

**Ogłoszenie o zamówieniu**  
**Dostawy**  
**Dostawa materiałów reklamowo-promocyjnych dla potrzeb jednostek organizacyjnych Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie.**

**SEKCJA I - ZAMAWIAJĄCY**

**1.1.) Rola zamawiającego**

Postępowanie prowadzone jest samodzielnie przez zamawiającego

**1.2.) Nazwa zamawiającego:** Uniwersytet Rolniczy im. Hugona Kołłątaja w Krakowie

**1.4) Krajowy Numer Identyfikacyjny:** REGON 000001815

**1.5) Adres zamawiającego**

**1.5.1.) Ulica:** al. Adama Mickiewicza 21

**1.5.2.) Miejscowość:** Kraków

**1.5.3.) Kod pocztowy:** 31-120

**1.5.4.) Województwo:** małopolskie

**1.5.5.) Kraj:** Polska

**1.5.6.) Lokalizacja NUTS 3:** PL213 - Miasto Kraków

**1.5.9.) Adres poczty elektronicznej:** dzp@ar.krakow.pl

**1.5.10.) Adres strony internetowej zamawiającego:** <https://urk.edu.pl/>

**1.6.) Rodzaj zamawiającego:** Zamawiający publiczny - jednostka sektora finansów publicznych - uczelnia publiczna

**1.7.) Przedmiot działalności zamawiającego:** Edukacja

**SEKCJA II – INFORMACJE PODSTAWOWE**

**2.1.) Ogłoszenie dotyczy:**

Zamówienia publicznego

**2.2.) Ogłoszenie dotyczy usług społecznych i innych szczególnych usług:** Nie

**2.3.) Nazwa zamówienia albo umowy ramowej:**

Dostawa materiałów reklamowo-promocyjnych dla potrzeb jednostek organizacyjnych Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie.

**2.4.) Identyfikator postępowania:** ocds-148610-26dff4fd-2d32-11ee-9aa3-96d3b4440790

**2.5.) Numer ogłoszenia:** 2023/BZP 00330860

**2.6.) Wersja ogłoszenia:** 01

**2.7.) Data ogłoszenia:** 2023-07-28

**2.8.) Zamówienie albo umowa ramowa zostały ujęte w planie postępowań:** Tak

**2.9.) Numer planu postępowań w BZP:** 2023/BZP 00081370/10/P

**2.10.) Identyfikator pozycji planu postępowań:**

1.2.7 Zakup materiałów reklamowych i gadżetów związanych z promocją Uczelni, promocją projektów na Uczelni (nadruki logo URK na różnych przedmiotach itp.)

**2.11.) O udzielenie zamówienia mogą ubiegać się wyłącznie wykonawcy, o których mowa w art. 94 ustawy:** Nie

**2.14.) Czy zamówienie albo umowa ramowa dotyczy projektu lub programu współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej:** Nie

**2.16.) Tryb udzielenia zamówienia wraz z podstawą prawną**

Zamówienie udzielane jest w trybie podstawowym na podstawie: art. 275 pkt 1 ustawy

**SEKCJA III – UDOSTĘPNIANIE DOKUMENTÓW ZAMÓWIENIA I KOMUNIKACJA****3.1.) Adres strony internetowej prowadzonego postępowania**

<https://platformazakupowa.pl/pn/urk>

**3.2.) Zamawiający zastrzega dostęp do dokumentów zamówienia: Nie****3.4.) Wykonawcy zobowiązani są do składania ofert, wniosków o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, oświadczeń oraz innych dokumentów wyłącznie przy użyciu środków komunikacji elektronicznej: Tak****3.5.) Informacje o środkach komunikacji elektronicznej, przy użyciu których zamawiający będzie komunikował się z wykonawcami - adres strony internetowej: <https://platformazakupowa.pl/pn/urk>**

