

## **ERRATA – 13 de novembro de 2020:**

### **- Capítulo IV, artigo 12º**

#### **Onde se lê:**

“O período de inscrição dos projetos para o Fashion Hub é de 16 de outubro de 2020 à 13 de novembro de 2020, conforme calendário apresentado no artigo 18º, parágrafo primeiro.”

#### **Leia-se:**

O período de inscrição dos projetos para o Fashion Hub é de 16 de outubro de 2020 à 28 de novembro de 2020, conforme calendário apresentado no artigo 18º, parágrafo primeiro.

### **- Capítulo VII, artigo 18º, parágrafo único**

#### **Onde lê-se:**

“Segundo o cronograma as datas previstas para a realização de cada uma das etapas do programa Fashion Hub são:

- Divulgação do edital: 16/10/2020
- Fechamento de inscrições: 13/11/2020
- Divulgação do resultado de seleção para a IMERSÃO: 20/11/2020
- IMERSÃO: 23/11/2020 a 26/11/2020
- BOOTCAMP: 04/01/2021 a 09/03/2021
- DEMODAY: 12/03/2021”

#### **Leia-se:**

Segundo o cronograma as datas previstas para a realização de cada uma das etapas do programa Fashion Hub são:

- Divulgação do edital: 16/10/2020
- Fechamento de inscrições: 28/11/2020
- Divulgação do resultado de seleção para a IMERSÃO: 04/12/2020
- IMERSÃO: 07/12/2020 a 10/12/2020
- BOOTCAMP: 04/01/2021 a 09/03/2021
- DEMODAY: 12/03/2021

## REGULAMENTO

### Fashion Hub – Ciclo 1

#### CAPÍTULO I – DO PROGRAMA

**Artigo 1º** - O **Fashion Hub** é uma iniciativa idealizada pela **221 Consultoria, TS Studio e Neo Ventures** customizada para solucionar desafios exclusivos das mantenedoras associadas ao Hub (Audaces, Shopping Parque da Cidade, The LYCRA Company e Vicunha). No **Fashion Hub**, as mantenedoras lançarão desafios específicos e de seu interesse, de acordo com a sua necessidade operacional ou estratégica.

**Parágrafo primeiro** - O presente Regulamento refere-se ao **Ciclo 1** do Fashion Hub, que tem como foco soluções para **retomada, inovação e sustentabilidade** no universo da moda.

**Parágrafo segundo** - O presente Regulamento tem como objetivo definir as regras e condições de participação do Ciclo 1 do programa **Fashion Hub**.

**Artigo 2º** - Com o intuito de buscar soluções inovadoras no setor da moda, o **Fashion Hub** tem como principal objetivo prospectar e selecionar novos projetos e empreendimentos ("**Startups**") e apoiar o desenvolvimento de provas de conceito ("**POCs**") junto às empresas associadas.

#### CAPÍTULO II – DAS ETAPAS DO PROGRAMA

**Artigo 3º** - As principais etapas do **Fashion Hub** são apresentadas e detalhadas na Tabela 1.

*Tabela 1 - Principais etapas do programa.*

Etapa	Detalhamento
<b>Divulgação e Submissão de proposta</b>	A <b>STARTUP</b> candidata deverá submeter seu projeto preenchendo o formulário online disponível através do link: <a href="https://gust.com/programs/fashion-hub-ciclo-1">https://gust.com/programs/fashion-hub-ciclo-1</a> .

<b>Seleção das Startups</b>	A avaliação e seleção das propostas será feita em três etapas principais: <b>i) enquadramento</b> , realizado pela equipe da Neo Ventures, com o objetivo de verificar a aderência das Startups e suas respectivas soluções, aos desafios e regras do presente Regulamento; <b>ii) triagem online</b> , realizada por uma banca composta pela equipe das mantenedoras, de acordo com as regras estabelecidas no presente regulamento, com objetivo de selecionar as até 3 (três) propostas mais atrativas por desafio; e <b>iii) imersão</b> , com objetivo de refinar o escopo de desenvolvimento dos projetos e definir aqueles que irão realizar as provas de conceito (POCs) junto às mantenedoras.
<b>Bootcamp</b>	No <b>bootcamp</b> as Startups selecionadas durante a imersão, para cada desafio, irão desenvolver as POCs. As contrapartidas serão definidas na etapa de imersão e podem ser customizadas de acordo com cada negociação.
<b>Demoday</b>	Evento que celebra o encerramento do ciclo do programa, no qual as Startups apresentam os resultados das POCs.

