



Opole, 11.03.2016r.

Gaja Łukasz Skryplonek

ul. Kręta 70,
45-441 Opole

ZAPYTANIE OFERTOWE

Zwracamy się z prośbą o przedstawienie oferty handlowej na planowany zakup kompleksowej usługi realizacji zadań w ramach Poddziałania 2.3.1 Proinnowacyjne usług IOB dla MŚP Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, 2014-2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Tytuł projektu: Wdrożenie na rynek usług firmy Gaja Łukasz Skryplonek przy pomocy usług doradczych IOB.

Gaja Łukasz Skryplonek jest przedsiębiorstwem produkcyjnym z branży akcesoriów dla zwierząt w zakresie projektów innowacyjnych. Innowacja produktowa oparta będzie na nowym, innowacyjnym produkcie, jakim są smycze dla zwierząt, w szczególności psów, zapobiegające gryzieniu i życiu smyczy, mające zastosowanie w szkoleniu i eliminacji niepożądanych zachowań u zwierząt. Innowacja procesowa oparta będzie na wdrożeniu w praktyce Wnioskodawcy nowego, innowacyjnego systemu zarządzania przedsiębiorstwem, który przyczyni się do znaczącego udoskonalenia metody świadczenia usług.

Zapraszamy do zapoznania się z oferta firmy na stronie www.dogcessories.eu.

Usługi do realizacji (w okresie od 1.10.2016 - 30.09.2019).

Oferta powinna zostać złożona na formularzu ofertowym i zawierać co najmniej:

- nazwę i adres oferenta,
- datę sporządzenia,
- termin ważności oferty,
- cenę netto i brutto

Oferta może zostać przesłana:

- za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres: info@dogcessories.eu

Oferta powinna być ważna do: 31.12.2017

- Wszelkie zapytania odnośnie Oferty należy składać na adres: info@dogcessories.eu
- Termin składania ofert upływa w dniu: 17.03.2016

Oferty dostarczone po wyżej określonym terminie nie będą rozpatrywane.
Składanie ofert częściowych jest dopuszczane.



Warunki udziału w postępowaniu:

W poddziałaniu 2.3.1 Proinnowacyjne usługi IOB dla MŚP, wykonawcą usługi mogą być akredytowane albo zgłoszone do akredytacji instytucje otoczenia biznesu. Zgłoszenie do akredytacji musi nastąpić przed złożeniem oferty.

Kryteria wyboru najkorzystniejszej oferty:

Lp.	Nazwa	Sposób oceny	Maksymalna ilość punktów
1	Cena całkowita	Porównanie cen oferentów do budżetu jaki jest przeznaczony na działanie. Punktacja będzie wyliczona w następujący sposób: Cena oferenta dzielona przez zaplanowany budżet X 60 pkt	60
2	Doświadczenie Oferenta	Oferent ma doświadczenie związane z przygotowaniem i wdrożeniem projektów innowacyjnych – 20 pkt. Oferent nie ma doświadczenia związanego z przygotowaniem i wdrożeniem projektów innowacyjnych – 0 pkt.	20
3	Aspekty środowiskowe	Udostępnianie efektów prac i możliwość komunikacji pomiędzy firmami online – 20 pkt. Udostępnianie efektów prac tylko w wersji papierowej i możliwość komunikacji pomiędzy firmami tylko metodami tradycyjnymi – 0 pkt.	20
	Razem		100

Zamawiający zastrzega, że postępowanie przetargowe może zamknąć w przypadku wystąpienia istotnej zmiany okoliczności powodującej, że prowadzone postępowanie lub wykonanie zamówienia nie leży w interesie Zamawiającego, a także to, że może wybrać do poszczególnych zadań najkorzystniejszych oferentów.



Załącznik ofertowy – 1

Lp.	Działanie	Szacunkowa liczba godzin	Cena netto	Cena brutto
1	Usługi o charakterze mentoringowym stymulujące proces wdrażania wybranej innowacji. <ul style="list-style-type: none"> usługa rozliczana jako abonament miesięczny w ciągu 36 miesięcy 	24		
22	Usługi doradcze badawczo-rozwojowe: <ul style="list-style-type: none"> analiza potrzeb przedsiębiorstwa w zakresie usług badawczo-rozwojowych, weryfikacja odpowiednich jednostek, profesjonalne zbadanie i rozwój innowacyjnego produktu/usługi, który następnie będzie mógł zostać wdrożony na rynek, odpowiednie przygotowanie produktu/ usługi w celu zmniejszenia prawdopodobieństwa wystąpienia w przyszłości niepożądanych zdarzeń, mogących doprowadzić do kryzysu. 	150		
3	Opracowanie strategii wejścia na rynek nowego produktu: <ul style="list-style-type: none"> analiza i opracowanie rekomendacji podejmowania działań, mających kluczowe znaczenie dla uzyskania przewagi konkurencyjnej Przedsiębiorstwa. analiza cyklu życia produktu dopasowanie modelu biznesowego - model CANVAS propozycje wizualizacji marketingowej firmy analiza ryzyka i działania ograniczające ryzyko 	150		
4	Przygotowania strategii CSR. <ul style="list-style-type: none"> Strategia CSR powinna zostać przygotowana na podstawie raportów z wszystkich przeprowadzonych analiz i audytów. Strategia CSR powinna odwoływać się do trzech obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu: środowisko naturalne, relacje z personelem i zaangażowanie społeczne. Działanie powinno mieć na celu zdefiniowanie zadań, koniecznych do realizacji w każdym z tych aspektów, które następnie zostaną wdrożone w firmie Wnioskodawcy. 	120		



