



Wrocław 27 lipca 2022 r.

EO.81.2.2022-2

## ZAPROSZENIE do składania ofert

na realizację kampanii radiowej stanowiącej element kampanii społecznej w ramach  
zadania pn:

*Kontynuacja kampanii społecznej „Serce Kobiety” w 2022 roku*

Postępowanie nie podlega ustawie z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2021 r. poz. 1129 z późn. zm.) – wartość zamówienia nie przekracza wyrażonej w złotych kwoty 130 000 zł.

---

### I. Zamawiający

Dolnośląski Szpital Specjalistyczny im. T. Marciniaka - Centrum Medycyny Ratunkowej, ul. Gen. Augusta Emila Fieldorfa 2, 54-049 Wrocław, KRS 0000040364, NIP 899-22-28-560, REGON 00632038, tel. 71 306 44 59, faks 71 306 48 67, e-mail do osoby do kontaktu: [k.szeremeta@szpital-marciniak.wroclaw.pl](mailto:k.szeremeta@szpital-marciniak.wroclaw.pl)  
Adres strony internetowej Zamawiającego: [www.szpital-marciniak.wroclaw.pl](http://www.szpital-marciniak.wroclaw.pl)

### II. Opis przedmiotu zamówienia

CPV: 92210000-6, 79341400-0, 92211000-3

Zamówienie obejmuje realizację kampanii radiowej w ramach zadania: *Kontynuacja kampanii społecznej „Serce Kobiety” w 2022 roku realizowanego z dotacji z budżetu Województwa Dolnośląskiego przyznanej Uchwałą nr 4989/VI/22 Zarządu Województwa Dolnośląskiego z dnia 8 marca 2022 r.*

#### a) Ogólne informacje o Kampanii:

Celem kampanii społecznej Serce Kobiety w ramach zadania pn. *Kontynuacja kampanii społecznej „Serce Kobiety” w 2022 roku* (zwanej dalej: Kampanią) jest zachęcenie kobiet do zgłaszania się do lekarzy rodzinnych lub lekarzy kardiologów celem wykonania podstawowej diagnostyki pozwalającej na indywidualną ocenę czynników ryzyka miażdżycy oraz – w razie potrzeby – rozpoczęcie leczenia. Grupą docelową kampanii są kobiety w wieku od 55 roku życia, w szczególności kobiety z przedziału wiekowego 55-65 lat, które często nie postrzegają się jeszcze jako osoby zagrożone chorobami układu krążenia. Priorytetem kampanii jest zachęcenie kobiet w okresie okołomenopauzalnym do wczesnego podjęcia działań w zakresie profilaktyki i ograniczania rozwoju miażdżycy. Zasięg i miejsce realizacji kampanii obejmie województwo dolnośląskie.

Kobiety chorują na serce zazwyczaj 10 lat później niż mężczyźni. Wynika to z faktu, że do menopauzy kobiety są chronione przez estrogeny. Ale po tym czasie to właśnie choroby serca i naczyń takie jak zawał serca i udar mózgu są „zabójcami” nr 1 u kobiet, a nie rak piersi, jak obawiają się same pacjentki. Kobiety w wieku okołomenopauzalnym zwykle za późno zgłaszają się do lekarza kardiologa czy lekarza rodzinnego zarówno w celu profilaktyki jak i leczenia chorób serca i naczyń. Nie postrzegają siebie jako zagrożonych chorobami serca. Tymczasem właśnie w tym czasie, około 55 r. życia i później, dochodzi do rozwoju czynników ryzyka, które przyczynią się w kolejnych latach do powstawania i narastania miażdżycy. Po kolejnych kilku latach miażdżycy objawi się klinicznie zawałem serca czy udarem mózgu i będzie głównym „killerem” kobiet. Czynnikiem ryzyka miażdżycy, które trzeba zwalczać zanim dojdzie do manifestacji klinicznej tej choroby są: nadciśnienie tętnicze, podwyższony poziom cholesterolu i glukozy we krwi. Równoległe

z edukacją i zaleceniami nefarmakologicznymi zmiany stylu życia takimi jak niepalenie papierosów i aktywność fizyczna, często konieczne jest włączenie leczenia obniżającego ciśnienie krwi i podwyższonego poziomu cholesterolu oraz postępowanie przeciwcukrzycowe.