**Parágrafo único** - O cronograma de atividades das principais etapas do programa **Fashion Hub** está explicado no artigo 18º, parágrafo primeiro.

### **CAPÍTULO III – DOS ITENS PARA INOVAÇÃO ABERTA (DESAFIOS) PARA VALIDAÇÃO DAS SOLUÇÕES – PROVAS DE CONCEITO (POCs)**

**Artigo 4º** - Do artigo 5º ao 8º do presente edital, apresentamos os desafios propostos pelas mantenedoras. Os locais de desenvolvimento da Prova de Conceito (POC) serão posteriormente discutidos junto às mantenedoras. A descrição de cada desafio é feita através de desenhos (disponíveis no **ANEXO I**), acompanhados de descrição textual abaixo.

**Artigo 5º - Desafio Audaces** – Como aumentar a taxa de sucesso de uma coleção de moda?

No início da criação de uma coleção de moda é definido o mix da coleção, a partir dos tipos de produtos, quantidade de peças por produtos e suas variantes de cor/estampa, matéria-prima e tamanhos. Mix é um conceito utilizado como base para a criação de

coleções de moda, o qual deve estar alinhado ao perfil da empresa e ser refletido na exposição de ponto de venda, sempre com a preocupação em atender a expectativa do público-alvo e suas necessidades de consumo, que na moda resultam na montagem de *looks* completos. Essas informações são definidas meses antes de a coleção chegar as lojas, o que torna a assertividade desse mix difícil de se prever. As tentativas para acerto no mix é baseada em coleções anteriores, estudos mercadológicos de consumo, estudos geracionais, entre outros. Se as empresas tiverem uma assertividade maior, podem até pensar em diminuir os números de modelos a serem criados.

As expectativas sobre a resolução desse desafio é que a equipe criativa de uma confecção tenha indicação automática do melhor mix que deve ser produzido. O sucesso será medido pelas vendas da coleção nas lojas. Resolvendo esse desafio, a lucratividade das confecções será maior, pois reduzirá os modelos em preço promocionais nas lojas.

Após a criação de uma coleção, ela é produzida e enviada às lojas. Após um determinado tempo, o primeiro lote dessa coleção é vendido parcialmente e a loja faz um novo pedido para fábrica. Nesse pedido a quantidade de modelos vai variar de acordo com as peças mais vendidas. Com isso, teremos peças que tiveram sucesso e outras não. Várias lojas fazem esse processo. A fábrica envia as peças que tem em estoque e produz as demais. Ao produzir, o tempo da peça na loja diminui, com isso as chances de venda também.

Ao mesmo tempo, ter peças em estoque é dinheiro parado e não existe a certeza de venda futura. No modelo multimarcas funciona da maneira exposta, no e-commerce ou em lojas próprias os desafios são similares. Em média a taxa de sucesso é em torno de 30%. Um fator importante para o sucesso do desafio é apresentar uma solução que seja fácil e simples de usar pelo cliente final.

**Artigo 6º - Desafio The LYCRA Company** – Como utilizar as soluções poliméricas e resíduos de fibras de elastano?

Responsabilidade corporativa, excelência operacional e sustentabilidade do produto são os três pilares que movem a The LYCRA Company. Baseado nos princípios da economia circular objetiva-se encontrar novas aplicações para a solução polimérica de Poliuretano e os resíduos de fibras de Elastano, que em ambos os casos, possuem ingredientes que podem aditivar outros materiais. Destacamos ainda que parte do nosso resíduo atual é descartado com um custo para que tenha um destino ecologicamente correto. Dessa forma, também temos o objetivo de encontrar novos destinos que estejam alinhados com nossa política de sustentabilidade e que possam ser rentáveis para a empresa. As novas aplicações podem estar relacionadas a segmentos além do têxtil.

