

Umowa warunkowa na realizację usług doradczych
nr

zawarta w dniu w pomiędzy:

..... z siedzibą; NIP:; reprezentowanym/ą przez
.....;
zwanym/ą dalej **Zamawiającym**,

a

.....
.....
reprezentowanym/ą przez
zwanym/ą dalej **Wykonawcą**,

w dalszej części niniejszej Umowy nazywanymi łącznie Stronami, **pod następującym warunkiem:**

- 1. Zamawiający uzyska od Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) dofinansowanie na realizację projektu pn. „Opracowanie strategii wdrożeniowej i marketingowej, wspierających uruchomienie usług on-line z zastosowaniem technologii ICT w drukarni KSERO-HYDRA”, gdzie uzyskanie dofinansowania jest rozumiane jako zawarcie przez Zamawiającego umowy o dofinansowanie z PARP w ramach Działania 2.3 Proinnowacyjne usługi dla przedsiębiorstw, Poddziałanie 2.3.1 Proinnowacyjne usługi IOB dla MŚP, Program Operacyjny Inteligentny Rozwój 2014-2020.**

§ 1

[Przedmiot Umowy]

1. Umowa dotyczy wykonania usług doradczych w zakresie innowacji w rozumieniu art. 2 pkt 94 rozporządzenia KE nr 651/2014 oznaczających doradztwo, pomoc i szkolenia w zakresie transferu wiedzy, nabywania i ochrony wartości niematerialnych i prawnych oraz korzystania z nich, korzystania z norm i regulacji, w których są one osadzone, w ramach projektu realizowanego pod nazwą **„Opracowanie strategii wdrożeniowej i marketingowej, wspierających uruchomienie usług on-line z zastosowaniem technologii ICT w drukarni KSERO-HYDRA”** Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020, Oś priorytetowa II: Wsparcie otoczenia i potencjału przedsiębiorstw do prowadzenia działalności B+R+I, Działanie 2.3 Proinnowacyjne usługi dla przedsiębiorstw, Poddziałanie 2.3.1 Proinnowacyjne usługi IOB dla MŚP – o następującej treści:
2. Wykonawca zobowiązuje się zrealizować proinnowacyjne usługi doradcze wskazane w Opisie przedmiotu zamówienia stanowiącym Załącznik nr 1 do Umowy, na warunkach określonych w treści niniejszej umowy.

3. Przedmiot Umowy zostanie zrealizowany zgodnie z warunkami Regulaminu konkursu nr 1 w 2016 roku, w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020, Oś priorytetowa II: Wsparcie otoczenia i potencjału przedsiębiorstw do prowadzenia działalności B+R+I, Działanie 2.3 Proinnowacyjne usługi dla przedsiębiorstw, Poddziałanie 2.3.1 Proinnowacyjne usługi IOB dla MŚP.

§ 2

[Termin i warunki realizacji przedmiotu Umowy]

1. Przedmiot Umowy zostanie zrealizowany w zakresie poszczególnych zadań/zakresów usługi w terminach nie późniejszych, niż wskazane w Załączniku nr 1 do Umowy.
2. Odbiór rezultatów poszczególnych zadań/zakresów usługi zrealizowanych przez Wykonawcę, określonych w Załączniku nr 1 do Umowy, nastąpi poprzez podpisanie protokołów zdawczo-odbiorczych.

§ 3

[Autorskie prawa majątkowe]