Kampania ma na celu:

1. Zwiększenie zgłaszalności kobiet 55+ na badania profilaktyczne do lekarzy POZ,
2. Zwiększenie świadomości zdrowotnej w zakresie konieczności kontrolowania czynników ryzyka chorób sercowo-naczyniowych wśród kobiet 55+,
3. Ukształtowanie wśród odbiorczyń kampanii postawy prozdrowotnej – nawyku regularnej kontroli ciśnienia krwi, masy ciała, poziomu stężenia glukozy i cholesterolu oraz uwrażliwienie na potrzebę wczesnego reagowania w przypadku pojawienia się nieprawidłowych wyników – poprzez wczesne zgłoszenia się do lekarza w celu rozpoczęcia leczenia.

#### **Zamówienie obejmuje:**

Realizację 80 emisji 30-sekundowego spotu radiowego zachęcającego do badań profilaktycznych w ramach kampanii społecznej Serce Kobiety, w rozgłośni radiowej, nadającej sygnał naziemny, o zasięgu regionalnym na terenie Dolnego Śląska. Spot zostanie dostarczony przez Zamawiającego. Zamawiający wymaga, aby posiadana przez rozgłośnię radiową koncesja umożliwiała nadawanie spotu o licencji o zasięgu regionalnym.

Zamawiający wymaga, aby spot emitowany był w godzinach 06:00 – 10:00 oraz 15:00 - 20.00. Czas trwania kampanii radiowej: około 30 dni w okresie wrzesień – październik 2022 r. – szczegółowe terminy emisji wymagają uzgodnienia w Zamawiającym. Zamawiający wymaga, aby kampania rozpoczęła się w dniu 29 września 2022 r. – w Międzynarodowy Dzień Serca.

Zamawiający wymaga zasięgu emisji spotu na obszarze co najmniej 11 powiatów Dolnego Śląska. Zamawiający dopuszcza jednoczesne emisje w 2 lub większej liczbie rozgłośni radiowych. Wówczas brany jest pod uwagę łączny zasięg emisji. Jednoczesna emisja w 2 lub większej liczbie rozgłośni liczona jest jako 1 emisja.

### III Warunki udziału w postępowaniu:

Wykonawca w okresie ostatnich 3 lat przed terminem składania ofert zrealizował co najmniej 1 kampanię radiową.

Zamawiający wymaga przedstawienia referencji lub protokołu odbioru potwierdzającego spełnienie warunku lub oświadczenia Wykonawcy, że jest on podmiotem posiadającym koncesję radiową lub publicznym nadawcą radiowym działającym na podstawie ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji” ( Dz. U. z 2020 r. poz. 805, z 2021 r. poz. 1676, z 2022 r. poz. 857)” bądź przedłożenia kopii koncesji radiowej.

### IV. Zasady wyboru wykonawców i kryteria oceny ofert:

Maksymalna liczba punktów możliwych do uzyskania dla każdej części zamówienia: 100 punktów. Zostanie wybranych 2 wykonawców, których oferty uzyskają kolejno 2 najwyższe wyniki punktowe, spośród złożonych ofert. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wyboru również 3. wykonawcy – z 3. kolejnym wynikiem punktowym, jeżeli Zamawiającemu pozostaną środki w ramach kwoty, którą dysponuje na realizację zamówienia.

L.p.	Nazwa kryterium:	Liczba punktów możliwych do uzyskania	Procentowy udział kryterium w punktacji:
1.	<b>„Cena za 1 powiat zasięgu”</b> - stosunek ceny brutto oferty do liczby powiatów objętych oferowanym zasięgiem emisji spotu (iloraz ceny brutto oferty i liczby powiatów objętych zasięgiem emisji)	do 50 pkt	50%
2.	<b>Łączna liczba powiatów gwarantowanego zasięgu emisji spotu</b>	do 20 pkt	20%
3.	<b>Promocja Kampanii w mediach społecznościowych rozgłośni radiowej</b> Wykonawca dodatkowo w ramach oferowanej ceny promować będzie kampanię mediach społecznościowych rozgłośni radiowej wskazanej w ofercie (np. Facebook, Instagram, Twitter).	do 4 pkt	4%