**Artigo 7º - Desafio Shopping Parque da Cidade** – Como criar ineditismo na experiência do cliente com o shopping?

Queremos que a experiência do cliente no shopping seja aconchegante, surpreendente e que promova novas formas de interação. Somos pioneiros no conceito adotado desde a inauguração: ser o primeiro Life Center do Brasil.

Buscamos atrair novas marcas e conceitos de varejistas modernos, engajados com os pilares de inovação e sustentabilidade e comprometidos com o bem estar das pessoas. Para isso, implementamos iniciativas relevantes para o varejo, como a participação no primeiro hub da moda no Brasil e a implementação do Zap Commerce. Queremos, assim, atrair o fluxo de clientes jovens, interessados nessas marcas e conceitos.

É conhecido que os consumidores estão cada vez mais em busca de experiências em ambientes que valorizem a natureza. O Shopping Parque da Cidade tem em seu cerne o conceito de sustentabilidade e possui um paisagismo diferenciado que permite o contato com a natureza, a economia de água, o descarte de lixo inovador e a iluminação natural, mesmo em local fechado.

Precisamos, também, estar presentes e ser mais conhecidos em multicanais, levando uma experiência única para clientes usando diferentes formatos, destacando-se do que já pratica a concorrência.

Por fim, queremos nos tornar ainda mais atrativos frente aos centros comerciais do entorno. Acreditamos que as nossas principais lojas possam ser parte desse diferencial: (1) temos as melhores salas VIPs de cinema da cidade segunda a Folha; (2) temos a Clínica Einstein, produto do Hospital Albert Einstein; (3) teremos até o final do ano a casa da UEFA no Brasil.

Destacamos como oportunidades a serem exploradas para o desafio:

- Tornar o Primeiro Life Center do Brasil conhecido e reconhecido como polo de inovação no setor – pioneirismo.
- Aumentar o fluxo de consumidores-alvo no shopping baseados na certeza de que estão frequentando um local verdadeiramente sustentável, inovador e que se conecta com a natureza mesmo em ambiente fechado.
- Promover uma experiência aconchegante, diferenciada e surpreendente às pessoas que têm contato com a marca e o espaço físico do Shopping Parque da Cidade.
- Inovar na experiência *omnichannel* destacando-se do ofertado pela concorrência.
- Trabalhar um espaço dedicado para buscar projetos inovadores que promovam a aproximação com o varejo atual.

**Artigo 8º - Desafio Vicunha** – Como fazer os nossos *stakeholders* associarem a marca Vicunha à qualidade, sustentabilidade e inovação?

Sabemos que o consumidor final busca cada vez mais histórias reais por traz dos produtos que consome. O perfil do consumidor vem mudando, e entendemos que a ideia de causa e de propósito estão muito claros. Eles sabem exatamente o que querem e precisam de muito pouco tempo para reconhecerem uma marca. Nós, da Vicunha, temos muitas ações, iniciativas e conhecimentos adquiridos referentes a sustentabilidade, tecnologia e inovação. Somos uma empresa global que age em várias micro regiões (glocal). Pelo fato de estarmos alguns elos antes do consumidor final na cadeia de valor, não temos contato direto com esses consumidores e nem sempre essas informações alcançam toda a cadeia ou, em alguns casos, chegam de forma distorcida e muitas vezes superficial aos stakeholders mais distantes. Como comunicar valor para o mercado, e sensibilizar consumidor final e clientes, não só no que diz respeito ao produto, mas à nossa cultura de inovação, tecnologia e sustentabilidade que agregam valor a peça final? Como engajar nosso cliente direto sobre a necessidade de levar a proposta de valor da Vicunha (indústria) para o seu produto/coleção? Como conseguir maior visibilidade e ajudar o consumidor final a tomar decisões mais conscientes, coerentes e pautadas por um conhecimento verdadeiro sobre a produção de uma determinada peça ou produto?

