

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

OFERTĂ DE CERCETARE

SERVICII DE STUDII DE PIAȚĂ PRIVIND PERCEPȚIA OFERTEI TURISTICE LOCALE

24 August, 2021

magenta consulting



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. METODOLOGIA PROPUȘĂ	3
1.1 Cerințele beneficiarului	3
1.2 Metodologia propusă	4
1.2.1 Colectarea datelor	4
1.2.2 Analiza datelor	4
2. EXPERTIZĂ MAGENTA CONSULTING	5
3. DESCRIEREA ECHIPEI IMPLICATĂ ÎN STUDIU	8
Dumitru Slonovschi – manager de proiect	8
Andrei Ciobanu – Director al departamentului de analiză a datelor	9
Iana Semionova – Expert în analiza de date	9
Elena Șubă – Administrator și Director Financiar	10
Bîrca Victor – Director Logistica	10
ANEXE - REFERINȚE	11
ANEXE - CERTIFICAT ESOMAR	12

I. METODOLOGIA PROPUȘĂ

I.1 Cerințele beneficiarului

Scopul studiului este de a identifica așteptările cetățenilor, a evalua cererea reală a anumitor servicii, a înțelege oportunitățile în turismul domestic și direcțiile de implicare a Agenției de Investiții (eventual a partenerilor de dezvoltare) în vederea dezvoltării turismului.

Obiective:

Studiu va conține următoarele obiective (urmează a fi create 3 chestionare și metode de cercetare diferite – după necesitate):

- Cetățeni – percepția privind turismul național
- Agenții turistice, asociații și ghizi – oferta de produs, profilul consumatorului intern și străin.
- Parteneri de dezvoltare – direcțiile/ segmentele turistice prioritare spre a fi susținute.

Oferirea informațiilor structurate sub forma unui „Raport narativ cu prezentări grafice” în funcție de conținut predefinit:

Cetățeni:

- Segmentarea turiștilor locale în funcție de factorii socio-demografici
- Înțelegerea preferințelor, dorințelor și fricilor legate de turismul local a acestor segmente
- Cunoștințe privind inițiativele Agenției de Investiții (Căpâna Neam Poni, Ruta Ștefan cel Mare și Sfânt, Campania pe extern Moldova a Place to find yourself) o Evaluarea cunoștințelor despre destinațiile turistice locale
- Identificarea dorințelor în turismul domestic – restaurante, meșteșug, hiking etc
- Bugetul disponibil pentru servicii turistice locale
- Disponibilitatea de a conlucra cu agenții turistice sau ghizi
- Preferințe față de deplasare, alimentație și cazare
- Modalități de informare
- Propuneri pentru a îmbunătăți serviciile în domeniul turistic

Agenții turistice, asociații și ghizi:

- Probleme actuale legate de turismul local
- Modalitatea de comunicare cu turiștii dar și prestatorii o Dificultăți în lucrul cu preistorii locali
- Posibilități și capacități de organizare
- Propuneri pentru activități de turism
- Viziuni asupra îmbunătățirii sectorului de turism domestic o Posibilități și domenii de intervenție

Parteneri de dezvoltare

- Gradul de deschidere a partenerilor de dezvoltare privind susținerea turismului autohton
- Direcțiile prioritare spre a fi susținute din punct de vedere financiar o Durabilitatea menținerii suportului

Compania de cercetări urmează să modifice și să îmbunătățească obiectivele de cercetare propus mai sus, în baza cunoștințelor și a bunelor practici ale acestuia. Modificările structurii vor fi discutate și aprobate de persoana de contact a Agenției de Investiții din Moldova.

1.2 Metodologia propusă

Acest studiu necesită date cantitative (sondaje) și calitative (focus grupuri și interviuri în profunzime) pentru a asigura triangularea datelor și includerea în studiu a audiențelor propuse de către beneficiar – cetățeni, companii turistice și ghizi, proiecte internaționale, asociații și instituții de reglementare.

