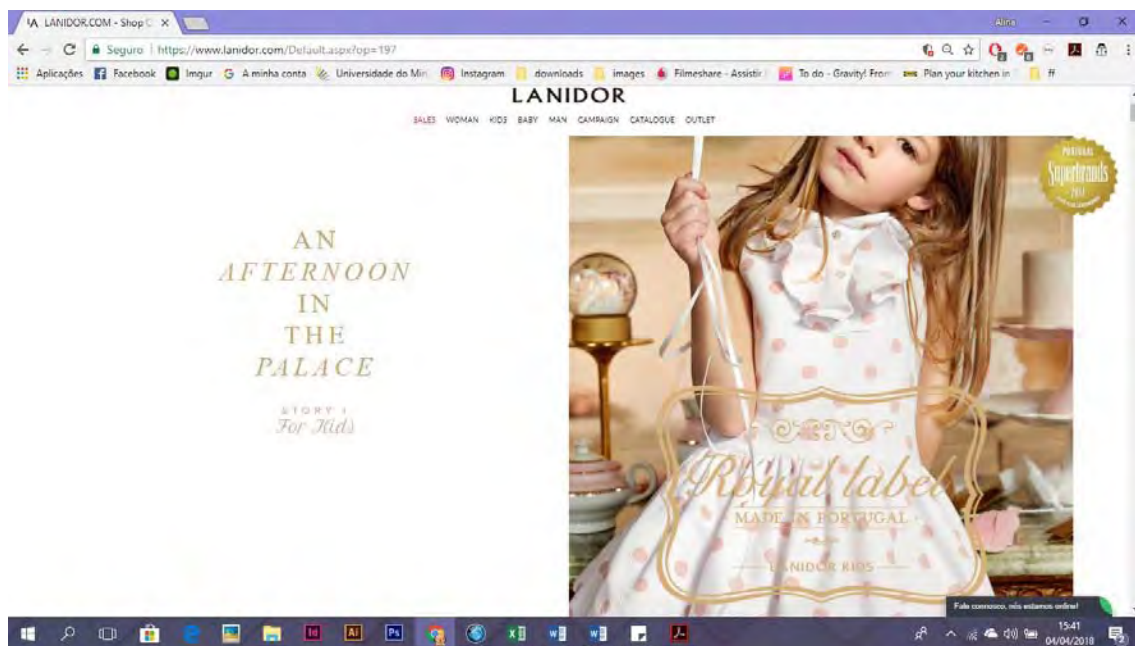


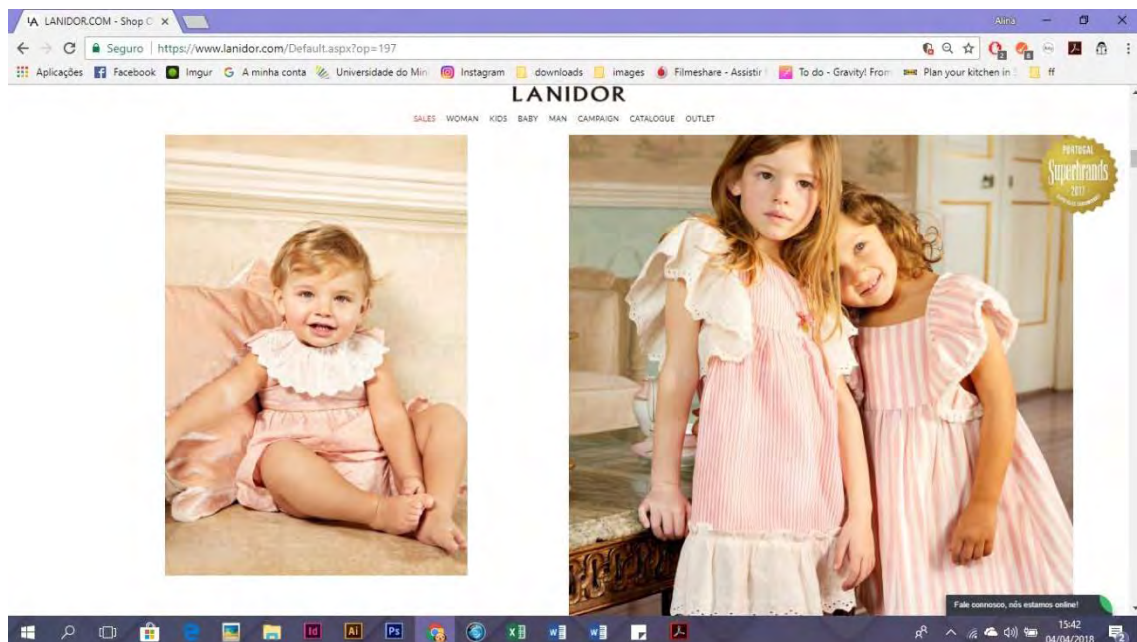
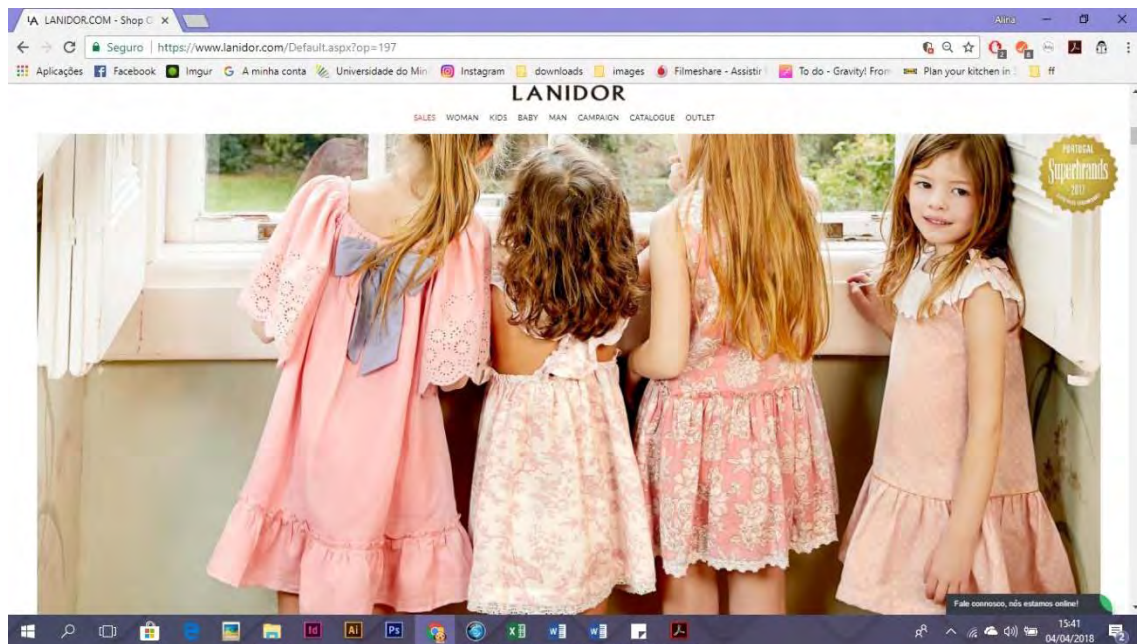
7.2.4- The Film

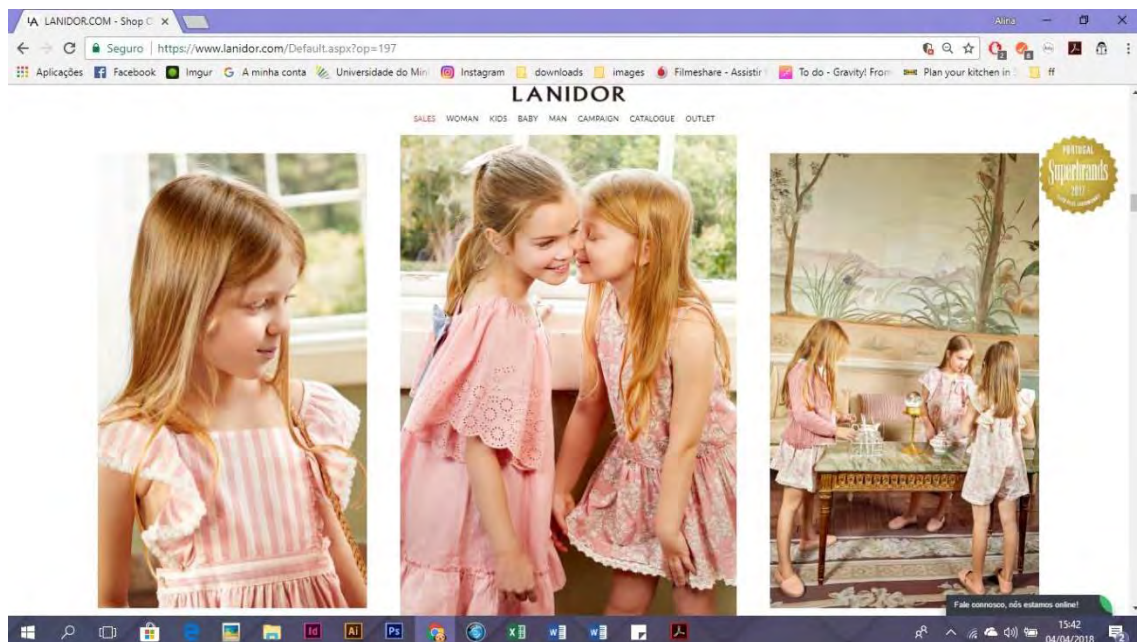
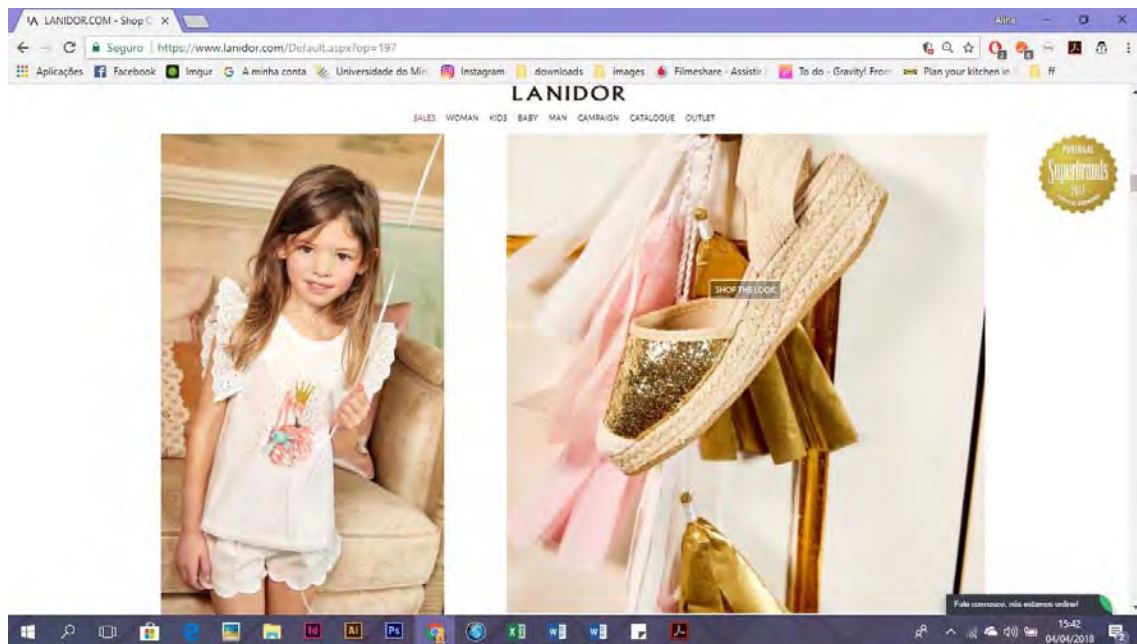


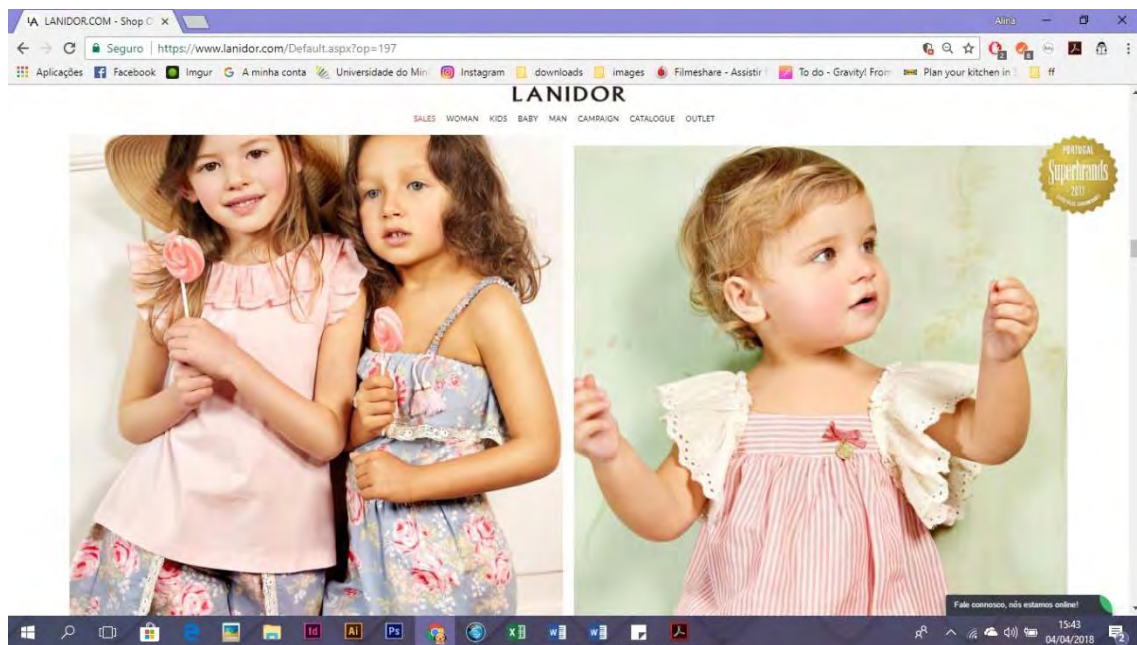
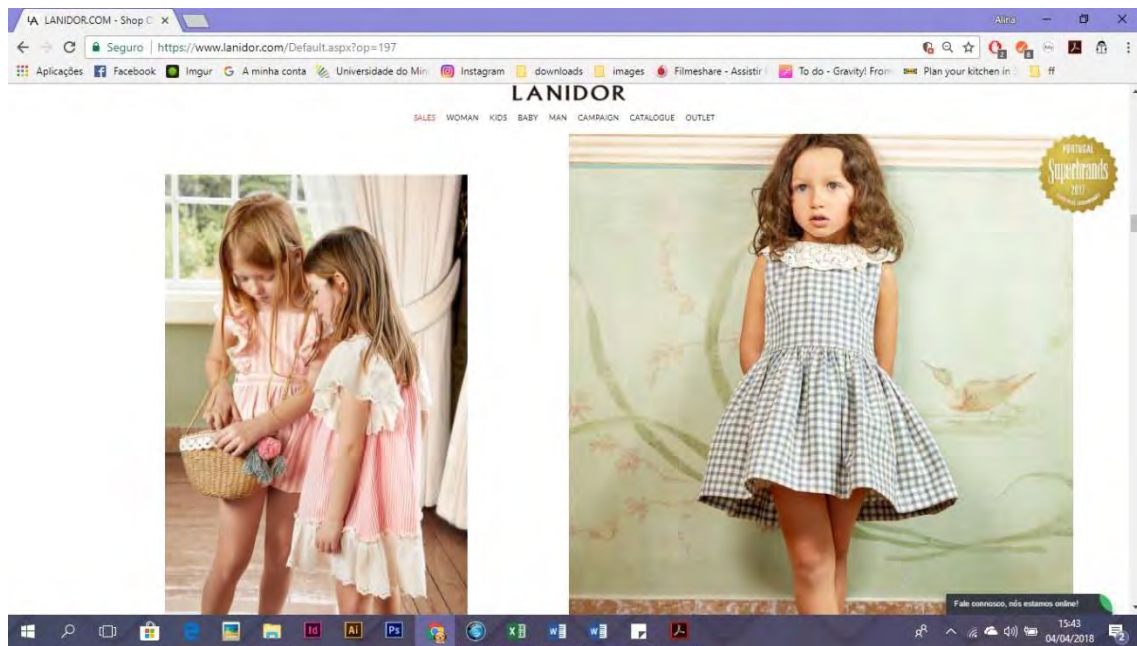
7.3- Baby

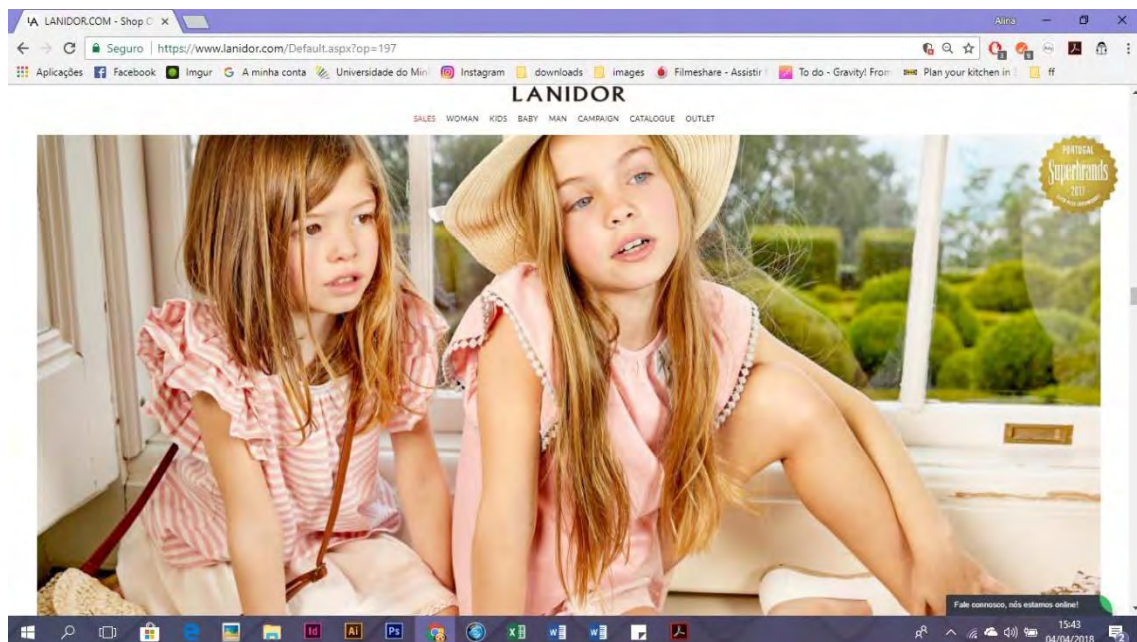
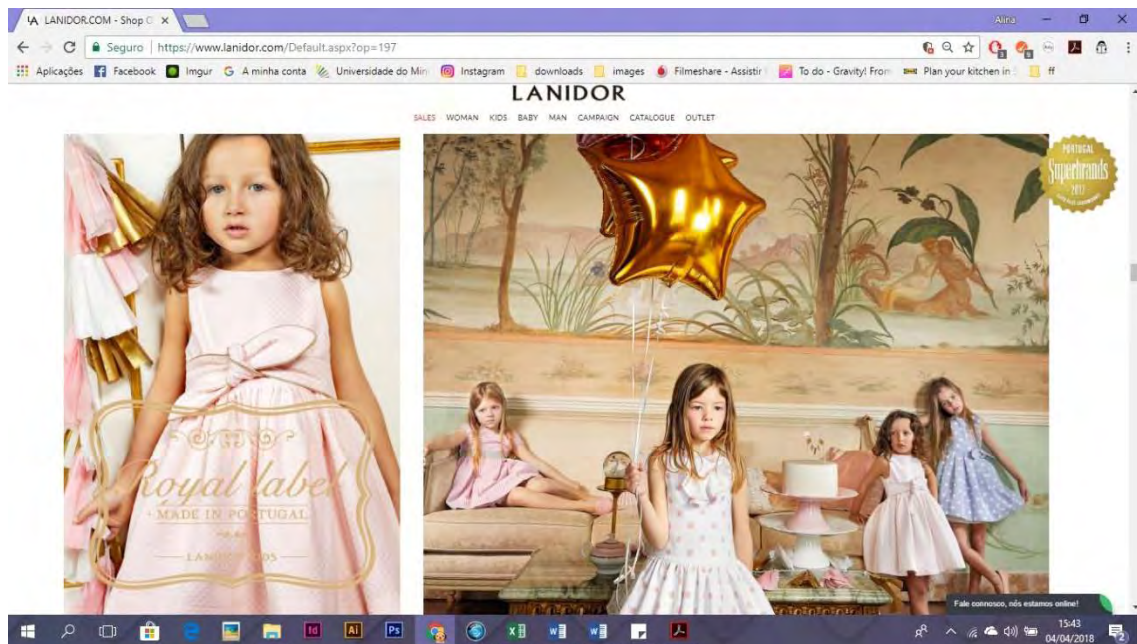
7.3.1- An Afternoon in The Palace

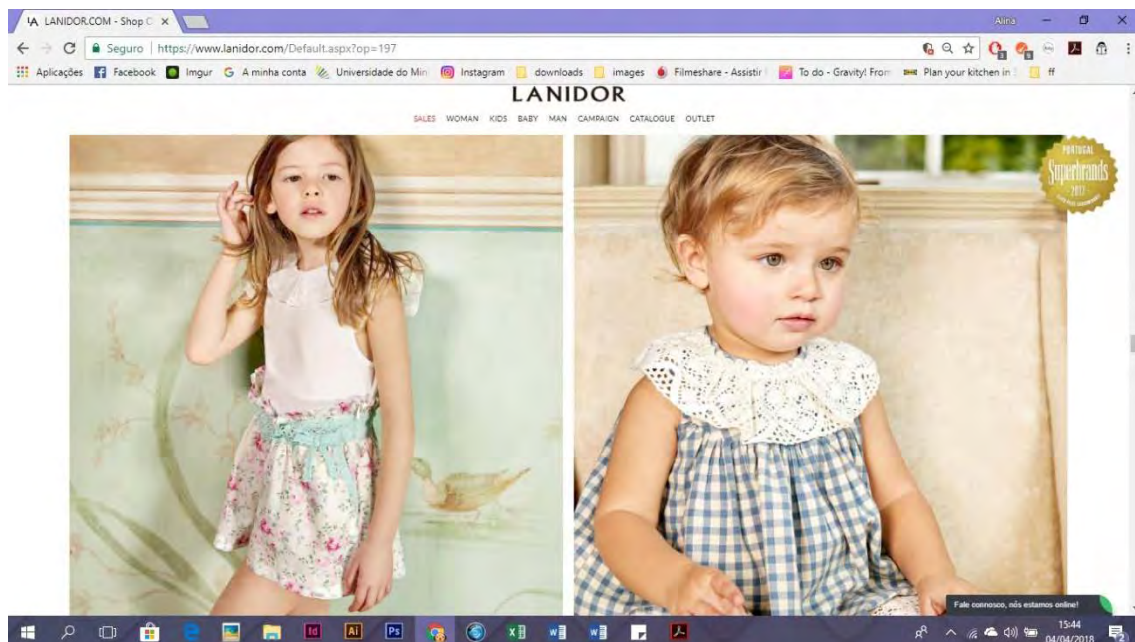
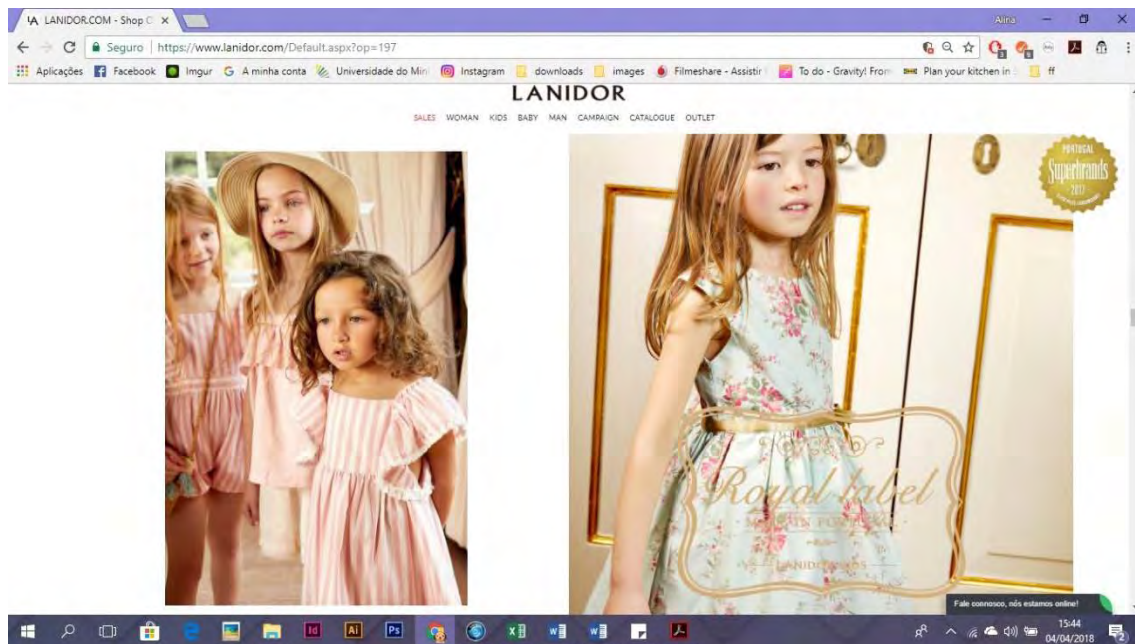