**3.6.) Wymagania techniczne i organizacyjne dotyczące korespondencji elektronicznej:** 1) stały dostęp do sieci Internet o gwarantowanej przepustowości nie mniejszej niż 512 kb/s,  
2) komputer klasy PC lub MAC o następującej konfiguracji: pamięć min. 2 GB Ram, procesor Intel IV 2 GHZ lub jego nowsza wersja, jeden z systemów operacyjnych - MS Windows 7, Mac Os x 10 4, Linux, lub ich nowsze wersje,  
3) przeglądarka internetowa EDGE, Chrome lub FireFox w najnowszej dostępnej wersji, z włączoną obsługą języka Javascript, akceptująca pliki typu „cookies” oraz łącze internetowe o przepustowości co najmniej 256 kbit/s. platformazakupowa.pl jest zoptymalizowana dla minimalnej rozdzielczości ekranu 1024x768 pikseli.  
Uwaga: zgodnie z informacjami zamieszczonymi na stronie <https://platformazakupowa.pl/strona/1-regulamin>, przeglądarki powiązane z Internet Explorer wspierane będą tylko do 17 sierpnia 2021 r.  
4) zainstalowany program Adobe Acrobat Reader lub inny obsługujący format plików .pdf,  
5) Platformazakupowa.pl działa według standardu przyjętego w komunikacji sieciowej - kodowanie UTF8,  
6) Oznaczenie czasu odbioru danych przez platformę zakupową stanowi datę oraz dokładny czas (hh:mm:ss) generowany wg czasu lokalnego serwera synchronizowanego z zegarem Głównego Urzędu Miar.

**3.8.) Zamawiający wymaga sporządzenia i przedstawienia ofert przy użyciu narzędzi elektronicznego modelowania danych budowlanych lub innych podobnych narzędzi, które nie są ogólnie dostępne: Nie****3.12.) Oferta - katalog elektroniczny: Nie dotyczy****3.14.) Języki, w jakich mogą być sporządzane dokumenty składane w postępowaniu:**

polski

**SEKCJA IV – PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA****4.1.) Informacje ogólne odnoszące się do przedmiotu zamówienia.****4.1.1.) Przed wszczęciem postępowania przeprowadzono konsultacje rynkowe: Nie****4.1.2.) Numer referencyjny: DZP-291-2510/2023****4.1.3.) Rodzaj zamówienia: Dostawy****4.1.4.) Zamawiający udziela zamówienia w częściach, z których każda stanowi przedmiot odrębnego postępowania: Nie****4.1.8.) Możliwe jest składanie ofert częściowych: Tak****4.1.9.) Liczba części: 11****4.1.10.) Ofertę można składać na wszystkie części****4.1.11.) Zamawiający ogranicza liczbę części zamówienia, którą można udzielić jednemu wykonawcy: Nie****4.1.13.) Zamawiający uwzględnia aspekty społeczne, środowiskowe lub etykiety w opisie przedmiotu zamówienia: Nie****4.2. Informacje szczegółowe odnoszące się do przedmiotu zamówienia:****Część 1****4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie Nr 1 – Dostawa materiałów reklamowo - promocyjnych do Biura Współpracy i Wymiany Międzynarodowej, adres: al. Mickiewicza 21, 30-120 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV: 22462000-6 - Materiały reklamowe****4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie****4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 12 miesiące****4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie**

**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

- 4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.  
 2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.  
 3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.  
 4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.  
 5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe**Kryterium 1****4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena**4.3.6.) Waga:** 60**Kryterium 2****4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem**4.3.6.) Waga:** 40**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie**Część 2****4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie Nr 2 – Dostawa materiałów reklamowo - promocyjnych do Dziekanatu Wydziału Biotechnologii i Ogrodnictwa, adres: al. 29 listopada 54/D-8, 31-420 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

- 4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.  
 2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.  
 3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.  
 4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.  
 5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe**Kryterium 1****4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena**4.3.6.) Waga:** 60

## Kryterium 2

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

## Część 3

### 4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Zadanie Nr 3 – Dostawa materiałów reklamowo - promocyjnych do Biura Promocji i Rekrutacji, adres: al. Mickiewicza 21, 31-120 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie

### 4.3.) Kryteria oceny ofert:

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

## Kryterium 1

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena

**4.3.6.) Waga:** 60

## Kryterium 2

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

## Część 4

### 4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Zadanie Nr 4 – Dostawa materiałów reklamowo - promocyjnych do Leśnego Zakładu Doświadczalnego w Krynicy-Zdroju, adres: ul. Ludowa 10, 33-380 Krynica-Zdrój

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące

#### 4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

#### 4.3.) Kryteria oceny ofert:

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

#### 4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

#### 4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

##### Kryterium 1

#### 4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

#### 4.3.6.) Waga: 60

##### Kryterium 2

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

#### 4.3.5.) Nazwa kryterium: Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

#### 4.3.6.) Waga: 40

#### 4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie

### Część 5

#### 4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Zadanie Nr 5 – Dostawa materiałów reklamowo - promocyjnych do Dziekanatu Wydziału Inżynierii Środowiska i Geodezji, adres: al. Mickiewicza 24/28/103a , 30-059 Kraków,

#### 4.2.6.) Główny kod CPV: 22462000-6 - Materiały reklamowe

#### 4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie

#### 4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 12 miesiące

#### 4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie

#### 4.3.) Kryteria oceny ofert:

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

#### 4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo

#### 4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

##### Kryterium 1

#### 4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena

#### 4.3.6.) Waga: 60

#### Kryterium 2

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

### Część 6

#### 4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Zadanie Nr 6 – Dostawa materiałów reklamowo – promocyjnych do Dziekanatu Wydziału Hodowli i Biologii Zwierząt, adres: al. Mickiewicza 24/28, 30-059 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie

#### 4.3.) Kryteria oceny ofert:

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

#### Kryterium 1

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena

**4.3.6.) Waga:** 60

#### Kryterium 2

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

### Część 7

#### 4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia

Zadanie Nr 7 – Dostawa materiałów reklamowo – promocyjnych do Uczelnianej Rady Samorządu Doktorantów, adres: al. Mickiewicza 21, 31-120 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 12 miesiące**

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie**

**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo**

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe**

**Kryterium 1**

**4.3.5.) Nazwa kryterium: Cena**

**4.3.6.) Waga: 60**

**Kryterium 2**

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga: 40**

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert: Nie**

**Część 8**

**4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie nr 8 – Dostawa materiałów reklamowo - promocyjnych do Dziekanatu Wydziału Inżynierii Produkcji i Energetyki, adres: ul. Balicka 116B/419, 30-149 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV: 22462000-6 - Materiały reklamowe**

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje: Nie**

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej: 12 miesiące**

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia: Nie**

**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert: Procentowo**

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert: Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe**

**Kryterium 1**

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena

**4.3.6.) Waga:** 60

#### **Kryterium 2**

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

### **Część 9**

#### **4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie nr 9 – Dostawa materiałów reklamowo – promocyjnych do Dziekanatu Wydziału Leśnego adres: al. 29 Listopada 46, 31-425 Kraków,

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie

#### **4.3.) Kryteria oceny ofert:**

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

#### **Kryterium 1**

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena

**4.3.6.) Waga:** 60

#### **Kryterium 2**

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

### **Część 10**

#### **4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie nr 10 – Dostawa materiałów reklamowo – promocyjnych do Uczelnianej Rady Samorządu Studentów, adres: al. Mickiewicza 2, 31-120 Kraków

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie

**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

**Kryterium 1**

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena

**4.3.6.) Waga:** 60

**Kryterium 2**

**4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.

**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem

**4.3.6.) Waga:** 40

**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie

**Część 11**

**4.2.2.) Krótki opis przedmiotu zamówienia**

Zadanie nr 11 – Dostawa materiałów reklamowo – promocyjnych do Dziekanatu Wydziału Leśnego, adres: al. 29 Listopada 46, 31-425 Kraków.

**4.2.6.) Główny kod CPV:** 22462000-6 - Materiały reklamowe

**4.2.8.) Zamówienie obejmuje opcje:** Nie

**4.2.10.) Okres realizacji zamówienia albo umowy ramowej:** 12 miesiące

**4.2.11.) Zamawiający przewiduje wznowienia:** Nie

**4.3.) Kryteria oceny ofert:**

**4.3.1.) Sposób oceny ofert:** 1. Zamawiający oceni i porówna jedynie te oferty, które nie zostaną odrzucone oraz, gdy Wykonawca nie będzie podlegał wykluczeniu z postępowania.