Propunem implementarea cercetării în câteva etape. În studiul precedent, prima etapă de colectare a datelor a fost un studiu explorator, pentru a determina necesitățile agențiilor turistice și a partenerilor, astfel sa ajuns la un chestionar comprehensiv. În acest studiu, propunem începerea studiului cu Sondajul în rândul cetățenilor, iar mai apoi validarea și discutarea rezultatelor cu agențiile turistice și partenerii.

1.2.1 Colectarea datelor

Această etapă prevede colectarea datelor cu cetățenii dar și cu agenții de turism, ghizi, instituții de reglementare.

Sondajul cu cetățenii – se va efectua print-o metodă combinată de colectarea a datelor – chestionar on-line, dar și apeluri telefonice – CATI. Se propune un eșantion de circa 1.000 respondenți, ceea ce va asigura o marjă de eroare de 3%. Magenta Consulting, dispune de suficiente date (sondaje recente) pentru a construi un eșantion corect și reprezentativ pentru populația din țară. Astfel, 2 sondaje se vor iniția în paralel – pe on-line (conform studiilor de penetrare a internetului și utilizării acestuia); și sondajul la telefon absolut aleatoriu pentru a asigura alte segmente de populație care nu accesează mediul on-line, rețele de socializare sau mass-media. Ulterior, datele se vor pondera, pentru a asigura o reprezentativitate națională. Pentru a asigura colectarea datelor on-line o să lansăm o campanie de atragere a respondenților prin promovarea cu plată a bannerelor sau a articolelor pe rețelele de socializare.

Focus Grupurile și interviurile în profunzime – se vor efectua cu celelalte audiențe – agențiile de turism, ghizi; dar și proiecte internaționale, instituții de reglementare a sectorului. Pentru respondenții care au o agendă mai încărcată o să aplicăm interviuri în profunzime. Efortul principal, oricum, va fi pe completarea grupurilor de discuții. Este important participanții nu doar să răspundă la întrebările moderatorului, dar și să discute între ei. Propunem 2 FG cu agențiile de turism și ghizi și circa 15 interviuri în profunzime cu celelalte audiențe. Ambele metode se vor implementa pe on-line.

1.2.2 Analiza datelor

Drept rezultat se va elabora un document care va include analiza datelor cantitative și calitative, în dinamică, în format Power Point în limba română.

Termenul de implementare a cercetării este de maxim 30 de zile din momentul aprobării chestionarului și ghidului de moderare.

2. EXPERTIZĂ MAGENTA CONSULTING

Magenta Consulting activează din anul 2006.

1. Noi am realizat peste 1300 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 omului;
- 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:

- 30 de consultanți;
- 300 de intervieutori;
- 10 mașini pentru sondajele în afara capitalei;

- 12 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 interviatorii 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 – interviatori cu experiență care pot contacta orice interviator 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: 30 de consultanți, dintre care – 7 consultanți seniori cu experiență de 5-17 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 (6 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. DESCRIEREA ECHIPEI IMPLICATĂ ÎN STUDIU

Dumitru Slonovschi – manager de proiect

Domnul Slonovschi este implicat în industria de consultanță de mai bine de 18 ani. El a fondat Magenta Consulting în 2006, în prezent cea mai importantă companie în cercetări sociologice și marketing pe piața moldovenească. El conduce Magenta în calitate de director general, cu toate acestea este foarte activ în implementarea proiectelor, managementul și dezvoltarea instrumentelor de cercetare pentru aproape fiecare proiect din companie.

Cunoștințele sale teoretice au fost consolidate la universitățile Lund și Goteborg din Suedia, în timpul celor două masterate, urmate de experiența de lucru într-o companie de consultanță din Lund. În 2012 a absolvit doctoratul la Academia de Științe Economice din Moldova și pentru a studia impactul datelor statistice (în special sondajele politice) asupra opiniei publice, a absolvit Academia de Științe din Moldova cu un masterat în securitate națională.

Din 2012, predă metode de cercetare și marketing studenților masteranzi, la două universități din Moldova.