Hoje, buscamos estabelecer uma comunicação amplificada e levar valor para todo nosso ecossistema, mas ainda há um trabalho em profundidade a ser feito para alcançar o consumidor final efetivamente. Com nossos clientes diretos falamos de uma forma mais técnica, contudo ainda são poucos os pontos de contato direto da Vicunha com os consumidores finais. Já fazemos um trabalho de marca em nossas redes sociais, e através do relacionamento com influenciadores e formadores de opinião da cadeia de moda - especialmente os que entendem mais de indústria - para que nos ajudem a decodificar a informação e a levar o que é a Vicunha para o consumidor final. Contudo, a cadeia da moda não é tão integrada, e às vezes, possuem propósitos diferentes. Dessa forma, a comunicação não é fluida e a mensagem não perpassa por todos os stakeholders da mesma forma.

Já desenvolvemos algumas parcerias com clientes e identificamos peças com *tags* que mencionam aspectos dos produtos, de sustentabilidade, matéria-prima reciclada e economia de água e químicos. Temos muitos selos, mas muitas vezes as marcas não querem utilizá-los em suas comunicações pois elas querem comunicar apenas a sua própria marca e conceito. Esse é outro desafio que encontramos, pois se torna necessário comunicar a mesma coisa de formas diferentes para que as marcas dos nossos clientes se diferenciem uma das outras. Em um sistema onde o consumidor final quer informações de maneira enxuta e fácil, como conseguir comunicar de forma

compacta, simples, com uma linguagem fácil de ser compreendida e com um nível de profundidade que traga relevância a marca e ao mesmo tempo consiga conscientizar, provocar e ganhar o olhar dos consumidores de hoje? Ainda, como integrar a cadeia de moda, integrar histórias e convergir interesses para que na ponta se possa apresentar uma real proposta de valor a esse consumidor?

Com este desafio solucionado pretendemos ter melhores resultados como um todo, mais penetração no mercado, maior visibilidade na ponta e maior valor como empresa. Queremos trazer essa percepção e alcançar *brand awareness*.

**Artigo 9º** - A Startup candidata, ao preencher o formulário de submissão, deverá sempre indicar, em campo específico, o respectivo desafio para o qual deseja apresentar sua solução.

**Parágrafo primeiro** – As Startups estão autorizadas a se inscreverem em mais de um desafio, contudo podem participar efetivamente de apenas um desafio por ciclo, mesmo que sejam selecionadas a mais de um dos desafios lançados. Se for este o caso, a Startup deverá optar com qual desafio seguirá no Ciclo em questão.

**Artigo 10º** - O plano de trabalho a ser desenvolvido e o orçamento a ser disponibilizado pelas **mantenedoras** para validação das POCs, caso seja necessário, será acordado por meio de um contrato a ser firmado entre as partes antes da etapa **BOOTCAMP**.

**Parágrafo primeiro** – Eventuais despesas relacionadas à participação no programa **Fashion Hub**, incluindo transporte, hospedagem e alimentação, poderão ser reembolsadas para Startups selecionadas para a fase de **BOOTCAMP**, dentro do valor total disponibilizado e previamente acordado formalmente em negociação com as mantenedoras.

**Parágrafo segundo** – O plano de desembolso dos recursos para a POC e reembolso de despesas será desenvolvido pelas Startups e validado com as mantenedoras durante o período de **IMERSÃO**.

**Parágrafo terceiro** – A validação da POC para um determinado desafio, ao longo do programa, ocorrerá apenas entre uma **STARTUP** e uma **MANTENEDORA**, sendo que no final do ciclo de implantação o case gerado poderá ser compartilhado entre as outras mantenedoras.

## CAPÍTULO IV – DA CANDIDATURA

**Artigo 11º** - As inscrições no Programa **Fashion Hub** são gratuitas. O processo de candidatura de uma **STARTUP** inicia-se com o preenchimento e envio do formulário disponibilizado em: <https://gust.com/programs/fashion-hub-ciclo-1>

**Parágrafo único** - O formulário terá como objetivo recolher o máximo de dados sobre a **STARTUP** e a sua solução proposta, de forma a garantir a existência de informação suficiente para realização das análises.

**Artigo 12º** - O período de inscrição dos projetos para o **Fashion Hub** é de 16 de outubro de 2020 à 13 de novembro de 2020, conforme calendário apresentado no artigo 18º, parágrafo primeiro.

