

Confidential

The methodology presented in this document is the property of Magenta Consulting SRL, and thus cannot be transmitted to any other consulting company or used for developing a Request for Proposal by any other company than Magenta Consulting.

All Rights Reserved. © 2016 Copyright Magenta Consulting SRL

OFERTA TEHNICĂ

EFFECTUAREA STUDIULUI PRIVIND MIGRAȚIA ȘI REMITENȚELE ÎN ZONELE RURALE ALE MOLDOVEI

CNPF

18 iulie, 2019

magentaconsulting

Dumitru Slonovschi
Director General, Magenta Consulting

Bernardazzi, 38, et. 4
Chișinău, Republica Moldova
Email: d.slonovschi@consulting.md
www.consulting.md
Tel: +373 22 854384
Mob: +373 794 67559

1. OFERTA TEHNICĂ	3
2. EXPERTIZĂ MAGENTA CONSULTING	8
3. CV	11

1. OFERTA TEHNICĂ

IFAD finanțează proiectul de construire a capacităților Asociațiilor de Economii și Împrumut. Scopul proiectului fiind de a direcționa remitențele către zonele rurale ale Moldovei prin AEI pentru a îmbunătăți direcționarea fluxurilor de remitențe prin furnizorii reglementați de servicii financiare și de a spori incluziunea recipienților remitențelor din mediul rural.

Se dorește efectuarea unui sondaj care va analiza coridoarele-cheie și tendințele migrației, comportamentul financiar și preferințele gospodăriilor în legătură cu remitențele.

Pentru a atinge obiectivele setate în termenii de referință propunem o combinație dintre **metodă calitativă** (interviuri aprofundate) și **metodă cantitativă** (sondaj) de cercetare. Întrucât termenul este destul de restrâns, vom începe cu interviurile aprofundate, după ce vom efectua 3-4 interviuri, vom elabora chestionarul draft și deja în paralel cu lucrul asupra sondajului vom finaliza restul interviurilor planificate.

Interviurile în profunzime

Pentru a obține o informație aprofundată despre comportamentul și alegerilor migranților și familiilor lor, propunem efectuarea a 6 interviuri în profunzime cu migranți și 4 interviuri cu soții migranților / alți membri maturi ai gospodăriilor migranților. Toate persoanele vor fi din mediul rural.

Astfel, în total am efectua **10 interviuri**. Vom asigura diversitatea backgroundului respondenților – persoane cu mai multă experiență de migrare și mai puțină, persoane care au avut tentative de a lansa afacere și acei care nu au încercat să o facă. Suplimentar vom monitoriza și criteriul de țară în care lucrează/ au lucrat migranții (pentru ca să avem atât acei care au lucrat în UE – țările de nord și de sud, cât și acei care au lucrat în CSI).

Interviurile se vor efectua față în față urmând un ghid de moderare agreat cu beneficiarul studiului. Fiecare interviu va dura între 30 de minute și 1 oră.

Cu ajutorul interviurilor vom reuși să ne construim o părere despre scopurile cercetării și aceasta ne va ghida în elaborarea chestionarului pentru sondaj.

Sondaj

În privința sondajului pot fi analizate câteva alternative de efectuare a acestuia. Analizând termenii de referință, putem propune două abordări:

Opțiunea 1: Sondaj de incidență. Să efectuăm sondaj **reprezentativ pentru mediul rural la nivel național pe eșantion probabilistic de persoane cu vârstă între 18-65 care trăiesc în mediul rural, indiferent de faptul dacă aceste persoane au muncit peste hotare**. Persoanele care au muncit peste hotare/ membrii gospodăriilor în care cineva a muncit peste hotare în decursul ultimilor 2 ani cel puțin 3 luni vor răspunde la un chestionar mai lung, ceilalți vor răspunde la un chestionar mai scurt. Acest sondaj s-ar efectua cu respectarea pasului statistic și astfel, am reuși să obținem informația despre distribuția geografică a migranților, pentru ca să analizăm zonele de concentrare a acestora în țară. Cu bugetul propus pentru această cercetare, putem vorbi despre eșantionul de 1300 de persoane.

Opțiunea 2: Sondaj pe segmentul-țintă. Să efectuăm sondaj **pe eșantion de gospodării în care cel puțin un membru a lucrat peste hotare în decursul ultimilor 2 ani cel puțin 3 luni**. Acest sondaj s-ar efectua în mediul rural, chestionarele ar fi distribuite geografic proporțional numărului de populație și în baza altor date disponibile (inclusiv despre distribuția numărului de migranți pe raioanele țării). Astfel, ar fi un sondaj pe un eșantion non-probabilistic, pe cote geografice. Cu bugetul propus pentru această cercetare putem vorbi despre un eșantion de 1000 de respondenți.

Avantajul **primei opțiuni** constă în faptul că am avea date despre care sunt zonele de concentrare a migranților în profil geografic. Dezavantajul ar fi că spre exemplu, din 1300 de chestionare, am putea să avem un sub-eșantion mai mic de gospodării ale migranților, estimativ în jurul la 30% (adică aproximativ 390 de chestionare). Un alt dezavantaj ar fi că o parte dintre migranți – cazurile când întreagă gospodărie este plecată peste hotare – nu ar intra în cercetare (deoarece gospodăriile sunt părăsite) și astfel, statisticile de incidență a migranților ar putea fi subestimate și reprezentativitatea cercetării ar putea fi mai mică. Conform

altor cercetări efectuate, cota gospodăriilor abandonate este de circa 9% în întreaga republică, majoritatea aflându-se în mediul rural, suplimentar sunt circa 5% gospodării în care toți membri sunt în migrațiune¹.

Avantajul opțiunii **numărul doi** – de a efectua sondaj anume în rândul gospodăriilor migranților – constă în posibilitate de a avea 1000 de chestionare anume cu gospodăriile migranților cu diferit background (din diferite sate, care au lucrat în diferite țări ale lumii, care au diferite oportunități de investiție, o parte dintre care deja au reușit să investească), toți fiind din segmentul-țintă. Dezavantajul ar consta în faptul că această cercetare nu ne-ar fi permis să deducem în care arii există concentrații de migranți – am fi nevoiți să aplicăm diferite metode (inclusiv contactarea primăriei, a asistenților sociali, a liderilor locali de opinie) pentru a găsi respondenți în termeni restrânși întrucât 1000 de chestionare cu migranți pe un eșantion probabilistic și reprezentativ ar solicita mai mult timp și un buget mai mare (am fi nevoiți să selectăm localitățile și gospodăriile cu ajutorul unui pas statistic și să mergem urmând această rută, până nu colectăm numărul necesar de chestionare, în loc să întrebăm liderii de opinie din localitate despre gospodăriile migranților și să îi recrutăm direct pentru participare în sondaj.