Experiența sa profesională nu se limitează la proiecte de cercetări sociologice și de marketing. Aceasta include și elaborarea de politici pentru instituțiile guvernamentale (Educație, Justiție, Sănătate), dezvoltarea strategiei de marketing și comunicare (Strategia de marcă a țării, Strategia sectorului vinului, Strategia turismului, Strategia ISD; și strategiile de marketing pentru companii), formarea și coaching-ul pentru start-up-uri, co-fondator Dreamups - unul dintre primele acceleratoare pentru start-up-uri, susținut de Founder Institute SUA. Din 2006, a implementat și a gestionat cu succes peste 1.400 de proiecte de cercetare și consultanță la Magenta.

Domnul Slonovschi este un orator excelent și a fost invitat să participe la majoritatea evenimentelor și conferințelor publice legate de inovație, afaceri, startup-uri, marketing și vânzări. În 2013 a fost co-fondatorul celei mai mari conferințe de afaceri din Moldova - Bizpower.

Este important de menționat că, din 2008, Magenta implementează sondajul politic trimestrial pentru Institutul Republican Internațional (IRI) în parteneriat cu GALLUP și IPSOS. În Moldova, acesta este sondajul politic pe care se bazează toate organizațiile internaționale și ambasadele atunci când elaborează politici publice.

Din 2006, domnul Slonovschi a gestionat proiecte de cercetare pentru majoritatea organizațiilor internaționale precum Banca Mondială, IFC, USAID, PNUD, UNFPA, Ambasada SUA, OMS, GIZ, delegația UE etc. Cei mai mari clienți comerciali internaționali sunt Moldcell, Efes-Vitanta, Coca Cola, McDonalds, METRO, Jysk, Nestle, Lafarge, Lukoil etc.; și clienți locali precum: Moldtelecom, Linela, Starnet, Iute Credit, Franzeluta, Victoriabank etc.

Domnul Slonovschi aduce în mod constant inovații în Magenta și a introdus pe piața generală de cercetare din Moldova tehnologii precum - scanarea chestionarelor de pe hârtie, utilizarea tabletelor în colectarea datelor, eye-tracking, panel de sondaj on-line, dashboards pentru raportare etc.

Are abilități sociologice excelente și este foarte bun în eșantionare, controlul calității și management de proiect. Are o abordare carismatică și motivează echipele de proiect printr-un exemplu personal de muncă. În plus, domnul Slonovschi are o vastă experiență cu omologii instituționali, ministere, organizații internaționale, partide politice.

Din 2019, domnul Slonovschi este implicat în 2 studii de amploare care au loc în Botswana și Zambia, pe baza metodologiei PHIA (cercetarea impactului HIV / SIDA cu recoltarea sângelui), comandată de Centrul pentru Controlul Bolilor (CDC) din SUA și de Ministerul Sănătății local. Aceste sondaje se bazează pe eșantioane mari de peste 30.000 de persoane, cu peste 400 de enumeratori implicați. În aceste proiecte, domnul Slonovschi este implicat în dezvoltarea de aplicații CAPI, instruire, controlul calității, vizite înregistrate și verificări ale consistenței datelor.

Experiența multilaterală pe care o are domnul Slonovschi îl face un atu special în proiectele implementate de Magenta și oferă o valoare adăugată clienților noștri. Combinarea cercetării sociale cu cercetarea de marketing, proiectele locale și internaționale, teoria și practica, metodele de marketing și cercetare - îl face avantajul nostru competitiv.

Andrei Ciobanu – Director al departamentului de analiză a datelor

Domnul Ciobanu lucrează pentru Magenta Consulting de peste 10 ani și a gestionat mai mult de 500 de proiecte în diferite domenii. Domnul Ciobanu a acumulat o experiență profundă în managementul proiectelor, managementul persoanelor și tipurile de analiză a datelor.

Domnul Ciobanu este adesea un orator la numeroase conferințe de afaceri, ateliere, instruirii și lecții cu studenți. El este convins că prin promovarea activităților de cercetare, companiile pot înțelege mai bine diverse fenomene și pot lua decizii bazate pe cunoștință de cauză.

