

Katowice, 24.05.2022 r.

Zapytanie ofertowe na zakup usługi

Usługa tworzenia marki produktowej zgodnie z metodyką Design Thinking obejmująca: przeprowadzenie badań jakościowych, określenie wartości marki oraz charakteru marki, desk research w tym: określenie otoczenia i trendów mogących wpływać na wdrożenie produktu piekarniczego, zaprojektowanie identyfikacji produktu projektu.

I. Zamawiający

SPIN-US sp. z o.o. z siedzibą w ul. Bankowa 12, 40-007 Katowice

KRS: 0000528989

NIP: 9542751204

REGON: 360000248

II. Przedmiot zamówienia

W związku z realizacją projektu w ramach "Inkubator Innowacyjności 4.0.", realizowanego w ramach projektu pozakonkursowego MEiN „Wsparcie zarządzania badaniami naukowymi i komercjalizacja wyników prac B+R w jednostkach naukowych i przedsiębiorstwach”, w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 (Działanie 4.4). SPIN-US Sp. z o.o. zaprasza do składania oferty na wykonanie usługi badawczej.

Przedmiotem zamówienia jest wykonanie dla Zamawiającego usługi pod tytułem:

„Usługa tworzenia marki produktowej zgodnie z metodyką Design Thinking obejmująca: przeprowadzenie badań jakościowych, określenie wartości marki oraz charakteru marki, desk research w tym: określenie otoczenia i trendów mogących wpływać na wdrożenie produktu piekarniczego, zaprojektowanie identyfikacji produktu projektu”.

Kod CPV 73200000-4 - Usługi doradcze w zakresie badań i rozwoju

III. Postanowienia ogólne

1. Do niniejszego zapytania nie mają zastosowania przepisy Ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r.

- Prawo Zamówień Publicznych.
2. Zamówienie zostanie udzielone zgodnie z procedurą rozeznania rynku, określoną w Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020 oraz Wytycznymi w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, 2014-2020.
 3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia niniejszego postępowania bez podania przyczyny.

IV. Warunki stawiane Wykonawcy i wykluczenia

1. Warunkiem nr 1 udziału w postępowaniu jest, aby wykonawca ubiegający się o zamówienie:
 - 1) Dysponował odpowiednim potencjałem organizacyjnym, finansowym oraz technicznym do wykonania zamówienia.
 - 2) Wykonawca nie może być powiązany osobowo lub kapitałowo z Zamawiającym. Przez powiązania osobowe lub kapitałowe rozumie się wzajemne powiązania pomiędzy Zamawiającym lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Zamawiającego lub osobami wykonującymi w imieniu Zamawiającego czynności związane z przygotowaniem i przeprowadzeniem procedury wyboru Wykonawcy a Wykonawcą, polegające w szczególności na:
 - a) uczestniczeniu w spółce, jako wspólnik spółki cywilnej lub spółki osobowej;
 - b) posiadaniu, co najmniej 10% udziałów lub akcji;
 - c) pełnieniu funkcji członka organu nadzorczego lub zarządzającego, prokurenta, pełnomocnika;
 - d) pozostawaniu w związku małżeńskim, w stosunku pokrewieństwa lub powinowactwa w linii prostej, pokrewieństwa drugiego stopnia lub powinowactwa drugiego stopnia w linii bocznej lub w stosunku przysposobienia, opieki lub kurateli.
2. Warunkiem nr 2 udziału w postępowaniu jest, aby wykonawca ubiegający się o zamówienie wypełnił i podpisał formularz ofertowy – załącznik nr 1

V. Specyfikacja przedmiotu zamówienia

1. Kontekst zamówienia: Zamawiający realizuje projekt, którego głównym celem jest przygotowanie do wypieku i wypiek pieczywa z kiełkujących ziarniaków jęczmienia wraz z modyfikacjami i poprawą walorów smakowych pieczywa. Zakłada się, iż wypiek pieczywa wyłącznie z kiełkujących ziarniaków jęczmienia będzie modyfikowany w celu dobrania optymalnych walorów smakowych np. poprzez dodanie do masy piekarniczej produktów spożywczych poprawiających smak oraz konsystencję wypieku (m.in. miodu, kwaśnego mleka, orzechów itp.).
2. Specyfikacja przedmiotu zamówienia:

Numer etapu	Nazwa etapu	Zakres
1.	Wytyczne w zakresie doboru optymalnego składu mieszanki piekarniczej (badania jakościowe) oraz modelowanie biznesowe	<ol style="list-style-type: none"> 1) Desk research <ol style="list-style-type: none"> a) określenie otoczenia i trendów mogących wpływać na wdrożenie produktu piekarniczego, b) zdefiniowanie grup klientów oraz pogłębiona analiza propozycji wartości, c) określenie kanałów dystrybucji i komunikacji w tym zdefiniowanie sposobu budowania relacji z klientami, d) określenie działań i zasobów niezbędnych do generowania wartości, e) określenie potrzeb i identyfikacja wartości dla potencjalnych licencjobiorców. 2) Wyłonienie 2 grup odbiorców do dalszych badań 3) Przeprowadzenie 4 wywiadów fokusowych po minimum 5 osób. Realizacja badań jakościowych opinii publicznej, które będą podstawą do wytypowania ostatecznego składu mieszanki piekarniczej. Pytania badawcze powinny nawiązywać do cech żywności m.in. takich jak: zapach, smak, kolor, twardość skórki, zachowanie świeżości, zwiększona puszystość, wartości odżywcze, atrybuty sensoryczne, cena oraz do cech demograficznych i socjoekonomicznych respondentów. 4) Zebranie opinii konsumentów i przygotowanie raportu w formie wytycznych do optymalizacji protokołu masy piekarniczej.
2.	Tworzenie marki produktowej	Badaniu opinii konsumentów towarzyszyć winny zadania związane z tworzeniem nowej marki produktu. Przyjęto, iż minimalny zakres etapu 2 obejmował będzie: przygotowanie minimum 3 projektów logotypu spełniającego wymagania rejestracji dla znaku towarowego. Przygotowaniu ww.

		<p>logotypów musi towarzyszyć:</p> <ul style="list-style-type: none">a) tworzenie marki zgodnie z metodologią Design Thinking), z uwzględnieniem wyniku prac w ramach etapu 1 celem określenia wartości marki oraz charakteru marki, określenie motywu przewodniego (Key Visual), stworzenie nazwy (min. 3 propozycje), zaprojektowanie logo (min. 3 propozycje), przygotowanie podstawowej księgi znaku;b) projekt logotypu wraz z księgą znaku spełniającego wymagania rejestracji dla znaku towarowego (przedstawienie 3 propozycji do wyboru) - projekt logotypu powinien m.in. obejmować propozycję trzech czytelnych form głównego znaku graficznego, dobór odpowiedniej kolorystyki oraz typografii zapewniającej dotarcie do grupy docelowej, przyjęcie niepowtarzalnej formy gwarantującej jej wysoką rozpoznawalność oraz skalowalność bez względu na rodzaj nośnika i jego skalę, opracowanie motywu przewodniego marki uwzględniającego jego pozycjonowanie rynkowe, opracowanie nazwy nowej marki;c) zaprojektowanie materiałów wspierających promocję i sprzedaż typu: banderola, papier do opakowania, torba papierowa/ inna;d) stworzenie matrycy własności intelektualnej zawierającej informację o każdym przedmiocie własności intelektualnej powstałym w wyniku realizacji usługi m.in.: właściciel, twórca, data powstania, sposób nabycia, warunki przeniesienia praw, data wygaśnięcia;e) Wykonawca zobowiązuje się przy wykorzystywaniu znaków identyfikujących (logo/logotypu) Uczelni do stosowania zasad określonych w Księdze Identyfikacji Wizualnej Uniwersytetu Śląskiego: https://us.edu.pl/uczelnia/system-identyfikacji-wizualnej/f) Wykonawca zobowiązuje się do uwzględnienia wewnętrznych zasad komunikacji dostępnych pod poniższym linkiem: https://us.edu.pl/pracownik/2021/05/18/przewodnik-komunikacyjny-uniwersytetu-slaskiego/
--	--	--

Maksymalny termin realizacji usługi: 03.10.2022 – zgodnie z ustalonym z Zamawiającym harmonogramem.