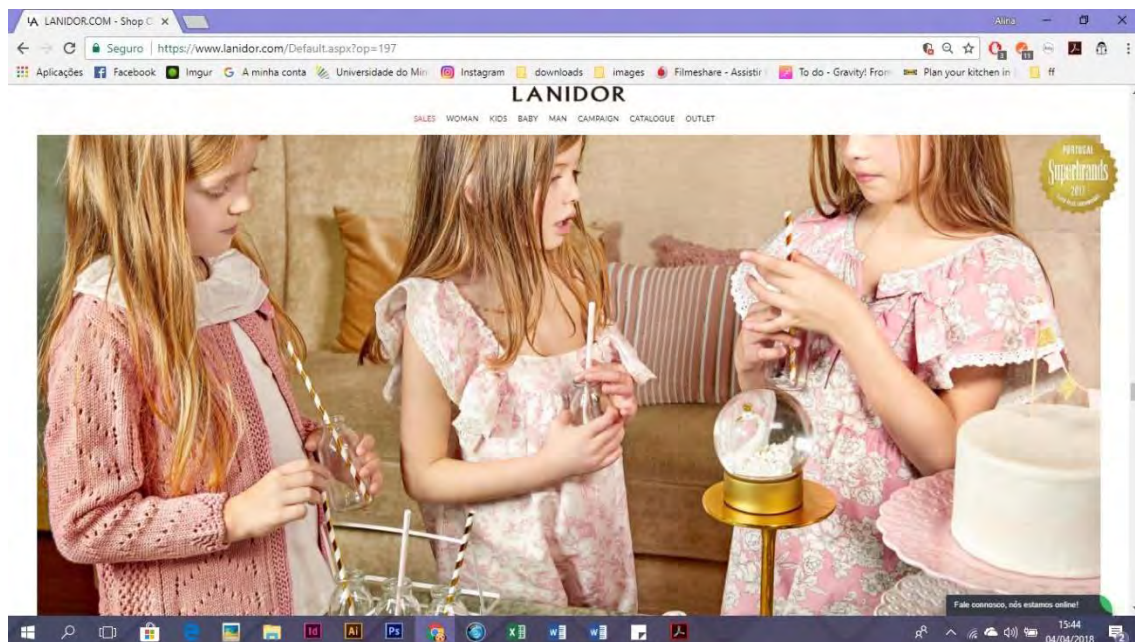
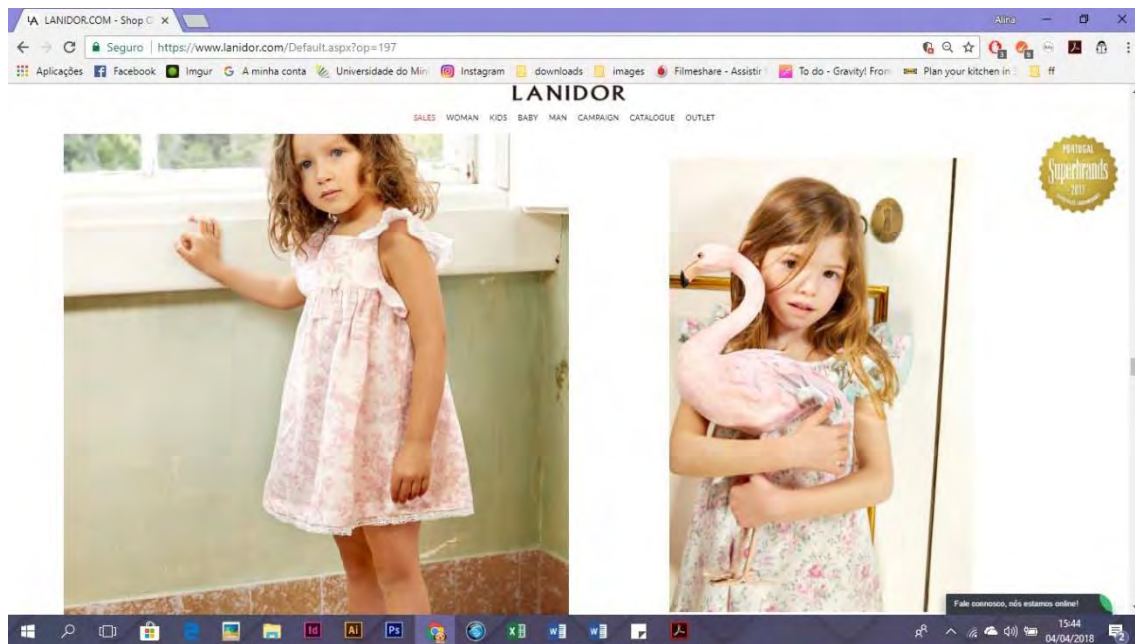


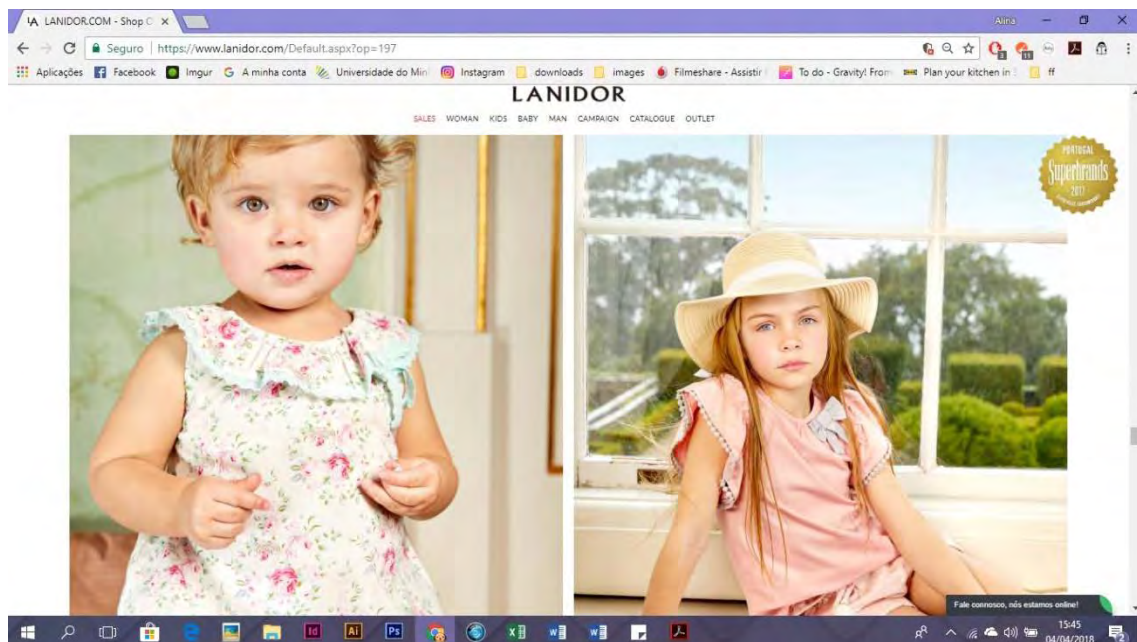
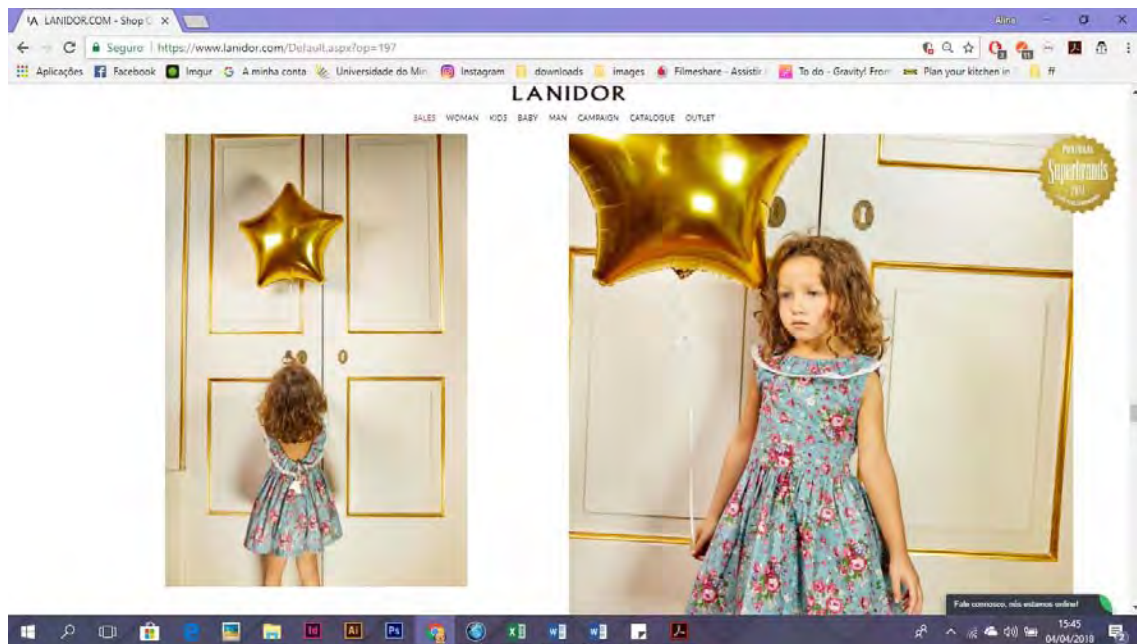


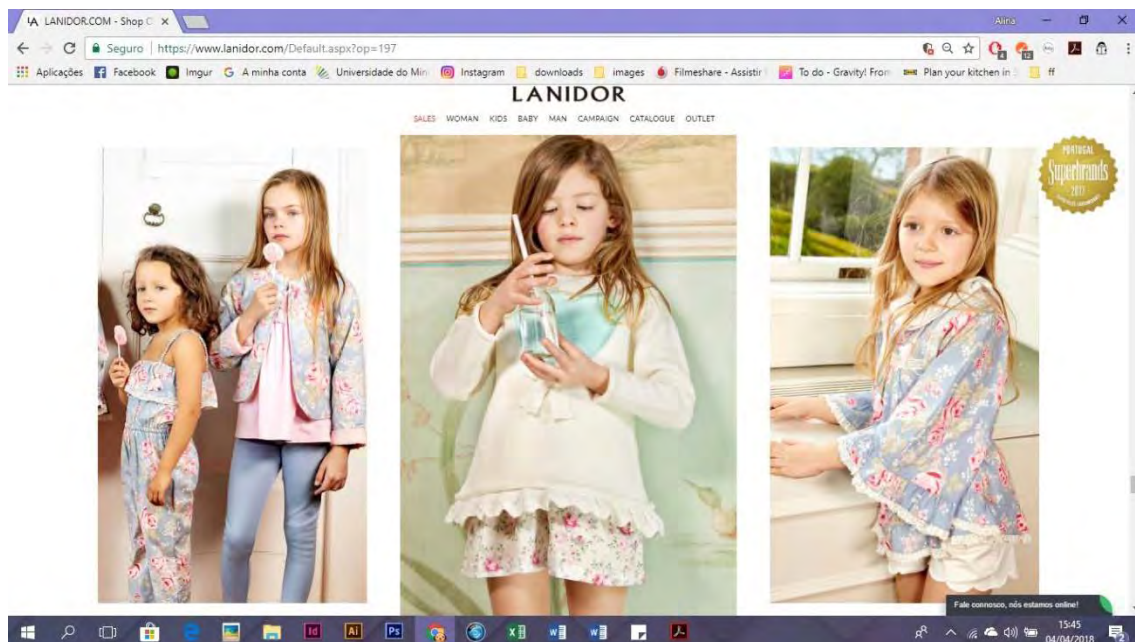
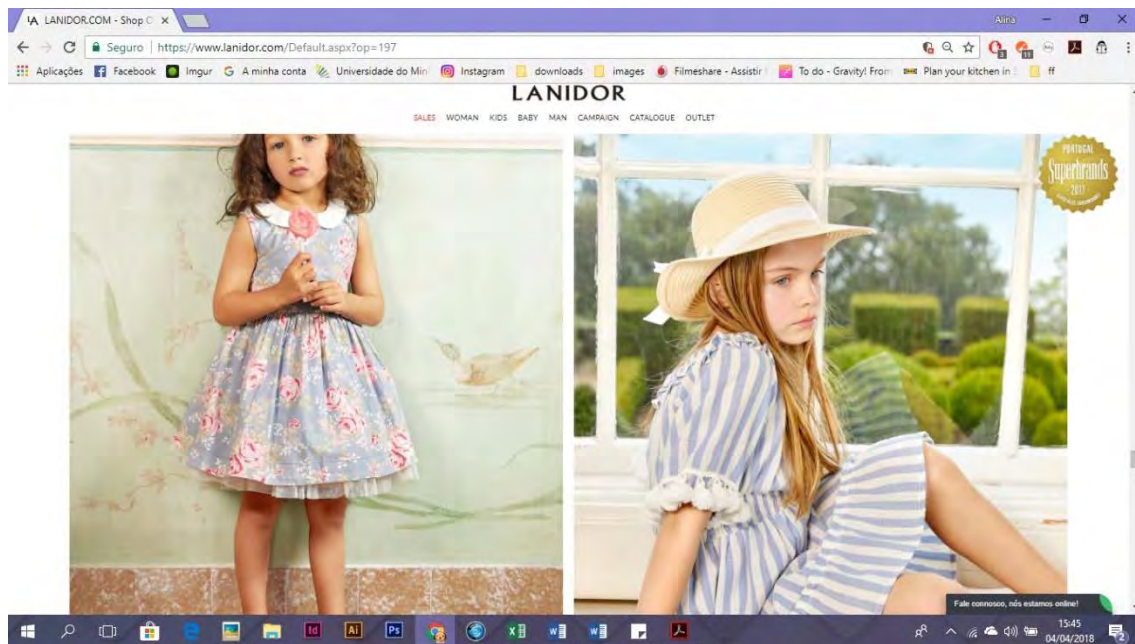


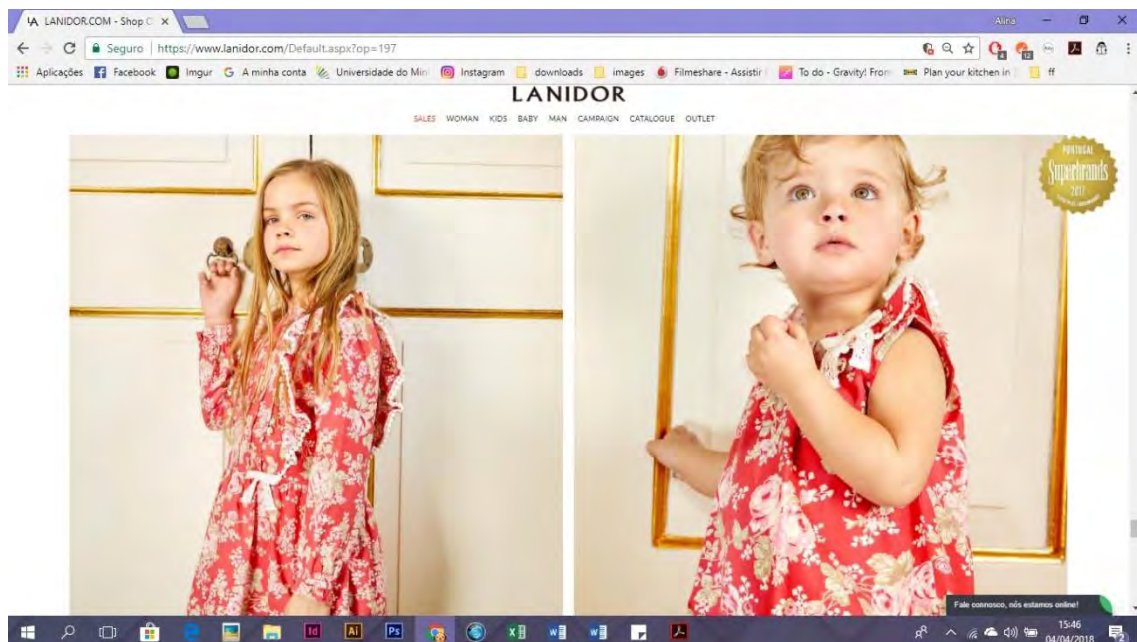
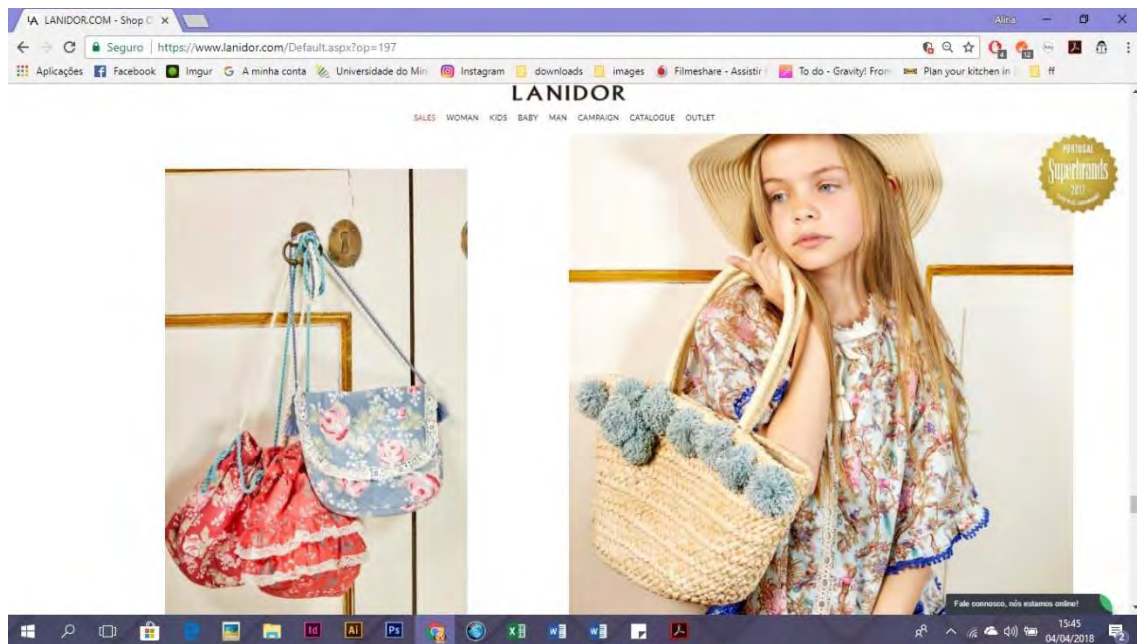


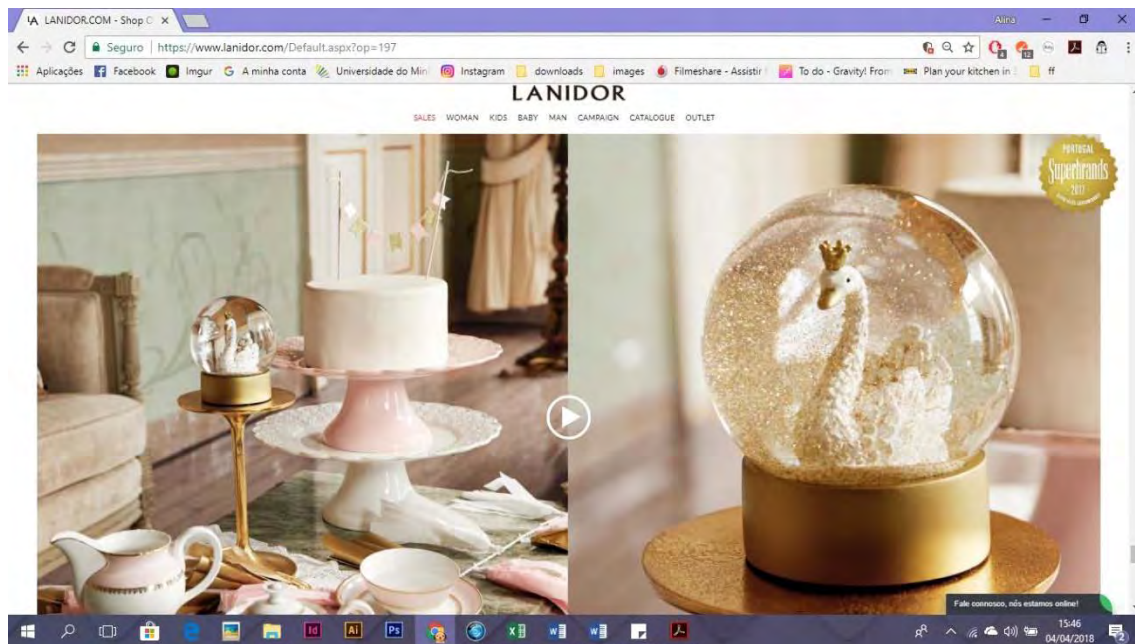




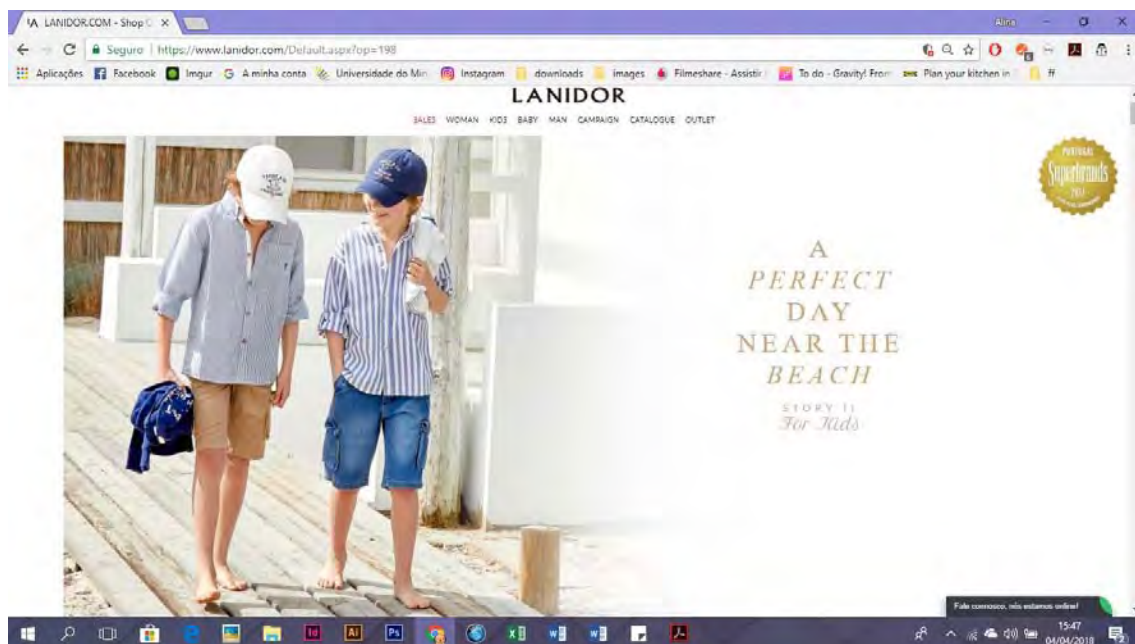


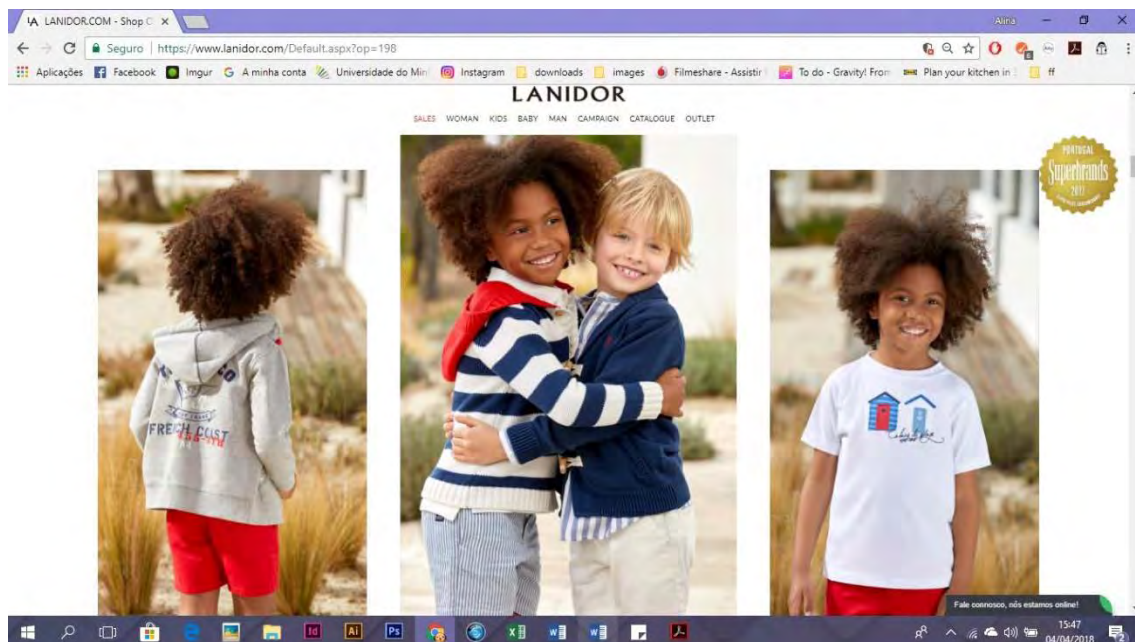
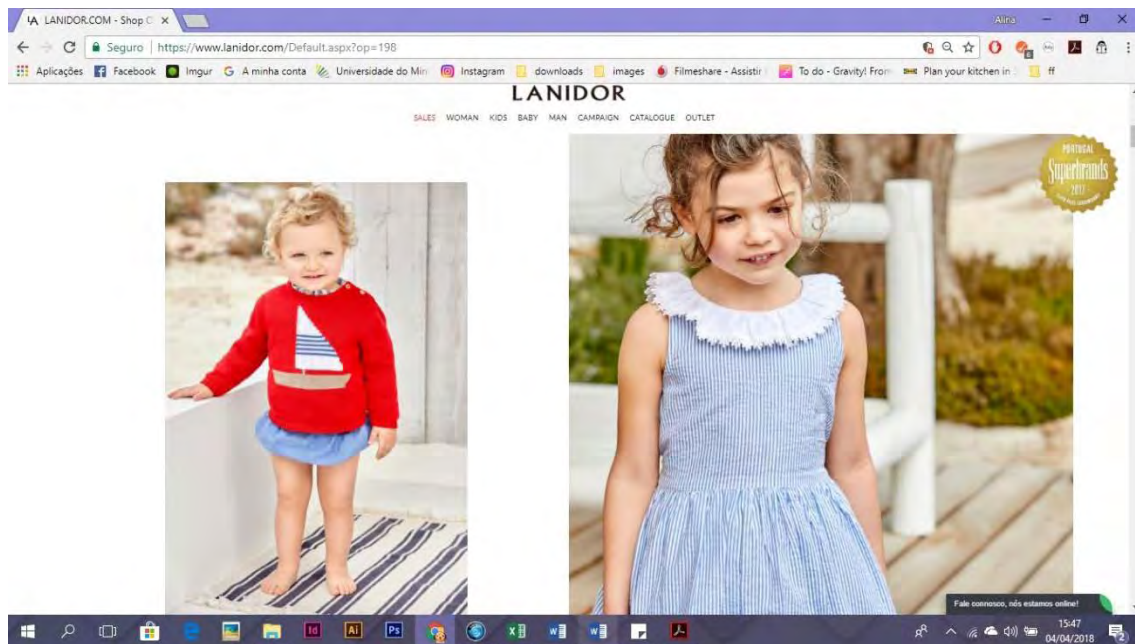