1. Z chwilą przekazania przez Wykonawcę poszczególnych rezultatów prac określonych w Załączniku nr 1 do Umowy (zwanym dalej utworami) oraz po wypłaceniu Wykonawcy odpowiedniej kwoty wynagrodzenia wskazanego w § 4 Umowy, na Zamawiającego przechodzą autorskie prawa majątkowe do tych rezultatów w zakresie potrzebnym dla realizacji działań Zamawiającego.
2. Przeniesienie autorskich praw majątkowych, o którym mowa w ust. 1, nastąpi na następujących polach eksploatacji:
 - a) używanie i rozpowszechnianie całości lub fragmentów (części) utworów dowolną techniką, w tym techniką druku, reprograficzną, zapisu magnetycznego, elektromagnetycznego, optycznego, techniką cyfrową, m.in. w publikacjach prasowych, materiałach drukowanych i elektronicznych oraz innych kanałach komunikacyjnych, w tym w Internecie;
 - b) utrwalanie i zwielokrotnianie utworów, w tym techniką druku, reprograficzną, zapisu magnetycznego, elektromagnetycznego, optycznego, techniką cyfrową;
 - c) wprowadzanie utworów do pamięci komputera;
 - d) publiczne wykonanie, odtwarzanie, wystawianie, wyświetlanie, udostępnienie utworów lub ich fragmentów (części) w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym;
 - e) wprowadzanie i publiczne udostępnianie utworów lub ich fragmentów (części) w sieci Internet oraz lokalnych sieciach komputerowych i innych sieciach komputerowych;
 - f) sporządzanie wersji obcojęzycznych utworów lub ich fragmentów (części);
 - g) używanie i korzystanie z utworów w tym w sposób określony powyżej, tak przez Zamawiającego, jak i inne upoważnione przez niego podmioty, na własny użytek lub użytek jednostek powiązanych, w celu prawidłowego zrealizowania zobowiązań wynikających z umów, jakie Zamawiającym zawarł lub zamierza zawrzeć z PARP w celu uzyskania dofinansowania, o którym mowa w § 6 ust. 1 Umowy.
3. Wykonawca zobowiązuje się wobec Zamawiającego, że w momencie przekazania utworów będą mu przysługiwały prawa autorskie do nich w zakresie wystarczającym do przekazania ich Zamawiającemu na polach eksploatacji wymienionych w ust. 2.

4. Z tytułu przeniesienia autorskich praw majątkowych zgodnie z treścią niniejszego paragrafu, Wykonawcy nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie ponad wynagrodzenie określone w § 4 Umowy.
5. W wypadku ujawnienia nowego pola eksploatacji mającego znaczenie dla Zamawiającego, Strony sporządzą do niniejszej Umowy pisemny aneks, dodając postanowienie, na mocy którego Wykonawca przeniesie na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do tego pola eksploatacji bezpłatnie lub za zapłatą kwoty, która nie może być wyższa niż 5% wynagrodzenia Wykonawcy z tytułu wykonania przedmiotu niniejszej umowy.
6. Wykonawca zezwala Zamawiającemu na wykonywanie zależnego prawa autorskiego, a także na wykorzystanie rezultatów usług zrealizowanych przez Wykonawcę w ramach przedmiotowej Umowy bez podawania nazwy Wykonawcy.
7. Prawa o jakich mowa w ust. 2 Zamawiający może przenosić na inne podmioty lub udzielać im wyłącznych lub niewyłącznych licencji w pełnym zakresie posiadanych praw autorskich, bez konieczności uzyskania dodatkowej zgody Wykonawcy.

§ 4

[Wynagrodzenie]

1. Wynagrodzenie przysługujące Wykonawcy z tytułu wykonania przedmiotowej Umowy wynosi złotych netto i zostanie powiększone o podatek VAT według stawki obowiązującej w dniu wystawienia faktury.
2. Wynagrodzenie określone w ust. 1 jest płatne w częściach odpowiadających swojej wysokością wynagrodzeniu przewidzianemu za realizację danego zadania/zakresu wskazanego w treści Załącznika nr 1 do Umowy. Wynagrodzenie będzie wypłacane po dokonaniu protokolarnego odbioru rezultatów wykonania poszczególnych zadań/zakresów przez Wykonawcę zgodnie z § 2 ust. 2 Umowy.
3. Wynagrodzenie będzie płatne w terminie dni od dnia wystawienia faktury VAT.

§ 5

[Niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy]

1. W przypadku uchybienia przez Wykonawcę terminowi realizacji usług objętych danym zadaniem/zakresem (zadania/zakresy usługi i ich terminy wykonania określono w Załączniku nr 1 do Umowy) Wykonawca zapłaci na rzecz Zamawiającego karę umowną w wysokości 1% wartości tego zadania/zakresu, określonej w Załączniku nr 1 do Umowy, za każdy dzień opóźnienia.
2. Zamawiający ma prawo dochodzenia od Wykonawcy kar umownych w wysokości do 100% wysokości wynagrodzenia określonego w § 4 ust. 1 Umowy w sytuacji nienależytego wykonania umowy przez Wykonawcę.
3. Kary umowne mogą być naliczane z różnych tytułów łącznie, o ile spełnione zostały w tym zakresie przesłanki ich naliczania.
4. Niezależnie od kar umownych określonych w treści § 5 Wykonawca jest zobowiązany na zasadach przewidzianych w Kodeksie cywilnym do zapłaty Zamawiającemu odszkodowania za szkodę przekraczającą wysokość kar umownych, wyrządzoną na skutek niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania.