## CAPÍTULO V – DA SELEÇÃO

**Artigo 13º** - Serão selecionadas **Startups** que se proponham a desenvolver soluções para os desafios apresentados pelas mantenedoras, com grande potencial de crescimento e, preferencialmente, com solução de carácter global e de alta tecnologia.

**Artigo 14º** - O processo de análise das candidaturas das **Startups** é composto das seguintes etapas:

- (i) Enquadramento das **STARTUPS**, considerando os “Critérios Eliminatórios”, conforme descrito no artigo 16º - Capítulo VI, abaixo;
- (ii) Análise (conforme descrito no artigo 17º) das propostas das **STARTUPS** pelas mantenedoras;
- (iii) Realização de Imersão Online.

Serão escolhidas inicialmente até 3 (três) **STARTUPS** por desafio para a etapa de Bootcamp, as quais poderão ser selecionadas para validação da POC. Caso necessário, etapas adicionais de interação com as startups podem ser demandadas. Se as mantenedoras não aprovarem nenhuma das 3 (três) **Startups** previamente selecionadas, novas **Startups** inscritas no programa poderão ser convidadas para essa etapa.

**Parágrafo único** - O número de **STARTUPS** selecionadas para o **Fashion Hub** será decidido exclusivamente pelos organizadores.



**Artigo 15º** - O resultado da seleção das **STARTUPS** será divulgado no prazo máximo de acordo com o cronograma detalhado conforme o artigo 22º, através dos canais de comunicação do Fashion Hub, sendo que este prazo poderá ser prorrogado por decisão e necessidade das mantenedoras.

## CAPÍTULO VI – DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

**Artigo 16º** - As **STARTUPS** serão avaliadas de acordo com os seguintes critérios eliminatórios (“Critérios Eliminatórios”):

(i) Quanto à inovação - Caso o projeto seja considerado, pela banca de avaliação, sem inovação tecnológica ou no modelo de negócios;

(ii) Quanto aos desafios propostos - Caso o projeto não atenda a um dos 4 desafios propostos pelas mantenedoras, mencionados no Capítulo III;

(iii) Quanto à entrega dos documentos – Caso a Startup não apresente todos os documentos solicitados, demandados pelas mantenedoras e dentro dos prazos estabelecidos durante a Imersão, será considerada causa de imediata eliminação no **Fashion Hub**;

(iv) Quanto a possuir registro jurídico – Caso a Startup não possua o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), em caso de nacionalidade brasileira ou regulamentação jurídica correlata à sua respectiva nacionalidade, essa ausência será causa de eliminação;

**Artigo 17º** - As **STARTUPS** serão avaliadas pelas mantenedoras de acordo com os critérios classificatórios apresentados na Tabela 2.

*Tabela 2 - Critérios classificatórios.*

Critério	Objetivo
Equipe	Avaliar a capacidade da equipe em desenvolver a solução e alavancar o negócio.
Potencial Tecnológico	Avaliar a efetividade das tecnologias utilizadas na solução e seus graus de maturidade.
Solução Proposta	Avaliar se a solução (produto/serviço) atende à(s) demanda(s) das mantenedoras.
Modelo de Negócios	Avaliar se o modelo de negócios é interessante e permite a escalabilidade da solução para as mantenedoras.

Recursos para a POC	Verificar os recursos necessários, independentemente da natureza (financeiro, humano ou de outra natureza) para o desenvolvimento da prova de conceito da solução.
Impacto Potencial	Avaliar o impacto potencial da solução nas mantenedoras (financeiro, social, ambiental, etc.)

## CAPÍTULO VII - DA DURAÇÃO DO PROGRAMA FASHION HUB

**Artigo 18º** - O cronograma com os principais marcos do programa **Fashion Hub** está descrito no parágrafo primeiro do presente artigo.

**Parágrafo único** - Segundo o cronograma as datas previstas para a realização de cada uma das etapas do programa **Fashion Hub** são:

- Divulgação do edital: 16/10/2020
- Fechamento de inscrições: 13/11/2020
- Divulgação do resultado de seleção para a IMERSÃO: 20/11/2020
- IMERSÃO: 23/11/2020 a 26/11/2020
- BOOTCAMP: 04/01/2021 a 09/03/2021
- DEMODAY: 12/03/2021

**Artigo 19º** - As Startups pré-selecionadas pelos organizadores em conformidade com os termos e condições deste regulamento participarão da **IMERSÃO** do **Fashion Hub**.