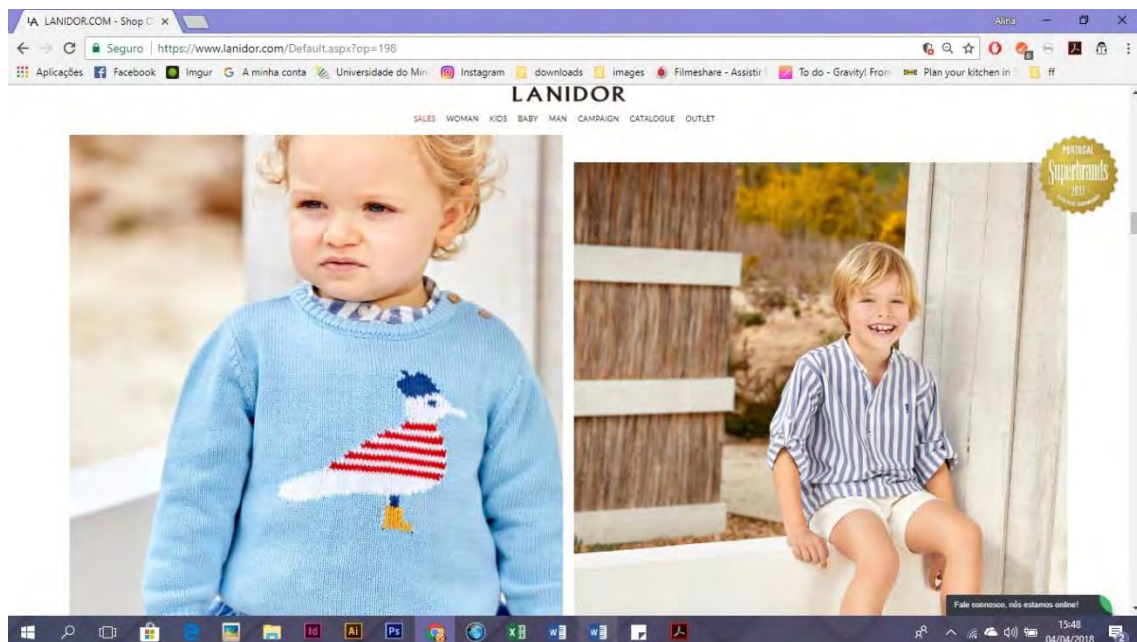
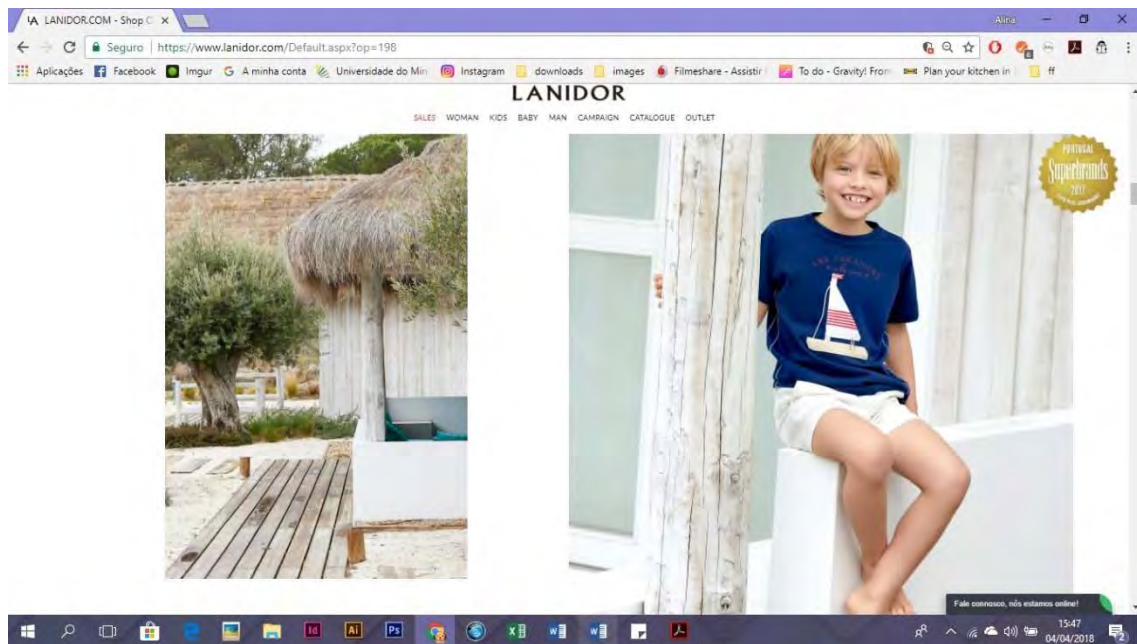


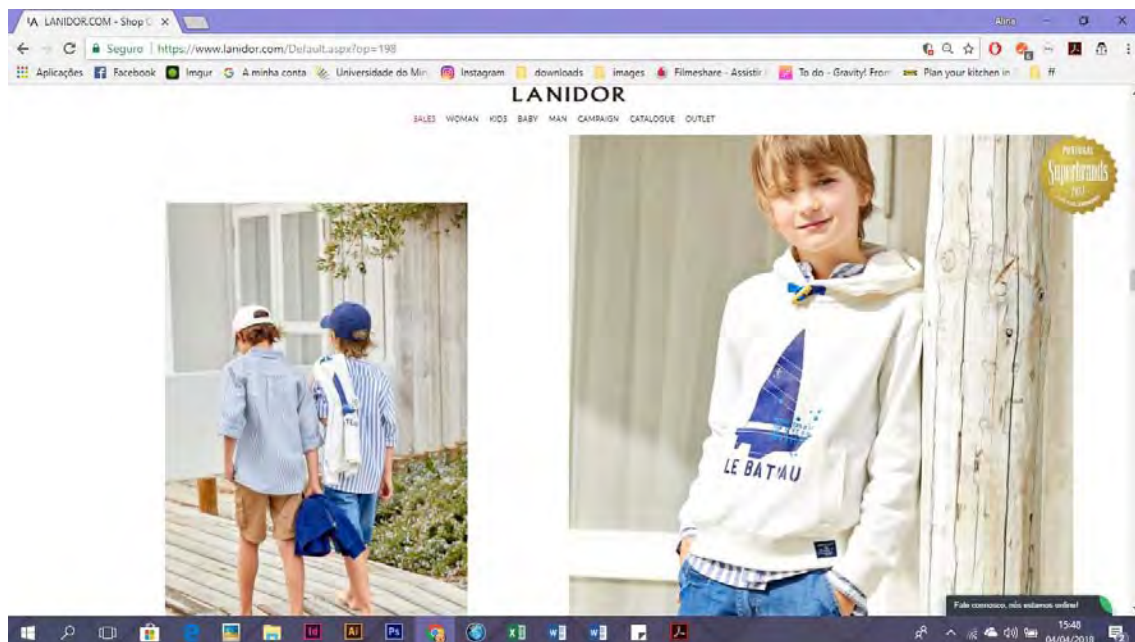
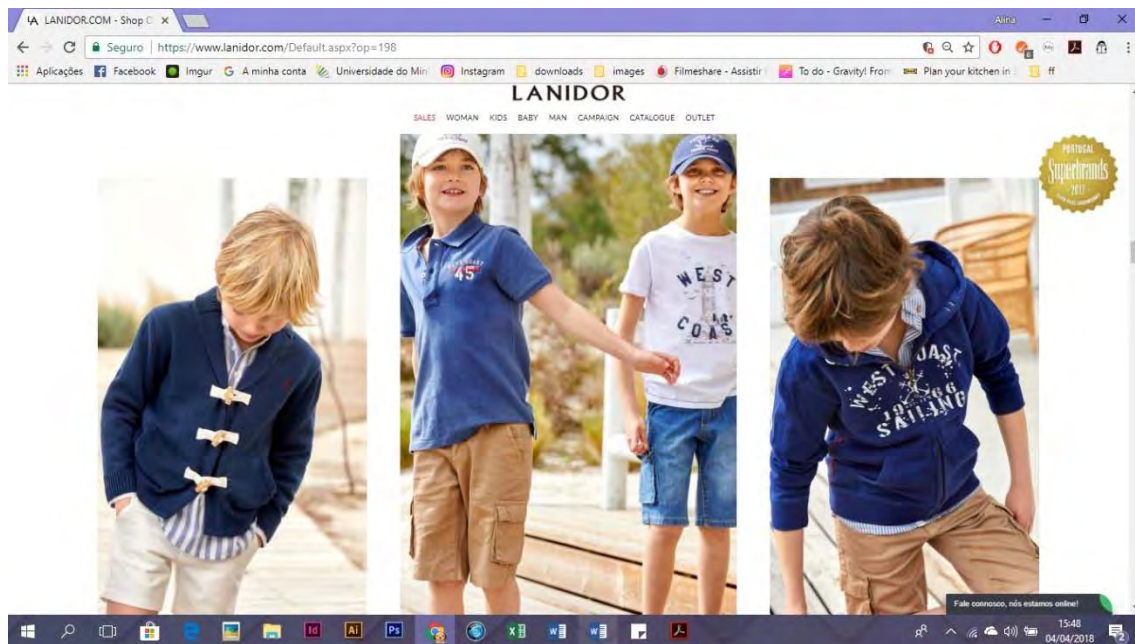


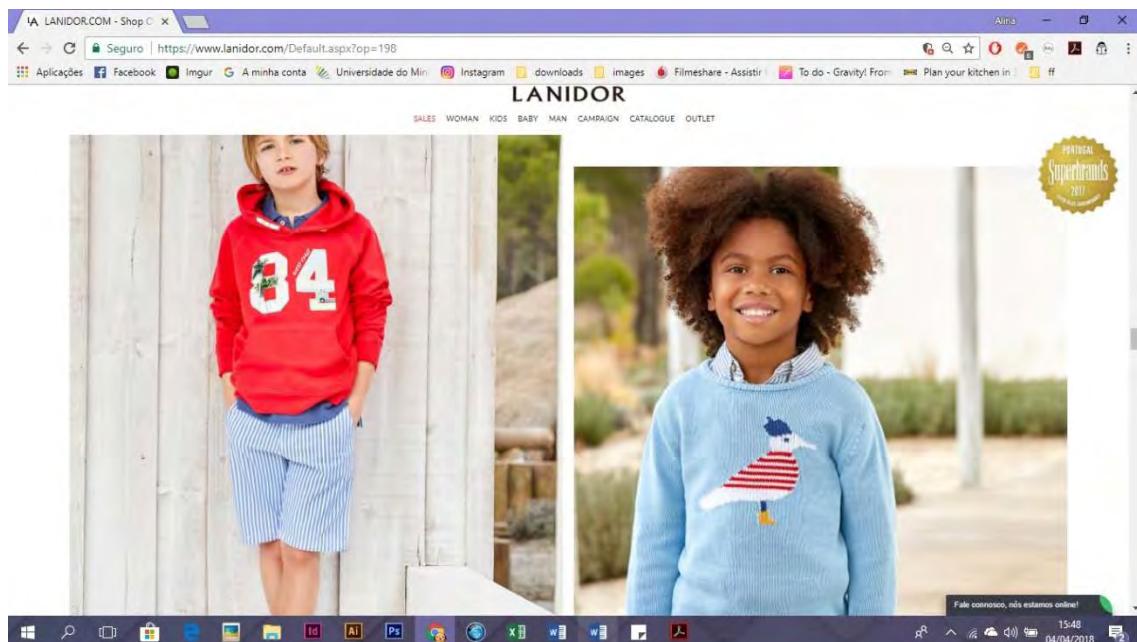
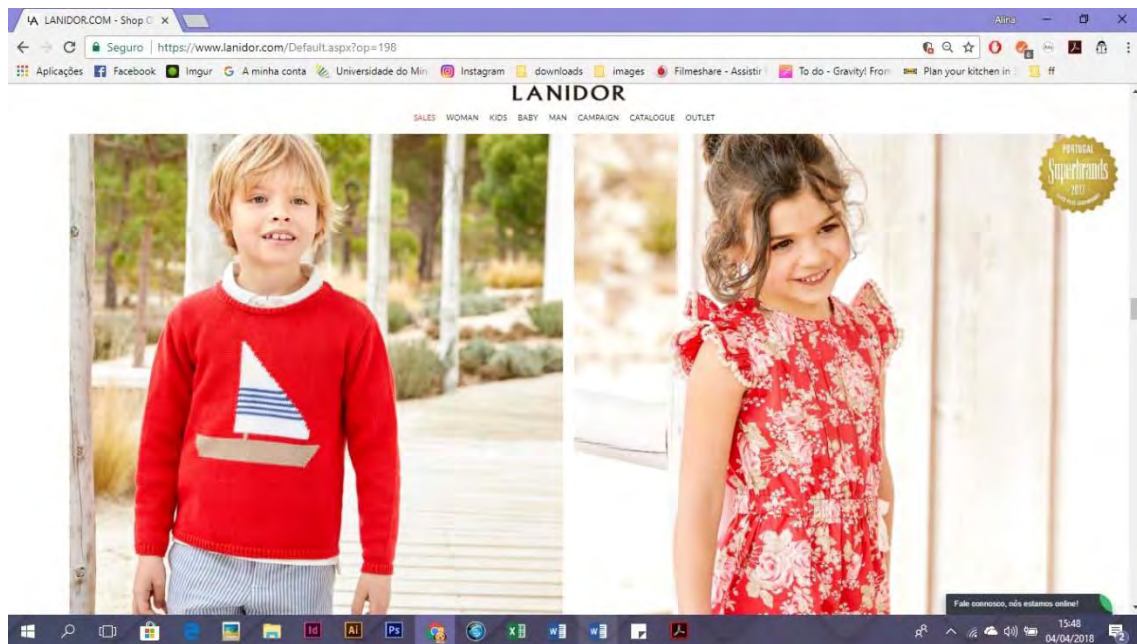
7.3.2- A Perfect Day Near The Beach

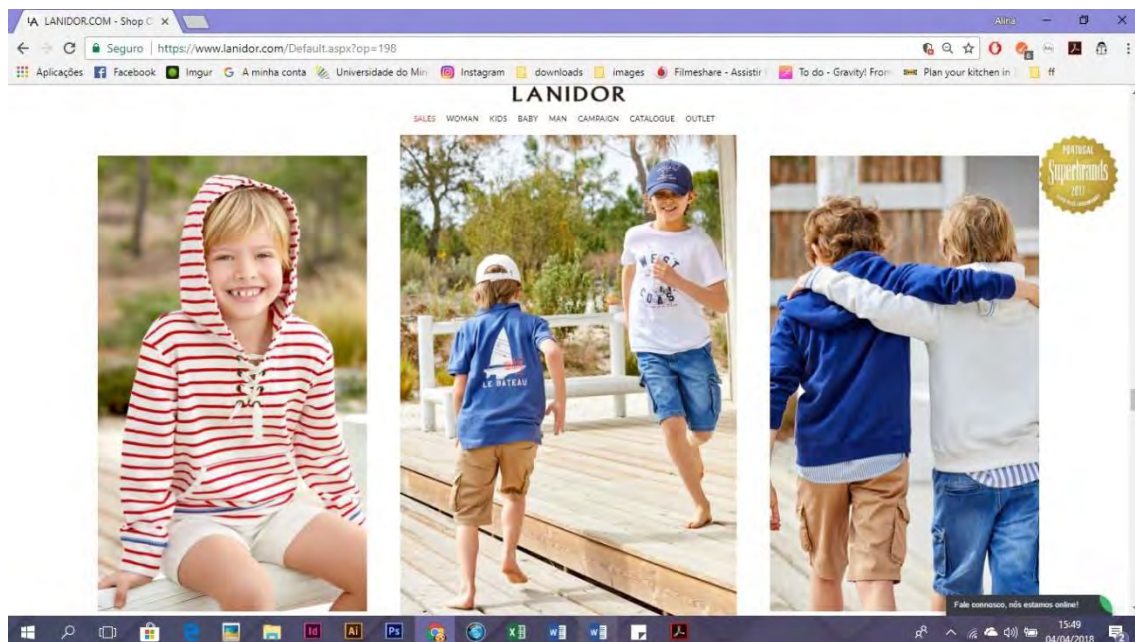
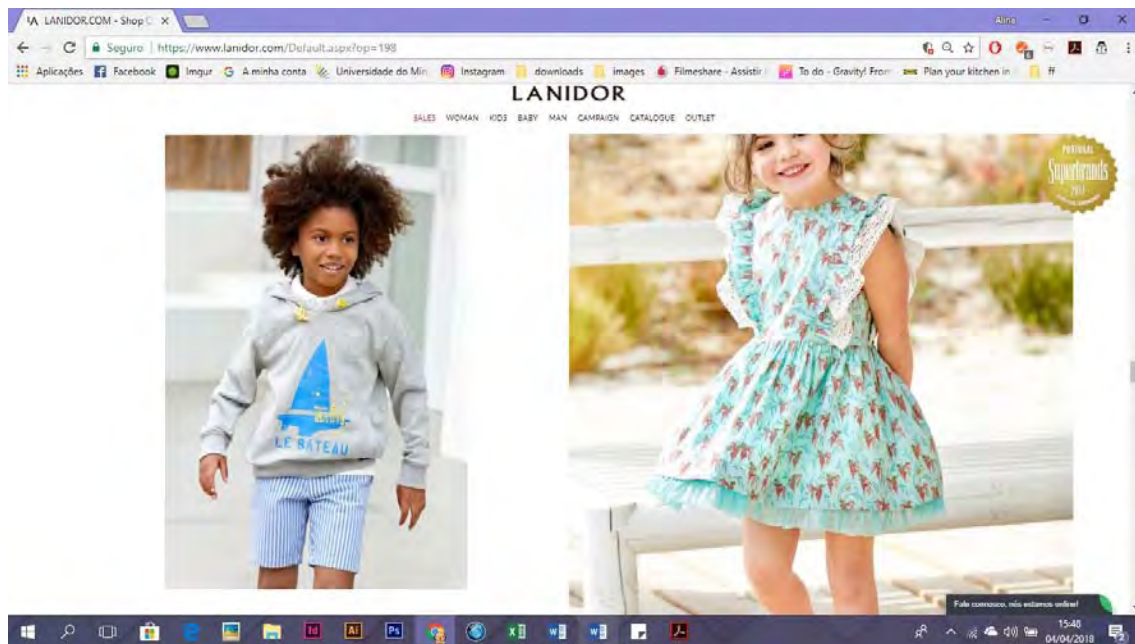


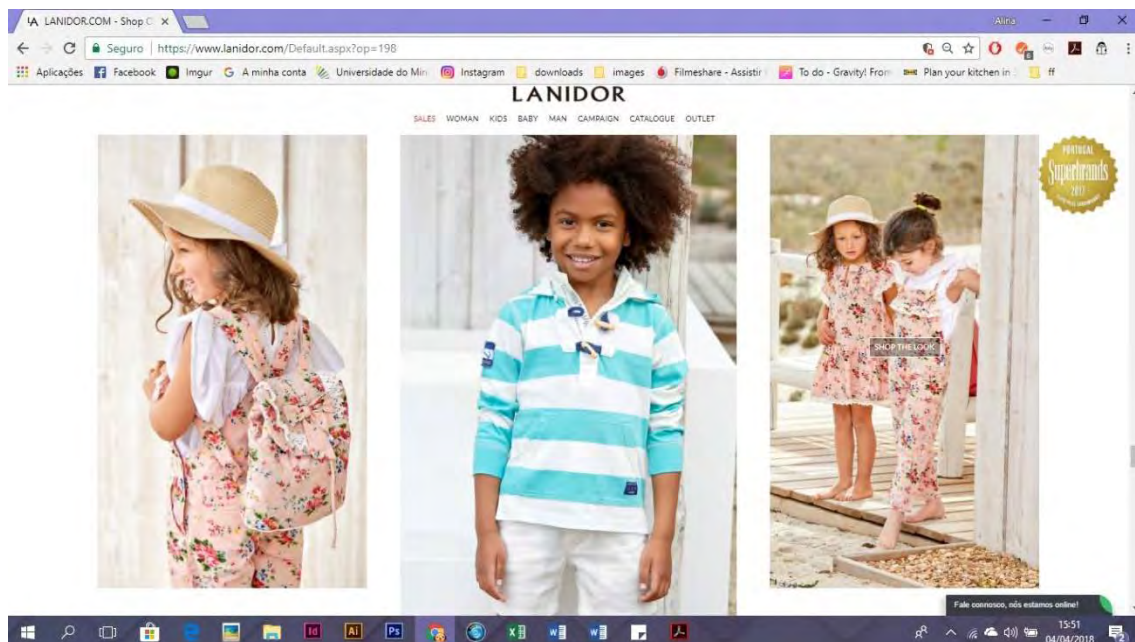
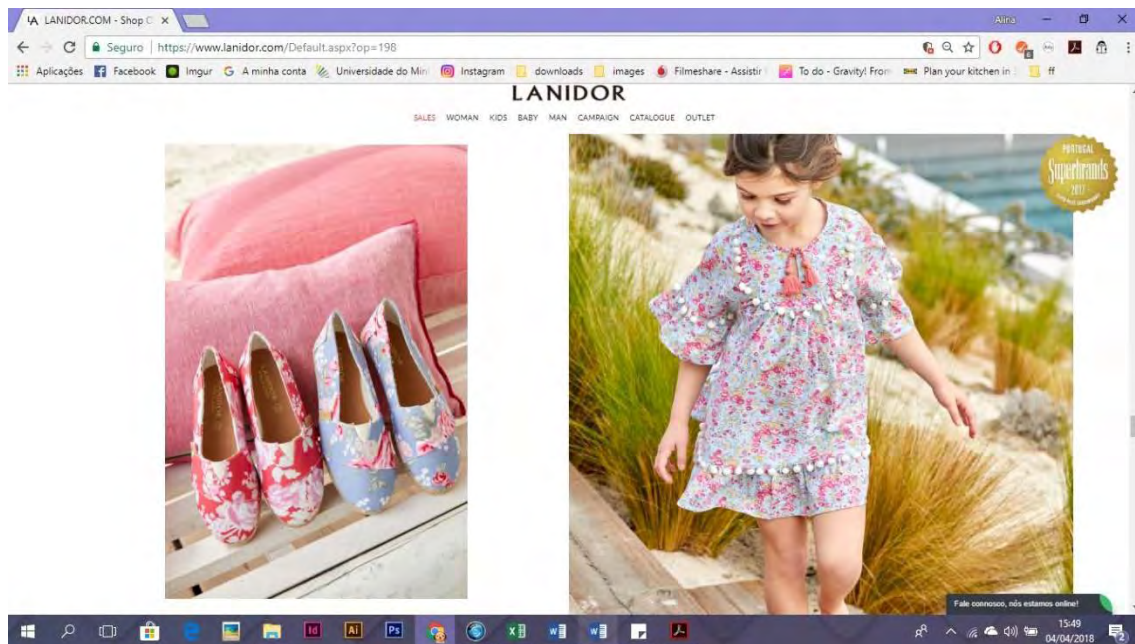


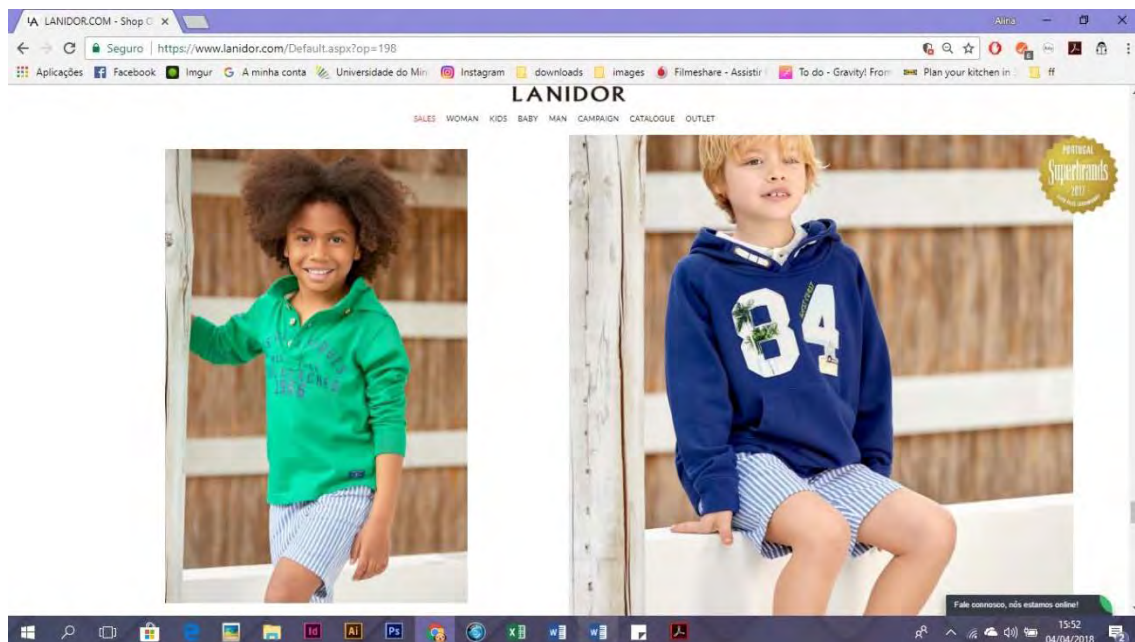
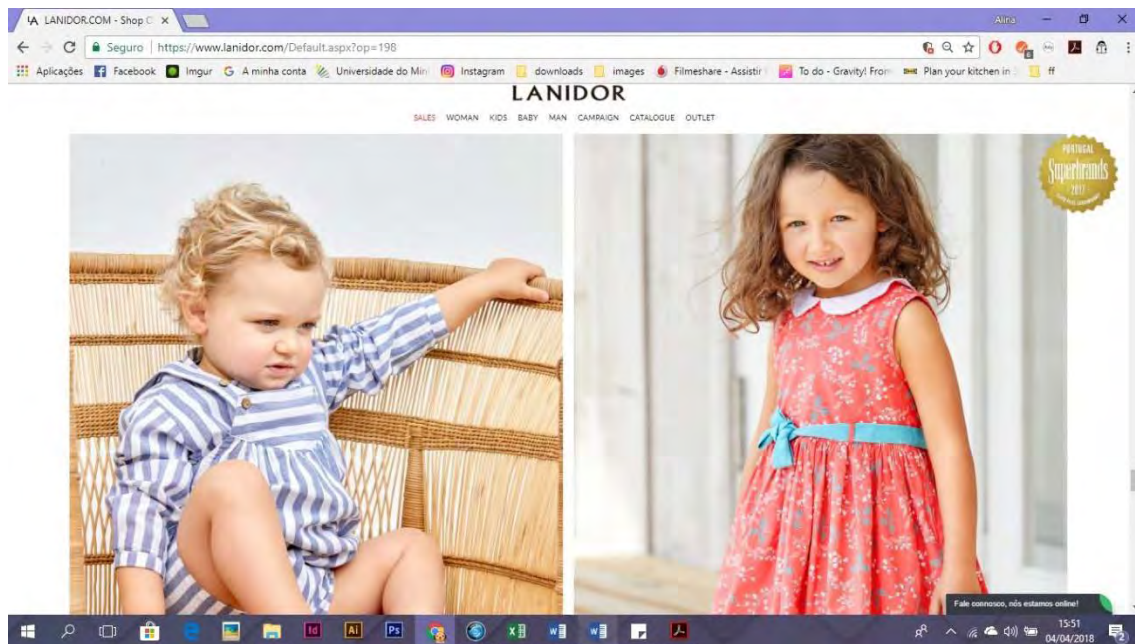


