



Rzeszów, dn. 5.05.2016 r.  
miejsowość data

P.P.H.U. RE-PLAST Michał Brózda  
Plac Wolności 13 lok. 2  
35-073 Rzeszów  
Dane zamawiającego

## ZAPYTANIE OFERTOWE

na opracowanie nowego modelu biznesowego związanego z internacjonalizacją działalności

Zapraszamy do składania ofert na realizację usług doradczych prowadzących do przygotowania modelu biznesowego internacjonalizacji w ramach Programu Operacyjnego Polska Wschodnia 2014-2020, Oś priorytetowa I: Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.2 Internacjonalizacja MŚP I etap.

### I. WPROWADZENIE:

1. Postępowanie prowadzone jest zgodnie z zasadą konkurencyjności, o której mowa w Rozdziale 6.5.3 Wytycznych w zakresie kwalifikowalności wydatków w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności na lata 2014-2020.
2. Postępowanie prowadzone jest w języku polskim.
3. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych, wariantowych, itp.

### II. NAZWA ORAZ DANE KONTAKTOWE:

P.P.H.U. RE-PLAST Michał Brózda  
Plac Wolności 13 lok. 2  
35-073 Rzeszów  
NIP: 5492182505  
mail: replastdotacje@gmail.com

### III. OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA:

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie nowego modelu biznesowego związanego ze sprzedażą na przeanalizowane i następnie wybrane rynki zagraniczne wysokogatunkowych tworzyw sztucznych.

Wymaganymi elementami *Modelu biznesowego internacjonalizacji* zgodnie z wytycznymi PARP są:

- I. Metryczka zawierająca:
  1. nazwę przedsiębiorcy, którego dotyczy dokument,
  2. numer umowy o dofinansowanie, która dotyczy przygotowania opracowania,
  3. nazwę wykonawcy usług doradczych,
  4. imiona i nazwiska autora(-ów) dokumentu,

PPH.U. RE-PLAST  
Michał Brózda  
32-600 Oświęcim, ul. Szpitalna 102/10  
NIP 549-218-25-05 R: 121519837



5. datę sporządzenia dokumentu;
- II. Analiza możliwości przedsiębiorstwa w zakresie internacjonalizacji działalności, obejmująca w szczególności analizy szczegółowe odnośnie:
1. produktów oferowanych przez przedsiębiorstwo, w tym ich marketingu,
  2. struktury organizacyjnej i zdolności produkcyjnych przedsiębiorstwa,
  3. zdolności finansowych przedsiębiorstwa,
  4. struktury powiązań kapitałowych i relacji biznesowych,
  5. potencjału innowacyjnego, posiadanych praw własności intelektualnej oraz certyfikatów;
- III. Określenie celów przedsiębiorstwa w zakresie internacjonalizacji;
1. cele sprzedażowe,
  2. cele jakościowe;
- IV. Wskazanie rynków docelowych oraz ich uhierarchizowanie, a także identyfikacja potencjalnych kontrahentów/grup odbiorców na rynkach zagranicznych;
- Uhierarchizowanie rynków powinno bazować w szczególności na analizie popytu na oferowane produkty (oszacowanie obecnej i perspektywicznej chłonności oraz siły nabywczej rynku), analizie otoczenia biznesowego (potencjalnych kontrahentów i konkurencji), analizie barier prawnych (np. celnych lub związanych z wymienialnością waluty i ograniczeniem przepływów finansowych) oraz analizie ryzyka (np. niestabilność polityczna, długie terminy płatności, ryzyko odnoszące się do systemów transakcyjnych, problemy dotyczące transportu produktów, ryzyko korupcyjne itp.);
- V. Koncepcja wejścia na rynek zagraniczny wraz z projekcją możliwości sprzedaży na wybranym rynku zagranicznym;
- Rekomendacje tego punktu dotyczą m.in. modelu sprzedaży i kanałów dystrybucji (przedstawiciel handlowy, dystrybutor, importer, inne...).
- W zakresie projekcji sprzedaży niezbędne będzie przedstawienie propozycji cenowej (rekomendacja strategii cenowej). W tym kontekście analiza powinna odnosić się do kosztów wytworzenia i wprowadzenia artykułu na rynek (zagraniczny), w tym m.in.
- kosztów uzyskania niezbędnych certyfikatów i zezwoleń, dopełnienia formalności eksportowych/ importowych w związku z dystrybucją artykułu,
  - preferencji cenowych potencjalnych klientów,
  - poziomu cen konkurencji,
  - specyficznych regulacji prawnych, dotyczących kształtowania poziomu cen w poszczególnych krajach;
- VI. Określenie inicjatyw wspierających osiągnięcie założonych celów w zakresie internacjonalizacji (w szczególności propozycje kluczowych inwestycji w narzędzia ICT bądź urządzenia produkcyjne);
- VII. Wskazanie najefektywniejszych narzędzi i metod marketingowych oraz promocyjnych (w tym wskazanie wydarzeń targowych czy kierunków misji handlowych);
- VIII. Rekomendacje w zakresie reorganizacji przedsiębiorstwa i przygotowania go do działalności eksportowej (organizacji działu eksportu, logistyki etc.);
- Opis powinien odnosić się do wcześniejszej analizy struktury organizacyjnej i zdolności produkcyjnych (rekomendacje dot. rozwiązań gwarantujących możliwość zapewnienia stałych dostaw na rynki zagraniczne, rekomendacje w zakresie zatrudnienia odpowiednio wykwalifikowanych kadr, przygotowanych do realizacji obsługi i zamówień na rynkach międzynarodowych, rekomendacje dot. dostosowania aktualnej technologii produktu/ rodzaju opakowania do przepisów prawa międzynarodowego, wymogów jakościowych, norm bezpieczeństwa i uwarunkowań kulturowych, rekomendacje w zakresie międzynarodowego transportu towarów, itd.);
- IX. Propozycje możliwych źródeł zewnętrznego finansowania działalności eksportowej