Mai departe oferta tehnică și oferta financiară ia în calcul opțiunea 2 întrucât presupunem că majoritatea obiectivelor din termenii de referință mai curând se potrivesc anume acestei abordări, însă la etapa lansării studiului, clientul poate lua decizia că abordarea 1 mai curând va oferi informațiile necesare scopurilor sale. Atât cât nu s-a definitivat chestionarul și nu s-a început procesul de colectare a datelor, nu este târziu de a opta pentru prima metodologie, această decizie nu va afecta costurile.

Opțiunea 2

Eșantion: 1000 reprezentanți ai **gospodăriilor în care cel puțin un membru a lucrat peste hotare în decursul ultimilor 2 ani cel puțin 3 luni**. Acest sondaj s-ar efectua în mediul rural, chestionarele ar fi distribuite geografic proporțional numărului de populație și în baza altor date disponibile (inclusiv despre distribuția numărului de migranți pe raioanele țării). Astfel, ar fi un sondaj pe un eșantion non-probabilistic, pe cote geografice.

Conform unei cercetări efectuate de către Magenta Consulting pe un eșantion național reprezentativ, cu aplicarea eșantionării probabiliste, geografic au fost construite 11 grupuri geografice pe criteriul proximitate (care corespund fostelor județe) și s-au efectuat în total 1226 de chestionare, dintre care 197 cu persoanele care în decursul ultimelor 12 luni au trăit peste hotarele țării mai mult de 3 luni. Dintre acești 197, 114 au fost din mediul rural. Distribuția procentuală arată în felul următor:

Mediul rural	%
Orhei, Rezine, Șoldănești, Telenesti	17
Basarabeasca, Hâncești, Leova, Cimișlia	13
Bălți, Fălești, Glodeni, Râșcani, Sângerei	12
Taraclia, Cahul, Cantemir	11
UTAG	10
Anenii Noi, Criuleni, Ialoveni, Strășeni	10
Ungheni, Călărași, Nisporeni	7
Soroca, Drochia, Florești	6
Briceni, Edineț, Ocnița, Dondușeni	6
Căușeni, Ștefan Vodă	4
Mun. Chișinău	3
Total	100

Pe lângă datele de care dispune Magenta Consulting, vom solicita informații disponibile de la Proiectul Nexus și Biroul Național de Statistică pentru a obține o informație cât mai relevantă despre distribuția geografică a migranților și în baza rezultatelor acestei suprapunerii de date vom reuși să venim cu distribuția geografică a interviurilor.

¹ Studiul "Inovația în migrația circulară" efectuat la comanda organizației Nexus în 2014:
<http://www.nexusnet.md/ro/inovatie-migratia-circulara-migratie-si-dezvoltare-moldova/>

Sugerăm să aplicăm în această cercetare, de asemenea, gruparea raioanelor în 11 grupe pentru a asigura acoperire geografică bună pe teritoriul întregii țări. De asemenea, în colaborare cu clientul ar putea fi luată decizia de a elimina satele din municipiul Chișinău din analiză dacă se va considera că locuitorii acestor sate au un acces mai bun la joburi din Chișinău, precum și la serviciile financiare tuturor băncilor din Republica Moldova, întrucât toate băncile au sediul în capitală.

Suplimentar vom ține cont și de alte criterii, precum sexul migrantilor, vârsta lor.

Colectarea datelor: CAPI (sondaj față în față cu utilizarea tabletelor – Computer Aided Personal Interview).

Considerăm că datele trebuie colectate față în față întrucât tema sondajului este destul de sensibilă și mai multe persoane nu ar prefera să discute aspecte financiare cu persoane străine, nemaivorbind să le discute la telefon. Astfel, propunem efectuarea sondajului față în față cu utilizarea tabletelor (CAPI), ceea ce ne va permite să evităm costuri legate de dubla introducere a chestionarelor (necesară pentru sondaje PAPI – când se aplică chestionarele pe hârtie) și să evităm greșeli care pot apărea atunci când datele se colectează pe un suport (hârtie), iar ulterior se transferă pe alt suport (bază de date electronică).

Pre-testarea chestionarului

Chestionarul va fi elaborat sau ajustat de către Magenta Consulting în parteneriat strâns cu contractantul și toate comentariile și cerințele vor fi implementate. Pentru a elabora un chestionar potrivit necesităților clientului, propunem să începem proiectul cu o întâlnire cu clientul, în cadrul căreia se vor discuta obiectivele cercetării și activitățile, eficiența cărora urmează să fie evaluată prin cercetare.

Experiența noastră a dovedit necesitatea de pre-testare a chestionarelor și este un pas obligatoriu. Această abordare este utilă pentru identificarea întrebărilor care pot fi înțelese sau interpretate greșit de către respondenți. Prin urmare, chestionarul este îmbunătățit și adaptat populației țintă. În acest caz, chestionarul va fi testat pe 10 respondenți; cel puțin 3 chestionare se vor testa în limba rusă.

Obiectivele cercetării:

Din perspectiva migrantului

- Coridoarele-cheie a migrării în zonele rurale
- Formele, motivele și tendințele migrațiunii
- De ce oamenii migrează
- Pe cât timp ei migrează, dacă e temporar sau permanent
- Cât de des ei revin acasă
- În ce domenii ei lucrează peste hotare
- Care este nivelul lor de venit
- Care este volumul și scopul economiilor lor
- Care sunt tipurile de bază de investiții acasă
- Cum se lansează o afacere – atunci când persoana încă se află peste hotare sau după revenire
- Analiza rezultatelor în funcție de coridorul de migrațiune și specificul investițiilor făcute

Din perspectiva de familie

- Cine din familie a muncit peste hotare,
- Care membru al familiei a rămas responsabil de familia și alocarea remitențelor primite
- Dacă această persoană este economic activă,
- Cum se utilizează remitențele,
- Cum se iau deciziile despre gestionarea remitențelor de către persoana care trimite bani și persoana care le recepționează acasă,
- Cum se iau deciziile despre investiții între acei care trimit bani și acei care îi recepționează,
- Frecvența de transferare a remitențelor
- Sumele transferate,
- Canale utilizate pentru transferul banilor,
- Înclinația de a economisi formal vs. neformal,
- Serviciile financiare utilizate, formal și neformal,
- Constrângerile în accesarea și utilizarea serviciilor financiare,

- Nivelul de cunoștințe a serviciilor financiare existente inclusiv a celor oferite de către Asociațiile de Economii și Împrumut,
- Care este profilul recipienților înclinați să investească remitențele,
- Cum antreprenorii (foști migranți) au reușit să investească economiile lor agonisite în timpul muncii peste hotare,
- Analiza produselor oferite de către AEÎ – în ce măsură acestea se potrivesc recipienților de remitențe și care este nivelul de penetrare a acestor servicii în rândul gospodăriilor migranților

Analiza datelor

Pentru analiza datelor sondajului, Magenta Consulting utilizează softul statistic SPSS și generează nu doar rezultate generale pentru fiecare problemă, dar produce și cross-taburi demografice sau orice alte întrebări, demonstrând corelații/asociații cu întrebarea de interes. Fiecare rezultat este prezentat grafic și comentat.