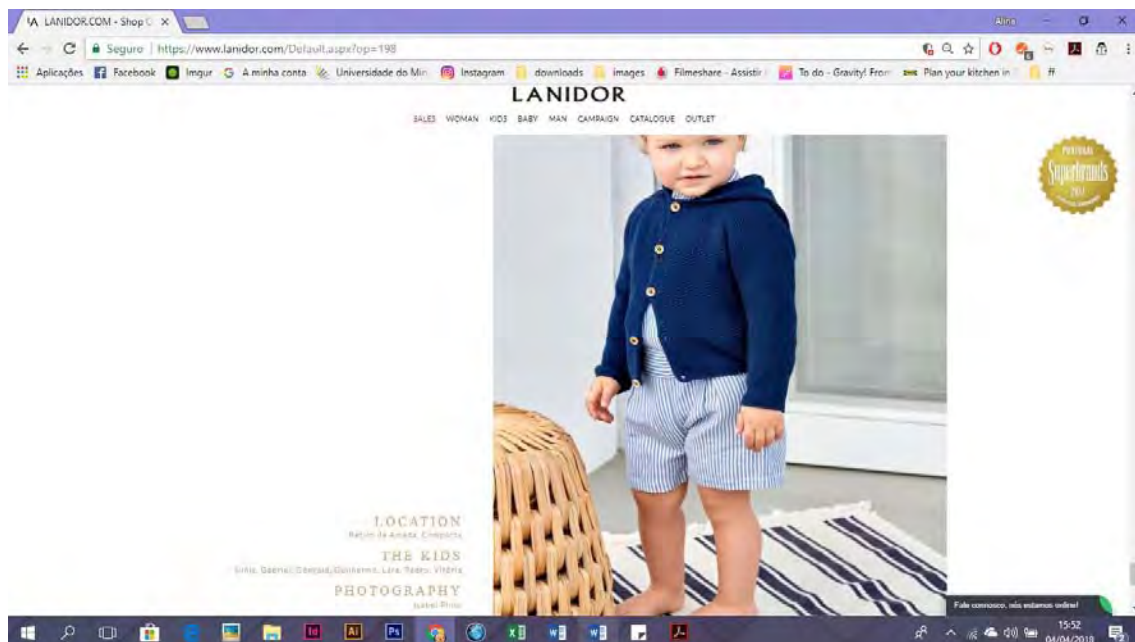
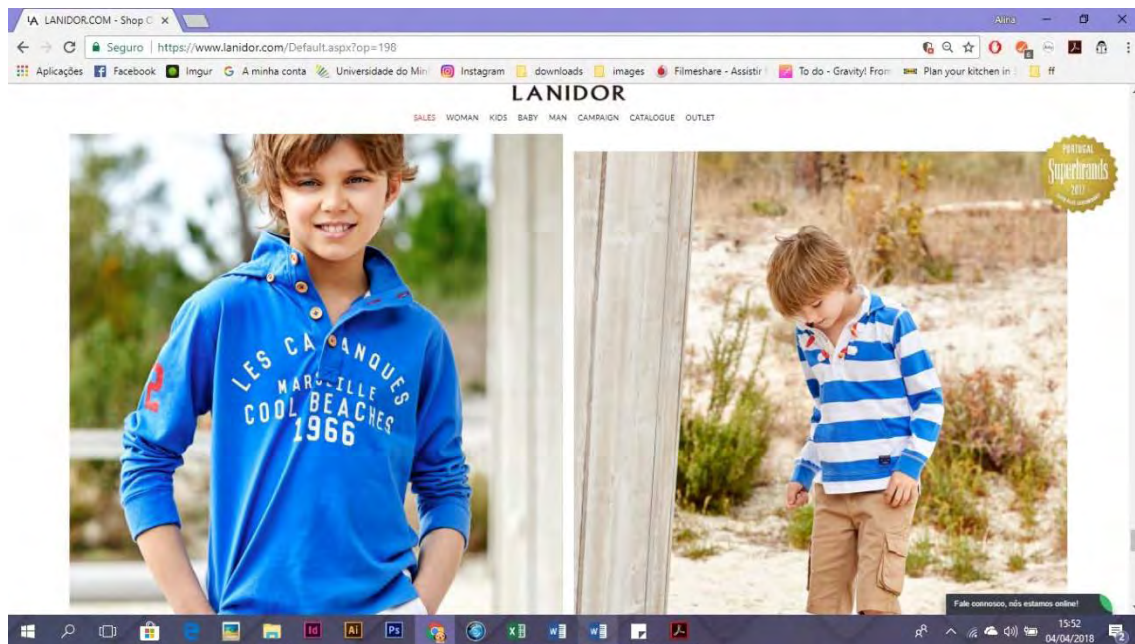