2. Zamawiający dokona oceny ofert, które nie zostały odrzucone, na podstawie informacji zawartych przez Wykonawcę w Formularzu ofertowym.

3. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, nie podlegająca odrzuceniu, która uzyska najwyższą ilość punktów. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku. W przypadku osiągnięcia jednakowej liczby punktów przez dwie lub więcej ofert, Zamawiający wezwie Wykonawców, którzy złożyli te oferty do złożenia w terminie określonym ofert dodatkowych.

4. Za ofertę najkorzystniejszą uznana zostanie oferta, która uzyska najwyższą liczbę punktów, przyznanych zgodnie z powyższymi zasadami. Liczba punktów przyznana poszczególnym ofertom zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

5. Oferta Wykonawcy może otrzymać maksymalnie 100 punktów.

**4.3.2.) Sposób określania wagi kryteriów oceny ofert:** Procentowo

**4.3.3.) Stosowane kryteria oceny ofert:** Kryterium ceny oraz kryteria jakościowe

**Kryterium 1****4.3.5.) Nazwa kryterium:** Cena**4.3.6.) Waga:** 60**Kryterium 2****4.3.4.) Rodzaj kryterium:** serwis posprzedażny, pomoc techniczna, warunki dostawy takich jak termin, sposób lub czas dostawy, oraz okresu realizacji.**4.3.5.) Nazwa kryterium:** Termin dostawy materiałów reklamowo-promocyjnych objętych zleceniem**4.3.6.) Waga:** 40**4.3.10.) Zamawiający określa aspekty społeczne, środowiskowe lub innowacyjne, żąda etykiet lub stosuje rachunek kosztów cyklu życia w odniesieniu do kryterium oceny ofert:** Nie**SEKCJA V - KWALIFIKACJA WYKONAWCÓW****5.1.) Zamawiający przewiduje fakultatywne podstawy wykluczenia:** Tak**5.2.) Fakultatywne podstawy wykluczenia:**

Art. 109 ust. 1 pkt 4

Art. 109 ust. 1 pkt 8

Art. 109 ust. 1 pkt 10

**5.3.) Warunki udziału w postępowaniu:** Nie**5.5.) Zamawiający wymaga złożenia oświadczenia, o którym mowa w art.125 ust. 1 ustawy:** Tak**5.6.) Wykaz podmiotowych środków dowodowych na potwierdzenie niepodlegania wykluczeniu:** 1) oświadczenie Wykonawcy w zakresie art. 108 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp, o braku przynależności do tej samej grupy kapitałowej, w rozumieniu ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2020 r. poz. 1076), z innym Wykonawcą, który złożył odrębną ofertę częściową lub wniosek o dopuszczenie do udziału w postępowaniu, albo oświadczenia o przynależności do tej samej grupy kapitałowej wraz z dokumentami lub

informacjami potwierdzającymi przygotowanie oferty, oferty częściowej lub wniosku o dopuszczenie do udziału w postępowaniu niezależnie od innego Wykonawcy należącego do tej samej grupy kapitałowej – zgodnie z Załącznikiem nr 5 do SWZ;

2) odpis lub informacja z Krajowego Rejestru Sądowego [KRS] lub z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej [CEiDG], w zakresie art. 109 ust. 1 pkt 4) ustawy Pzp, sporządzonych nie wcześniej niż 3 miesiące przed jej złożeniem, jeżeli odrębne przepisy wymagają wpisu do rejestru lub ewidencji.