1. Wstępny harmonogram oraz sposób realizacji usługi

Harmonogram	Sposób realizacji	Wynik pracy
do 10 dni kalendarzowych od podpisania umowy	<p>Etap 0 – wprowadzenie do projektu</p> <p>W terminie do 10 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy odbędzie się spotkanie online Wykonawcy z Zamawiającym (preferowana platforma do pracy zdalnej: MS Teams). Ze strony Wykonawcy w spotkaniu udział wezmą co najmniej 2 osoby. Celem spotkania jest omówienie sposobu realizacji zamówienia. Podczas spotkania Wykonawca przedstawi planowany sposób i czas wykonania usługi, w tym przede wszystkim Wykonawca zobowiązany jest do opracowania szczegółowego harmonogramu realizacji zamówienia. Harmonogram powinien uwzględniać podział na poszczególne etapy i zadania wraz z określeniem szczegółowych dat zakończenia ich realizacji. Zamawiający od momentu spotkania ma trzy dni robocze na zgłaszanie uwag do harmonogramu, a Wykonawca dwa dni robocze na ich wprowadzenie.</p> <p>Spotkanie odbędzie się z wykorzystaniem narzędzi do pracy zdalnej (czas trwania: ok. 1 godzina zegarowa) lub innym miejscu ustalonym z Zamawiającym.</p>	Szczegółowy harmonogram prac
do 60 dni kalendarzowych od podpisania umowy	<p>Etap 1 - wytyczne w zakresie doboru optymalnego składu mieszanki piekarniczej (badania jakościowe)</p> <p>W terminie do 60 dni kalendarzowych od podpisania umowy odbędzie się spotkanie Wykonawcy z Zamawiającym. Celem spotkania jest omówienie dokumentu z przeprowadzonego Desk research zawierającego m.in.: określenie otoczenia i trendów mogących wpływać na wdrożenie produktu piekarniczego, zdefiniowanie grup klientów oraz pogłębiona analiza propozycji wartości, określenie kanałów dystrybucji i komunikacji w tym</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Scenariusz warsztatów fokusowych 2. Koncepcja prowadzenia badań 3. Harmonogram prowadzenia badań 4. Raport (wytyczne) do optymalizacji protokołu masy piekarniczej

Harmonogram	Sposób realizacji	Wynik pracy
	<p>zdefiniowanie sposobu budowania relacji z klientami, określenie działań i zasobów niezbędnych do generowania wartości, określenie potrzeb i identyfikacja wartości dla potencjalnych licencjobiorców.</p> <p>Zamawiający od momentu spotkania ma siedem dni kalendarzowych na zgłaszanie uwag do harmonogramu, koncepcji badań, narzędzi badawczych, a Wykonawca pięć dni roboczych na ich wprowadzenie.</p> <p>Spotkanie odbędzie się z wykorzystaniem narzędzi do pracy zdalnej (czas trwania: ok. 1 godzina zegarowa) lub innym miejscu ustalonym z Zamawiającym.</p>	
<p>do 90 dni kalendarzowych od podpisania umowy</p>	<p>Etap 2 – tworzenie marki produktowej</p> <p>W terminie do 90 dni kalendarzowych od dnia podpisania umowy Wykonawca przygotowuje 3 projekty logotypu spełniającego wymagania rejestracji dla znaku towarowego. Przygotowaniu ww. logotypów musi towarzyszyć:</p> <p>a) tworzenie marki zgodnie z metodologią Design Thinking celem określenia wartości marki oraz charakteru marki, określenie motywu przewodniego (Key Visual), stworzenie nazwy (min. 3 propozycje), zaprojektowanie logo (min. 3 propozycje), przygotowanie podstawowej księgi znaku;</p> <p>b) projekt logotypu wraz z księgą znaku spełniającego wymagania rejestracji dla znaku towarowego (przedstawienie 3 propozycji do wyboru;</p> <p>c) zaprojektowanie materiałów wspierających promocję i sprzedaż;</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Projekt logotypu wraz z księgą znaku spełniającego wymagania rejestracji dla znaku towarowego 2. Projekt materiałów wspierających promocję i sprzedaż 3. Raport zbiorczy z przeprowadzonej usługi