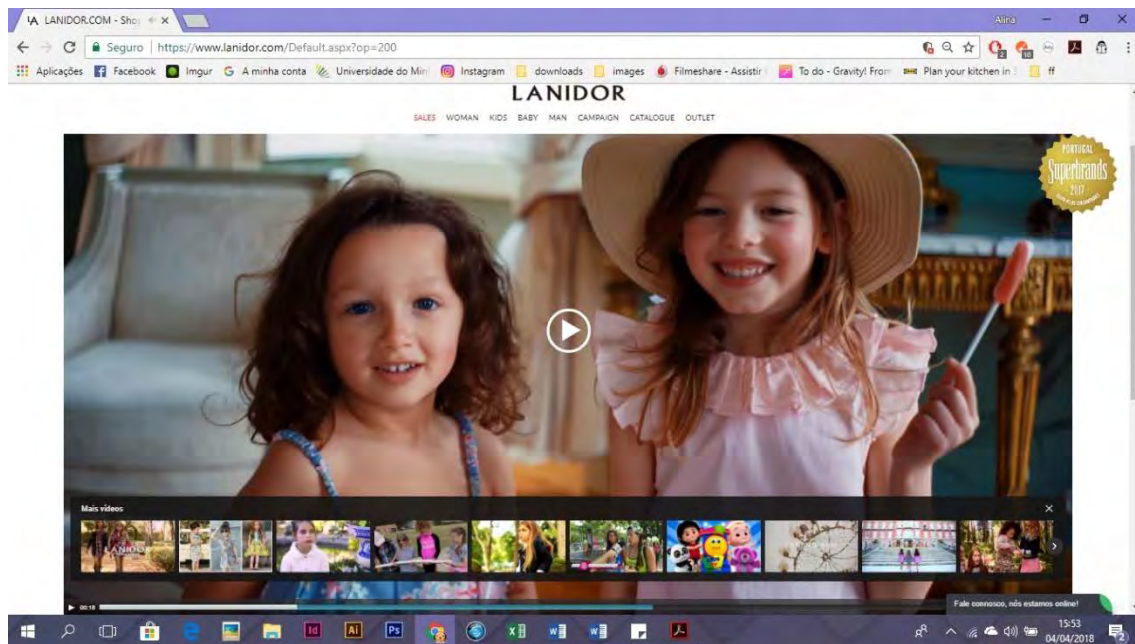








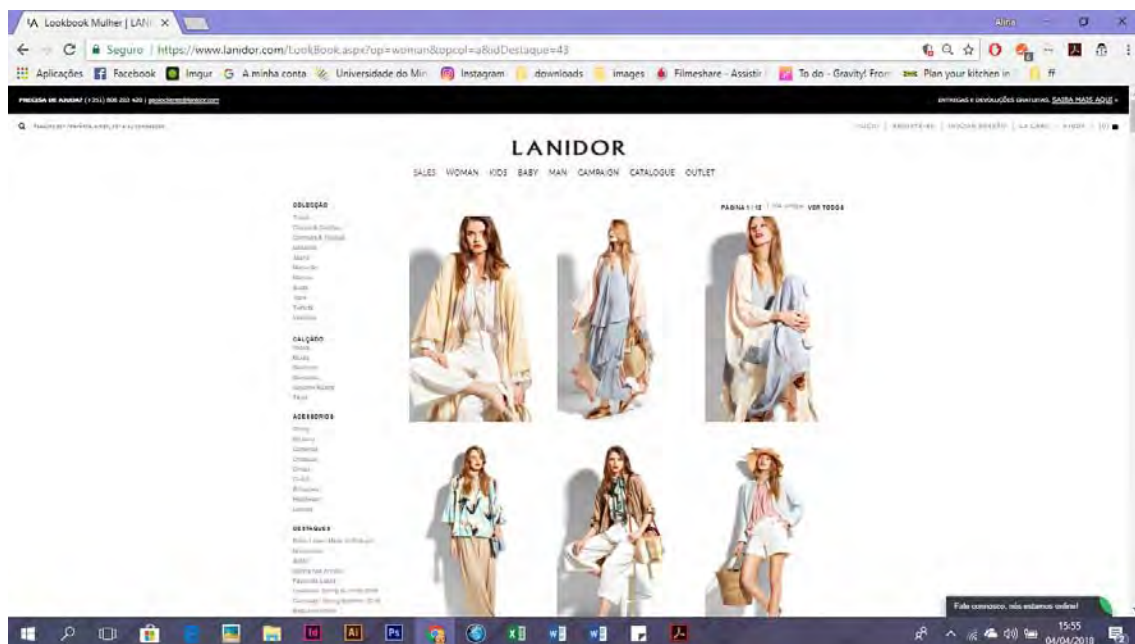
7.3.3- The Film



8- Sep. Catalogue

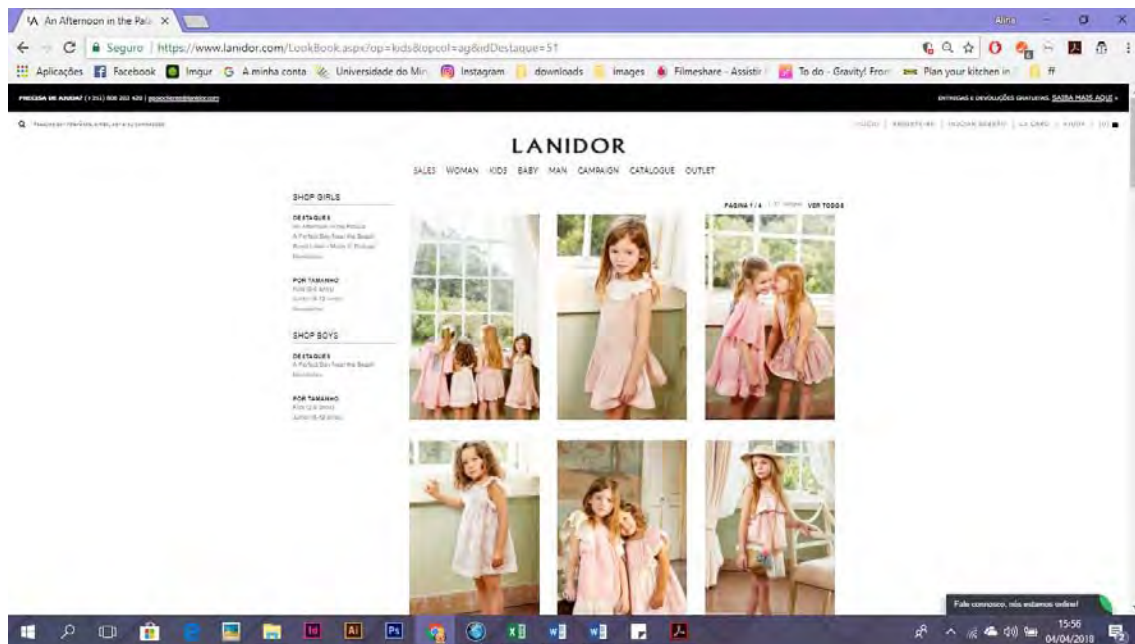
8.1- Woman

8.1.1- Lookbook

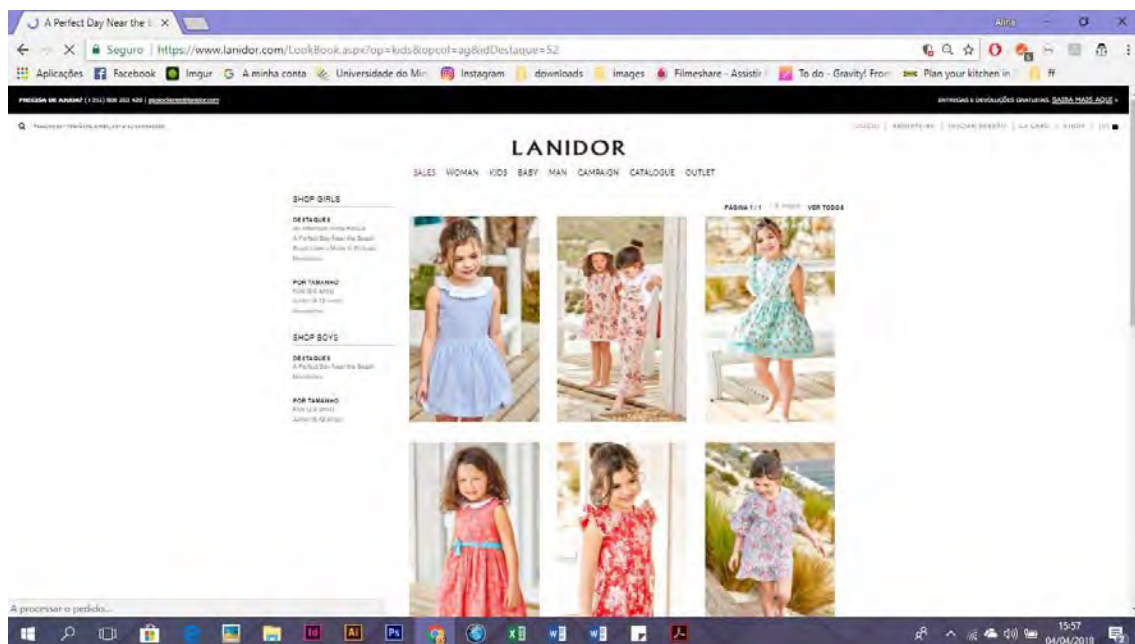


8.2- Girl

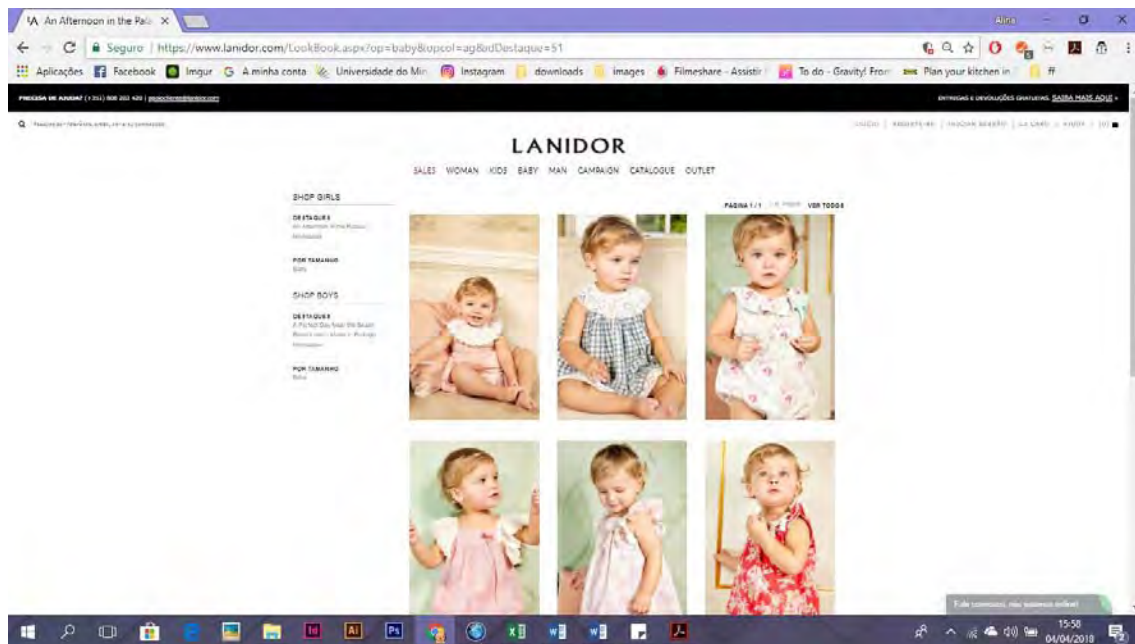
8.2.1- Na Afternoon in The Palace



8.2.2- A Perfect Day Near The Beach

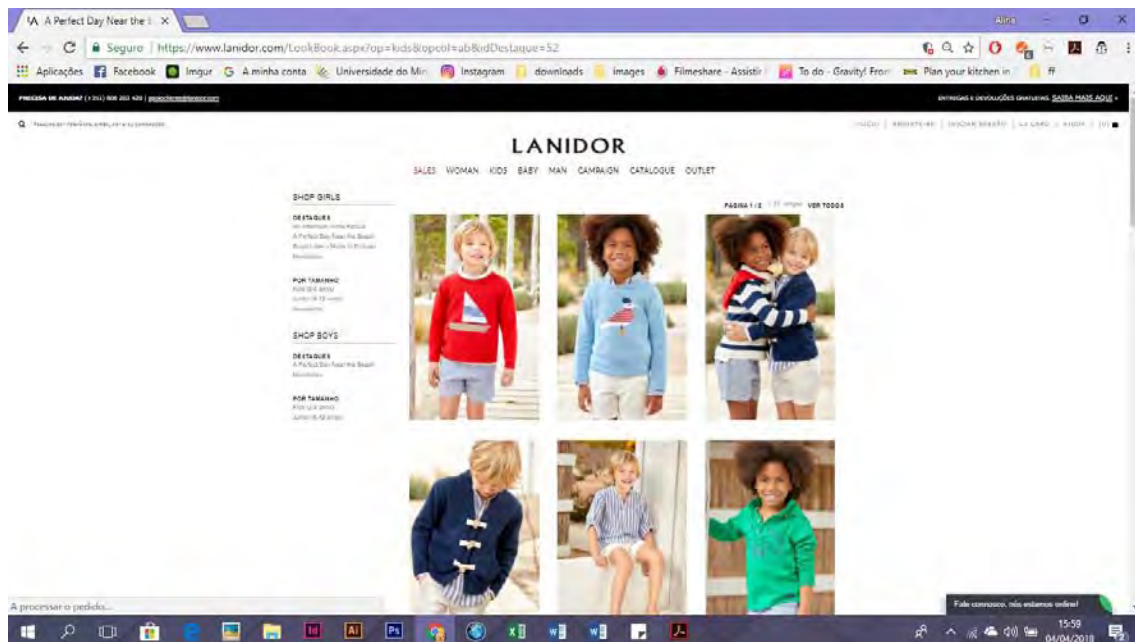


8.2.3- Baby

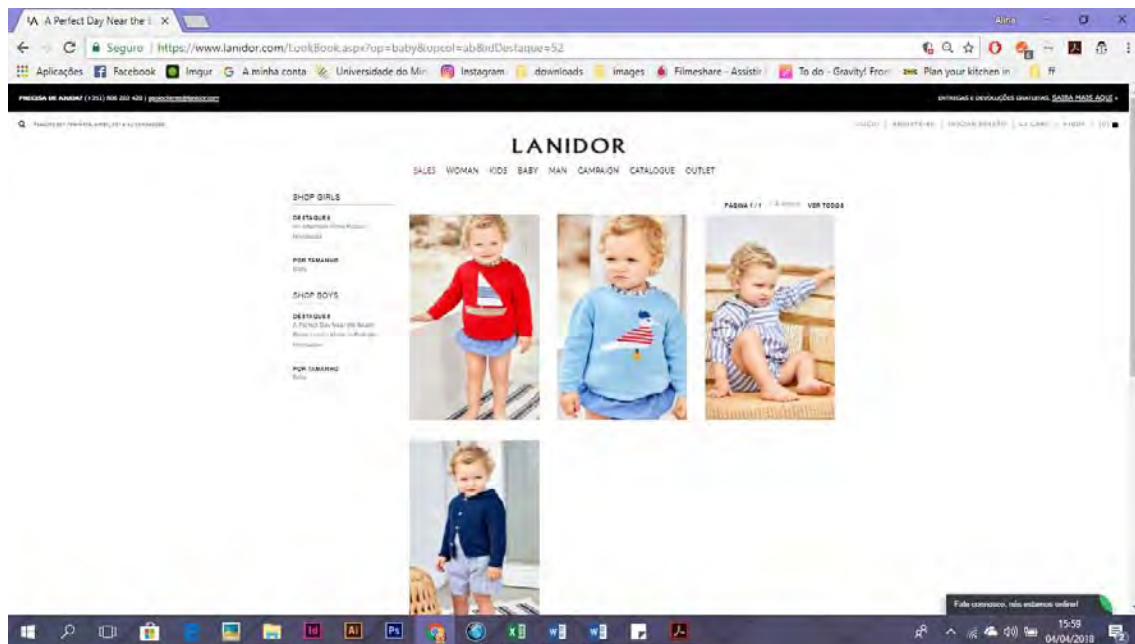


8.3- Boy

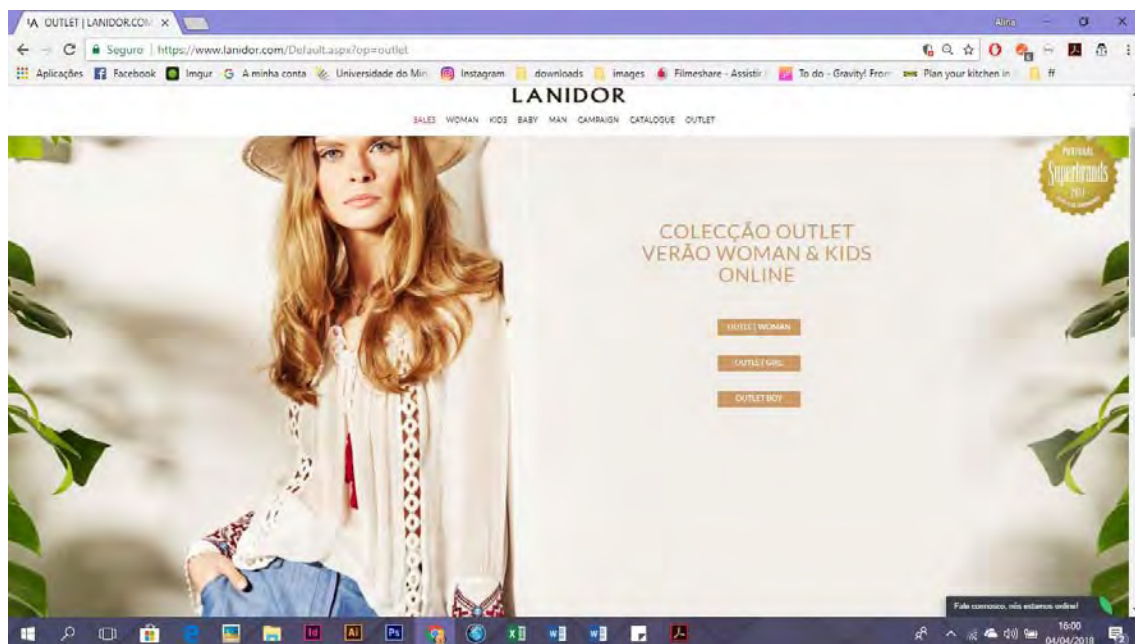
8.3.1- A Perfect Day Near The Beach

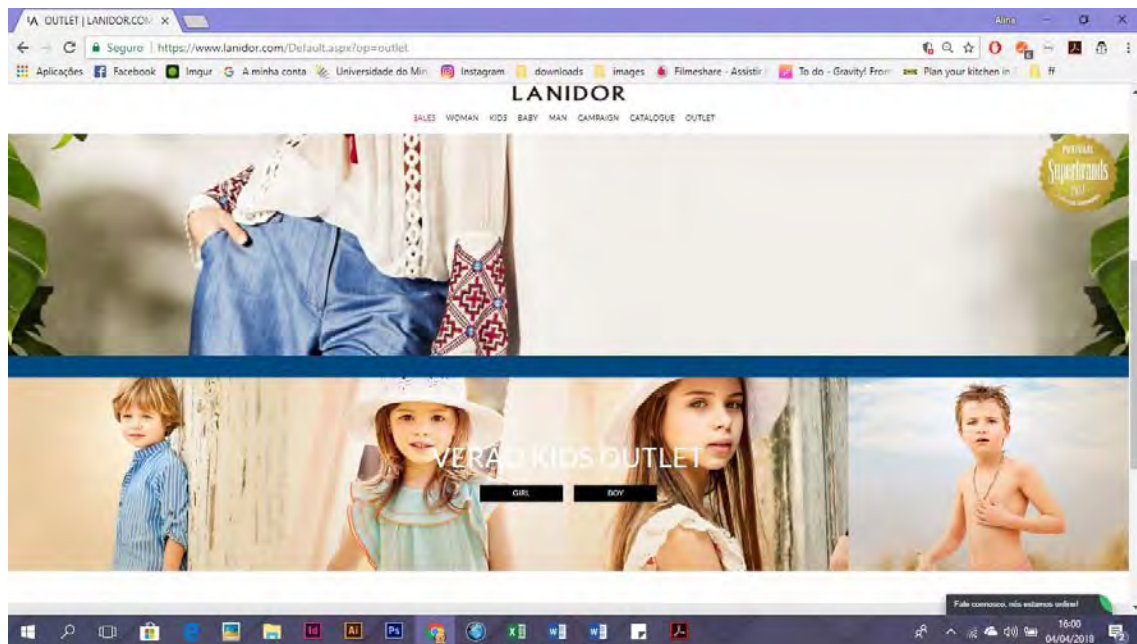


8.3.2- Baby



9. Sep. Outlet

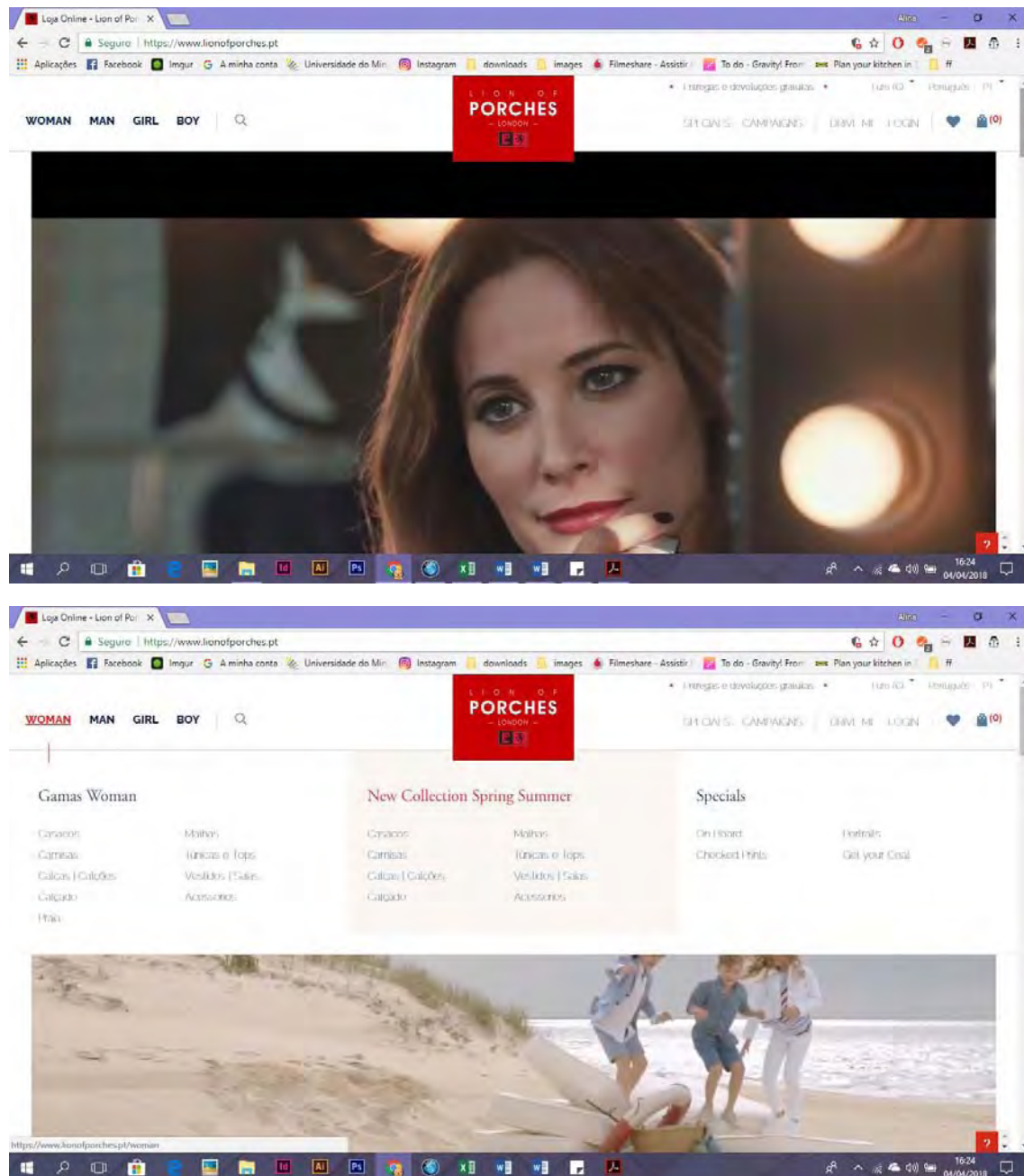


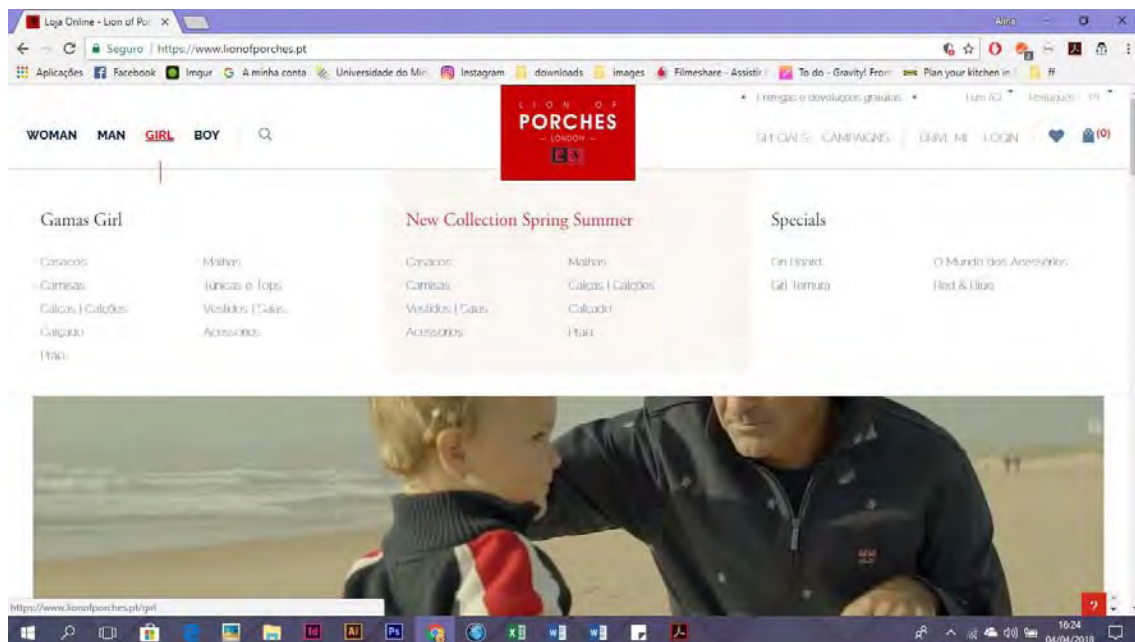
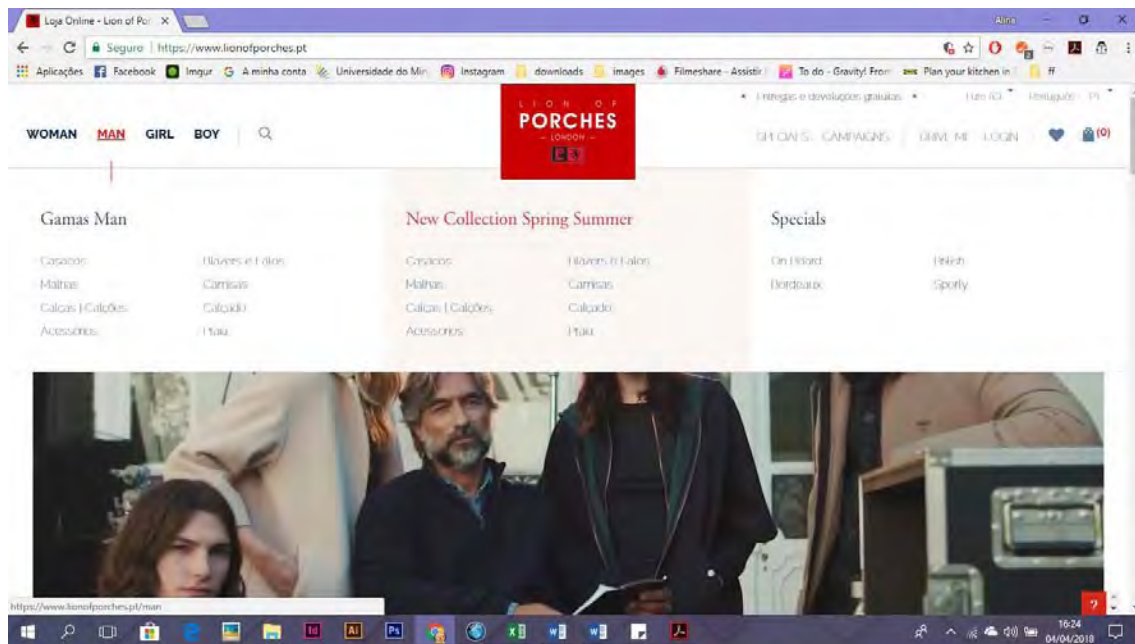


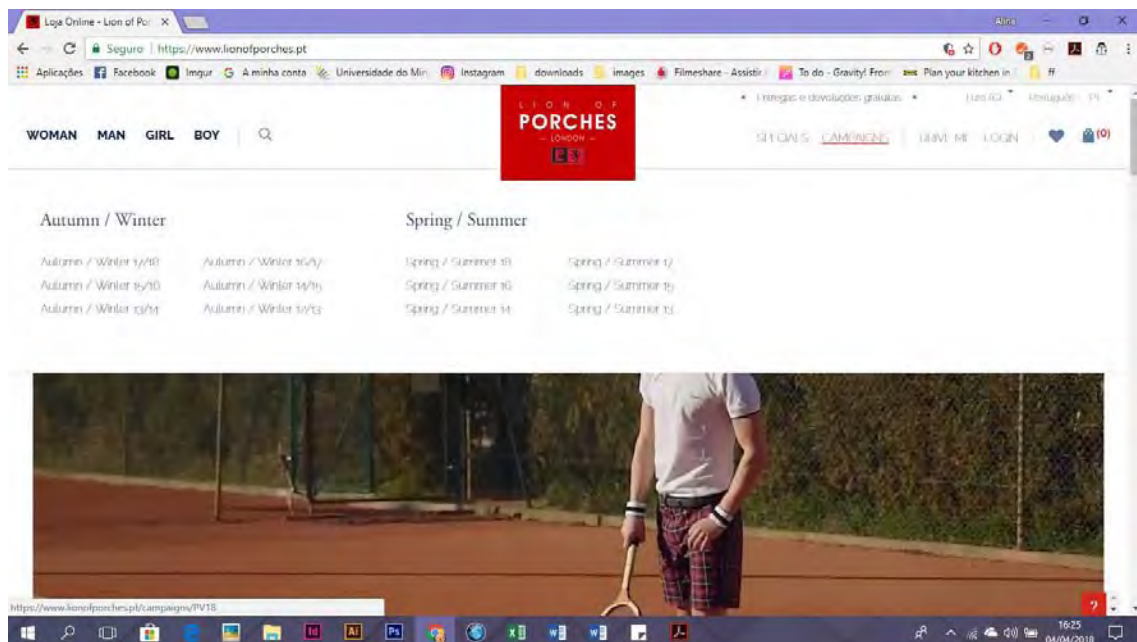
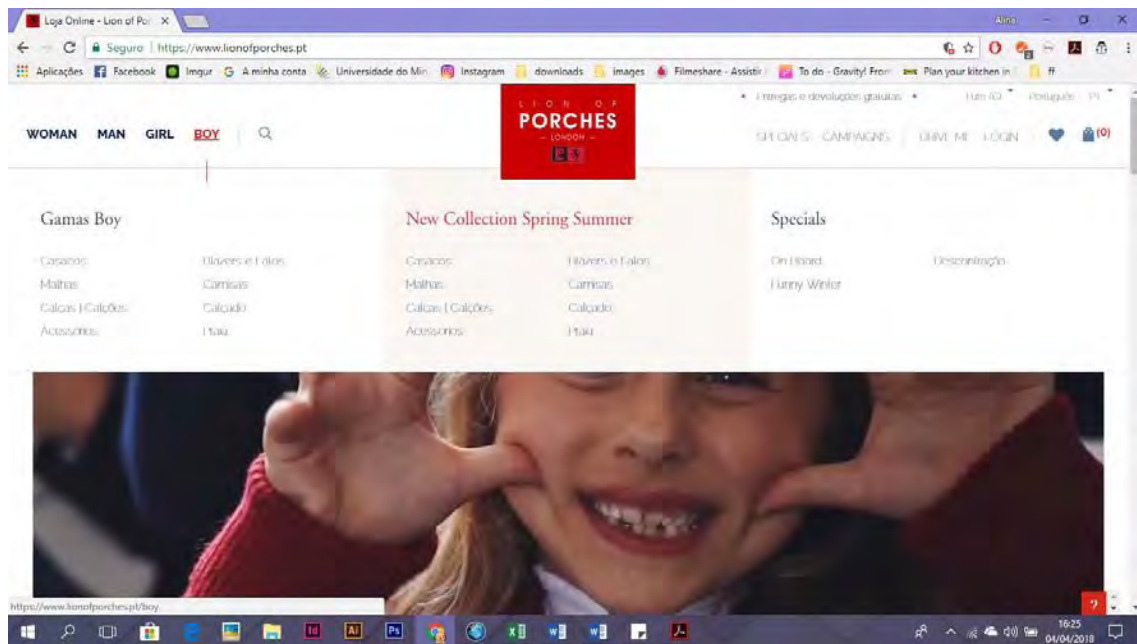
LION OF PORCHES

1- Página Inicial

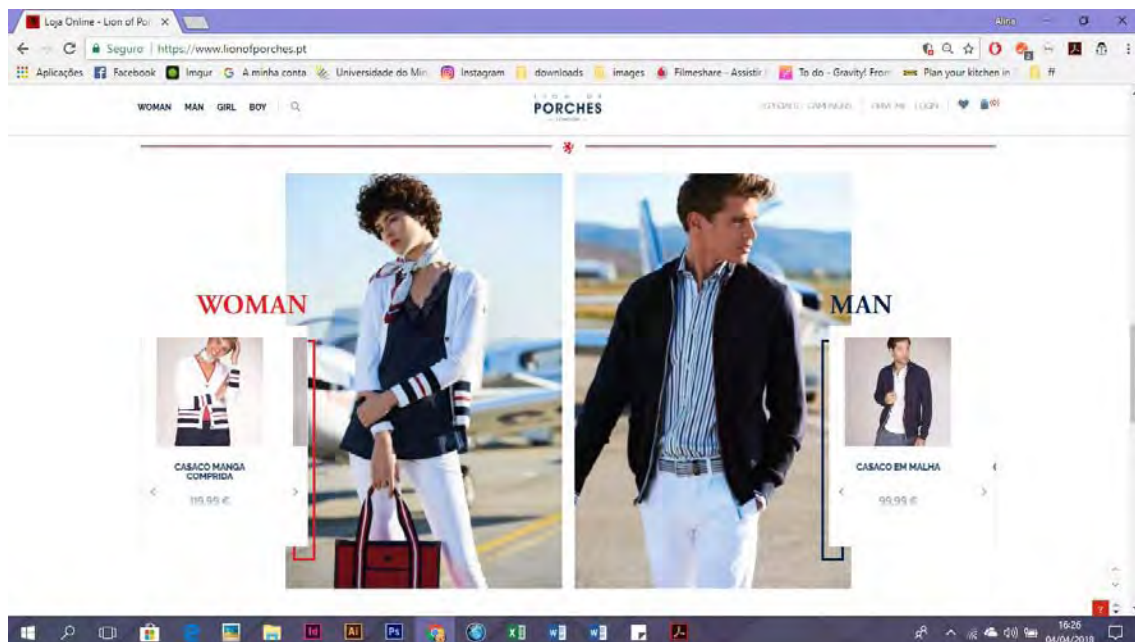
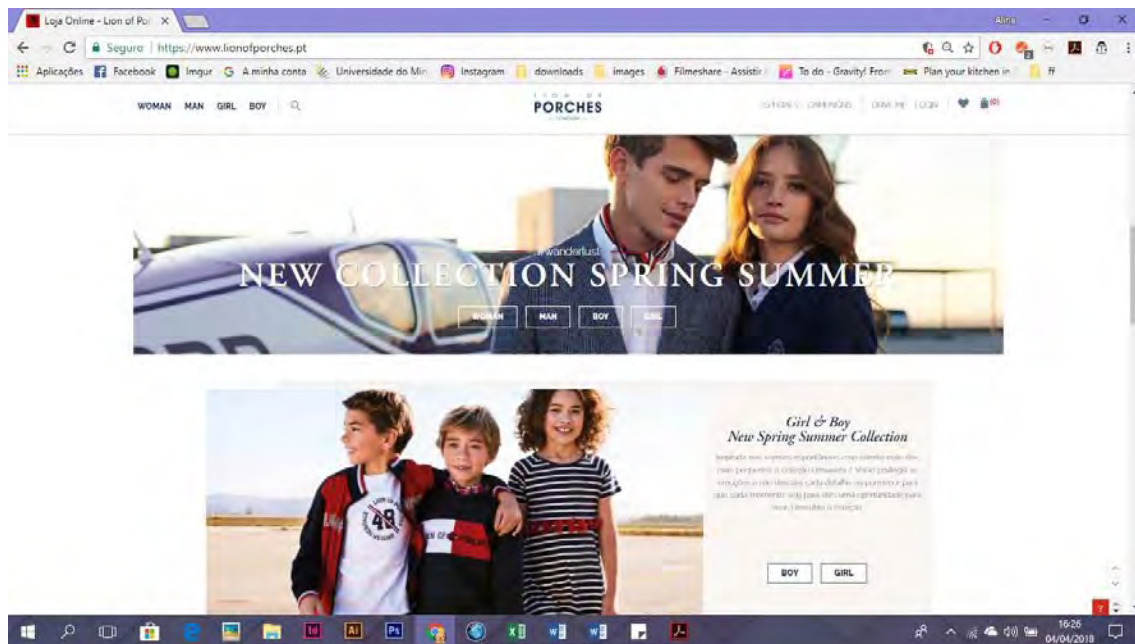
1.1- Barra de Menu

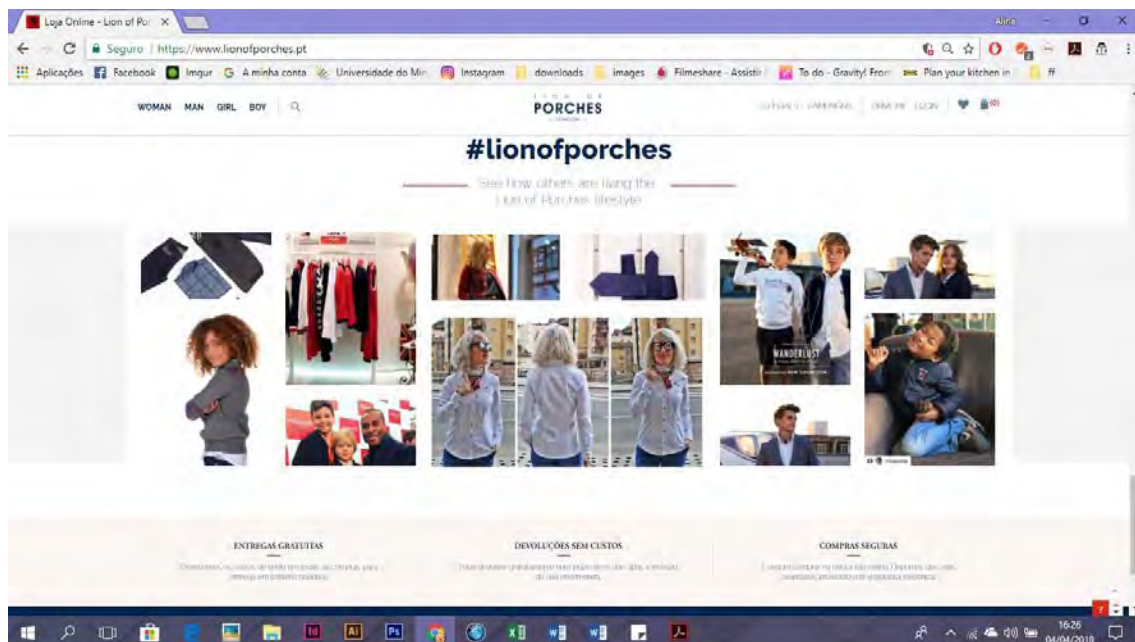
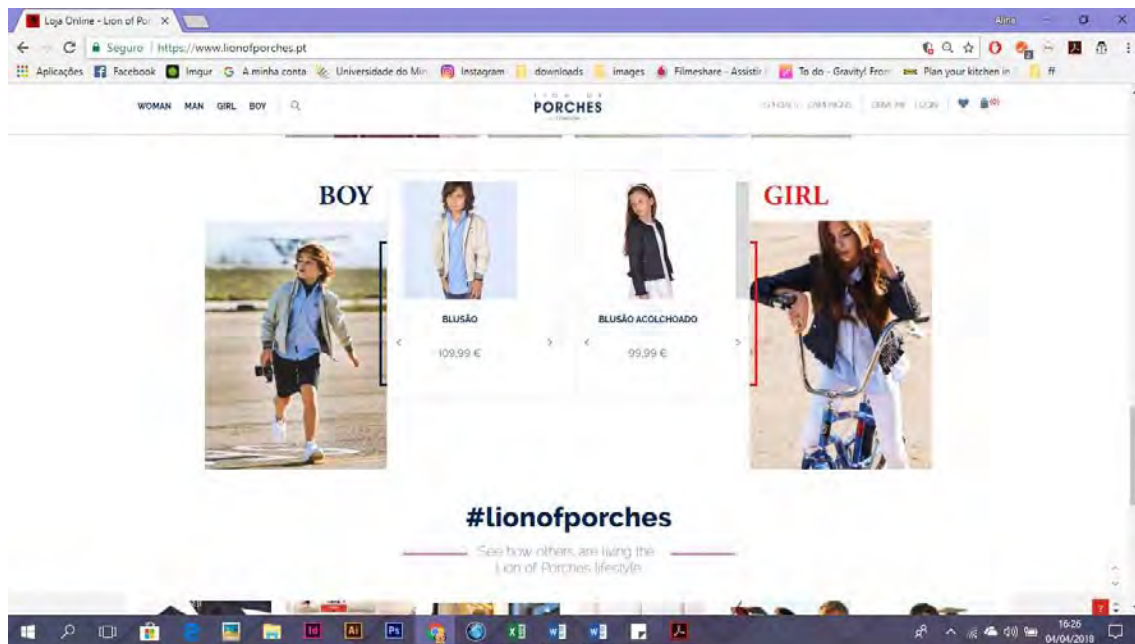




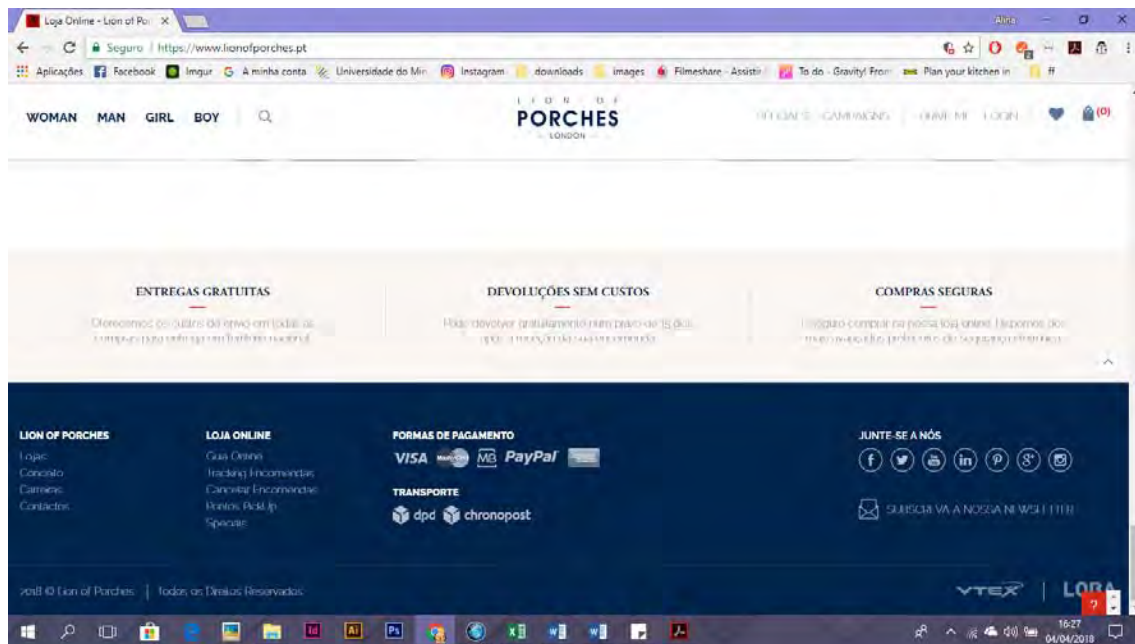


1.2- Corpo

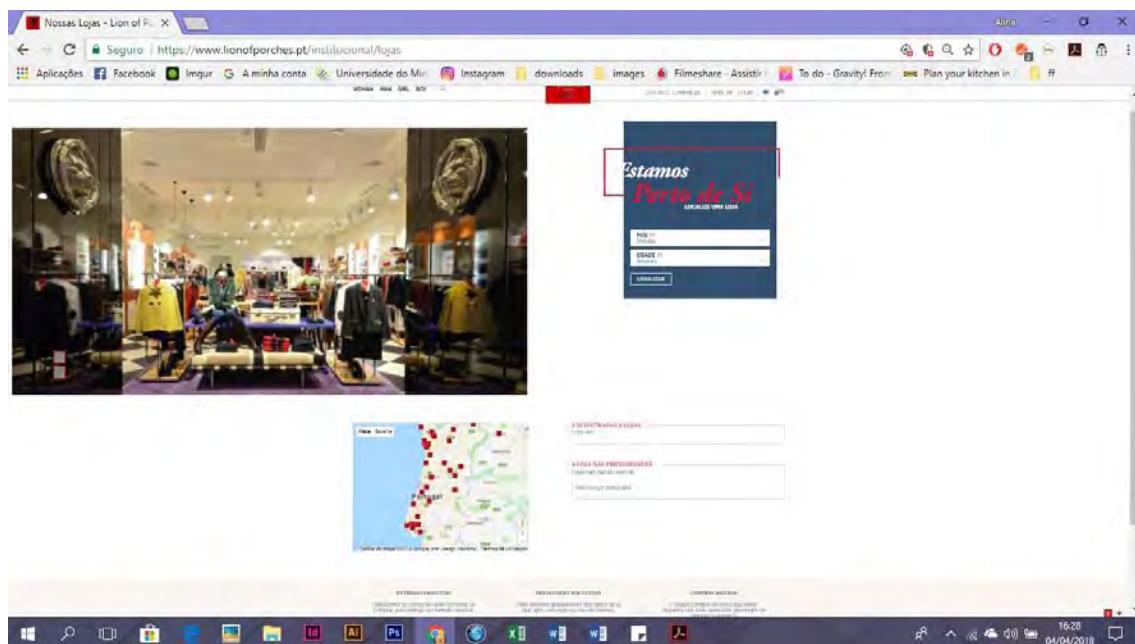




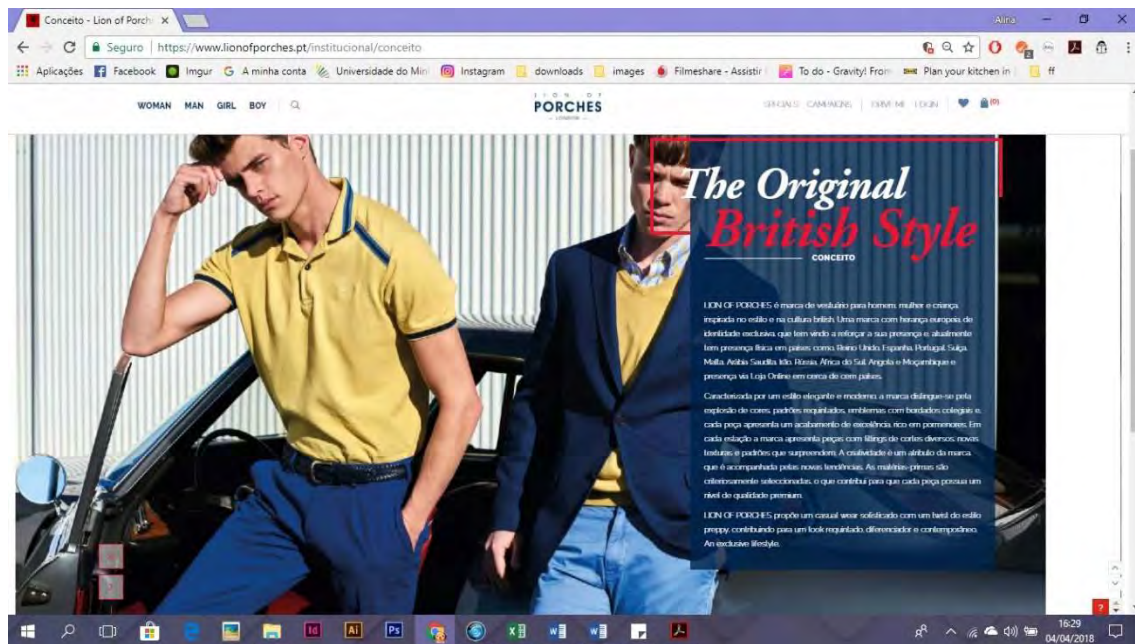
1.3- Barra de Final



1.3.1- Lojas



1.3.2- Conceito



The Original

British Style

CONCEITO

LION OF PORCHES é marca de vestuário para homem, mulher e criança, inspirada no estilo e na cultura british. Uma marca com herança europeia, de identidade exclusiva, que tem vindo a reforçar a sua presença e, atualmente tem presença física em países como, Reino Unido, Espanha, Portugal, Suíça, Malta, Arábia Saudita, Irão, Rússia, África do Sul, Angola e Moçambique e presença via Loja Online em cerca de cem países.