În calitate de livrabile se vor furniza: Raport de cercetare în limba română și limba engleză prezentat în Word.

Toate datele vor fi analizate în funcție de criterii precum:

- 1) Aria geografică (nord, centru, sud, sau cele 11 grupe – se va decide împreună cu clientul)
- 2) Nivelul de venit al gospodăriei,
- 3) De când migrantul a început să lucreze peste hotare
- 4) Timpul petrecut în mediu pe an în afara țării pentru scopuri de lucru
- 5) Vârsta, sexul, nivelul de studii ale migrantului,
- 6) Ocupația peste hotare a migrantului.

Suplimentar pot fi discutate și alte criterii împreună cu clientul.

Raportul va include rezultate-cheie (insights) cu privire la diferite tipuri de recipienți de remitențe și migranți (profilul lor din perspectiva statutului financiar și economic, abilității lor antreprenoriale de a lansa o afacere).

Dacă se va decide să aplicăm prima metodologie de eșantionare – va fi posibil să oferim rezultate relevante despre ariile de concentrare a migrațiunii. Cu toate acestea, noi credem, că datele despre distribuția geografică a gospodăriilor migranților pot fi obținute din date secundare (precum BNS sau Nexus).

Raportul va oferi recomandări cu privire la:

- Ariile geografice în care să se facă intervenții prioritare (va fi posibil dacă se va alege opțiunea 1 de eșantionare, altfel, în cazul opțiunii numărul 2 vor fi trase unele concluzii, dar ele ar putea să fie mai puțin reprezentative la nivel geografic, întrucât noi vom căuta direcționat migrații)
- Profilele gospodăriilor sau indivizilor care sunt mai dispuși spre a profita de condiții financiare propuse de către proiect,
- Ce schimbări și adaptări sunt necesare pentru ca produsele existente ale AEÎ să corespundă așteptărilor segmentului-țintă
- Mesajele-cheie și capacitățile care trebuie dezvoltate pentru a încuraja și a-i abilita pe recipienții remitențelor de a apela la produsele AEÎ pentru economii și împrumut.

PLANUL DE LUCRU

		Luna 1				Luna 2			
		1	2	3	4	5	6	7	8
Kick-off meeting cu clientul (discutarea obiectivelor cercetării)									
Definitivarea metodologiei	Metodologie								
Elaborarea ghidului de moderare pentru interviuri									
Aprobarea ghidului de moderare de către client	Ghidul de moderare								
Efectuarea interviurilor									
Analiza datelor din interviuri									
Elaborarea chestionarului									
Aprobarea inițială a chestionarului de către CNPF									
Testarea chestionarului în limba română									
Traducerea chestionarului în limba rusă									
Testarea chestionarului în limba rusă									
Aprobarea finală a chestionarului	Chestionarul								
Training cu operatorii									
Colectarea datelor									
Pregătirea bazei de date									
Analiza datelor									
Livrarea raportului Word draft	Raport draft								
Feedback pe marginea raportului draft									
Livrarea raportului Word final	Raport final								
Traducerea raportului final în engleză	Raport în engleză								

Este important de luat în calcul timpul necesar clientului pentru aprobări și comentarii, deoarece aceasta poate influența termenii pentru lucrările care urmează. Astfel, este foarte binevenit când comentariile și aprobările se oferă în decurs de 1-2 zile lucrătoare.

Întrucât planificare în timp pare a fi foarte restrânsă, am sugera revizuirea acestuia împreună cu clientul. Este mereu spre binele studiului, când se reușește să se facă un pic mai mult din cercetarea calitativă înaintea să se înceapă sondajul, deoarece astfel, se colectează unele detalii importante care sunt utile în elaborarea chestionarului și respectiv acesta este mai calitativ. Însă dacă există un anumit deadline strict de care depinde perioada acestui proiect de cercetare – vom înțelege și vom face totul posibilul pentru a ne conforma planificării în timp prezentate mai sus.

2. EXPERTIZĂ MAGENTA CONSULTING

Magenta Consulting activează din anul **2006**. Exemple ale lucrărilor noastre pot fi găsite la adresa web: <http://consulting.md/rom/rapoarte-si-infografice> (3 pagini cu linkuri către rapoarte și prezentări).

1. Noi am realizat 1000 de cercetări de marketing și sociologice

Tipuri de proiecte de cercetare:

- Efectuăm sondaje (față în față pe hârtie, pe tabletă, la telefon, online);
- Organizăm focus grupuri;
- Efectuăm interviuri aprofundate;
- Organizăm vizite ale cumpărătorilor misterioși (www.mysteryshopping.md);
- Elaborăm strategii de poziționare a brandului, definim avantajul competitiv al brandului și elaborăm planul de promovare a brandului pentru noua poziționare;
- Desfășurăm cercetări prin metoda eye-tracking.

Clientul ne explică problema cu care se confruntă sau decizia pe care vrea s-o ia și noi definim metoda de colectare a datelor. În continuare, le colectăm și le analizăm. În rezultat primiți raportul sau prezentarea cu datele în formă de grafice și tabele, de asemenea, interpretarea lor analitică, cu recomandări și concluzii.

2. Avem experiență în efectuarea cercetărilor în domeniul Dvs.

Am efectuat cercetări de marketing în următoarele domenii:

- Produse alimentare: produse de panificație, produse din carne, apă îmbuteliată, bere, vin, băuturi răcoritoare, mâncare pentru copii, pește, ciuperci;
- Produse cosmetice și de îngrijire a corpului;
- Medicamente, farmacii, centre și servicii medicale;
- Centre comerciale și supermarketuri, magazine de haine;
- Magazine de echipamente și instalații sanitare;
- Industria ușoară;
- Servicii de învățământ – școli private, traininguri;
- Stații PECO;
- Materiale de construcție;
- Servicii turistice;
- Bănci;
- Servicii de telecomunicații;
- Mass-media.

Am efectuat cercetări sociologice în următoarele domenii:

- Educație;
- Drepturile copilului;
- Drepturile femeii;
- Medicină;
- Sistemul judiciar;
- Calitatea serviciilor autorităților locale;
- Preferințele politice ale cetățenilor;
- Gospodărie țărănească;
- Ecologie.

3. Reușim la timp

Pentru că avem:

- 38 de consultanți;
- 600 de interviuatori;
- 10 mașini pentru sondajele în afara capitalei;
- 11 ani de experiență în realizarea studiilor în întreaga țară.

4. Controlul calității

Datele noastre stau la baza deciziei pe care urmează s-o luați. Din acest motiv abordăm procesul de colectare și analiză a datelor cu toată responsabilitatea. În 2008 am obținut certificatul ESOMAR, Asociația Internațională de Cercetări de Marketing și Sociologice și respectăm standardele de calitate ESOMAR în efectuarea cercetărilor.