- Rekomendacje tego punktu dotyczą przede wszystkim wykazania sposobów finansowania działalności poprzez banki komercyjne i instytucje finansowe oraz możliwości rządowych i UE wspierających eksport;
- X. Strategia zarządzania ryzykiem eksportowym w tym propozycje instrumentów finansowych obniżających ryzyko eksportowe
- Rekomendacje tego punktu dotyczą przede wszystkim możliwości zabezpieczenia transakcji zagranicznych i ustalenia strategii zarządzania kapitałem i finansowania aktywów obrotowych;
- XI. Syntetyczne, całościowe przedstawienie proponowanego modelu biznesowego, obejmujące co najmniej takie zagadnienia jak:
1. kluczowi partnerzy,
  2. kluczowe działania,
  3. kluczowe zasoby,
  4. oferowane wartości,
  5. relacje z klientami,
  6. kanały dystrybucji,
  7. segmenty klientów,
  8. struktura kosztów,
  9. struktura (źródła) przychodów;
- Rekomenduje się, aby konstrukcja modelu biznesowego oparta była o koncepcję *business model canvas* zaproponowaną przez Alexandra Osterwaldera.** Model biznesowy może być przygotowany również zgodnie inną metodyką, której wybór należy uzasadnić na etapie niniejszego postępowania ofertowego.
- XII. Harmonogram i kosztorys wdrażania zaproponowanego modelu biznesowego z wyszczególnieniem wydatków związanych z przygotowaniem do wdrożenia modelu biznesowego kwalifikujących się do objęcia wsparciem w ramach II etapu działania 1.2 – ujęcie syntetyczne, tabelaryczne;
- XIII. Kalkulacja opłacalności wdrożenia zaproponowanego modelu biznesowego (zawierająca projekcję przychodów w wariantach pesymistycznym, neutralnym i optymistycznym);
- XIV. Określenie celów szczegółowych obrazujących postęp wdrażania modelu biznesowego, sposobu ich pomiaru oraz odpowiedzialności realizacyjnej tych celów.

Realizacja przedmiotu usługi ma nastąpić w oparciu o analizę **4 rynków zagranicznych** dla wybranych państw zagranicznych, przy czym zdaniem Zamawiającego potencjalnie atrakcyjne rynki zbytu to: Niemcy, Holandia, Francja, Chiny, Hiszpania, Włochy, USA i Turcja.

**Wspólny Słownik Zamówień (CPV):** 72221000-0 Usługi doradcze w zakresie analizy biznesowej.

#### IV. WARUNKI UDZIAŁU W POSTĘPOWANIU ORAZ ZAKRES WYKLUCZENIA

O udzielenie zamówienia może ubiegać się Oferent spełniający następujące warunki:

1. Posiada wiedzę, doświadczenie i potencjał niezbędny do należytego świadczenia usług internacjonalizacji działalności biznesowej, w zakresie:
  - 0 - zasad tworzenia modeli biznesowych zawierających odniesienia do przynajmniej następujących elementów: kluczowi partnerzy, kluczowe działania, kluczowe zasoby, oferowane wartości, relacje z klientami, kanały dystrybucji, segmenty klientów, struktura kosztów, struktura (źródła) przychodów,
  - 1 - poszukiwań potencjalnych, najbardziej atrakcyjnych zagranicznych rynków zbytu oferty handlowej Zamawiającego,
  - 2 - zasobów organizacyjnych i aktywów niematerialnych, które zostaną zaangażowane do realizacji zadań na rzecz Zamawiającego, posiadania możliwości technologicznych,
  - 3 - członkostwa w organizacjach i/lub sieciach współpracy międzynarodowej i/lub posiadanych kontaktów /