3) oświadczenie wykonawcy o aktualności informacji zawartych w oświadczeniu, o którym mowa w art. 125 ust. 1 ustawy Pzp, w zakresie podstaw wykluczenia z postępowania wskazanych przez zamawiającego, o których mowa w:

a) art. 108 ust. 1 pkt 3 ustawy Pzp,

b) art. 108 ust. 1 pkt 4 ustawy Pzp, dotyczących orzeczenia zakazu ubiegania się o zamówienie publiczne tytułem środka zapobiegawczego,

c) art. 108 ust. 1 pkt 5 ustawy Pzp, dotyczących zawarcia z innymi wykonawcami porozumienia mającego na celu zakłócenie konkurencji,

d) art. 108 ust. 1 pkt 6 ustawy Pzp,

e) art. 109 ust. 1 pkt 8) i 10) ustawy Pzp.

**5.8.) Wykaz przedmiotowych środków dowodowych:**

1. W celu potwierdzenia zgodności oferowanych produktów z wymaganiami określonymi w Załącznik nr 1 pn. Opis przedmiotu zamówienia, Wykonawca zobowiązany będzie do złożenia wraz z ofertą przedmiotowych środków dowodowych (dla wszystkich zadań, na które składa ofertę):

a) przedmiotowe środki dowodowe winny być złożone w postaci kart producenta lub dystrybutora/folderów/katalogu producenta lub dystrybutora, a w przypadku ich braku – innych dokumentów np. wydruki ze stron internetowych producenta lub dystrybutora,

zaświadczenie czy poświadczenie wystawione przez odrębny podmiot lub opisy własne w formie oświadczenia sporządzonego przez Wykonawcę, potwierdzające, że oferowane materiały reklamowo-promocyjne odpowiadają wymaganiom określonym przez Zamawiającego w SWZ i załącznikach do SWZ,

b) w przedmiotowych środkach dowodowych winny znaleźć się informacje na temat nazwy producenta/dystrybutora, nazwy produktu / model / numer katalogowy (jeżeli produkt posiada takie dane),

c) W przedmiotowych środkach dowodowych winny znaleźć się m.in. dane na temat parametrów technicznych zaoferowanych produktów (opis i charakterystyka), które odnoszą się do parametrów wskazanych przez Zamawiającego w poszczególnych Zadaniach od nr 1 do nr 11 (Załączniki nr 1 do SWZ), zdjęcia produktów (jeżeli takimi Wykonawca dysponuje). Parametry techniczne oferowane przez Wykonawcę winny być podane w taki sposób, aby Zamawiający mógł

jednoznacznie dokonać oceny zgodności pomiędzy parametrami zaofertowanymi a wymaganymi minimalnymi parametrami technicznymi w przedmiocie zamówienia,

- d) w przypadku, gdy Zamawiający określił w SWZ wymagane parametry techniczne przedmiotu zamówienia poprzez podanie ich zakresu – górnej lub dolnej granicy przedziału wartości, w którym winny się one mieścić, Wykonawca będzie zobowiązany do określenia oferowanego parametru poprzez podanie konkretnych wartości, danych,
- e) Zamawiający zastrzega sobie możliwość weryfikacji parametrów technicznych oferowanych materiałów z Producentem,
- f) Zaleca się aby na złożonym dokumencie/dowodzie nanieść oznaczenie którego produktu dotyczy, np. poprzez naniesienie zapisu „Zadanie nr ..., pozycja ....”.

**5.9.) Zamawiający przewiduje uzupełnienie przedmiotowych środków dowodowych: Tak**

**5.10.) Przedmiotowe środki dowodowe podlegające uzupełnieniu po złożeniu oferty:**

W oparciu o treść art. 107 ust. 2 ustawy Pzp, w przypadku braku złożenia wraz z ofertą przedmiotowych środków dowodowych, o których mowa w pkt. 1 powyżej, lub gdy złożone przedmiotowe środki dowodowe są niekompletne, Zamawiający wezwie do ich złożenia lub uzupełnienia w wyznaczonym terminie, z konsekwencjami określonymi w art. 226 ust. 1 pkt 2) lit. c) ustawy Pzp

## SEKCJA VI - WARUNKI ZAMÓWIENIA

**6.1.) Zamawiający wymaga albo dopuszcza oferty wariantowe: Nie**

**6.3.) Zamawiający przewiduje aukcję elektroniczną: Nie**

**6.4.) Zamawiający wymaga wadium: Nie**

**6.5.) Zamawiający wymaga zabezpieczenia należytego wykonania umowy: Nie**

**6.7.) Zamawiający przewiduje unieważnienie postępowania, jeśli środki publiczne, które zamierzał przeznaczyć na sfinansowanie całości lub części zamówienia nie zostały przyznane: Nie**