Etapă de definire a metodologiei. Sarcina definirii obiectivului și a misiunii, alegerii metodei de colectare a datelor, elaborării chestionarului sau a ghidului de moderare a focus grupurilor este încredințată doar consultanților seniori.

Etapă de colectare a datelor

- 1) Dacă este un chestionar, toți interviuatorii trec un training în care le este explicat obiectivul proiectului, metoda de analiză a datelor și abordarea față de fiecare întrebare din chestionar;
- 2) Procesul de colectare a datelor este urmărit de 4 supervizori – interviuatori cu experiență care pot contacta orice interviuator pentru verificarea prezenței, locului aflării lui și corectitudinea cu care sunt îndeplinite chestionarele;
- 3) 100% din chestionare pe hârtie sunt verificate în oficiu – noi verificăm corectitudinea completării chestionarelor și prezența răspunsurilor pentru fiecare întrebare;
- 4) 40% din chestionare sunt verificate la telefon – telefonăm respondenții și precizăm dacă au răspuns la întrebările din chestionar, cât a durat interviul, verificăm corectitudinea vârstei indicate și adresăm întrebările-cheie din chestionar.

Etapă de analiză a datelor. La scrierea rapoartelor lucrează doar consultanții și consultații seniori.

5. Echipa noastră

Echipa noastră: 38 de consultanți, dintre care – 6 consultanți seniori cu experiență de 5-11 ani.

Pregătirea noastră:

- Toți consultanții și consultanții seniori dețin o diplomă de studii superioare;
- 3 dintre consultanții seniori au trecut un curs de pregătire de un an în cercetări de marketing la Universitatea din Georgia, SUA;
- 3 dintre consultanții seniori au trecut un curs de pregătire de utilizare SPSS. Am însușit bine acest pachet software și acum organizăm traininguri unde predăm metodele de lucru cu acesta.

6. Clienții noștri

Companii internaționale, clienții noștri:

- Nestle
- BCR
- Lafarge
- Medpark
- Bayer Shering Pharma
- Lukoil
- McDonalds
- Coca-Cola
- Efes Vitanta
- Moldcell

Companii locale, clienții noștri:

- Rogob
- Aqua unIQa
- Gura Căinarului, Om
- Supraten
- Bemol
- Linella
- Sudzucker
- Franzeluța
- Sun Communications
- Unite
- Moldtelecom

Organizații internaționale, clienții noștri:

- UNICEF
- UNFPA
- WHO
- USAID
- Soros
- IREX

Structuri Guvernamentale și de stat ale Republicii Moldova, clienții noștri:

- Ministerul Educației (11 cercetări)
- Ministerul Sănătății (5 cercetări)
- Ministerul Economiei
- Departamentul de administrare judecătorească (DAJ)
- Comisia Electorală Centrală (CEC)
- Organizația de Atragere a Investițiilor și Promovare a Exportului din Moldova (MIEPO)

Organizații internaționale de cercetare:

- Gallup
- Ipsos
- Romir

3. CV

1.	Denumirea companiei	Magenta Consulting SRL		
2.	Numele persoanei	Dumitru Slonovski		
3.	Postul în companie	Director general, fondator, consultant senior		
4.	Data nașterii	29 iunie, 1979	Naționalitate	Republica Moldova
5.	Studii formale	ASEM – Academia Studiilor Economice din Moldova, Chișinău, Moldova Facultatea Finanțe <i>Doctorat, 2012</i> Universitatea din Gothenburg, Goth Facultate de Business, Economie și Drept <i>Masterat în științele businessului internațional, 2004</i> Universitate din Lund, Lund, Suedia Programul afacerilor europene <i>Masterat în științele managementului în afaceri și dreptului de afaceri, 2002</i> ASEM – Academia Studiilor Economice din Moldova, Chișinău, Moldova Facultatea Finanțe <i>Bănci și burse de valori, 2001</i> Universitatea din Oslo Studii în dezvoltarea internațională <i>Stagiere, 2000</i> ASEM – Academia Studiilor Economice din Moldova, Chișinău, Moldova Facultatea Relații economice internaționale <i>Drept în afaceri, 2001.</i>		
6.	Statut de membru în asociații profesionale	Membru ESOMAR		
7.	Alte instruirii	The University of Georgia instruire la distanță (Georgia, SUA) Principiile cercetărilor de marketing februarie 2014 - martie 2015 Deutsche Management Akademie Niedersachsen (DMAN) <i>Programul de Instruire a managerilor de la BMWi pentru antreprenori și administratori, 2010</i> Romsym Consulting SRL Training în SPSS, 2009		
8.	Țările în care dispune de experiență de lucru	Suedia, Moldova		
9.	Limbile			
10.		Limba	Vorbire	Citire
		Româna	Bine	Bine
		Rusa	Bine	Bine
		Engleza	Bine	Bine
		Franceză	Slab	Acceptabil
		Suedeza	Slab	Acceptabil
11.	Angajare			
12.	Peri oada	Organizația și post deținut. Informație de contact pentru referință	Țară	Activitățile executate
13.	2006/03 - prezent	Magenta Consulting Director general, consultant senior <i>Pentru recomandări:</i> <i>Batîri Irina, director executiv</i> <i>E-mail: i.batiri@consulting.md</i> <i>Tel: +373 22 854384</i>	Moldova	Gestionarea proiectelor de cercetare Elaborarea metodologiei de cercetare Scrierea rapoartelor Controlul calității Prezentarea rezultatelor cercetării Elaborarea de politici
14.	2010/09 – 2012/03	Research Institute for International Management Consultant în cercetări <i>Pentru recomandări:</i> <i>Dr. Peder Greve, cercetător</i> <i>E-mail: peder-mathias.greve@unisg.ch</i> <i>Tel: +4171 224 28 78</i>	Moldova	Elaborarea instrumentelor de cercetare Scrierea de rapoarte Interviuurile aprofundate Prezentarea rezultatelor cercetării