- partnerów międzynarodowych, które mogą mieć wpływ na skuteczność wykonanego przedmiotu zamówienia,
- 4 - możliwości wykonania zlecenia w sposób rzetelny i terminowy.
  2. Zobowiązuje się do gotowości do realizacji usług w terminach wskazanych we wniosku o dofinansowanie (w przypadku otrzymania wsparcia przez Zamawiającego), tj. czy wykazany potencjał Oferenta jest wystarczający do terminowej realizacji umowy podpisanej przez Zamawiającego z Oferentem, w tym w kontekście zadań wykonywanych przez Oferenta na rzecz innych podmiotów.
  3. Deklaruje gotowość do wykonania przedmiotu zamówienia w terminie nie przekraczającym **6 miesięcy** od momentu podpisania umowy o dofinansowanie na realizację usługi internacjonalizacji przez Zamawiającego.
  4. Posiada doświadczenie w realizacji usług doradczych polegających na opracowaniu i skutecznym wdrożeniu nowych modeli biznesowych prowadzących do umiędzynarodowienia działalności gospodarczej (w tym w zakresie poszukiwania nowych rynków docelowych i kluczowych partnerów biznesowych na rynkach docelowych). Okazane referencje od **co najmniej 15 klientów** dotyczą łącznie wszystkich rynków (w ujęciu branżowym i/lub geograficznym) właściwych ze względu na działalność Zamawiającego. Doświadczenie udokumentowane a opisane w niniejszym punkcie, dotyczy wybranych rynków zagranicznych, które zdaniem Zamawiającego są perspektywistyczne.
  5. Współpracuje z **co najmniej 3 podmiotami** (organizacjami, instytucjami i przedsiębiorstwami) operującym i rezydującym (mającym siedzibę lub oddział przez okres **co najmniej 12 ostatnich miesięcy** względem dnia złożenia wniosku o dofinansowanie) **na jednym z potencjalnych rynków zagranicznych Zamawiającego** w zakresie wspierania procesów internacjonalizacji. Takimi podmiotami mogą być np. Zagraniczne Izby Przemysłowo-Handlowe i/lub klastry przedsiębiorstw i/lub przedsiębiorcy, którzy przez co najmniej 12 ostatnich miesięcy względem dnia złożenia wniosku o dofinansowanie posiadają oddział lub siedzibę w kraju innym niż Polska.
  6. Posiada odpowiednie doświadczenie i potencjał niezbędny do należytego świadczenia usług internacjonalizacji działalności biznesowej, której dotyczy projekt (usługa Zamawiającego).
  7. **Posiada doświadczenie praktyczne w zakresie sprzedaży eksportowej** i tym samym potwierdza rzeczowe doświadczenie, posiadany zespół ekspercki, zasoby materialne i organizacyjne oraz know-how swoich usług niezbędnych do prowadzenia działalności doradczej, eksperckiej i międzynarodowej, okazując dokumentację finansową na dostawę zagraniczną towarów i/lub usług o wartości, uznanej przez Zamawiającego jako minimalne i dopuszczające do należytego wykonania usługi mającej mieć zastosowanie praktyczne a nie teoretyczne, **co najmniej 50 tys. EUR** (po kursie średnim NBP z dnia 31 grudnia 2015 r. tj. 1 EUR = 4,2615) w okresie ostatniego zamkniętego roku obrotowego. Niniejsze kryterium weryfikuje wiarygodność i doświadczenie Oferenta w sposób analogiczny do 2. kryterium formalnego – specyficznego dla Działania 1.2. Internacjonalizacja MŚP Programu Operacyjnego Polska Wschodnia weryfikującego możliwości handlowe Zamawiającego ubiegającego się o udział w projekcie.
  8. Z postępowania o udzielenie zamówienia wykluczeniu podlega Oferent, który:
    - Złożył nieprawdziwe informacje mające wpływ na wynik prowadzonego postępowania;
    - Jest podmiotem powiązany z Zamawiającym osobowo lub kapitałowo. Przez powiązania kapitałowe lub osobowe rozumie się wzajemne powiązania między 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 takim stosunku prawnym lub faktycznym, który może budzić uzasadnione wątpliwości, co do bezstronności w wyborze wykonawcy, w szczególności 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;
  9. W przypadku niespełnienia przez Oferenta któregokolwiek z warunków opisanych w pkt 1 – 7 powyżej, Zamawiający odrzuci ofertę z przyczyn formalnych. Wówczas oferta nie będzie oceniana z uwzględnieniem



kryteriów wyboru najkorzystniejszej oferty.