§ 6

[Inne postanowienia]

1. Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieunormowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego i innych obowiązujących aktów prawnych.
3. Integralną część niniejszej umowy stanowi Załączniki nr 1 – „Opis przedmiotu zamówienia”.
4. Umowa została sporządzona w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze stron.

Zamawiający

.....

Wykonawca

.....

Załączniki:

- 1) Załącznik nr 1 – „Opis przedmiotu zamówienia”;

Załącznik nr 1 – „Opis przedmiotu zamówienia”;

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

Zakres prac przewidywanych w zamówieniu:

1. Identyfikacja i mapowanie kluczowych procesów biznesowych związanych z wdrażaniem innowacji, ich modyfikacja i optymalizacja:

Usługa doradcza polegająca na opracowaniu strategii biznesowej odpowiadającej na poniższe pytania:

- Jaka jest misja firmy?
- Jakie są długofalowe cele przedsiębiorstwa?
- Jakie działania podjąć, by osiągnąć te cele?
- Jakie są obszary działania firmy?
- Jakie są granice geograficzne działalności firmy?
- Jakie produkty lub usługi powinny należeć do oferty firmy?
- Jaki model biznesowy najlepiej stosować?
- Jakimi metodami rywalizować z konkurencją - jaka jest przewaga strategiczna?

Strategia musi być dostosowana do możliwości firmy Hydra i uwzględniać ciągle zmieniające się warunki otoczenia. Powinna być również:

- **Prosta** (zrozumiała dla otoczenia firmy Hydra)- Pracownicy muszą rozumieć strategię, żeby ją wdrożyć, klienci muszą ją zrozumieć, żeby wiedzieć, czego mogą spodziewać się od firmy Hydra, a partnerzy biznesowi muszą rozumieć strategię firmy, żeby mogli podjąć decyzję o współpracy z nią. Jasna strategia pozwala łatwiej dostosować do niej strukturę organizacji oraz procesy w niej zachodzące.
- **Wewnętrznie spójna** - Wybory firmy muszą być spójne i wzajemnie się wzmocniać. Najczęściej są to wybory dotyczące typu produktu, grupy docelowej, ceny produktu, sposobu dystrybucji.
- **Zewnętrznie spójna** -czyli dobrze dopasowana do trendów rynkowych, zmian zachodzących w demografii, zachowaniach firm i ludzi oraz do ogólnych przemian w otoczeniu.

Przygotowana strategia biznesowa powinna wskazywać również **tw. Funkcjonalne programy działań**, czyli przełożenie określonych w niej celów strategicznych na konkretne działania firmy Hydra i codzienne zadania pracowników (np. logistyka, sprzedaż, marketing, obsługa klienta).

2. Doradztwo w pełnym wdrożeniu innowacji:

Usługa doradcza polegająca na kompleksowym wsparciu w procesie wdrażania w firmie Hydra rozwiązań o charakterze proinnowacyjnym.

Zakres doradztwa we wdrożeniu innowacji:

- analiza alternatywnych ścieżek rozwoju,
- uszczegółowienie wybranej ścieżki rozwoju,
- opracowanie szczegółowego modelu finansowego,
- analiza scenariuszy i czynników jakościowych dla modelu finansowego,
- identyfikacja możliwych do wdrożenia technologii,
- poszukiwanie i nawiązanie kontaktu z dostawcą technologii,
- przygotowanie negocjacji z dostawcą technologii,
- wsparcie w procesie negocjacji z dostawcą technologii,
- końcowa weryfikacja kształtu umowy,
- wsparcie w przygotowaniu umowy,

Doradztwo we wdrożeniu innowacji w rezultacie ma doprowadzić właściciela firmy Hydra do podjęcia współpracy z innym podmiotem, w tym np. jednostką naukową, co poskutkuje opracowaniem dokumentacji wyłącznie na potrzeby innowacyjnego rozwiązania.

Rezultatem może być również nabycie od innego podmiotu, w tym w szczególności jednostki naukowej, lub firmy IT innowacyjnego rozwiązania bądź prawa do jego wykorzystywania w prowadzonej przez drukarnię Hydra działalności gospodarczej. Owym innowacyjnym rozwiązaniem może być np. urządzenie lub specjalistyczne, dedykowane oprogramowanie IT.