15. 201 2/06 - 2013/02	GIZ - Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei, Suportul Guvernului Republicii Moldova în domeniul de anti-corupție, reforma Ministerului Afacerilor Interne Consultant în cercetări <i>Pentru recomandări:</i> <i>Corneliu Omelian, asistent de program</i> <i>E-mail: corneliu.omelian@giz.de</i> <i>Tel: +37322 257319</i>	Moldova	Analiza datelor cantitative Scrierea de rapoarte Prezentarea rezultatelor
16. 201 0/06 - 2010/12	Initiatives for Change Consultant în cercetări <i>Pentru recomandări:</i> <i>Erik Parsons, Expert în comunicare</i> <i>E-mail: erik.parsons@iofc.org</i> <i>Tel: +41413101261</i>	Elveția	Elaborarea metodologiei de cercetare Managementul proiectului Analiza datelor Scrierea de rapoarte Elaborarea strategiei Interviurile aprofundate
17. 200 5/01 - 2006/02	Smart Business Solutions Consultant senior în cercetări <i>Pentru recomandări:</i> <i>Victor Todorasco, Director executiv</i> <i>E-mail: v.todorasco@smart.md</i> <i>Tel: +373 22 589540</i>	Moldova	Efectuarea cercetărilor Elaborarea metodologiei de cercetare Scrierea de rapoarte Managementul proiectelor
18. 200 4/05- 2005/01	Organizația de Promovare a Exporturilor din Moldova (MIEPO) Consultant senior în cercetări <i>Pentru recomandări:</i> <i>Alexandru Belschi, Manager departamentului</i> <i>E-mail: a.belschi@mepo.md</i> <i>Tel: +373 22 27 36 54</i>	Moldova	Efectuarea cercetărilor Elaborarea metodologiei de cercetare Scrierea de rapoarte Managementul proiectelor
19. 200 1/10- 2002/10	Utvecklingskollegiet i Lund AB Consultant junior <i>Pentru recomandări:</i> <i>Carl Strand Bergendorf, Director</i> <i>E-mail: strand@comhem.se</i> <i>Tel: +46 462110176</i>	Suedia	Asistent de proiect Analiza pieței Interviurile aprofundate

Cele mai recente proiecte ale consultantului. Rolul consultantului: lider de echipă.

Domeniu	Denumirea proiectului	Client	Anul	Scurtă descriere a proiectului
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2019	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Opinie Publică	Sondaj în rândul contribuabililor	Serviciul Fiscal de Stat	2019	De a studia nivelul de satisfacție al contribuabililor care au interacționat cu SFS recent. În cazul persoanelor fizice – de pe data de 1 ianuarie 2017 până în ziua interviuării și în cazul persoanelor juridice – de la începutul anului 2018.
Economie	Satisfacția antreprenorilor în legătura cu politica guvernamentală/ antreprenoriatul neformal în Moldova	SKDS	2019	Determinarea satisfacției antreprenorilor în legătură cu politica guvernamentală/ Antreprenoriatul neformal în Moldova
Sănătate	Mensana	Trimbos Moldova	2019	Scopul primar al studiului este comparația cunoștințelor, atitudinilor și practicilor în rândul medicilor și nursingelor din domeniul asistenței medicale primare, care a beneficiat de un training de 5 zile de la MENSANA cu medicii și nursele din raioanele non-pilot, care nu a beneficiat de un asemenea training.

Economie	Sondaj Național de opinie cu privire la nivelul de informare, atitudini și necesități de informare cu privire la implementarea și participare în Acordul de Asociere (AA) și Zona de Liber Schimb Aprofundat și Cuprinzător (DCFTA)	Proiectul UE Vizibilitate și comunicare pentru acțiunile referitoare la implementarea AA/DCFTA	2018	Scopul studiului a fost de a evalua percepția DCFTA de către comunitatea de afaceri, de a determina provocările și barierele cu care se confruntă comunitatea de afaceri în timpul punerii în aplicare a DCFTA și de a colecta opinii cu privire la asistența necesară în timpul punerii în aplicare a DCFTA și a celor mai bune tehnici de comunicare care trebuie aplicate pentru diseminarea informațiilor despre DCFTA.
Justiție, Gender	Public opinion poll on the judiciary system in Moldova	Open Justice Project (USAID)	2018	Studiul a avut drept scop cercetarea percepției eficienței și transparenței sistemului judecătoresc din Republica Moldova în rândul populației generale. Obiectivele acestui studiu au inclus: • cercetarea percepției sistemului judecătoresc; • cercetarea percepției reformei sistemului judecătoresc; • stabilirea utilizării tehnologiilor în instanțele judecătorești; • aprecierea accesului public la informații despre instanțele judecătorești și performanța judecătorilor.
Ecologie	EcoContact	EcoContact	2018	Scopul studiului: de a determina cunoștințele, atitudinile și practicile populației cu referire la inițiativa creării Parcului Național Nistrul de Jos. Obiective: - De a colecta date credibile care vor sta la baza Strategiei de Comunicare a inițiativei Parcul Național Nistrul de Jos și vor servi ca indicatori de referință pentru cadrul de Monitorizare și Evaluare; - De a servi drept prima măsură, pe baza căreia se vor elabora diferite valori de referință pentru îmbunătățirea percepției privind beneficiile și oportunitățile din zonă; - De a genera informații care vor ajuta Consorțiul să elaboreze campanii de informare și de advocacy relevante și oportune.
Drepturile copilului	UNICEF	UNICEF	2018	Oferirea datelor calitative și cantitative pentru următorii indicatori, care vor servi drept bază pentru Programul de țară al UNICEF 2018-2022: - proporția procurorilor, poliștilor, judecătorilor și avocaților care cred în reintegrarea socială de succes a copiilor în conflict cu legea, copiii victime și martori ai infracțiunilor; - proporția populației generale care crede în reintegrarea socială de succes a copiilor în conflict cu legea, copiii victime și martori ai infracțiunilor.
Sănătate	UNFPA Cancer Cervical	UNFPA	2018	Realizarea unui studiu KAP pentru a determina cunoștințelor, atitudinilor și practicilor privind prevenirea cancerului de col uterin în Republica Moldova.
Turism	Studiu privind turismul în Moldova	Chemomics	2018	În ansamblu, scopul acestui studiu a fost evaluarea percepției Moldovei ca destinație turistică, de a identifica componentele SWOT pe baza percepției turiștilor și de a evalua Scorul Net Promoter (NPS).
Drepturile omului, Gender	Studiu privind egalitatea între oameni în Republica Moldova	Consiliul Europei	2018	Studiul a vizat evaluarea atitudinilor și percepțiilor populației cu privire la diferite grupuri de persoane și grupuri vulnerabile și marginalizate din Republica Moldova. Au fost două obiective principale: 1) măsurarea distanței sociale manifestate de respondenți față de reprezentanții grupurilor vulnerabile, măsurate prin Indexul Distanței Sociale; 2) accentuarea și confirmarea stereotipurilor existente privind persoanele vulnerabile și marginalizate.
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Moldova	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale

Gender	Gender Study	Centrul National de Studii si Informare pentru Problemele Femeii Parteneriat pentru Dezvoltare (CPD)	2018	Evaluarea stereotipurilor de gen in cadrul unui sondaj national.
Opinie Publică	Studiu de piață pentru sectorul de fructe și legume din Moldova	HVAA (Chemonics, USAID)	2018	Scopul cercetării este de a obține o mai bună înțelegere a pieței interne pentru produsele proaspete (perisabile) în fiecare din lanțurile sale de valori (legume în aer liber, struguri de masă, mere și fructe de piatră, miere și fructe de pădure). Aceasta include: • De unde consumatorii preferă să achiziționeze aceste produse (supermarketuri, piețe deschise sau altele). • Produsele pe care consumatorii le achiziționează cel mai des. • Considerații care determină deciziile de cumpărare a consumatorilor (costul, siguranța alimentară, calitatea și cantitățile oferite). • Cum caracterele socio-economice influențează modelele de cumpărare ale consumatorilor.
Mass-media	Studiul de Audiență Mass-media	Centrul pentru Jurnalism Independent	2018	Scopul studiului a constat în măsurarea audienței mass-media în rândul consumatorilor la nivel național. Sondajul a inclus date despre audiența posturilor TV, Radio, Presa scrisă și cea On-line din RM.
Drepturile copilului, Drepturile omului	STUDIUL KAP CU PRIVIRE LA DREPTURILE MINORITĂȚILOR ETNICE	Terre des Hommes	2018	Scopul primar al studiului a fost evaluarea cunoștințelor, atitudinilor și practicilor copiilor, părinților și specialiștilor din comunitățile vizate privind coeziunea socială, diversitatea și toleranța față de minoritățile etnice.
Opinie Publică, Politic	STUDIUL PRIVIND PERCEPȚIA CETĂȚENILOR CU PRIVIRE LA ACTIVITATEA ASOCIAȚIEI PROMO-LEX PE PARCURSUL ANULUI 2017	Promo-Lex	2018	Obiectivele studiului au fost de a investiga: • percepția cetățenilor cu privire la activitatea Asociației Promo-LEX în contextul modificării sistemului electoral din Republicii Moldova; • percepția alegătorilor cu privire la modul în care a fost organizată și desfășurată campania electorală pentru referendumul local de revocare a primarului general al municipiului Chișinău; • percepția cetățenilor cu privire la subiectul finanțării partidelor politice din Republica Moldova și a activității de monitorizare a finanțelor partidelor desfășurată de Asociația Promo-LEX în anul 2017; • percepția cetățenilor cu privire la activitatea administrației publice locale de nivelul II și a activității de monitorizare a acestora de către Asociația Promo-LEX în anul 2017; • percepția cetățenilor cu privire la modul de realizare a funcției de control parlamentar de către organul legislativ suprem și a activității de monitorizare a acestui aspect de către Promo-LEX în anul 2017; • percepția cetățenilor cu privire la gradul de respectare a drepturilor omului în Republica Moldova; • percepția cetățenilor cu privire la activitatea Promo-LEX de promovare și implementare în Republica Moldova a standardelor internaționale în domeniul drepturilor omului; • alte subiecte relevante cu privire la reformele necesare în domeniul democrației și a drepturilor omului, precum și cu privire la viața social-politică din Republica Moldova în ansamblu.
Administrație publică	UIPAC 2017	CEP II, PIU (WBG)	2018	Scopul primar al studiului a constat în evaluarea indicatorilor Outreach și Effectiveness al organizațiilor ODIMM și MIEPO.
Opinie Publică, Securitate	Security Survey	Ambasada Americii din Chișinău	2018	Studiul este realizat pentru a evalua atitudinile față de relațiile de securitate bilaterale și multilaterale ale țării

Sănătate	Cunoștințe Atitudini și Practici Privind Consumul de Tutun și Alcool	OMS	2018	Scopul primar al studiului este de a determina nivelul cunoștințelor, atitudinilor și practicilor cu referire la obiceiurile legate de fumat în rândul populației din Republica Moldova.
Economie, Economie	Percepția asupra DCFTA în rândul comunității de afaceri	UNICEF	2018	The goal of the study was to assess the perception of DCFTA by the business community, determine the challenges and barriers the business community faces during implementation of DCFTA, and collect opinions about required assistance during implementation of DCFTA and the best communication techniques to be applied for dissemination of information about DCFTA.
Politic, Opinie Publică	Moldova	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Administrație publică	Studiu de evaluare și monitorizare a măsurii în care autoritățile publice își îndeplinesc funcțiile de reglementare și sunt "prietenoase" în interacțiunea cu întreprinderile	Jacobs Cordova & Associates (CEP II, IBRD, WBG)	2018	Scopul primar al studiului: Evaluarea performanței autorităților publice în procesul de reglementare a activității de întreprinzător.
Mass-media	Sondaj național privind percepția mass-mediei	Internews	2018	Pentru a obține o imagine de ansamblu asupra percepțiilor consumatorilor media, în baza ariei lor de reședință, vârstei și nivelului de educație, printre alți factori potențiali, sondajul a examinat: • Date despre cât de informați sunt consumatorii media despre evenimentele actuale; • Nivelurile potențiale de dezinformare; • Procentajul persoanelor care pretind că sunt capabile să determine când mass-media manipulează audiența și când prezintă fapte; • Care sunt cele mai populare posturi media și sursele de informare preferate (TV / radio / Internet / ziare, etc.), corespunzător ordinii fiecărui respondent; • Care sunt grupurile țintă cele mai vulnerabile la informații false sau înșelătoare; • Mijloacele media care sunt mai credibile: locale sau internaționale.
Agricultură, Educație	Evaluarea nevoilor de competențe ale forței de muncă în lanțurile de valori țintă	Chemomics	2017	Scopul studiului a constat în identificarea competențelor necesare sectorului privat, grupurilor specifice ale industriei și instituțiilor statului, afiliate cu lanțurile țintă de valori (mere, struguri de masă, fructe sămburoase, legume cu efect de seră/câmp deschis/miere și pomușoare) și să propună intervenții pentru a aborda competențele de bază a forței de muncă necesare pentru lanțul țintă de valori, pentru a-și satisface întregul potențial economic.
Politic, Opinie Publică	Name Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2017	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2017	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Public Opinion Barometer Republic of Moldova - April 2017	IPP	2017	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Economie	Satisfacția antreprenorilor în legătura cu politica guvernamentală/ antreprenoriatul neformal în Moldova	SKDS	2017	Determining Entrepreneurs' Satisfaction with Government Policy / Informal Entrepreneurship in Moldova
Opinie Publică	Percepția asupra Biroului Național de Statistică și asupra recensământului din 2014	Action Global Communications	2017	Principalul scop al studiului consta în evaluarea percepției grupelor țintă (Business, ONG-uri și populația generală) față de recensământul din 2014 și față de Biroul Național de Statistică.