Caracterizada por um estilo elegante e moderno, a marca distingue-se pela explosão de cores, padrões requintados, emblemas com bordados colegiais e, cada peça apresenta um acabamento de excelência, rico em pormenores. Em cada estação a marca apresenta peças com fittings de cortes diversos, novas texturas e padrões que surpreendem. A criatividade é um atributo da marca, que é acompanhada pelas novas tendências. As matérias-primas são criteriosamente seleccionadas, o que contribui para que cada peça possua um nível de **qualidade premium**.

LION OF PORCHES propõe um casual wear sofisticado com um twist do estilo preppy, contribuindo para um look requintado, diferenciador e contemporâneo. An exclusive lifestyle.

1.3.3- Carreiras

Carreras - Lion of Porches


Seguro | https://www.lionofporches.pt/instilucional/carreras

WOMAN MAN GIRL BOY

PORCHES

Oportunidades de Carreira

Lion of Porches é uma empresa especializada no ensino da moda e da carreira. A nossa missão é ajudar os alunos a desenvolver as suas competências e a alcançar os seus objetivos. A nossa abordagem é única, baseada na experiência e na paixão pela moda e pela carreira.



FORMULÁRIO DE CANDIDATURA

(O campo de e-mail é obrigatório)

NOME E APELIDO (*)

PAÍS (*)

EMAIL (*)

DISTRITO (*)

TELEMOVEL (*)

CONCELHO (*)

CANDIDATO (S) ☒ NEE

FUNÇÃO A QUE SE CANDIDATA (*)

CURRÍCULO VÍDEO (*)

CARTA DE APRESENTAÇÃO (*)

ANEXAR ÍCONES

ANEXAR ÍCONES

ENVIAR CANDIDATURA

1.3.4- Contactos

Contacto - Lion of Porches


Seguro | https://www.lionofporches.pt/instilucional/contactos

WOMAN MAN GIRL BOY

PORCHES

Entre em Contacto Connosco

Seja qual for a sua dúvida, estamos sempre disponíveis para ajudar. Não hesite em contactar-nos. A nossa equipa é especializada em ajudar os alunos a alcançar os seus objetivos. A nossa abordagem é única, baseada na experiência e na paixão pela moda e pela carreira.



FORMULÁRIO DE CONTACTO

(O campo de e-mail é obrigatório)

NOME E APELIDO (*)

TELEMOVEL (*)

EMAIL (*)

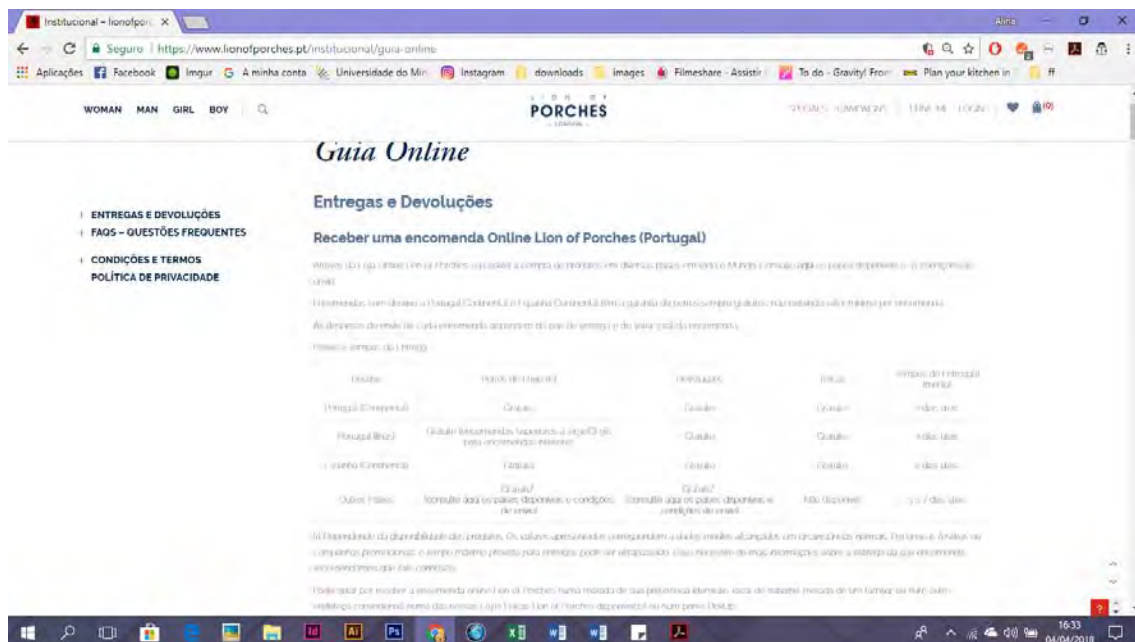
PAÍS (*)

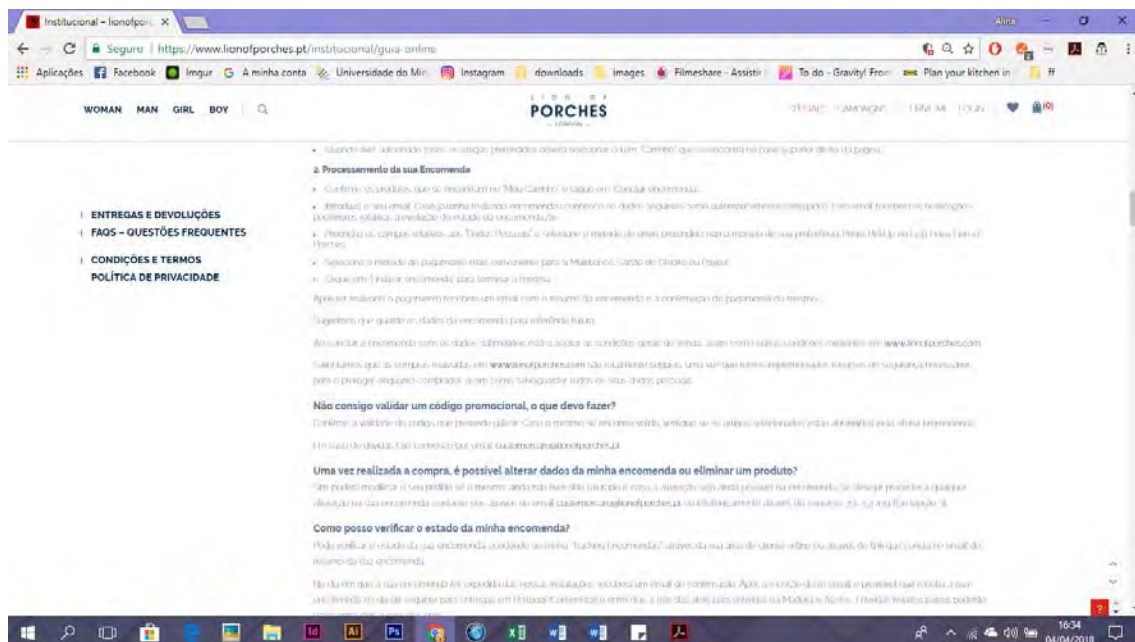
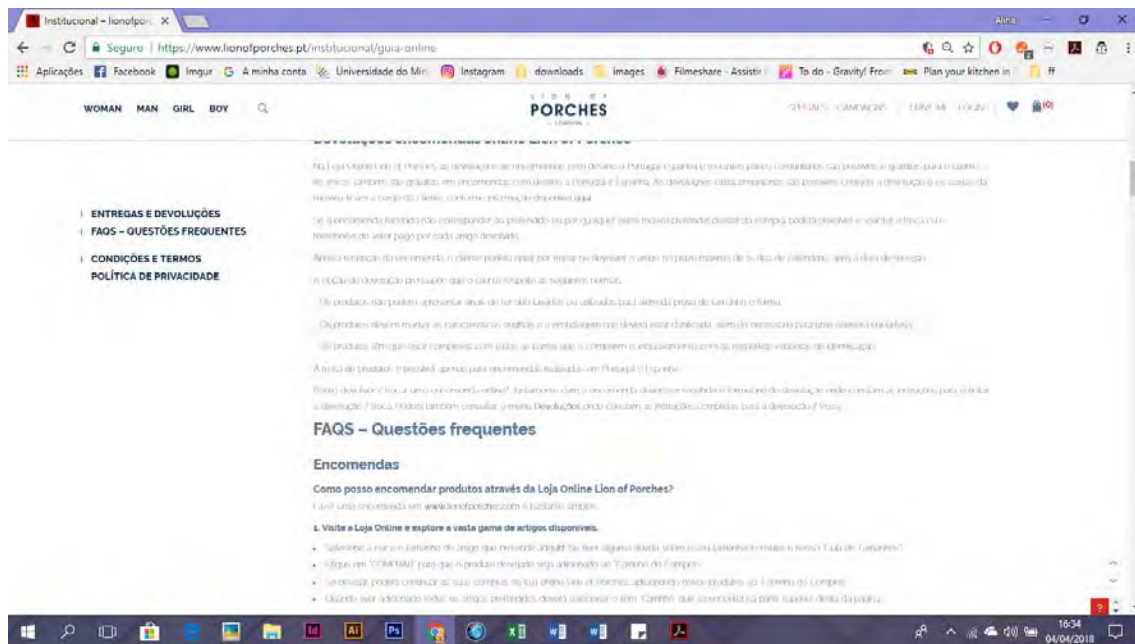
CONFIRMAR EMAIL (*)

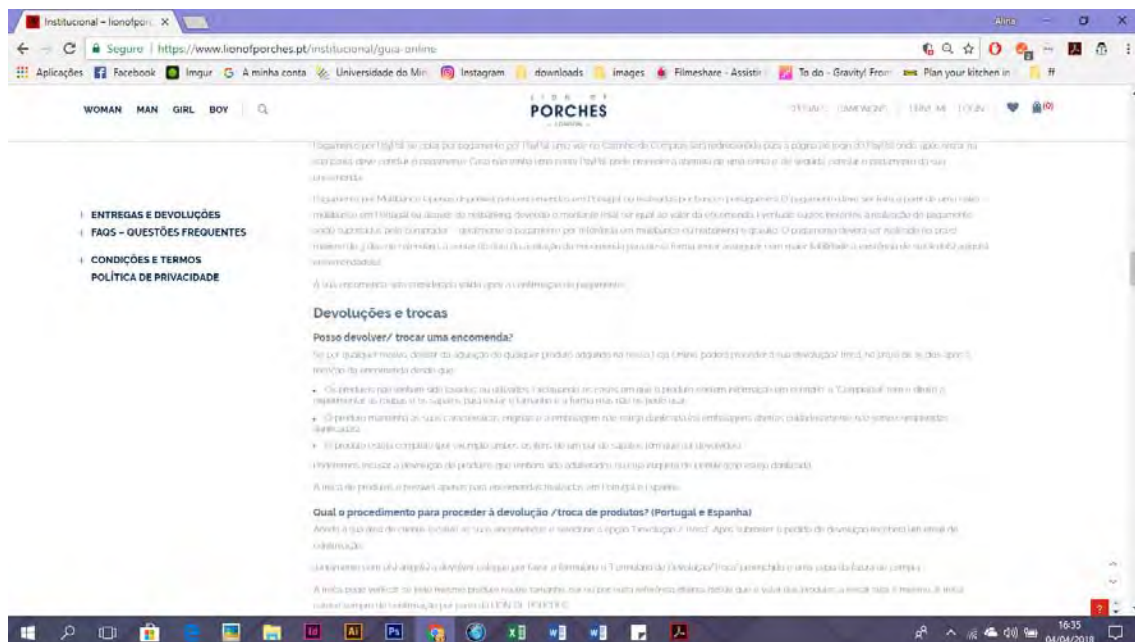
DEPARTAMENTO A CONTACTAR (*)

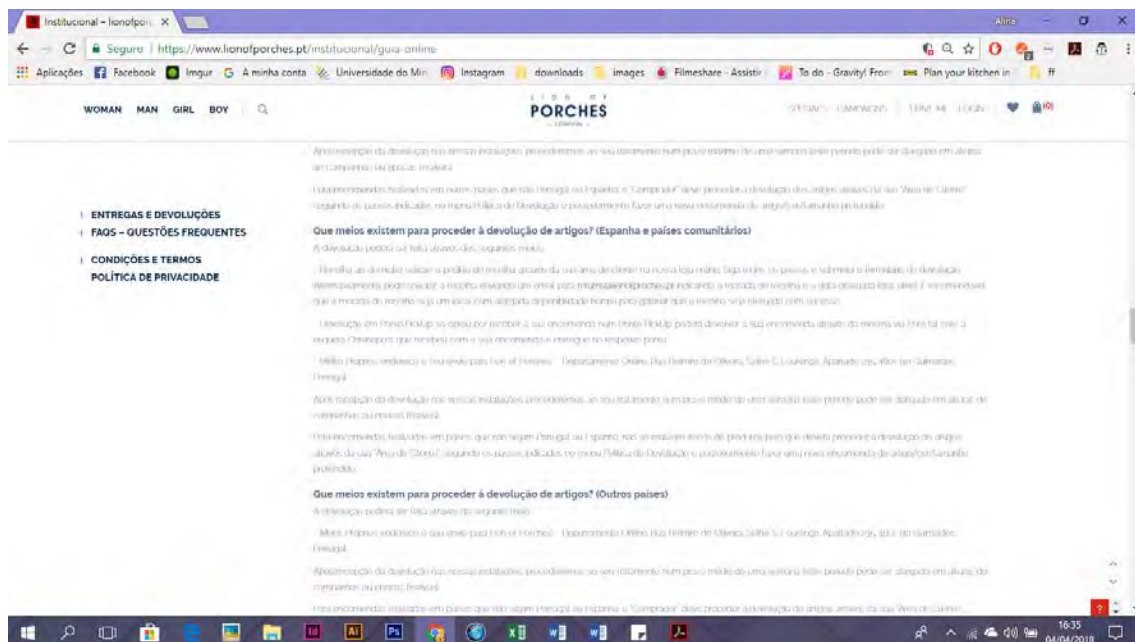
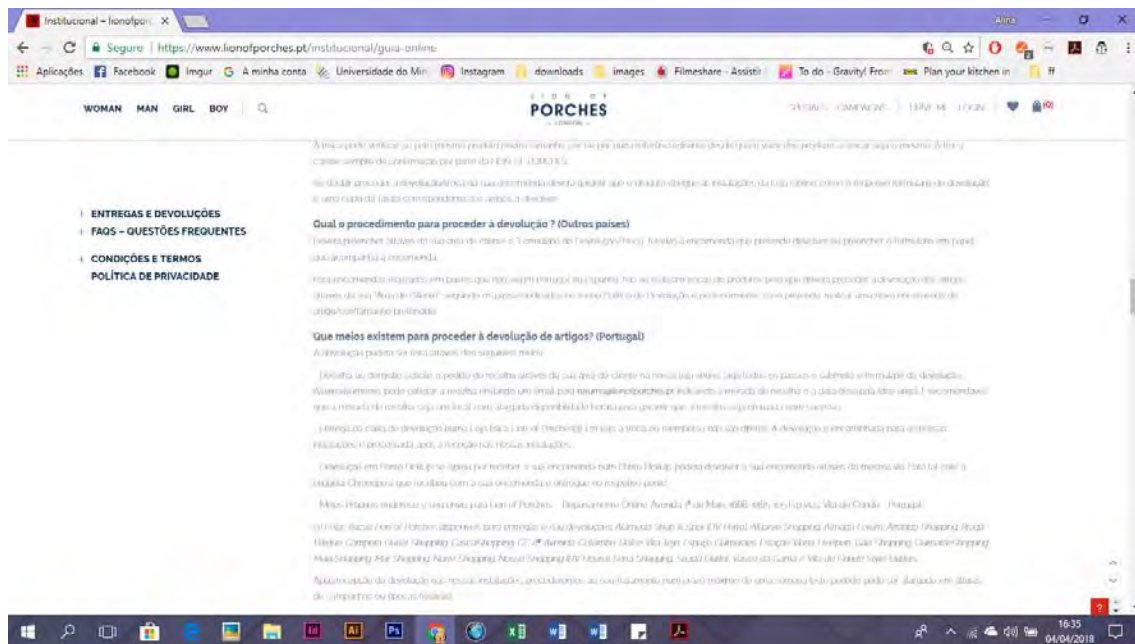
MENSAGEM (*)