**Parágrafo primeiro** – O principal objetivo da **IMERSÃO** é fazer com que as Startups tenham acesso direto às mantenedoras e equipe gestora do programa para compreender os desafios e refinar uma proposta de trabalho em conjunto para implantação da **POC**. Durante a **IMERSÃO** as mantenedoras irão acompanhar até 3 (três) Startups pré-selecionadas por desafio, fornecendo dados e esclarecendo dúvidas para que cada uma delas possa refinar o escopo da proposta de solução do desafio. As **STARTUPS** que participarem da **IMERSÃO** terão seu cadastro feito no **Fashion Hub** como potenciais futuros fornecedores, mesmo que não sejam aprovadas para a etapa do **BOOTCAMP**.

**Parágrafo segundo** – Não haverá nenhum reembolso financeiro referente a hospedagem, transporte, alimentação e outros, para as Startups, durante a fase de **IMERSÃO**. Todos os custos desta fase são de responsabilidade exclusiva da Startup participante.

## CAPÍTULO VIII - DAS OBRIGAÇÕES E RESPONSABILIDADES

**Artigo 20º** - São obrigações das Startups:

- (i) Cumprir todas as disposições presentes neste Regulamento.
- (ii) Participar das ações previstas em cada fase do **Fashion Hub**, bem como fornecer todas as informações e documentos necessários exigidos pelas mantenedoras, em especial aqueles apresentados no **ANEXO II**, e ou pela equipe gestora do programa;
- (iii) Participar, obrigatoriamente, dos eventos e iniciativas organizadas pelo **Fashion Hub**, com, no mínimo, 01 (um) representante legal da Startup.
- (iv) A Startup, ao se inscrever neste programa, declara não utilizar e não possuir em toda a sua cadeia produtiva, direta ou indiretamente, trabalho escravo, em condições degradantes, trabalhadores submetidos ou forçados a condições ilegais de domínio do empregador, trabalho por menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz a partir dos 14 (quatorze) anos, conforme estabelecido no artigo 7º, inciso XXXIII da Constituição Federal, bem como não permitir qualquer tipo de discriminação e respeitar a liberdade de associação, sob pena de ser imediatamente eliminado pelo **Fashion Hub** sem que haja necessidade de envio de notificação prévia, submetendo-se a Startup, em caso de infração desta cláusula, ao ressarcimento das perdas e danos causados e às penalidades previstas em lei.
- (v) A Startup ao se inscrever neste programa, declara, observar plenamente a Lei nº. 12.846/2013 (“Lei Brasileira de Anticorrupção”) e declara que tem conhecimento de todos os termos e definições dispostos na Lei Brasileira Anticorrupção, as quais definem como ato lesivo prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público ou a terceira pessoa a ele relacionada, dentre outros. Em caso de infração da referida Lei, será responsável por quaisquer perdas, danos ou responsabilidades causadas, além das penalidades previstas em lei.
- (vi) A Startup declara estar plenamente habilitada para utilizar a tecnologia utilizada pela solução proposta para o respectivo desafio durante o desenvolvimento da POC, possuindo propriedade sobre suas características ou estar devidamente licenciada a utilizá-las.
- (vii) A startup declara que não possui na composição do seu capital social ou em seu quadro social/diretivo/empregados/prestadores de serviços, pessoas com potencial conflito de interesse em relação às mantenedoras.

## CAPÍTULO IX - DO TÉRMINO DO PROGRAMA Fashion Hub

**Artigo 21º** - A relação do **Fashion Hub** com as **STARTUPS** será considerada terminada mediante notificação, nas seguintes hipóteses:

- (i) Eliminação nas bancas avaliadoras de seleção;
- (ii) Término do prazo de duração do programa;
- (iii) Se houver infração a qualquer cláusula do presente Regulamento;
- (iv) Se forem alteradas pelas organizadoras, significativamente, as características principais do **Fashion Hub** e a Startup não estiver de acordo com essas mudanças;
- (v) Se for verificada a insolvência, falência ou recuperação judicial da Startup e seus membros;
- (vi) Se for verificada interrupção temporária de atividade da Startup;
- (vii) Por iniciativa da Startup devidamente justificada;
- (viii) Por iniciativa do **Fashion Hub** devidamente justificada.