3. Monitorowanie i ocena efektów wdrożenia innowacji:

Dla skutecznej i efektywnej realizacji ustaleń strategii biznesowej drukarni Hydra niezbędne jest stworzenie systemu stałego monitorowania, kontroli i oceny efektów realizacji jej celów i kierunków działania. Jednocześnie system ten może być wykorzystywany do ciągłego śledzenia zdarzeń, tendencji i procesów zachodzących w otoczeniu drukarni Hydra, jak i wewnątrz niej, które mogą wywierać pozytywny lub negatywny wpływ na osiąganie przyjętych celów rozwoju. Generalnie rzecz biorąc, systemy monitoringu i kontroli mają służyć do wykrywania:

- istniejących, bądź możliwych tendencji i zdarzeń powodujących zakłócenia w wykonywaniu decyzji wynikających z przyjętych ustaleń strategii,
- negatywnych konsekwencji tychże decyzji dla wdrożenia nowego procesu obsługi Klientów drukarni Hydra
- odchyłeń realizacyjnych od założonych celów rozwoju drukarni Hydra. Monitoring i kontrola realizacji ustaleń strategii ma służyć więc rozwiązywaniu problemów, gdyż nastawione są one na ich wykrywanie oraz zapobieganie ich skutkom. Pozwoli to na zwiększenie zdolności właściciela firmy do szybkiej i skutecznej reakcji na zmiany zachodzące zarówno w otoczeniu, jak i wewnątrz niej.

Rezultatem wdrożenia monitoringu efektów wdrożenia ma być wyciąganie wniosków z tego, co zostało, a co nie zostało zrobione, określenie przyczyn tego stanu rzeczy, a także modyfikowanie dalszych poczynań w taki sposób, aby osiągnąć zakładane cele. Innymi słowy, istotą procesu monitoringu i kontroli ma być stwierdzenie, czy wynik naszego działania (efekt końcowy) jest zgodny z zamierzeniami (cele i kierunki działania) oraz czy wszystkie czynności i środki zastosowanie w działaniu były potrzebne do osiągnięcia zamierzonego stanu.

Monitoring prowadzony będzie w zakresie rzeczowym i finansowym.

MONITORING RZECZOWY - obejmować ma skwantyfikowane dane obrazujące postęp w realizacji zapisanych w strategii zadań oraz umożliwiać będzie oceny ich wykonania w odniesieniu do celów rozwoju. Będzie się on posługiwał się dwoma rodzajami wskaźników, a mianowicie:

- **WSKAŹNIKAMI PRODUKTU** (dostarczają informacji o dobrach lub usługach wytworzonych w wyniku realizacji zadań) - opisują one rzeczy materialne lub usługi powstałe bezpośrednio w wyniku realizacji zadań, np. liczba nowych usług drukarni, liczba nowo zainstalowanych urządzeń
- **WSKAŹNIKAMI REZULTATU** (dostarczają informacji o zmianach jakie nastąpiły w wyniku realizacji zadań) - opisują one bezpośrednie i natychmiastowe efekty (korzyści) wynikające z realizacji zadań, np. liczba nowo pozyskanych klientów korporacyjnych, % zwiększenia wydajności usług drukarskich

MONITORING FINANSOWY obejmować będzie ocenę racjonalności i sprawności wydatkowania środków finansowych (własnych i zewnętrznych) na realizację ustaleń zawartych w strategii.

Monitoring i kontrola realizacji ustaleń strategii biznesowej drukarni Hydra będzie obejmowała w szczególności:

- zbieranie i interpretowanie (oceny) danych opisujących postęp i efekty realizowanych działań,
- bieżący nadzór, kontrolę i ocenę realizacji poszczególnych działań,
- wczesne diagnozowanie trudności mogących mieć niekorzystny wpływ na realizowane działania, zwłaszcza na ich terminowość i ostateczne koszty realizacji,
- korygowanie i modyfikowanie planowanych działań, jeśli nie ma szans i możliwości ich wykonania,
- weryfikację zgodności założonych planów finansowych z faktyczną ich realizacją,
- weryfikację zgodności uzyskiwanych efektów z założonymi celami,
- ocenę efektywności wykorzystania środków finansowych pozostających w dyspozycji