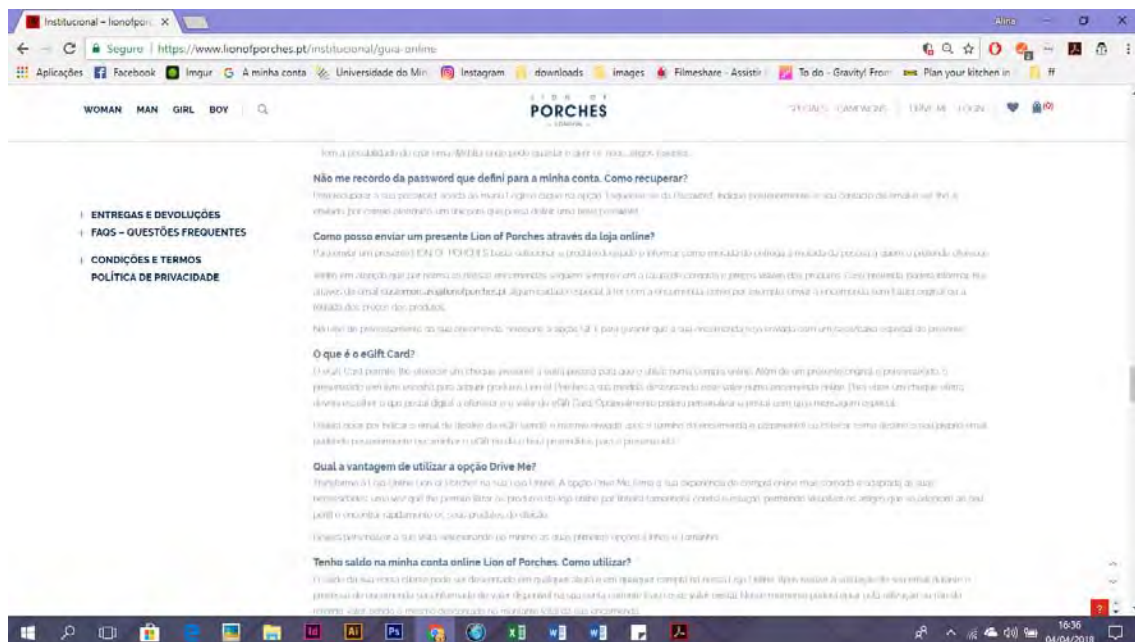
1.3.5- Guia Online

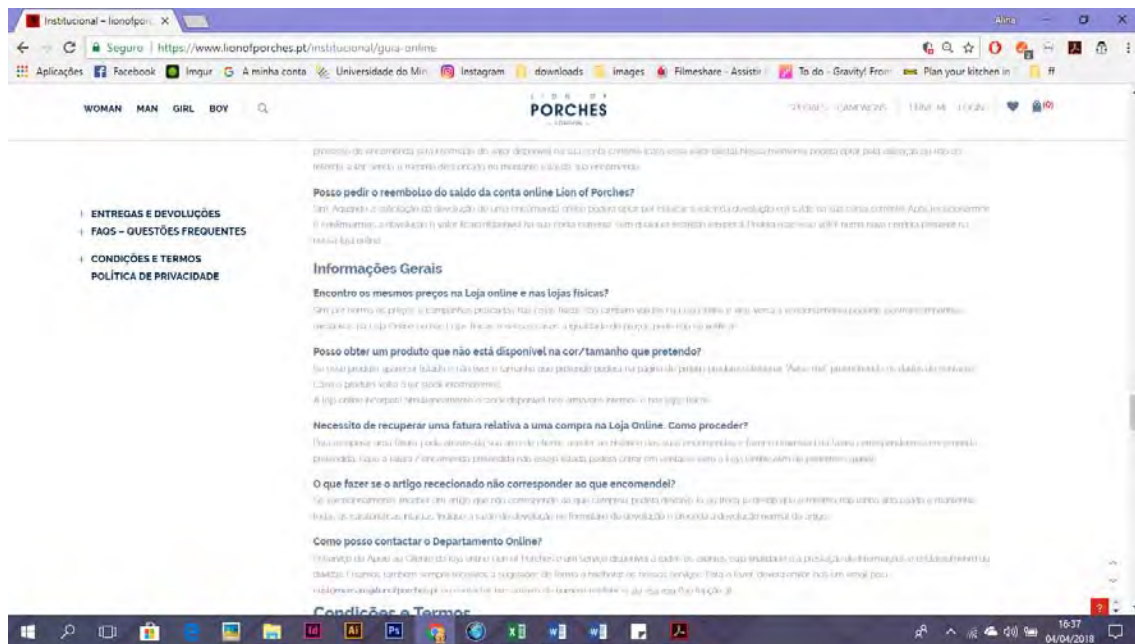




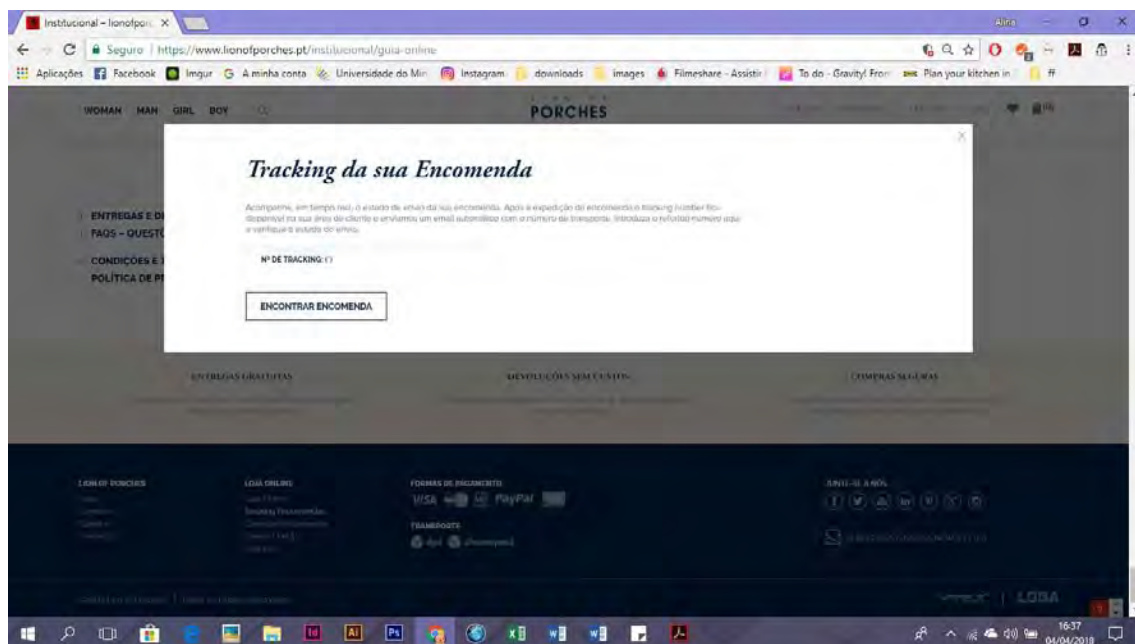




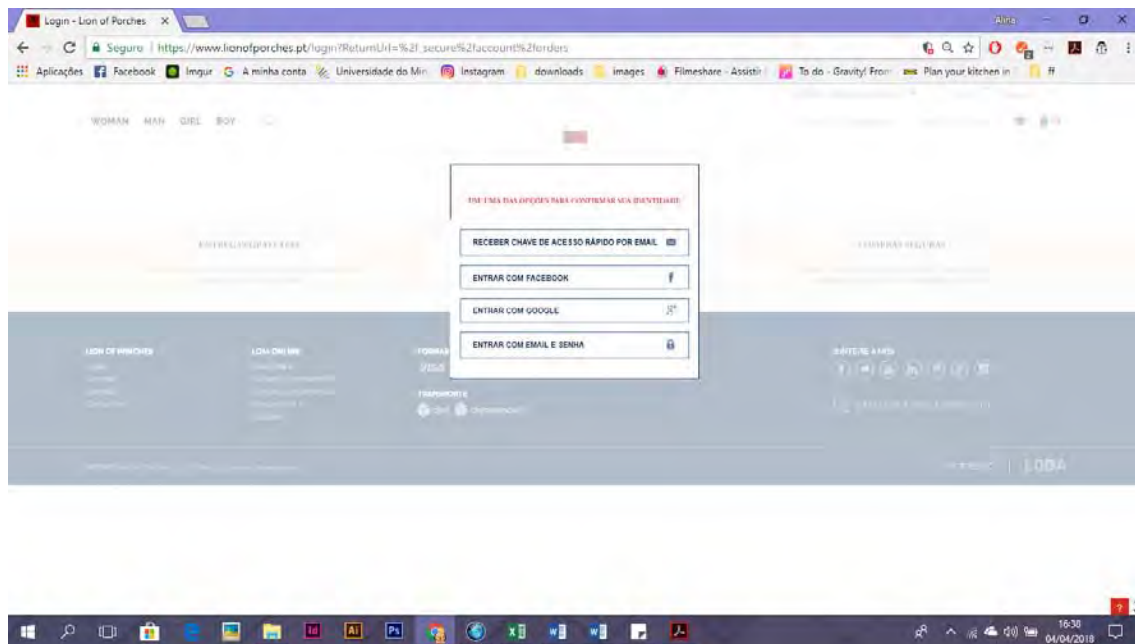




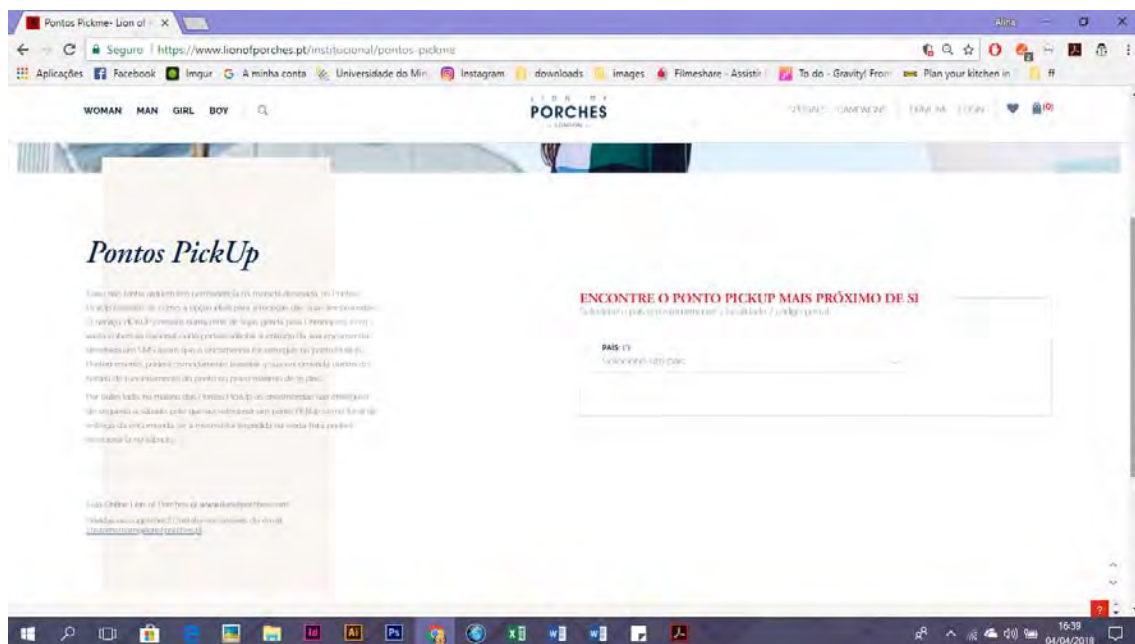
1.3.6- Tracking Encomendas



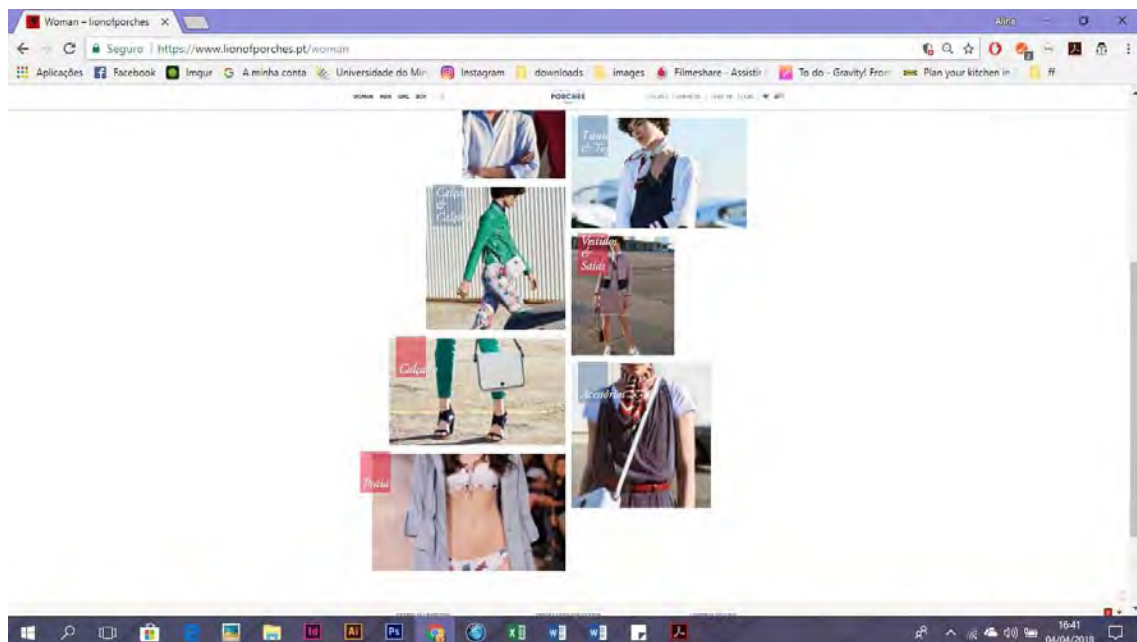
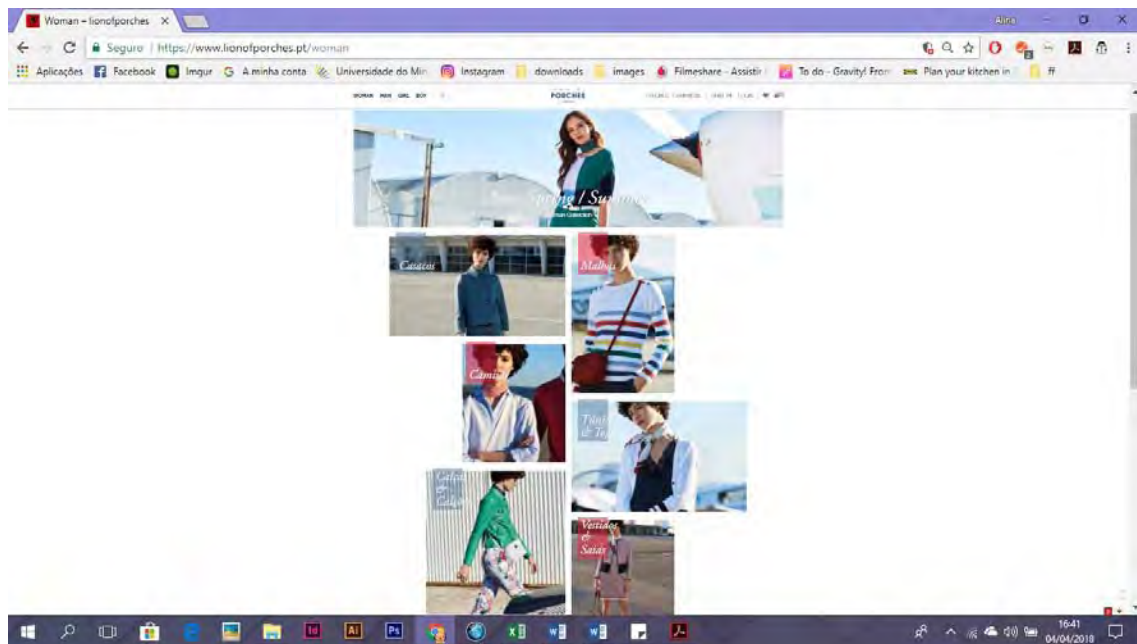
1.3.7- Cancelar Encomendas

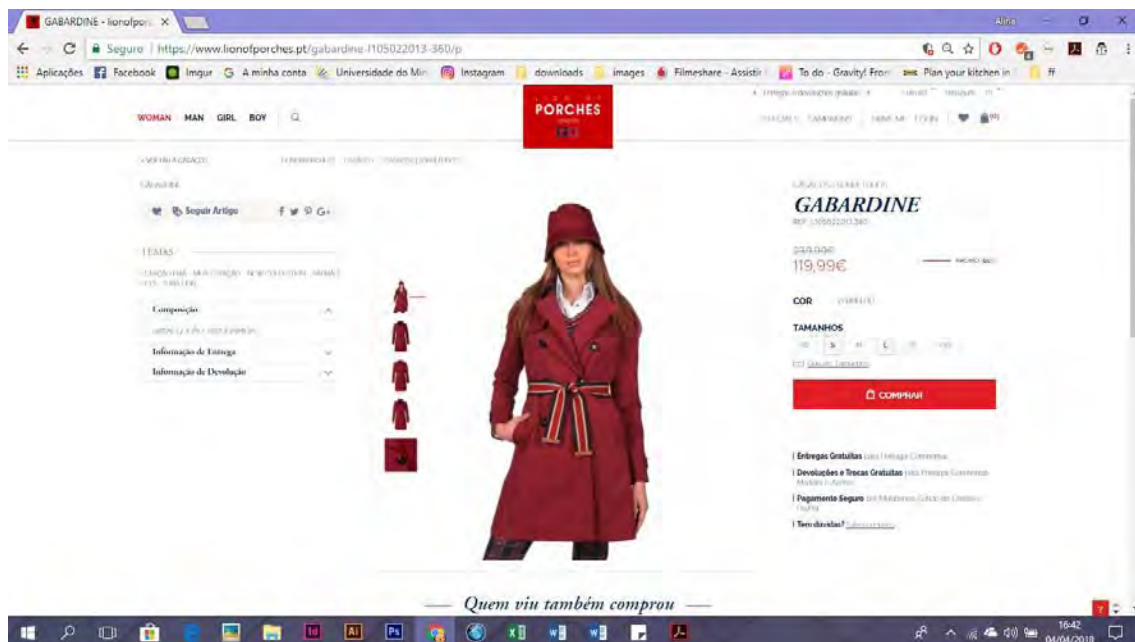
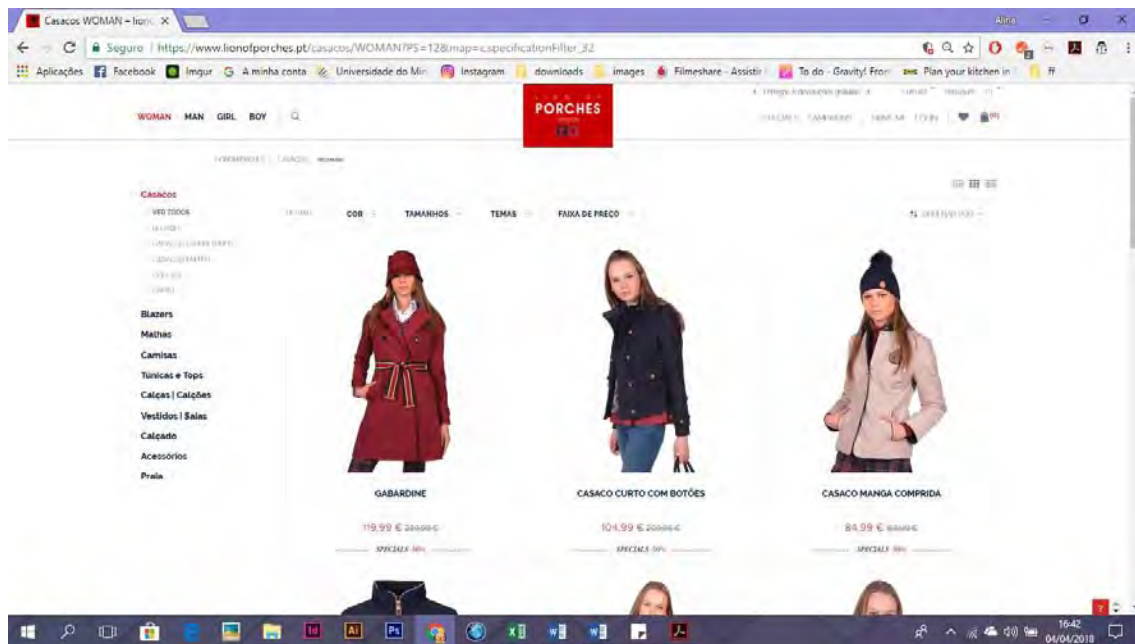


1.3.8- Pontos PickUp

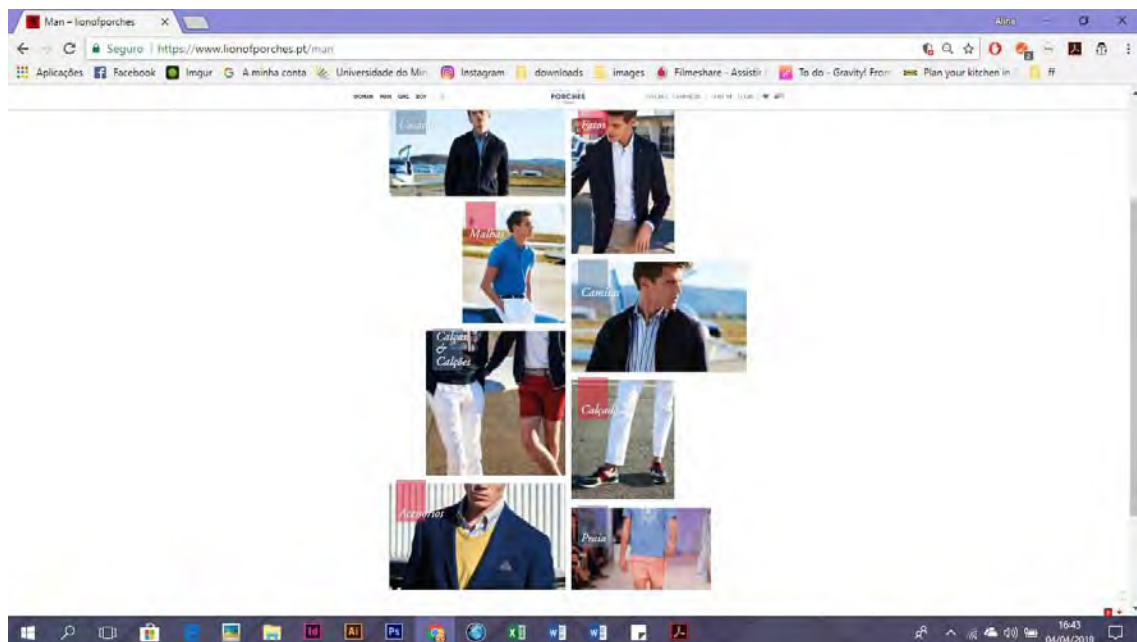
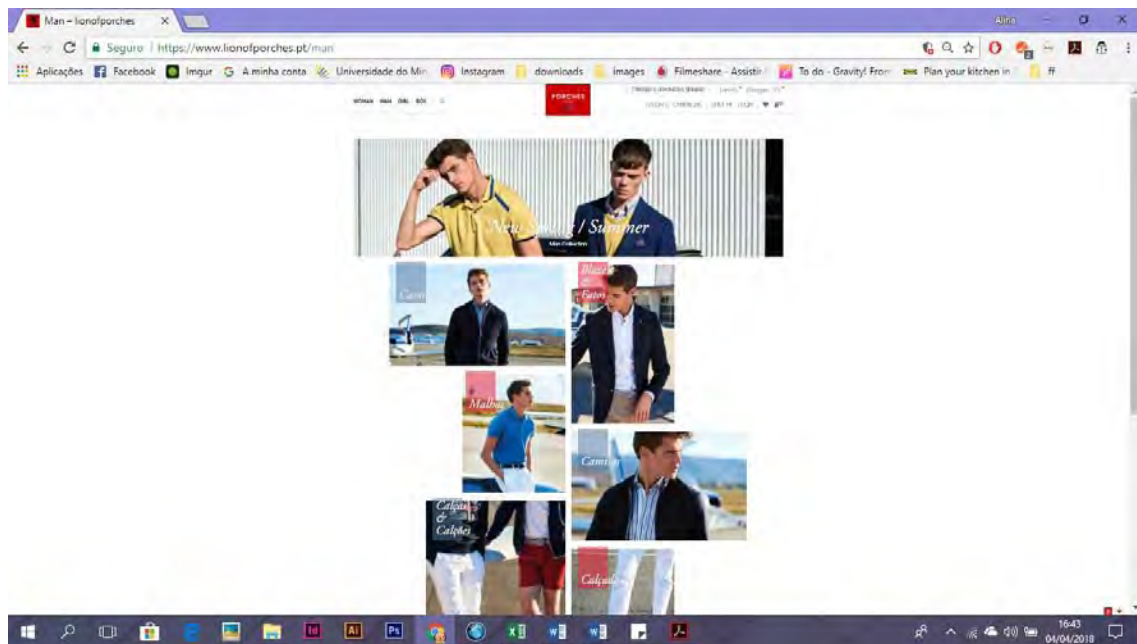


2- Sep. Woman

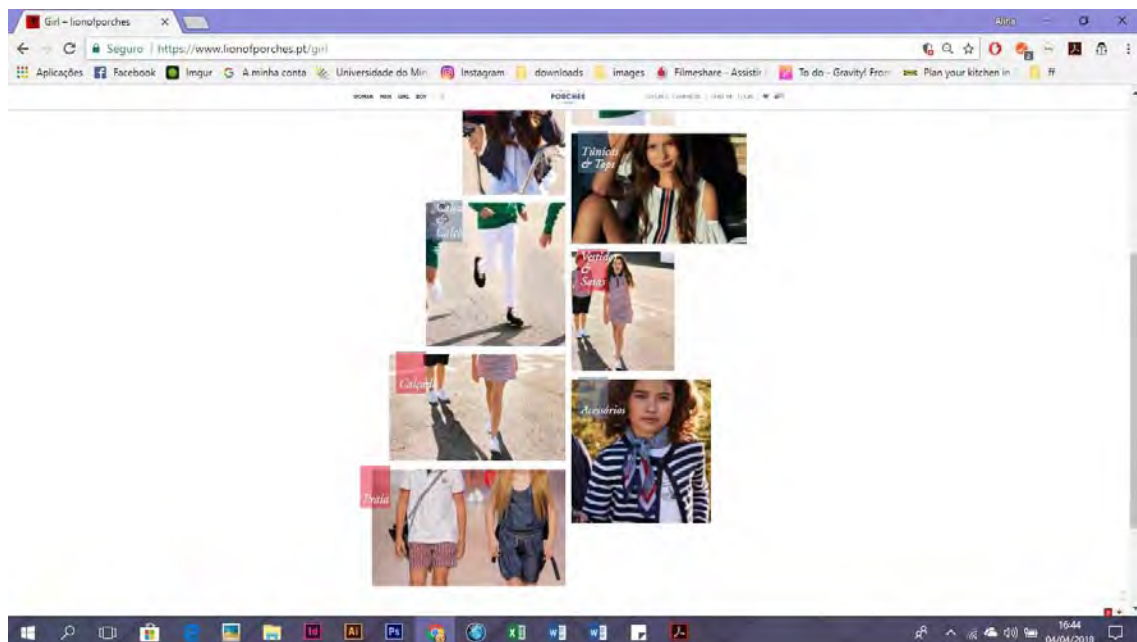
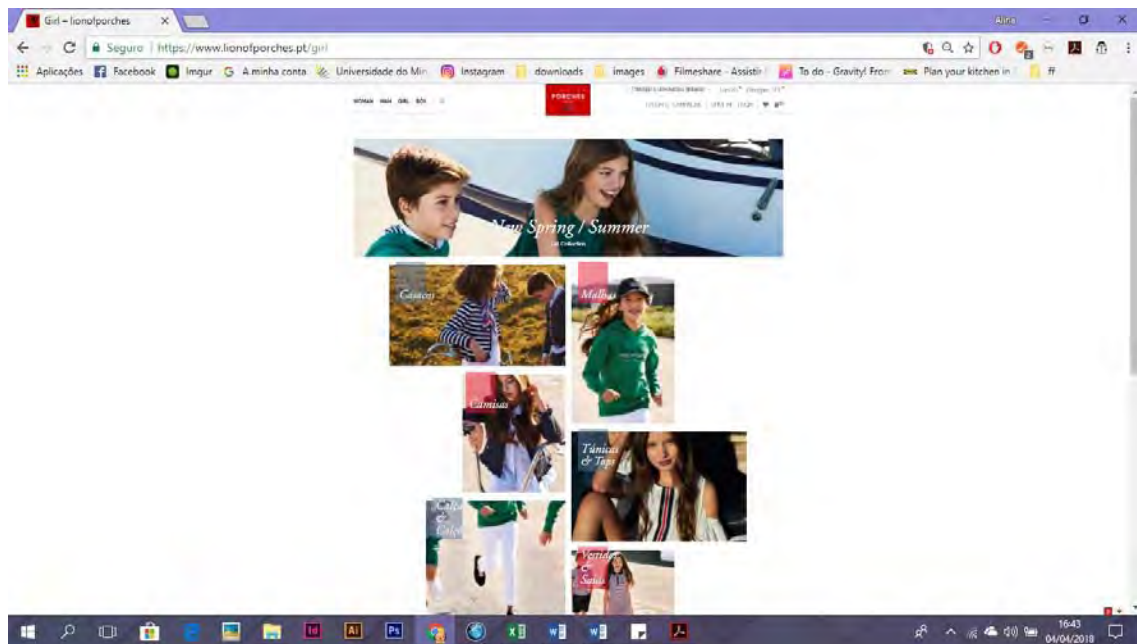




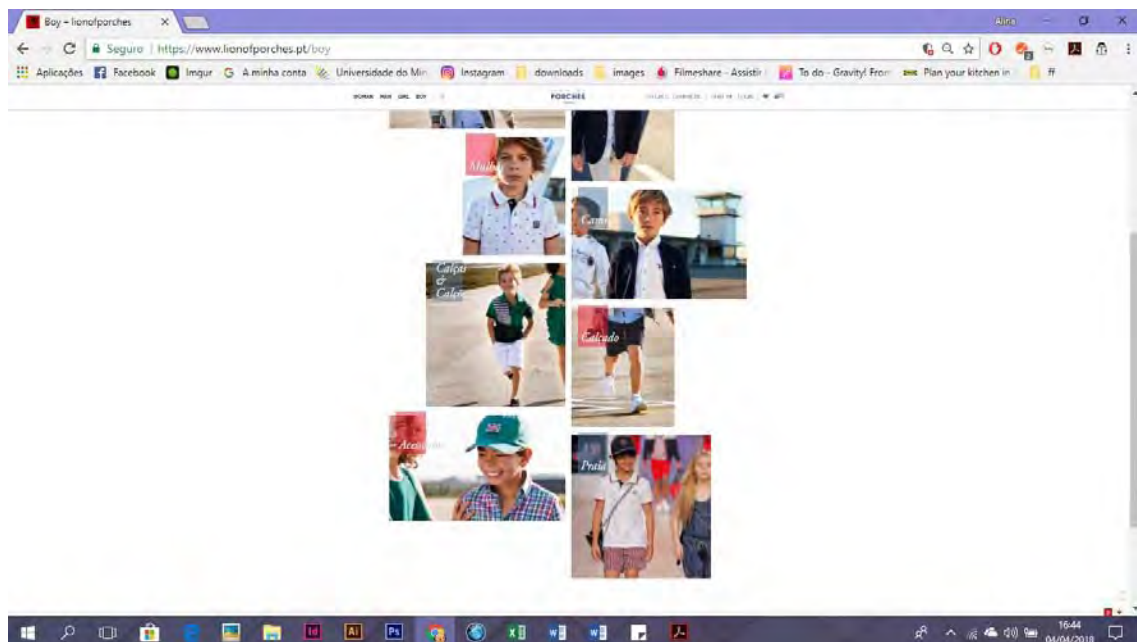
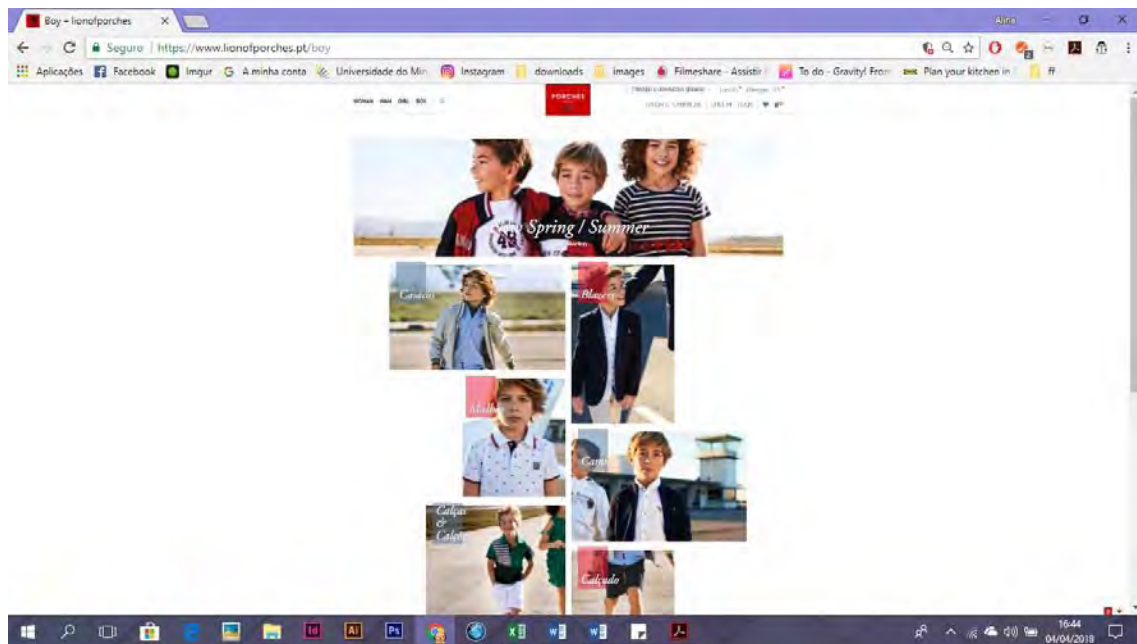
3- Sep. Man