**Parágrafo único:** Caso a Startup não tenha disponibilidade de tempo ou não respeite a assiduidade durante o programa, a eliminada será a única e exclusiva responsável por qualquer custo despendido neste período.

## CAPÍTULO X – DOS POSSÍVEIS BENEFÍCIOS PARA AS STARTUPS SELECIONADAS

**Artigo 22º** - Os seguintes benefícios poderão ser disponibilizados para as Startups selecionadas para o **BOOTCAMP**:

- Possibilidade de investimento para desenvolvimento dos projetos em conjunto com as mantenedoras para validação das POCs;
- Acesso à infraestrutura e equipes das mantenedoras;
- Coaching e mentoria com profissionais reconhecidos no setor de moda e Startups;
- Trabalho em conjunto com a equipe da 221 Consultoria, TS Studio e Neo Ventures;
- Metodologia de desenvolvimento das Startups: treinamentos, visitas técnicas, profissionalização da gestão e crescimento;
- Ao fim do programa, e a seu exclusivo critério, as mantenedoras poderão investir na implementação das soluções, bem como estabelecer parcerias para busca de recursos, compra ou distribuição dos produtos e serviços das Startups.

- As Startups que participarem do bootcamp terão seu cadastro de fornecedor feito nas mantenedoras para oportunidades futuras.

**Artigo 23º** - O primeiro ciclo do **Fashion Hub** ocorrerá prioritariamente em formato online. Caso alguma atividade presencial seja necessária será sempre observado as recomendações vigentes das autoridades competentes, devido ao contexto da pandemia.

## CAPÍTULO XI – DISPOSIÇÕES GERAIS

**Artigo 24º** - Fica claro e estabelecido desde já, que a participação e/ou seleção no **Fashion Hub** não constitui qualquer espécie de acordo operacional, *joint venture* ou associação entre a Startup participante (selecionada ou não), o **Fashion Hub** e os demais envolvidos no programa, de modo a restar claro neste Regulamento, que a Startup participante (selecionada ou não) e os demais envolvidos no programa são entidades independentes entre si, que nenhuma disposição deste Regulamento ou do programa deverá ser interpretada no sentido de criar, qualquer vínculo societário, trabalhista ou tributário entre as Partes e que não existe ou não existirá solidariedade ou subsidiariedade, de qualquer natureza, entre as Partes.

**Artigo 25º** - Fica claro e estabelecido desde já, que a participação no programa e eventual assinatura de contrato com as mantenedoras não gera qualquer espécie de vínculo empregatício. A Startup se compromete a eximir o **Fashion Hub** e os demais envolvidos de qualquer responsabilidade em demanda trabalhista/previdenciária eventualmente proposta por quaisquer de seus funcionários, bem como a arcar com todos os custos incorridos em referidas demandas, inclusive, mas não apenas, honorários advocatícios.

**Artigo 26º** - Fica claro e estabelecido desde já, que a equipe gestora poderá alterar a qualquer momento este Regulamento caso seja necessário para o bom e regular andamento do Programa aqui estabelecido.

**Artigo 27º** - Fica claro e estabelecido desde já, que caso haja qualquer dúvida com relação a este Regulamento, que o **Fashion Hub** se coloca à disposição para respondê-las.

**Artigo 28º** - Os participantes cedem gratuitamente ao Fashion Hub, às mantenedoras e à 221 Consultoria, TS Studio e Neo Ventures, sem exclusividade, o direito ao uso de sua imagem, texto e/ou voz em qualquer tipo de material. Como contrapartida o **Fashion Hub** compromete-se a utilizar a imagem dos participantes sem efetuar modificações na fisionomia e, ainda, a não utilizar a imagem de forma depreciativa, ou que possa representar, sob qualquer forma, algum tipo de violação de dano moral.