## SEKCJA VII - PROJEKTOWANE POSTANOWIENIA UMOWY

**7.1.) Zamawiający przewiduje udzielenia zaliczek: Nie**

**7.3.) Zamawiający przewiduje zmiany umowy: Tak**

**7.4.) Rodzaj i zakres zmian umowy oraz warunki ich wprowadzenia:**

- Zmiana istotnych postanowień niniejszej Umowy w stosunku do treści oferty, na podstawie, której dokonano wyboru Wykonawcy, jest dopuszczalna w szczególnie uzasadnionych przypadkach, na zasadach wskazanych w ust. 2 – 10.
- Zmiana istotnych postanowień umowy może dotyczyć następujących przypadków:
  - wejścia w życie zmian powszechnie obowiązujących przepisów prawa, które spowodują konieczność zmiany określonych w umowie warunków wykonywania jej przedmiotu - dopuszczalna jest zmiana tych postanowień umowy, na które zmiana prawa ma wpływ;
  - zmiany powszechnie obowiązującego prawa w zakresie stawek podatku od towarów i usług - zmiany mogą ulec ceny jednostkowe brutto wynagrodzenia (opłat transakcyjnych) o których mowa w §6 pkt.3
  - zmiany nazwy lub formy prawnej Wykonawcy na skutek przekształceń organizacyjno-prawnych – dopuszczalne jest wprowadzenie do umowy odpowiednich zapisów w tym zakresie;
  - zaistnienia konieczności zmiany umowy dotyczącej powierzenia przetwarzania danych osobowych z uwagi na zalecenia podmiotów kontrolujących w szczególności wynikające z decyzji Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych lub stanowisko właściwego organu np. Prezesa UODO.
- Jeżeli zmiany będą miały wpływ na koszty wykonania zamówienia przez Wykonawcę. Wykonawca winien wykazać i udokumentować wpływ zmian, o których mowa wyżej na koszty wykonania zamówienia przez Wykonawcę, w tym przedstawić szczegółową kalkulację zmienianej ceny.
- Zmiany o których mowa w ust. 2 pkt 2 zostaną wprowadzone od dnia wejścia w życie zmienionych przepisów prawa, których dotyczy zmiana.
- Każda ze Stron przedkładając drugiej stronie propozycję zmian spełniającą wymogi określone w ust. 2-4 wraz z tą propozycją przedłoży co najmniej:
  - opis proponowanych zmian;
  - uzasadnienie tych zmian.
- Po otrzymaniu propozycji, Wykonawca albo Zamawiający (w zależności od przypadku) w terminie 3 dni zatwierdzi bądź odrzuci otrzymaną propozycję zmiany, bądź w tym terminie prześle do strony występującej zmodyfikowaną propozycję zmian spełniającą wymogi opisane w ust. 3 i 4.
- W przypadku upływu terminu podanego ust. 6 przyjmuje się, iż propozycja wprowadzenia zmian została odrzucona.
- Do przesłanych zmodyfikowanych propozycji zmian mają zastosowanie postanowienia ust. 5 i 6.
- Każda zmiana umowy wymaga zachowania formy pisemnej i musi być dokonana poprzez sporządzenie aneksu do umowy.
- Zmiana umowy dokonana z naruszeniem postanowień ust. 2 - 10 jest nieważna.

**7.5.) Zamawiający uwzględnił aspekty społeczne, środowiskowe, innowacyjne lub etykiety związane z realizacją zamówienia:** Nie

## **SEKCJA VIII – PROCEDURA**

**8.1.) Termin składania ofert:** 2023-08-07 10:00

**8.2.) Miejsce składania ofert:** <https://platformazakupowa.pl/pn/urk>

**8.3.) Termin otwarcia ofert:** 2023-08-07 10:30

**8.4.) Termin związania ofertą:** do 2023-09-05