10. Wymagania dla Oferentów, opisane w pkt 4 – 7 powyżej, są niezbędne do osiągnięcia celów projektu, nie zawężają i nie dyskryminują konkurencji oraz nie są ustanowione w sposób przewyższający potrzeby Zamawiającego, odnoszą się do doświadczenia i wymiernego potencjału Oferentów. Sprawdzane jest, czy Oferent rzeczywiście posiada praktyczne doświadczenie w doradztwie i pośrednictwie eksportowym, gwarantuje znajomość realiów prowadzenia handlu międzynarodowego, zna zasady prowadzenia negocjacji handlowych i źródła finansowania działalności międzynarodowej, przepływów pieniężnych na rynkach międzynarodowych, zasady zawierania umów handlowych oraz zapewnienia adekwatnego do potrzeb Zamawiającego poziomu bezpieczeństwa realizowanych transakcji eksportowych.
11. W toku badania i oceny ofert Zamawiający może żądać od Oferentów wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.

## V. KRYTERIA OCENY OFERT

Przy wyborze najkorzystniejszej oferty wzięte zostaną pod uwagę następujące kryteria punktowe:

### **KRYTERIUM I – cena oferty za analizę rynku zagranicznego (waga 50%)**

Przez kryterium *cena oferty za analizę rynku zagranicznego* Zamawiający rozumie określoną przez Oferenta cenę netto za analizę jednego z rynków zagranicznych biorąc pod uwagę, że model biznesowy internacjonalizacji będzie dotyczyć analizy 4 rynków zagranicznych, *cena oferty za analizę rynku zagranicznego* pomnożona razy cztery da iloczyn będący całkowitą ceną netto za wykonanie przedmiotu zamówienia wskazanego w ofercie.

*Cena oferty za analizę rynku zagranicznego* powinna obejmować wszelkie koszty jakie poniesie Oferent przy realizacji zamówienia tj. koszt przeprowadzenia analizy rynku zagranicznego, koszt przygotowania strategii dla rynku zagranicznego, koszt zaplanowania działań dla rynku zagranicznego i inne.

Maksymalna ilość punktów możliwa do zdobycia w tym kryterium: 10 pkt.

Ocena w ramach kryterium *cena oferty za analizę rynku zagranicznego* będzie obliczana w następujący sposób:

- Cena netto poniżej 15.000,00 PLN – 10 pkt.
- Cena netto powyżej 15.000,00 PLN – 5 pkt.
- Cena netto powyżej 20.000,00 PLN – 0 pkt.

### **KRYTERIUM II – czas realizacji usługi (waga 50%)**

Przez kryterium *czas realizacji usługi* Zamawiający rozumie termin wykonania przez Oferenta modelu biznesowego internacjonalizacji dotyczącego analizy 4 rynków zagranicznych.

Termin realizacji usługi nie może przekroczyć 6 miesięcy od podpisania Umowy o dofinansowanie projektu przez Zamawiającego.

Maksymalna ilość punktów możliwa do zdobycia w tym kryterium: 10 pkt.

Ocena w ramach kryterium *czas realizacji usługi* będzie obliczana w następujący sposób:

- Opracowanie modelu biznesowego internacjonalizacji w okresie do 3 miesięcy od podpisania umowy o dofinansowanie – 10 pkt.
- Opracowanie modelu biznesowego internacjonalizacji w okresie powyżej 3 miesięcy od podpisania umowy o dofinansowanie – 5 pkt.

- Opracowanie modelu biznesowego internacjonalizacji w okresie powyżej 6 miesięcy od podpisania umowy o dofinansowanie – 0 pkt.

**Maksymalna ilość punktów możliwa do uzyskania: 10 pkt.**

W przypadku uzyskanej równej ilości punktów przez każdego z Oferentów, Zamawiający zastrzega sobie przeprowadzenie dodatkowego postępowania uzupełniającego trwającego 3 dni robocze i/lub dokonanie wyboru Oferenta ze względu na spełniania kryterium dopuszczającego pkt. 6 poprzez współpracę z bardziej renomowanymi sieciami współpracy i/lub klastrami przedsiębiorstw i/lub przedsiębiorcami (pojęcie obiektywne – posiadających większą ilość oddziałów za granicą, pojęcie subiektywne – będących najbardziej znanymi Zamawiającemu).