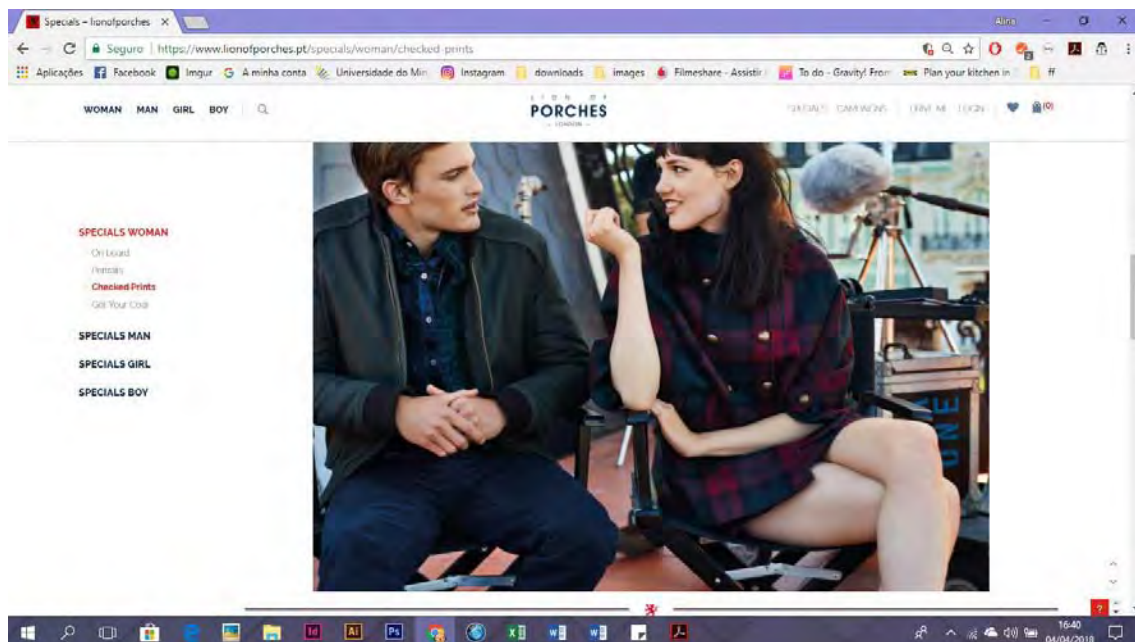
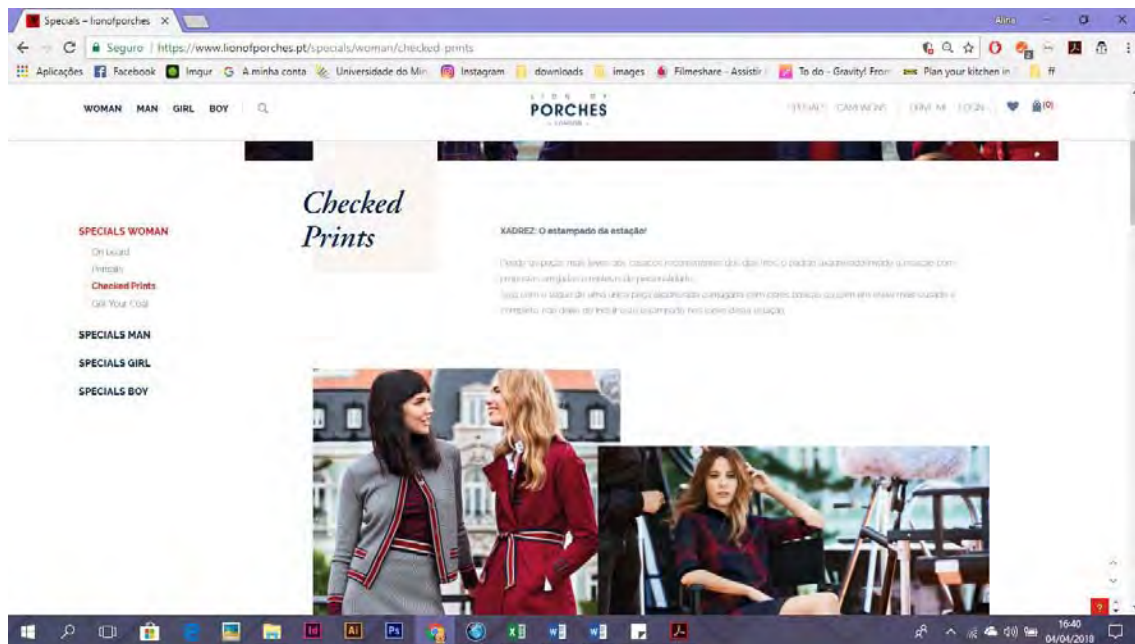
4- Sep. Girl

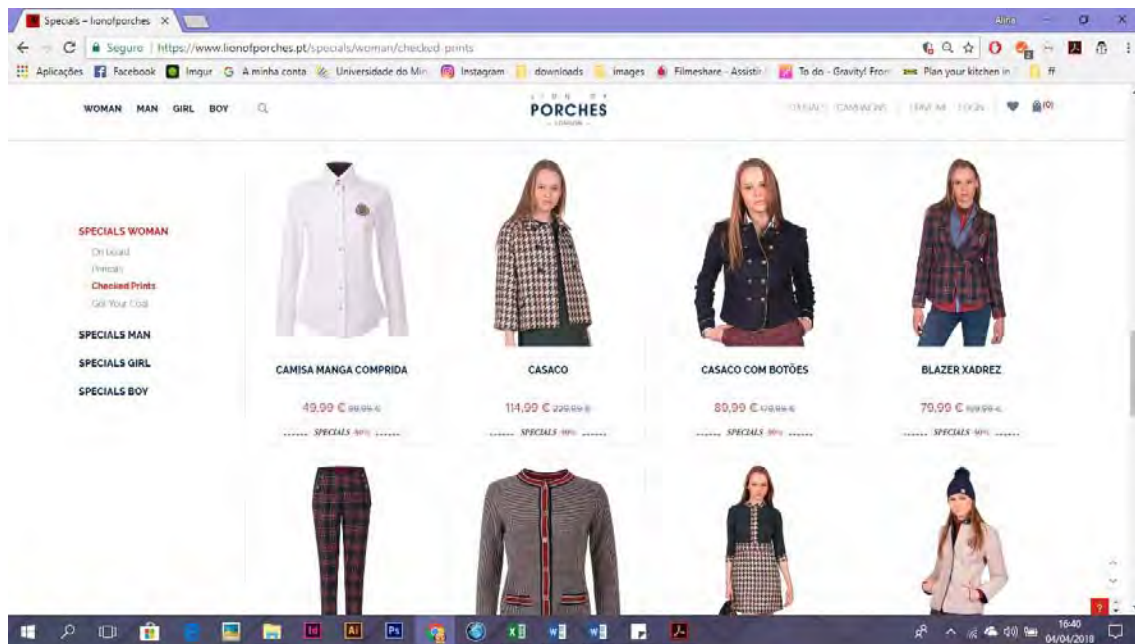


5- Sep. Boy

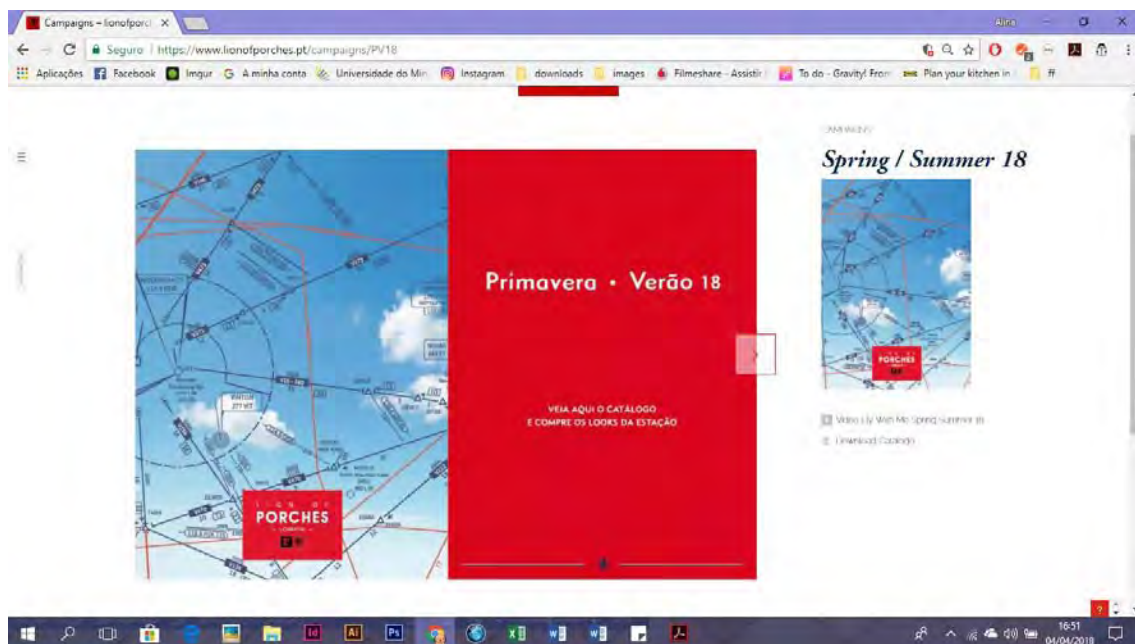


6-Sep. Specials





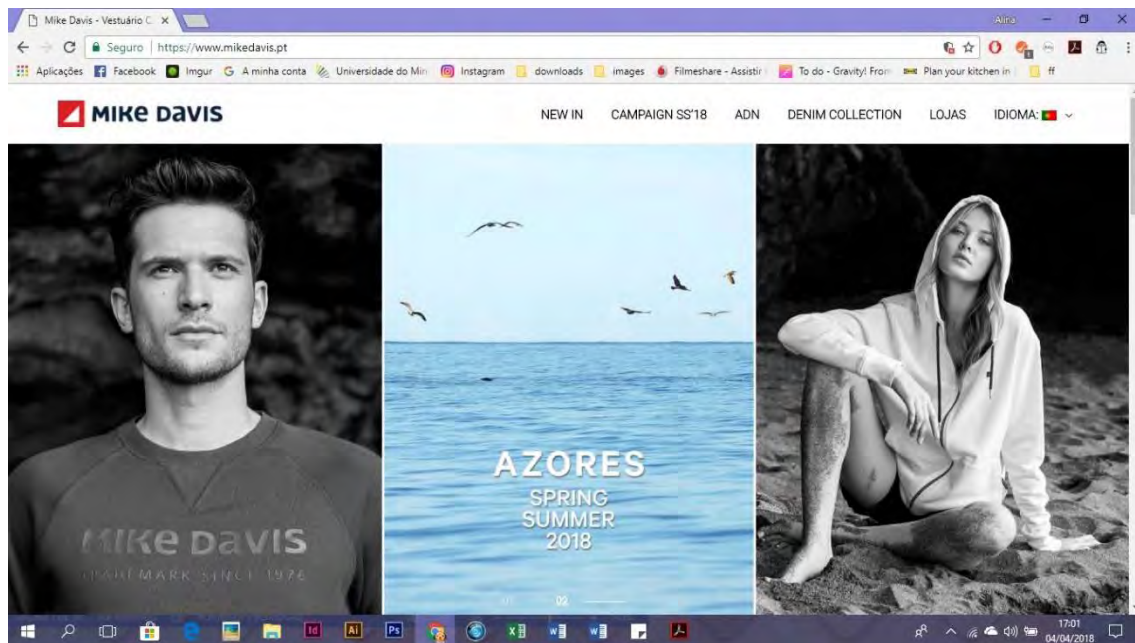
7-Sep. Campaigns



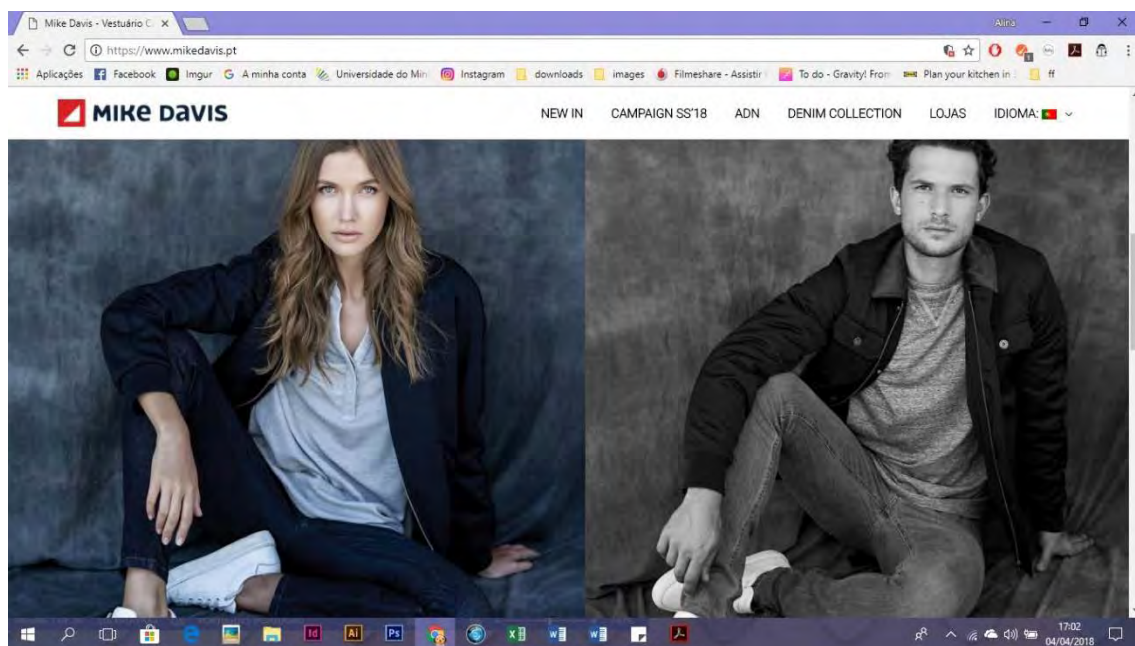
MIKE DAVIS

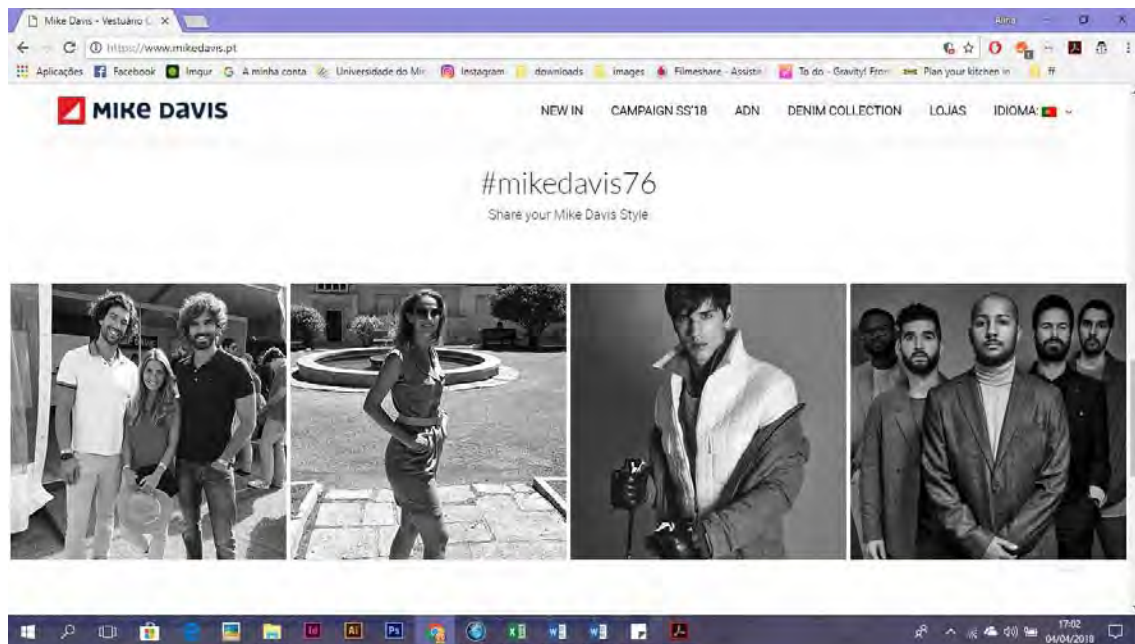
1-Página Inicial

1.1- Barra de Menu

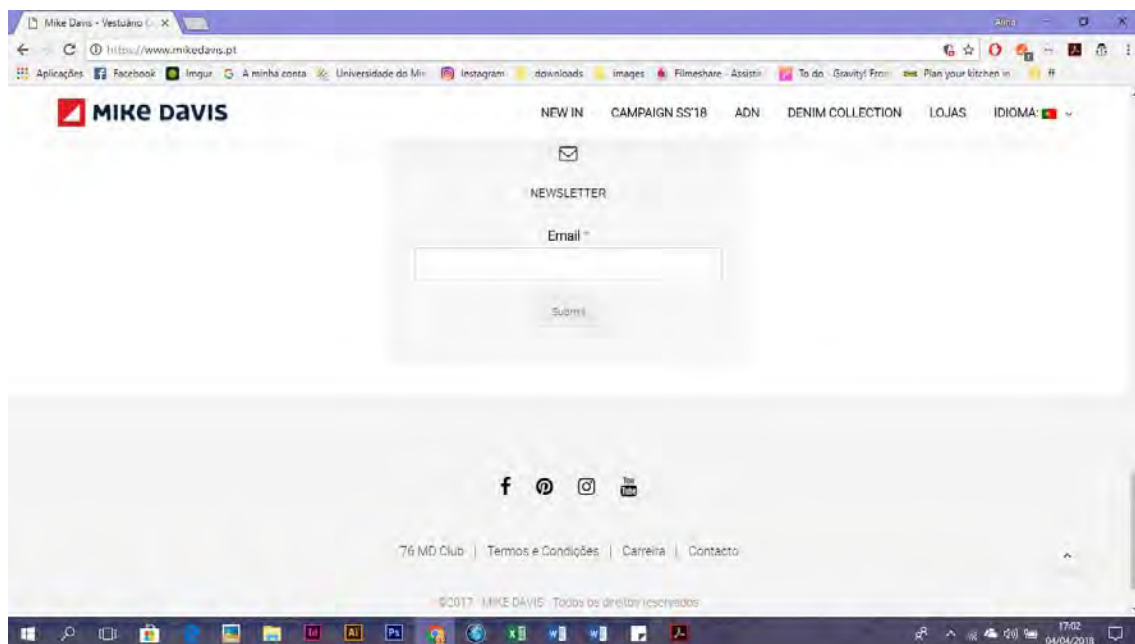


1.2- Corpo





1.3- Barra Final



1.3.1- '76 MD Club

76 MD Club | Mike Davis


NEW IN CAMPAIGN SS'18 ADN DENIM COLLECTION LOJAS IDIOMA

76 MD CLUB

Para aderir ao cartão 76 MD CLUB, basta preencher o formulário de adesão abaixo, sendo o cartão posteriormente enviado para a morada indicada.

O cartão 76 MD CLUB dá-lhe inúmeras vantagens:

- Acumulação de pontos para trocas de vales de desconto.
- Informação privilegiada.
- Descontos de aniversário.
- Arranjos gratuitos*



ACUMULAÇÃO DE PONTOS PARA TROCA DE VALES DE DESCONTO

76 MD Club | Mike Davis

NEW IN CAMPAIGN SS'18 ADN DENIM COLLECTION LOJAS IDIOMA

Poderá ganhar pontos, sempre que efectua compras numa loja física Mike Davis, apresentando o seu cartão 76 MD CLUB.

Por cada 1€ pago de compras efectuadas, acumula 1 ponto. A cada 200 pontos obtém um vale de desconto no valor de 10€.

Os vales não podem ser descontados em períodos de promoções ou saldos ou em datas previamente informadas.

Os vales de compra só podem ser utilizados pelo titular ou pelos seus beneficiários autorizados, sendo que é necessário também a apresentação do cartão 76 MD CLUB aquando da sua utilização.

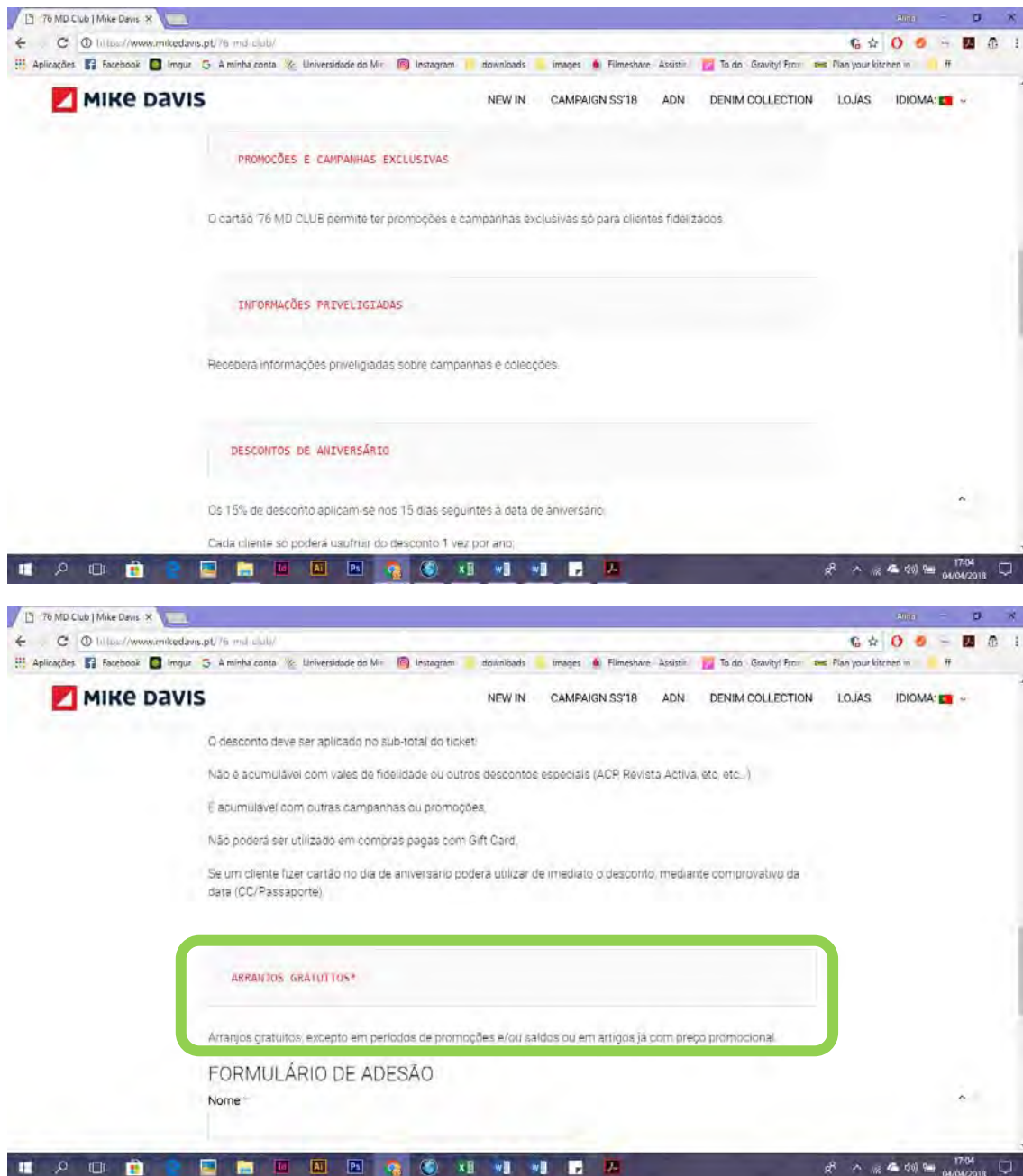
Haverá períodos com duplicação de pontos, que serão previamente comunicados.

Os vales de desconto têm a validade de 6 meses após a sua emissão. Os vales de desconto de fidelidade não são acumuláveis com o desconto de aniversário.

Os vales de desconto não podem ser utilizados nas lojas Mike Davis | Outlet.

Os vales só poderão ser utilizados nos seguintes patamares de compras (excepto alterações previamente comunicadas):

- 1 Vale de Desconto de 10€ para compras de 50€ a 69.99€
- 2 Vales de Desconto de 10€ para compras de 70€ a 109.99€
- 3 Vales de Desconto de 10€ para compras superiores a 110€



1.3.2- Carreira

Formulário de Candidatura

Nome *

Email *

Observações

Fichário

Verificação

WOT DAVIS? RECOMENDAR AOS AMIGOS *

DESIGNER TO

SUBMITER

1.3.3- Contacto

Formulário de contacto

Nome *

Email *

Mensagem *

Enviar

79 MD CLUB | Termos e Condições | Contacto | Contactos

©2017 MIKE DAVIS. Todos os direitos reservados

2- Sep. New In