Educație	Evaluarea percepției negative a potențialilor studenți și a părinților față de studiile vocaționale.	BDR Associates Strategic Communication	2017	Principalul scop al studiului constă în testarea percepției grupelor țintă față de studiile vocaționale. Rezultatul cercetării va fi utilizat de beneficiar în efectuarea unei campanii de sensibilizare prin comunicarea rezultatelor VET (Vocational Education Training) și schimbarea atitudinii față de IPT (Învățământul Profesional Tehnic).
Sănătate	Tuberculoza în Moldova, Cunoștințe, Atitudini și Practici	Centrul Pentru Politici și Analize în Sănătate (Centrul PAS)	2017	Centrul pentru Politici și Studii de Sănătate (Centrul PAS) implementează în prezent "Consolidarea controlului tuberculozei în Republica Moldova". Pentru a realiza obiectivul general al proiectului, este necesar să se evalueze nivelul cunoștințelor, atitudinii și practicilor populației generale și a grupurilor afectate în ceea ce privește tuberculoza.
Economie	Evaluarea Imaginii Băncii Naționale a Moldovei	PWC	2017	Evaluarea imaginii Băncii Naționale prin intermediul cercetării calitative

Numele persoanei:	Andrei Ciobanu			
Postul în companie:	Director de cercetări, consultant senior			
Naționalitate:	Moldovean			
Datele de contact:	e-mail: a.ciobanu@consulting.md mobile: +373 69024633 tel.: +373 22 85 43 84			
Țările în care dispune de experiență de lucru:	Moldova			
Ani lucrați în companie	Din 2011			
Cunoașterea limbilor:	Limba	Vorbire	Citare	Scriere
	Româna	Bine	Bine	Bine
	Rusa	Bine	Bine	Bine
	Engleza	Bine	Bine	Bine
Studiile	ULIM, Chișinău, Moldova Facultatea de economie <i>Licență, 2011</i> IHSN Toolkit training Regional Train the Trainers Workshop IHSN Microdata Management Toolkit Introducerea în Infografice și Vizualizarea datelor			

Perioada	Compania și postul	Țara	Activitățile îndeplinite
2016/06 - prezent	Magenta Consulting Partener și director de cercetări	Moldova	Șeful departamentului de analiză a datelor Gestionarea proiectelor de cercetări de marketing, sociale și politice Managementul proceselor organizaționale Elaborarea instrumentelor de cercetare și planificarea cercetărilor Analiza statistică a datelor, scrierea rapoartelor Prezentarea rezultatelor cercetărilor, lucru cu clienții
2013/03 – 2016/06	Magenta Consulting Consultant senior	Moldova	Gestionarea proiectelor de cercetări de marketing, sociale și politice Analiza statistică a datelor, scrierea rapoartelor Prezentarea rezultatelor cercetărilor, lucru cu clienții Elaborarea instrumentelor de cercetare și planificarea cercetărilor
2012/03 – 2013/03	Magenta Consulting Consultant	Moldova	Gestionarea proiectelor de cercetări de marketing, sociale și politice Analiza statistică a datelor, scrierea rapoartelor Prezentarea rezultatelor cercetărilor, lucru cu clienții Elaborarea instrumentelor de cercetare și planificarea cercetărilor
2011/03 – 2012/03	Magenta Consulting Consultant junior	Moldova	Analiza cantitativă și calitativă a datelor

Mai jos sunt prezentate cele mai recente proiecte în care a fost implicat consultantul. Rolul consultantului în aceste proiecte: manager de proiect, scriitor de rapoarte, analist.

Domeniu	Denumirea proiectului	Client	Anul	Scurtă descriere a proiectului
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2019	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Justiție, Gender	Public opinion poll on the judiciary system in Moldova	Open Justice Project (USAID)	2018	Studiul a avut drept scop cercetarea percepției eficienței și transparenței sistemului judecătoresc din Republica Moldova în rândul populației generale. Obiectivele acestui studiu au inclus: • cercetarea percepției sistemului judecătoresc; • cercetarea percepției reformei sistemului judecătoresc; • stabilirea utilizării tehnologiilor în instanțele judecătorești; • aprecierea accesului public la informații despre instanțele

				judecătorești și performanța judecătorilor.
Sănătate	UNFPA Cancer Cervical	UNFPA	2018	Realizarea unui studiu KAP pentru a determina cunoștințelor, atitudinilor și practicilor privind prevenirea cancerului de col uterin în Republica Moldova.
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Moldova	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Gender	Gender Study	Centrul National de Studii si Informare pentru Problemele Femeii Parteneriat pentru Dezvoltare (CPD)	2018	Evaluarea stereotipurilor de gen in cadrul unui sondaj national.
Sănătate	Cunoștințe Atitudini și Practici Privind Consumul de Tutun și Alcool	OMS	2018	Scopul primar al studiului este de a determina nivelul cunoștințelor, atitudinilor și practicilor cu referire la obiceiurile legate de fumat în rândul populației din Republica Moldova.
Politic, Opinie Publică	Moldova	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2018	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Administrație publică	Studiu de evaluare și monitorizare a măsurii în care autoritățile publice își îndeplinesc funcțiile de reglementare și sunt "prietenoase" în interacțiunea cu întreprinderile	Jacobs Cordova & Associates (CEP II, IBRD, WBG)	2018	Scopul primar al studiului: Evaluarea performanței autorităților publice în procesul de reglementare a activității de întreprinzător.
Mass-media	Sondaj național privind percepția mass-mediei	Internews	2018	Pentru a obține o imagine de ansamblu asupra percepțiilor consumatorilor media, în baza ariei lor de reședință, vârstei și nivelului de educație, printre alți factori potențiali, sondajul a examinat: • Date despre cât de informați sunt consumatorii media despre evenimentele actuale; • Nivelurile potențiale de dezinformare; • Procentajul persoanelor care pretind că sunt capabile să determine când mass-media manipulează audiența și când prezintă fapte; • Care sunt cele mai populare posturi media și sursele de informare preferate (TV / radio / Internet / ziare, etc.), corespunzător ordinii fiecărui respondent; • Care sunt grupurile țintă cele mai vulnerabile la informații false sau înșelătoare; • Mijloacele media care sunt mai credibile: locale sau internaționale.
Agricultură, Educație	Evaluarea nevoilor de competențe ale forței de muncă în lanțurile de valori țintă	Chemionics	2017	Scopul studiului a constat în identificarea competențelor necesare sectorului privat, grupurilor specifice ale industriei și instituțiilor statului, afiliate cu lanțurile țintă de valor(mere, struguri de masă, fructe sâmburoase, legume cu efect de seră/câmp deschis/ miere și pomușoare) și să propună intervenții pentru a aborda