Harmonogram	Sposób realizacji	Wynik pracy
	d) przygotowanie matrycy własności intelektualnej. Zamawiający od momentu przekazania propozycji logo oraz projektu materiałów wspierających promocję ma 10 dni kalendarzowych na zgłaszanie uwag do przedłożonej dokumentacji, a Wykonawca 7 dni kalendarzowych na ich wprowadzenie.	

I. Sposób przygotowania, miejsce oraz termin składania ofert

1. Pisemną ofertę (wraz z wymaganymi załącznikami) należy złożyć w jeden z poniższych sposobów:
 - 1) osobiście: SPIN-US sp. z o.o., ul. Bankowa 12, Katowice 40-007,
 - 2) przesłać pocztą lub kurierem na adres: jw.,
 - 3) przesłać na adres poczty elektronicznej: spin@us.edu.pl.
2. Zamawiający nie dopuszcza możliwości składania ofert częściowych.
3. Termin składania ofert: **31.05.2022 do godziny 15:00.**
4. Oferty niekompletne lub otrzymane po terminie składania ofert nie będą rozpatrywane.

II. Kryterium oceny ofert:

1. Zamawiający dokona wyboru najkorzystniejszej oferty kierując się punktowym systemem oceny kryteriów wg poniższego przydziału punktów:

Kryterium nr 1

100 % cena

Ocenie podlegać będzie cena netto ofert. Wykonawca, który zaoferował najniższą cenę netto otrzyma maksymalną liczbę punktów – 100. Dla pozostałych wykonawców punktacja za cenę będzie obliczana wg następującego wzoru:

$$C = \frac{\text{Najniższa oferowana cena netto}}{\text{Cena netto w rozpatrywanej ofercie}} \cdot 100$$

Wszystkie obliczenia będą dokonywane z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

III. Wybór Oferenta

1. Zamówienie zostanie udzielone Oferentowi, który złoży ofertę uzyskującą najwyższą liczbę punktów spośród wszystkich złożonych ofert, zgodnie z kryteriami określonymi w postępowaniu z zachowaniem zasad jawności, przejrzystości i uczciwej konkurencji.
2. Informacja o wyniku postępowania zostanie wysłana do każdego Oferenta, który złożył ofertę oraz zostanie upubliczniona w taki sposób, w jaki zostało upublicznione zapytanie ofertowe.
3. Oferenta, którego ofertę wybrano Zamawiający poinformuje o terminie podpisania umowy.
4. Jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana, uchyli się od zawarcia umowy, Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert.
5. Zamawiający niezwłocznie po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty prześle wybranemu wykonawcy projekt umowy, określającej warunki wykonania zamówienia. Zamawiający będzie żądał, aby umowa została zawarta i zrealizowana na warunkach określonych w tym projekcie.
6. Dopuszcza się istotne zmiany postanowień zawartej umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie której dokonano wyboru wykonawcy za zgodą obu stron umowy, w formie aneksu do umowy, w szczególności w sytuacjach określonych w Wytocznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020, a także w przypadku:
 - 1) zmiany przepisów i innych dokumentów, w tym dokumentów programowych i umowy o dofinansowanie, związane z realizacją projektów współfinansowanych ze środków unijnych;
 - 2) decyzji instytucji publicznych, w tym Instytucji Pośredniczącej lub Instytucji Zarządzającej Programem Operacyjnym;
 - 3) przyczyn zewnętrznych niezależnych od Zamawiającego i/lub Oferenta;
 - 4) uzasadnionych zmian w zakresie sposobu realizacji przedmiotu zamówienia, terminu realizacji i przedmiotu umowy w przypadku wystąpienia okoliczności, których



Zamawiający i/lub Oferent nie mogli przewidzieć na etapie prowadzenia postępowania ofertowego.

IV. Załączniki: Formularz ofertowy (załącznik nr 1)