	(wpisy rozłożone w czasie w trakcie trwania kampanii)		
4.	<p><b>Promocja Kampanii na stronie internetowej rozgłośni radiowej</b></p> <p>Wykonawca dodatkowo w ramach oferowanej ceny promować będzie kampanię na stronie internetowej rozgłośni wskazanej w ofercie.</p>	do 6 pkt	6%
5.	<p><b>Produkcja i emisja audycji na temat Kampanii</b></p> <p>Wykonawca w ramach oferowanej ceny dodatkowo zaoferuje wyprodukowanie i emisje audycji na temat Kampanii na antenie rozgłośni radiowej wskazanej ofercie. Audycje zostaną wyemitowane w godzinach 9:00 – 15:00.</p> <p>Minimalna długość jednej audycji: 2 minuty.</p> <p>Zamawiający wymaga, aby – przy większej liczbie oferowanych audycji – ich emisja rozłożona była czasie w trakcie trwania Kampanii.</p>		
5 a)	<b>Łączna długość oferowanych audycji (w minutach)</b>	do 10 pkt	10%
5 b)	<p><b>Liczba oferowanych audycji:</b></p> <p>(jako 1 audycję liczy się 1 unikalny wyprodukowany i wyemitowany materiał – nie wlicza się ewentualnych powtórek)</p>	do 10 pkt	10%

**Sposób obliczania punktów:**

**Kryterium 1 „Cena za 1 powiat zasięgu”**

$$\text{„Cena brutto za 1 powiat zasięgu”} = \frac{\text{Cena brutto oferty}}{\text{Liczba powiatów zasięgu}}$$

Liczba punktów za cenę zostanie obliczona w następujący sposób:

$$\text{Liczba punktów oferty ocenianej} = \frac{\text{Najniższa cena brutto za 1 powiat zasięgu spośród ocenianych ofert}}{\text{Cena brutto za 1 powiat zasięgu oferty ocenianej}} \times 50$$

**Kryterium 2 Łączna liczba powiatów gwarantowanego zasięgu emisji spotu**

$$\text{Liczba punktów oferty ocenianej} = \frac{\text{Liczba powiatów zasięgu oferty ocenianej}}{\text{Najwyższa liczba powiatów zasięgu spośród ocenianych ofert}} \times 20$$

**Kryterium 3 Promocja kampanii w mediach społecznościowych rozgłośni radiowej**

Liczba wpisów promujących kampanię i jej założenia w mediach społecznościowych (np. Facebook, Instagram, Twitter) Wykonawcy w ramach oferowanej ceny:

1 wpis – 1 pkt

2 wpisy – 2 pkt

4 wpisy – 3 pkt

5 wpisów i powyżej – 4 pkt

#### **Kryterium 4 Promocja Kampanii na stronie internetowej rozgłośni radiowej**

Liczba artykułów promujących kampanię na stronie internetowej Wykonawcy w ramach oferowanej ceny:

1 artykuł – 2 pkt

2 artykuły – 4 pkt

3 lub więcej artykułów – 6 pkt

#### **Kryterium 5 Produkcja i emisja audycji na temat Kampanii**

##### **Kryterium 5a**

Liczba punktów oferty ocenianej =  $\frac{\text{Łączny czas oferowanych audycji oferty ocenianej (w minutach)}}{\text{Najdłuższy czas łączny oferowanych audycji spośród wszystkich ofert podlegających ocenie (w minutach)}} \times 10$

##### **Kryterium 5b:**

Liczba punktów oferty ocenianej =  $\frac{\text{Liczba oferowanych audycji oferty ocenianej}}{\text{Największa liczba oferowanych audycji spośród wszystkich ofert podlegających ocenie}} \times 10$

Liczba punktów dla wszystkich kryteriów zostanie obliczona z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku.

#### **V. Wykaz wymaganych dokumentów od Wykonawcy:**

1. Oferta Wykonawcy wg wzoru stanowiącego załącznik do Zaproszenia do składania ofert. Oferta powinna zostać podpisana przez osobę upoważnioną do reprezentowania Zamawiającego.
2. Dokument, z którego wynika upoważnienie do reprezentowania Wykonawcy, jeżeli takie umocowanie nie wynika z dokumentów bezpłatnych, ogólnie dostępnych w bazach, np. CEiDG lub KRS. Jeżeli ofertę podpisuje pełnomocnik – dokument pełnomocnictwa oraz dokument, z którego wynika uprawnienie dla osoby udzielającej pełnomocnictwa do dokonania takiej czynności,. W przypadku Wykonawców wspólnie ubiegających się o udzielenie zamówienia (np. spółka cywilna, konsorcjum) – pełnomocnictwo rodzajowe do reprezentowania ich w niniejszym postępowaniu albo reprezentowania i zawarcia umowy w sprawie zamówienia publicznego,
3. Referencje lub protokół odbioru lub kopia koncesji lub oświadczenie potwierdzające spełnienie warunków udziału w postępowaniu – zgodnie z zapisami punktu III.