5	<p>Przygotowanie mapy interesariuszy:</p> <ul style="list-style-type: none"> • precyzyjne i trafne określenie grup, na które oddziałuje przedsiębiorstwo pozwalające na dobranie właściwych kanałów i sposobów komunikacji. • określenie i wyodrębnienie przede wszystkim interesariuszy zewnętrznych oraz wewnętrznych • wybór grup priorytetowych - określenie profilu poszczególnych interesariuszy oraz nadanie im odpowiedniego priorytetu oddziaływania na firmę. • zdefiniowanie Interesariuszy uwzględniając przy tym najkorzystniejszy sposób interakcji i komunikacji z nimi. • Wsparcie zaangażowania interesariuszy poprzez skupienie się na ciągłej komunikacji oraz dialogu z zainteresowanymi stronami by zrozumieć ich potrzeby i oczekiwania oraz by budować długoterminowe zaufanie między stronami. • rozwój instrumentów dialogu poprzez rozwinięcie oraz uskutecznienie komunikacji w przedsiębiorstwie i z interesariuszami jako fundament w realizacji strategii organizacji. 	100		
66	<p>Przygotowanie raportu odpowiedzialności społecznej klienta.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przygotowanie raportu odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa Wnioskodawcy w oparciu o Standard GRI4, ma na celu zdefiniowanie mocnych i słabych stron firmy, a następnie odpowiednie wykorzystanie atutów i stopniowe eliminowanie niedoskonałości. 	170		
77	<p>Analiza łańcucha dostaw.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opracowanie zasad monitorowania łańcucha dostaw pod kątem jego efektywności, niskich kosztów, wysokiej jakości i wartości dostarczanej klientom. • Opracowanie procesów dotyczących ustalania cen, dostaw i płatności oraz działań usprawniających relacje z dostawcami • Opracowanie zasad koordynacji przyjmowania zamówień dla firm usługowych. • Opracowanie zasad przyjmowania reklamacji, wsparcia świadczonego klientom mającym problemy z otrzymanymi usługami 	80		



88	<p>Usługa o charakterze akceleracyjnym to wielopłaszczyznowe wsparcie nie tylko w rozpoczęciu działalności firmy, ale także w jej prowadzeniu.</p> <ul style="list-style-type: none"> Wycena powinna obejmować: skuteczne zarządzanie podmiotem gospodarczym obecnie i w przyszłości, określenie ryzyka oraz metody zapobiegające kryzysom w firmie. Usługa ma nadać firmie rozpędu, działając na korzyść jego rozwoju. Wycena – abonament miesięczny. 	15		
99	<p>Usługa o charakterze finansowym:</p> <ul style="list-style-type: none"> przygotowanie profesjonalnej strategii finansowania, poszukiwanie i weryfikacja źródeł finansowania innowacyjnych przedsięwzięć oraz analiza wykonalności projektów inwestycyjnych. 	110		
110	<p>Usługa o charakterze coachingowym:</p> <ul style="list-style-type: none"> wsparcie przedsiębiorców, słuchaniu i pomocy w znalezieniu korzystnych rozwiązań dla konkretnej firmy. identyfikacja potencjału rozwoju, talentów możliwych do wykorzystania w rozwoju zawodowym i rozwoju firmy, umiejętność tworzenia skutecznych planów działań. Wycena – abonament miesięczny. 	20		
11	<p>Szkolenia w zakresie transferu wiedzy, nabywania i ochrony wartości niematerialnych i prawnych:</p> <ul style="list-style-type: none"> określenie zarządzania własnością intelektualną na rynku europejskim i światowym 	100		
12	<p>Abonament dla szkoleń Ośrodka innowacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> określenie oraz zaplanowanie niezbędnych szkoleń dla pracowników wnioskodawcy. Wycena – abonament miesięczny. 	18		
13	<p>Warsztaty konfiguracyjne BPower2.</p> <ul style="list-style-type: none"> przekazanie użytkownikom wiedzy w zakresie umiejętności podstawowej administracji systemem BPower2 oraz umiejętności obsługi systemu. Warsztaty powinny dzielić się na dwa etapy – merytoryczny – podstawowe treści będą przekazywane przez trenera w formie wykładu przy pomocy prezentacji multimedialnej oraz praktyczny – ćwiczenia warsztatowe wykonywane przez użytkowników na własnych komputerach. 	480		
14	<p>Wynajem pomieszczenia na potrzeby Wnioskodawcy. Wycena – abonament miesięczny.</p>	14		



15	<p>Zakup bazy danych – 300 rekordów.</p> <ul style="list-style-type: none"> Bazy powinny zawierać zweryfikowane informacje o potencjalnych odbiorcach Firmy, a w szczególności: dane podstawowe, w tym: pełna nazwa, adres, numer telefonu i faksu, adres e-mail, adres strony internetowej, jeśli potencjalny Partner posiada. 	300		
16	<p>Wykonanie badań rynku.</p> <ul style="list-style-type: none"> Przygotowanie i wykonanie specjalistycznych badań, które pozwolą Wnioskodawcy na zapoznanie się z najistotniejszymi informacjami związanymi z planowanymi do realizacji działaniami. Wnioskodawca powinien posiadać wiadomości i aktualne dane dotyczące uwarunkowań rynkowych i szans rozwoju Przedsiębiorstwa. Działania obejmują także ankietowanie potencjalnych grup docelowych, z których Wnioskodawca będzie mógł czerpać informacje odnośnie ich potrzeb oraz nastawienia do oferty Firmy. 	240		
117	<p>Przygotowanie i opracowanie dokumentacji oraz pozyskanie normy ISO 26 000.</p>	240		
	Razem			



Załącznik ofertowy – 2

Pytanie	Odpowiedź
Nazwa firmy	
Adres oferenta	
Data sporządzenia oferty	
Termin ważności oferty	
Osoba kontaktowa	