

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu
DZIAŁ MARKETINGU
ul. Marcinkowskiego 2-6, 50-376 Wrocław
tel. 71 784 12 07
e-mail: marketing@umed.wroc.pl

Uniwersytet Medyczny
im. Piastów Śląskich we Wrocławiu
Dział Marketingu
Ul. K. Marcinkowskiego 2-6
50-368 Wrocław
Tel. 71 784 12 07
nazwa oraz adres Zamawiającego

Załącznik nr 2
do „Regulaminu udzielania zamówień publicznych w Uniwersytecie Medycznym we Wrocławiu z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019, z późn. zm.), o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 1 tej ustawy, ze względu na wartość szacunkową netto zamówienia mniejszą niż 130 000 złotych” (zarządzenie nr 57 /XVII R/2021 z dnia 8 marca 2021 r.)

Wrocław, 30.04.2021
(miejsowość, data)

Zaproszenie do składania ofert

- 2 Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu zaprasza Państwa do składania ofert w postępowaniu o udzielenie zamówienia, z wyłączeniem stosowania przepisów ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2019 r., poz. 2019, z późn. zm.), o którym mowa w art. 2 ust. 1 pkt 1 tej ustawy, ze względu na wartość szacunkową netto zamówienia mniejszą niż 130 000 złotych, którego przedmiotem jest:

Sukcesywna dostawa gadżetów promocyjnych na potrzeby Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu, z logotypem UMW i własnymi projektami graficznymi.

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu
DZIAŁ MARKETINGU
kierownik
Katarzyna Szulc

1. Warunki realizacji zamówienia

Termin realizacji zamówienia	24 miesiące od momentu podpisania umowy
Warunki gwarancyjne i serwisowe ustalone przez Zamawiającego (jeżeli dotyczy)	<p>I. Opis przedmiotu zamówienia</p> <ol style="list-style-type: none"> Przedmiotem zamówienia są: Sukcesywne dostawy gadżetów na potrzeby Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu. Miejsce dostawy: Dział Marketingu Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu, ul. K. Marcinkowskiego 2-6, 50-368 Wrocław w dniach od poniedziałku do piątku w godzinach od 8:00 do 12:00. – na własny koszt i ryzyko z zapewnieniem właściwego transportu gwarantującego bezpieczną i bezusterkową dostawę. Kody CPV: CPV: 22462000-6- dostawa materiałów promocyjnych Przedmiot zamówienia został szczegółowo opisany w załączniku nr 2 do Siwz (Formularz asortymentowo-cenowy). Szczegółowe warunki i zasady realizacji umowy określa wzór umowy (zał. nr 5 do Siwz). Zamawiający wymaga, by przedmiot zamówienia spełniał wymogi zawarte w Formularzu asortymentowo-cenowym – załącznik nr 2 do Siwz. Wykonawca winien podać w Formularzu ofertowym (wzór – zał. nr 1 do Siwz) cenę realizacji przedmiotu zamówienia. Podane w Formularzu asortymentowo-cenowym ilości stanowią tylko prognozę, potrzebną do porównania ofert. W toku realizacji umowy Zamawiający będzie zamawiał materiały promocyjne w ilościach zgodnych z rzeczywistymi potrzebami jednostek organizacyjnych Zamawiającego. <p>II. Odbiór, gwarancja i reklamacja</p> <ol style="list-style-type: none"> Reklamacje ilościowe (zgodności dostawy z zamówieniem i deklarowanymi ilościami wyszczególnionymi w formularzu asortymentowo-cenowym) Zamawiający zgłaszać będzie Wykonawcy pisemnie, faxem lub drogą mailową w terminie nie później niż 7 dni roboczych od daty odbioru przedmiotu zamówienia. W przypadku wystąpienia braków ilościowych, Wykonawca uzupełni braki ilościowe w ciągu 3 dni roboczych od otrzymania informacji od Zamawiającego na własny koszt i ryzyko. Zamawiający zgłaszać będzie reklamacje jakościowe pisemnie, faxem lub drogą mailową wraz z podaniem uzasadnienia. W przypadku wystąpienia wad jakościowych Wykonawca wymieni towar na wolny od wad w ciągu 3 dni roboczych od otrzymania informacji od Zamawiającego. Wykonawca dokona wymiany towaru wadliwego na własny koszt i ryzyko. W przypadku zwrotu przedmiotu umowy, stwierdzenia pomyłki w cenie, stawce lub kwocie podatku lub w jakiegokolwiek innej pozycji faktury, Wykonawca wystawi fakturę korygującą w ciągu 7 dni roboczych od otrzymania informacji od Zamawiającego. Wykonawca ustosunkuje się do wniesionej przez Zamawiającego reklamacji z zachowaniem terminów określonych w ust. 2 i ust. 4 niniejszego paragrafu. Brak odpowiedzi w ciągu tego czasu jest uważany za uznanie przez Wykonawcę reklamacji i równoznaczny z dokonaniem wymiany wadliwego towaru na zgodny z zamówieniem. Wszelkie uwagi i ewentualne reklamacje Zamawiający będzie przekazywał bezpośrednio do Wykonawcy. Powiadomienie o stwierdzonych niezgodnościach nastąpi lub drogą elektroniczną. <p>III. Próbki produktów przesłane przez Wykonawcę w celu dokonania oceny jakościowej, odesłane zostaną na wniosek Wykonawcy</p> <p>IV. Zamawiający zastrzega sobie prawo odrzucenia oferty, jeżeli:</p> <ol style="list-style-type: none"> Jej treść nie będzie odpowiadać treści Zaproszenia do składania ofert, Zostanie złożona po terminie, Wykonawca nie spełni warunku udziału w postępowaniu, Informacje (i oświadczenia) złożone przez Wykonawcę w złożonej ofercie będą nieprawdziwe, Będzie nieważna na podstawie odrębnych przepisów <p>V. Zamawiającemu przysługuje prawo unieważnienia bez uzasadnienia niniejszego zapytania ofertowego bez wybrania którejkolwiek z ofert.</p>