#### **VI. Informacje o sposobie porozumiewania się Zamawiającego z Wykonawcami:**

Wykonawca może zwrócić się do Zamawiającego z zapytaniem dot. treści Zapytania Ofertowego mailem na adres e-mail: [k.szeremeta@szpital-marciniak.wroclaw.pl](mailto:k.szeremeta@szpital-marciniak.wroclaw.pl) – najpóźniej na 2 dni robocze przed upływem terminu składania ofert.

#### **VII. Miejsce oraz termin składania ofert.**

Ofertę cenową wraz z załącznikami należy przesłać w wersji elektronicznej (skany dokumentów) na adres email: [sekretariat@szpital-marciniak.wroclaw.pl](mailto:sekretariat@szpital-marciniak.wroclaw.pl) w terminie do dnia **2 sierpnia 2022 r. do godz. 15:00**, z dopiskiem w tytule emaila: „**Kampania radiowa w ramach kampanii społecznej „Serce Kobiety”**”.

Zamawiający dopuszcza możliwość złożenia ofert w formie papierowej w Sekretariacie Dyrekcji Zamawiającego, I. piętro, w terminie jak wyżej.

Decyduje termin dostarczenia oferty do Zamawiającego. Oferty złożone po wyznaczonym terminie lub niezłożone pod wskazane adresy nie będą rozpatrywane.

#### **VIII. Termin związania ofertą :**

Wykonawca jest związany swoją ofertą przez okres 30 dni od dnia ostatecznego terminu składania ofert.

## **IX. Informacje dodatkowe, rozstrzygnięcie, wybór oferty:**

1. Wykonawca może złożyć tylko 1 ofertę.
2. Zamawiający nie dopuszcza składania ofert częściowych ani wariantowych.
3. Zamawiający odrzuci ofertę Wykonawcy w przypadku, gdy złoży on więcej niż 1 ofertę lub złoży ofertę częściową bądź wariantową.
4. Zamawiający odrzuci ofertę niezłożoną na wzorze stanowiącym załącznik nr 1 Zaproszenia do składania ofert, niezawierającą oznaczenia Wykonawcy, niepodpisaną przez osobę upoważnioną do reprezentowania Wykonawcy, niezawierającą ceny, bądź w przypadku gdy nie zostaną na niej wypełnione pola formularza ofertowego określające warunki realizacji zamówienia (Oświadczenia Wykonawcy) oznaczone numerami 1 lub 2. W przypadku niewypełnienia któregoś z pozostałych pól dotyczących kryteriów dodatkowo punktowanych, Zamawiający nie przyzna punktów za dane kryterium.
5. Wykonawca odrzuci ofertę niezgodną z przedmiotem zamówienia.
6. W przypadku, gdy oferta będzie posiadała oczywiste omyłki pisarskie lub rachunkowe lub nie będzie zawierała kompletu załączników, Zamawiający jednokrotnie wezwie Wykonawcę do dokonania korekty/uzupełnienia. Zamawiający zastrzega sobie prawo do wezwania Wykonawcy do uzupełnień drogą mailową. Wezwanie do uzupełnień zostanie przesłane na adres e-mail wskazany w ofercie. Niezłożenie poprawek w terminie spowoduje odrzucenie oferty.
7. Zamawiający w toku badania i oceny ofert może żądać od wykonawców wyjaśnień dotyczących treści złożonych ofert.
8. Zamawiający wykluczy z postępowania o udzielenie zamówienia publicznego Wykonawcę zaliczającego się do kategorii wykonawców wskazanych w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 13 kwietnia 2022 r. o szczególnych rozwiązaniach w zakresie przeciwdziałania wspieraniu agresji na Ukrainę oraz służących ochronie bezpieczeństwa narodowego (Dz. U. 2022, poz. 835).
9. Zamawiający zamieści na swojej stronie internetowej informację o rozstrzygnięciu postępowania.
10. Zamawiający zastrzega sobie prawo do unieważnienia postępowania lub jego części bez podania przyczyny.

## **XI. Załączniki**

Załącznik Nr 1 – Formularz ofertowy

Załącznik Nr 2 – Wzór umowy

Zastępca Dyrektora  
ds. Ekonomiczno-eksploatacyjnych

  
mgr Tomasz Dymyt

**Podpis Dyrektora**