				comptențele de bază a forței de muncă necesare pentru lanțul țință de valori, pentru a-și satisface întregul potențial economic.
Politic, Opinie Publică	Name Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2017	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Sondaj de evaluare a opiniei publice	Gallup (pentru IRI, finanțat de USAID)	2017	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Politic, Opinie Publică	Public Opinion Barometer Republic of Moldova - April 2017	IPP	2017	Evaluarea opiniei publice față de ultimele evenimente, aspecte politice și sociale
Economie	Satisfactia antreprenorilor în legatura cu politica guvernamentala/ antreprenoriatul neformal în Moldova	SKDS	2017	Determining Entrepreneurs' Satisfaction with Government Policy / Informal Entrepreneurship in Moldova
Opinie Publică	Perceptia asupra Biroului National de Statistica si asupra recensământului din 2014	Action Global Communications	2017	Principalul scop al studiului consta în evaluarea percepției grupelor țintă (Business, ONG-uri si populatia generala) față de recensământul din 2014 si fata de Biroul National de Statistica.
Educație	Evaluarea percepției negative a potențialilor studenți și a părinților față de studiile vocaționale.	BDR Associates Strategic Communication	2017	Principalul scop al studiului constă în testarea percepției grupelor țintă față de studiile vocaționale. Rezultatul cercetării va fi utilizat de beneficiar în efectuarea unei campanii de sensibilizare prin comunicarea rezultatelor VET (Vocational Education Training) și schimbarea atitudinii față de IPT (Învățământul Profesional Tehnic).
Sănătate	Tuberculoza în Moldova, Cunoștințe, Atitudini și Practici	Centrul Pentru Politici și Analize în Sănătate (Centrul PAS)	2017	Centrul pentru Politici și Studii de Sănătate (Centrul PAS) implementează în prezent "Consolidarea controlului tuberculozei în Republica Moldova". Pentru a realiza obiectivul general al proiectului, este necesar să se evalueze nivelul cunoștințelor, atitudinii și practicilor populației generale și a grupurilor afectate în ceea ce privește tuberculoza.
Economie	Evaluarea Imaginii Băncii Naționale a Moldovei	PWC	2017	Evaluarea imaginii Băncii Naționale prin intermediul cercetării calitative

Compania:	Magenta Consulting SRL			
Numele persoanei:	Irina Batîri			
Postul în companie:	Partener, Director executiv, consultant senior			
Naționalitate:	Republica Moldova			
Datele de contact:	e-mail: i.batiri@consulting.md mobil: +373 079778769 tel.: +373 22 85 43 84			
Țările în care dispune de experiență de lucru:	Moldova			
Ani lucrați în companie	Din 2008			
Cunoașterea limbilor:	Limba	Vorbire	Citare	Scriere
	Româna	Bine	Bine	Bine
	Rusa	Bine	Bine	Bine
	Engleza	Bine	Bine	Bine
	Franceză	Slab	Acceptabil	Slab
Studii formale și alte instruirii:	Universitatea din Georgia instruire la distanță (Georgia, SUA) Principiile cercetărilor de marketing februarie 2014 - martie 2015			
	Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Moldova Studii în marketing Masterat, mai 2011			
	Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, Moldova Economia mondială și Relații economice internaționale Licențiat în economie, mai 2008			
	Romsym Consulting SRL IT SPSS Training, 2009			
Experiența relevantă:				
Perioada	Compania și postul	Țara	Activitățile îndeplinite	
2017-prezent	Magenta Consulting, director executiv	Moldova	Elaborarea și implementarea strategiei companiei Asigurarea conlucrării eficiente între departamente Vânzări și aplicarea la proiecte	
2013- prezent	Magenta Consulting, Consultant senior	Moldova	Gestionarea proiectelor de cercetare Elaborarea metodologiei de cercetare și a instrumentelor de colectare a datelor (ghiduri de moderare, chestionare) Scrierea de rapoarte Moderarea interviurilor în profunzime și a focus grupurilor Analiza datelor calitative și cantitative Prezentarea rapoartelor către clienți Elaborarea strategiilor de comunicare Moderarea trainingurilor Vânzări și aplicarea la proiecte	
2010 - 2013	Magenta Consulting, Consultant	Moldova	Gestionarea proiectelor de cercetare Elaborarea metodologiei de cercetare și a instrumentelor de colectare a datelor (ghiduri de moderare, chestionare) Scrierea de rapoarte Moderarea interviurilor în profunzime și a focus grupurilor Analiza datelor calitative și cantitative Prezentarea rapoartelor către clienți Vânzări și aplicarea la proiecte	
2008 - 2010	Magenta Consulting, Consultant junior	Moldova	Gestionarea proiectelor de cercetare Scrierea de rapoarte Moderarea focus grupurilor și interviurilor în	

			profunzime Moderarea interviurilor în profunzime și a focus grupurilor Analiza datelor calitative și cantitative Prezentarea rapoartelor către clienți
În decursul celor 11 ani de lucru la Magenta Consulting, Irina Batîri a gestionat peste 60 de proiecte de cercetare, pentru care a scris și rapoarte de analiză. Proiectele în care Irina Batîri a fost implicată pot fi oferite la solicitare. Irina Batîri a fost implicată în calitate de co-autorul raportului în analiza datelor cercetării efectuate în anul 2015 pentru UNWomen cu privire la migrațiune.			

Nume:	Dumitru Silitrari		
Postul în cadrul companiei Magenta Consulting:	Expert logistică și lucru cu baze de date		
Naționalitate:	Moldovean		
Date de contact:	e-mail: d.siltrari@consulting.md mobil: +373 78011103 tel.: +373 22 85 43 84		
Țările în care dispune de experiență de lucru:	Moldova		
Ani lucrați în companie	Din 2008		
Cunoașterea limbilor:	Limba	Vorbire	Citire
	Româna	Bine	Bine
	Rusa	Bine	Bine
	Engleza	Bine	Bine
Studii formale și alte instruirii:	Academia Studiilor Economice din Moldva Chisinau, Moldova		
	Facultatea Business și Administrare		
	<i>MBA, Februarie 2010</i>		
	Academia Studiilor Economice din Moldva Chisinau, Moldova		
	Facultatea Bănci și Burse de Valori		
	<i>Licență în economie cu specializare în finanțe, mai 2008</i>		
Perioada	Compania și postul	Țara	Activitățile îndeplinite
2018/08 – Prezent	Magenta Consulting Partener și expert în logistică și lucru cu baze de date	Moldova	Lucru cu baze de date Validarea datelor Verificarea calității datelor în sondaje
2013 – 2018/08	Magenta Consulting Consultant senior, Directorul departamentului de Colectare a datelor	Moldova	Gestionarea departamentului de Colectare a datelor Organizarea colectării datelor pentru proiecte cantitative și calitative Lucru cu bazele de date Validarea datelor Verificarea calității datelor în sondaje
2010 – 2013	Magenta Consulting Consultant, Directorul departamentului de Colectare a datelor	Moldova	Gestionarea departamentului de Colectare a datelor Organizarea colectării datelor pentru proiecte cantitative și calitative Lucru cu bazele de date Validarea datelor Verificarea calității datelor în sondaje
2008/06 – 2010	Magenta Consulting Consultant Junior	Moldova	Gestionarea procesului de colectare a datelor

Dumitru Silitrari a fost implicat în peste 100 de proiecte în calitate de persoana responsabilă de gestionarea colectării datelor. La solicitare descrierea proiectelor domnului Silitrari poate fi prezentată.

Semnat:_____ Numele, Prenumele: Batîri Irina În calitate de: director executiv

Ofertantul: SC Magenta Consulting SRL Adresa: str. A. Bernardazzi, 38, et 4, Chişinău, MD-2001, Republica Moldova

MTender ID ocde-b3wdp1-MD-1562306997822, Achiziții.md ID 21009691