Przy ocenie efektów realizacji ustaleń strategii biznesowej drukarni Hydra należy uwzględnić następujące trzy kryteria:

- **Skuteczności**, co pozwoli określić, czy i na ile cele zapisane w strategii zostały osiągnięte,
- **Efektywności**, co pozwoli porównać zasoby zaangażowane przy realizacji danego przedsięwzięcia z rzeczywistymi osiągnięciami - jest to stosunek poniesionych nakładów do uzyskanych efektów,
- **Korzystności**, co pozwoli ocenić faktyczne efekty z realizacji danego przedsięwzięcia - jest to ocena "saldo" skutków pozytywnych i negatywnych powstałych w wyniku jego realizacji.

Ocena efektów zdefiniuje również czynniki, które przyczyniły się do sukcesu lub niepowodzenia we wdrażaniu poszczególnych przedsięwzięć, a także określi rekomendacje i proponowane zmiany w zapisach strategii.

4. Opracowanie strategii marketingowej dla wyrobu lub usługi będącej przedmiotem wdrożenia innowacji:

Przygotowanie strategii marketingowej ma na celu zaproponowanie dotychczasowym Klientom firmy Hydra nowego, lepszego, bardziej wydajnego procesu ich obsługi, a także zdefiniowanie oraz dotarcie do nowych grup odbiorców docelowych, którym drukarnia będzie mogła zacząć świadczyć usługi drukarskie, dzięki wdrożonej nowej strategii biznesowej.

Podstawowym zadaniem strategii marketingowej jest wyróżnienie produktu lub usługi w sposób, który najlepiej odpowiada na potrzeby klienta oraz daje przewagę w stosunku do konkurencji.

Cztery podstawowe pytania, na które ma odpowiadać stworzona strategia marketingowa są następujące:

- **Gdzie działamy?** - analiza rynku i jego segmentów.
- **Komu sprzedajemy?** - określenie segmentu docelowego i jego potrzeb.
- **Jaka jest konkurencja?** - analiza tego, w jaki sposób inni odpowiadają na potrzeby grupy docelowej.
- **Określenie, co jest ofertą firmy Hydra?**, co ją wyróżnia i za ile powinniśmy ją sprzedawać?

Strategia marketingowa ma dawać jasną informację, jak pozycjonować się w stosunku do konkurencji. Dzięki niej firma Hydra powinna wiedzieć, dla jakiego segmentu klientów przeznaczona jest jej oferta, znać potrzeby tego segmentu i odpowiadać na nie w inny (czytaj: lepszy) sposób.

Strategia marketingowa powinna dawać spójne wytyczne dla wszystkich działań firmy, czyli od kształtowania samego produktu i jego ceny po działania promocyjne i sprzedażowe. **Dzięki strategii marketingowej za każdym razem firma Hydra powinna wiedzieć, co należy powiedzieć o produkcie, jakich argumentów użyć i które kanały dotarcia do klientów wybrać.**

Posiadanie stworzonej strategii marketingowej pozwoli reagować na nowe ruchy rynku i konkurencji.

5. Pozostałe uzasadnione doradztwo niezbędne do wdrożenia innowacji technologicznej:

Usługa doradcza polegająca na:

- opracowanie dokumentacji funkcjonalnej oprogramowania IT,
- przygotowanie prototypu aplikacji w postaci makiet funkcjonalnych,
- opracowanie szczegółowego planu wdrożenia poszczególnych modułów aplikacji,
- wsparcie w pilotażowym wdrożeniu rozwiązania (testowanie funkcjonalności),
- wsparcie we wdrożeniu pełnego rozwiązania,
- napisanie instrukcji obsługi oprogramowania IT dla użytkowników oraz Admina,
- stworzenie FAQ - najczęściej zadawane pytania i odpowiedzi udostępnione on-line.

Rezultatem usługi będzie wdrożenie w pełni funkcjonalnego, przetestowanego na grupie roboczej oprogramowania dedykowanego dla drukarni Hydra, uwzględniającego potrzeby firmy w zakresie wdrożenia nowej strategii biznesowej.

Doradztwo w tym zakresie ma również doprowadzić do powstania pełnej dokumentacji oprogramowania IT, na podstawie której użytkownicy finalni (Klienci drukarni Hydra) oraz Administrator zarządzający oprogramowaniem, będą w stanie z niniejszej aplikacji korzystać, obsługiwać je oraz zarządzać.