2. Oferty wraz z próbkami produktów należy składać w Dziale Marketingu UMW ul. K. Marcinkowskiego 2-6 pok. A0.119 lub w Kancelarii Ogólnej (na przeciw pok. A0.119) w terminie do dnia 12.05.2021r, do godz. 12.00.

3. Opis kryteriów, którymi Zamawiający będzie się kierował przy wyborze oferty, wraz z podaniem wag tych kryteriów

i sposobu oceny ofert.

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty Zamawiający zastosuje następujące kryteria oceny ofert:

- 1) Cena materiałów promocyjnych w okresie 24 miesięcy – 60 %,
- 2) Ocena jakościowa materiału promocyjnego (próbek przesłanych przez Wykonawcę) – 20 %,
- 3) Gwarantowany termin wykonania i dostarczenia całego zamówienia - 20 %.

4. Ocena ofert odbywać się będzie w sposób opisany w poniższych tabelach:

LP	KRYTERIA	WAGA %	Ilość pkt.	Sposób oceny: wzory, uzyskane informacje mające wpływ na ocenę
1.	Cena produkcji gadżetów promocyjnych w okresie 24 miesięcy	60	60	Najniższa cena oferty Ilość pkt. = ----- x 60 Cena oferty badanej
2.	Ocena jakościowa materiałów promocyjnych	20	20	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Funkcjonalność- sposób otwierania/ zamykania, włączania; ➤ 0 – 5 pkt. ➤ Jakość wykonania- nadruk; druk elementów graficznych; wytrzymałość materiału; ➤ 0 – 5 pkt. ➤ Estetyka: wygląd ogólny, atrakcyjność produktu. ➤ 0 – 10 pkt.
3.	Gwarantowany termin wykonania i dostarczenia całego zamówienia (maksymalnie 7 dni roboczych)	20	20	Najkrótszy termin oferty Ilość pkt. = ----- x 20 Termin oferty badanej
Razem		100	100	Ilość pkt. = Suma pkt. za kryteria 1 – 3

Ocena w ramach kryterium „Ocena jakościowa poligrafii reklamowej / promocyjnej”, odbywać się będzie według następujących zasad:

- pracownicy Działu Marketingu wyznaczeni na członków Komisji Przetargowej, dokonają oceny indywidualnie i samodzielnie,
- ocena będzie dokonana poprzez przydzielenie punktów wg skali podanej w pkt. 2 tabeli, dla każdego podkryterium osobno,
- punkty przyznane indywidualnie przez członków Komisji Przetargowej dla każdego z podkryterium zostaną zsumowane,
- liczba punktów oceny oferty badanej zostanie obliczona poprzez wyliczenie średniej arytmetycznej z ocen członków Komisji Przetargowej, którzy dokonują oceny w ramach tego kryterium,
- w przypadku gdy Wykonawca nie dostarczy wraz z ofertą któregoś z produktów wymienionych w pkt. 4 Tabeli Formularza ofertowego, stanowiącego załącznik nr 1 do Siwz, wówczas otrzyma on 0 pkt. przy ocenie oferty w ramach kryterium „Ocena jakościowa materiałów promocyjnych”, dla niedostarczonego produktu.

1. Ocena punktowa dotyczyć będzie wyłącznie ofert uznanych za ważne i niepodlegających odrzuceniu.
2. Punkty przyznane za poszczególne kryteria liczone będą z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.
3. Zamawiający wybierze jako najkorzystniejszą ofertę, która uzyska najwyższą ilość punktów.

30.04.2021

Data

Uniwersytet Medyczny we Wrocławiu
DZIAŁ MARKETINGU
Kierownik
Katarzyna Szulik
Katarzyna Szulik

(Pieczęć i podpis Kierownika Zamawiającego lub osoby przez niego upoważnionej)