## VI. MIEJSCE I TERMIN SKŁADANIA OFERT

Oferty należy składać osobiście lub listownie lub w postaci elektronicznej na adres Zamawiającego tj.:

P.P.H.U. RE-PLAST Michał Brózda  
Plac Wolności 13 lok. 2  
35-073 Rzeszów  
NIP: 5492182505  
mail: replastdotacje@gmail.com

**Termin składania ofert wynosi minimum 7 dni, licząc od dnia następnego po dniu publikacji zapytania na stronie internetowej <http://www.parp.gov.pl/> w zakładce dedykowanej „Zamówienia wnioskodawców i beneficjentów” oraz stronie <http://re-plast.pl/> i kończy się 12 maja 2016 r. o godzinie 16:00.**

Do porozumiewania się z Oferentami, w sprawach związanych z postępowaniem, upoważniony jest:

Michał Brózda – właściciel  
mail: replastdotacje@gmail.com

Oferty złożone po tym terminie nie będą rozpatrywane (decyduje data wpływu oferty papierowej lub wiadomości mailowej).

## VII. OPIS SPOSOBU PRZYGOTOWANIA OFERTY:

1. Oferta powinna zostać przygotowana w języku polskim.
2. Zaleca się przygotowanie oferty na skumulowanym formularzu oferty stanowiącymi załączniki nr 1 i nr 2 do niniejszego zapytania ofertowego wraz z uwzględnieniem załączników wymaganych i podanych w tychże dokumentach.
3. Oferta winna być zgodna ze szczegółowym opisem przedmiotu zamówienia.
4. Oferta winna być podpisana przez osobę upoważnioną do reprezentowania Oferenta, zgodnie z formą reprezentacji określoną w krajowym rejestrze sądowym lub innym dokumencie, właściwym dla danej formy organizacyjnej Oferenta albo przez osobę umocowaną przez osobę uprawnioną, przy czym pełnomocnictwo musi być załączone do oferty.
5. Oferent poniesie wszystkie koszty związane z przygotowaniem i złożeniem oferty.
6. W przypadku złożenia Oferty drogą tradycyjną (osobiście lub listownie) Ofertę wraz z załącznikami należy złożyć w kopercie lub innym opakowaniu opatrzonym następującym napisem: „*Oferta w postępowaniu na opracowanie modelu biznesowego internacjonalizacji*”.
7. Koperta oprócz powyższego opisu musi zawierać nazwę i adres Oferenta.
8. Nie przewiduje się publicznego otwarcia ofert.

P.P.H.U. RE-PLAST  
Michał Brózda  
32-600 Oświęcim, ul. Szpitalna 10  
NIP 549-218-25-05 6 R: 121511  


## VIII. INFORMACJE DODATKOWE

1. Oferenta, którego ofertę wybrano, Zamawiający poinformuje o terminie podpisania umowy, przy czym Oferent wyraża zgodę na podpisanie umowy warunkowej zawierającej m.in. wymagania minimalne określone w załączniku nr 2 (Zakres minimalny umowy pod warunkiem zawieszającym (zwanej umową warunkową) na realizację usług doradczych prowadzących do przygotowania modelu biznesowego internacjonalizacji) do Regulaminu konkursu w oparciu o który, Zamawiający prowadzi niniejsze zapytanie.
2. Jeżeli Oferent, którego oferta została wybrana, uchyli się od zawarcia umowy, Zamawiający wybierze ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert, bez przeprowadzania ich ponownej oceny.
3. Zamawiający niezwłocznie po dokonaniu wyboru najkorzystniejszej oferty przekaze wybranemu przyszłemu wykonawcy projekt umowy warunkowej, określającej warunki wykonania zamówienia. Zamawiający będzie żądał, aby umowa została zawarta i zrealizowana na warunkach określonych w tym projekcie.
4. **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. Warunkiem tego jest zgoda obydwu stron umowy oraz ewentualna zgoda Instytucji Pośredniczącej (PARP).**
5. Od prowadzonego postępowania nie przysługują Oferentom środki ochrony prawnej (protest, odwołanie, skarga) określone odpowiednio w przepisach ustawy Prawo zamówień publicznych.
6. Zamawiający zastrzega sobie prawo unieważnienia postępowania ofertowego w każdej chwili.
7. O wynikach postępowania, Oferenci zostaną poinformowani poprzez stronę Instytucji Pośredniczącej (PARP).

  
**P.P.H.U. RE-PLAST**  
32-600 Oświęcim, ul. Szpitalna 102/10  
NIP 549-218-25-05 R: 121519837  
Zamawiający