**Artigo 29º** - As respostas ao formulário podem ser escritas na língua portuguesa ou inglesa.

**Artigo 30º** - Obrigam-se as partes, sempre que aplicável, a atuar no presente instrumento em conformidade com a legislação vigente sobre Proteção de Dados Pessoais e as determinações de órgãos reguladores/fiscalizadores sobre a matéria, em especial, a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (“LGPD”).

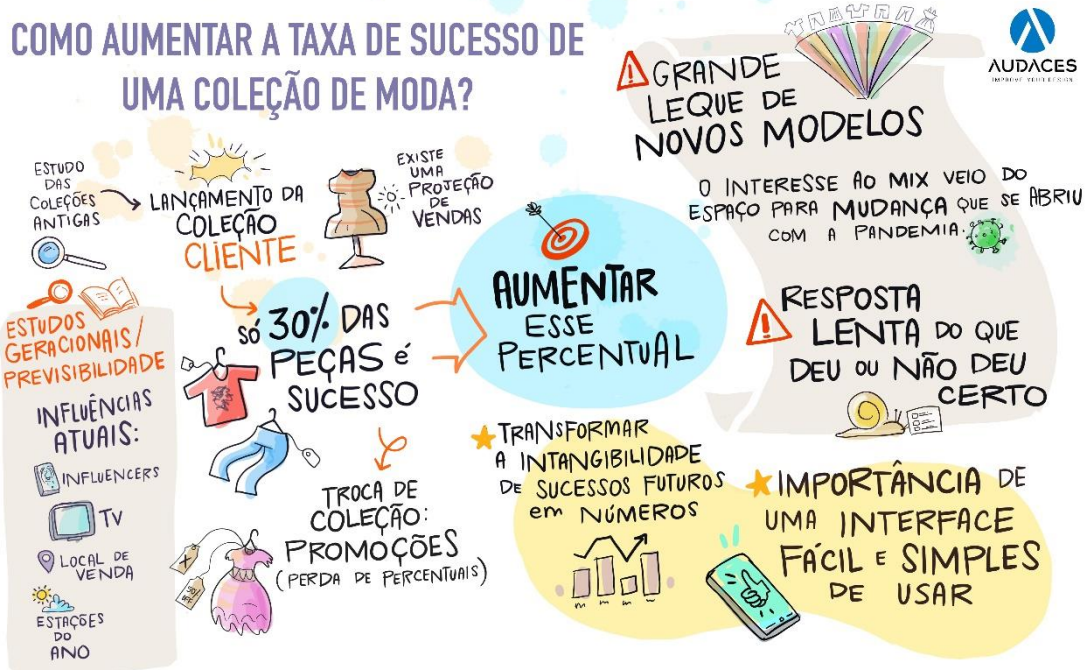
**Artigo 31º** – As partes envolvidas comprometem-se a tratar como sigilosas todas as informações confidenciais relativas às empresas mantenedoras que lhes tenham sido reveladas, obrigando-se a não revelá-las a terceiros sem o conhecimento e consentimento destes, sob pena de responsabilização cível e criminal.

**Parágrafo primeiro** – Não será considerada “Informação Confidencial” aquela que estiver sob domínio público antes de ser revelada ou disponibilizada pelas partes antes da assinatura desse Acordo ou a que for tornada pública pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI ou pelo Órgão competente em âmbito internacional.

**Parágrafo segundo** - Devido à natureza das informações compartilhadas entre as partes durante o programa, pode ser solicitada a assinatura de um termo de sigilo entre as startups selecionadas e as mantenedoras antes do início da etapa de imersão.

## ANEXO 01 - DESENHO DOS DESAFIOS POR MANTENEDORA

### DESAFIO AUDACES:



### DESAFIO SHOPPING PARQUE DA CIDADE:



# FASHIONHUB

## DESAFIO THE LYCRA COMPANY:



## DESAFIO VICUNHA:





## **ANEXO 02 - DOCUMENTOS NECESSÁRIOS PARA A INSCRIÇÃO NO FASHION HUB CICLO 1**

A participação no programa está vinculada ao registro, durante a etapa de inscrição da STARTUP, dos seguintes documentos:

- (I) CNPJ;
- (II) Razão Social,
- (III) Nome completo do Sócio administrador;
- (IV) Contatos do Sócio administrador (e-mail, telefone fixo ou celular).