Domnul Ciobanu este un practicant pasionat a științei datelor, interesat de aplicarea tehnicilor statistice avansate, cum ar fi: construirea de modele de învățare automată, utilizarea algoritmilor de învățare nesupravegheați pentru a grupa date, efectuarea de predicții, construirea de sisteme de recomandare, crearea de rețele neuronale etc. Este avansat în cunoștințe de Python, în special datorită faptului că a urmat cursuri de specialitate în acest limbaj de programare.

De-a lungul carierei sale, a câștigat o vastă experiență în analiza cantitativă și calitativă a datelor atât în proiecte de cercetare comercială, cât și socială. El a fost expertul în consultanță pentru majoritatea proiectelor Magenta Consulting care implicau dezvoltarea metodologiei, proiectarea chestionarelor, eșantionarea, ponderarea și calculul indicatorilor compuși. Domnul Ciobanu are o vastă experiență lucrând cu proiecte și clienți de diferite dimensiuni, ceea ce a contribuit la capacitatea sa de a se adapta la diferite tipuri de nevoi de cercetare.

Domnul Ciobanu a gestionat proiecte de cercetare pentru majoritatea organizațiilor internaționale precum Banca Mondială, USAID, UNDP, UNFPA, Ambasada SUA. Unul dintre multele proiecte care caracterizează impactul muncii realizate de domnul Ciobanu este studiul KAP de bază (2018) și post-intervenție (2020) privind evaluarea cunoștințelor, atitudinilor și practicilor privind prevenirea cancerului de col uterin. Principiul metodologiei utilizate a fost triangularea atât a participanților (femeile din populația țintă, personalul medical, specialiști în sănătate și autorii politicii), cât și a metodelor de colectare a datelor (date cantitative și calitative primare și date secundare precum date statistice și analiza cadrului național care reglementează screeningul cervical). Pe baza studiului de bază din 2018, domnul Ciobanu și membrii echipei sale au oferit recomandări privind intervențiile atât pentru eforturile de comunicare cu populațiile țintă, cât și pentru schimbările sistemice necesare. Ca urmare, după implementarea intervențiilor de către beneficiar, în studiul post-intervenție cei mai importanți indicatori au crescut enorm (gradul de conștientizare și numărul de teste citologice efectuate de populația țintă s-au dublat).

Pe lângă cunoștințele sale în cercetări sociologice, domnul Ciobanu a reușit să dobândească o înțelegere profundă și să-și dezvolte cunoștințele în managementul proceselor de afaceri. De-a lungul anilor, el a făcut ca fluxul de lucru al organizației să fie mai eficient prin dezvoltarea procedurilor de lucru, a sistemului de management al cunoștințelor companiei, a proceselor de afaceri și a majorității măsurilor și procedurilor de control al calității implementate în proiectele de cercetare.

Iana Semionova – Expert în analiza de date

Dna Semionova lucrează pentru Magenta Consulting de 3 ani și a fost implicată atât în proiecte comerciale, cât și în proiecte sociale. Dna Semionova a câștigat experiență în analiza datelor și elaborarea rapoartelor pentru clienți vorbitori de limbă română, engleză și rusă. Are cunoștințe avansate de SPSS, analize de date și un background în psihologie ca valoare adăugată la implementarea tehnicilor de cercetare.

Dna Semionova este implicată în analiza, interpretarea, descrierea și redactarea datelor. A fost manager a peste treizeci de proiecte în domenii precum economie, mass-media, sănătate, drepturile copiilor, justiție, comerț cu amănuntul și altele. Dna Semionova are experiență în toate etapele de implementare a proiectului - dezvoltarea cercetării, proiectarea și testarea instrumentelor de cercetare, implementarea tuturor proceselor de cercetare, analiza datelor, redactarea raportului, prezentarea raportului. Ea asigură acuratețea și calitatea implementării proiectului, comunicând și menținând clientul la curent cu fiecare pas făcut.

Doamna Semionova gestionează analiza datelor primare și secundare, atât calitative (focus grupuri, interviuri aprofundate), cât și cele cantitative (sondaj).

Doamna Semionova a participat la proiecte pentru organizații precum Institutul Republican Internațional, Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare, Fondul Națiunilor Unite pentru Populație, Consiliul European, Comisia Națională pentru Piața Financiară, Trimbos, Terre des Hommes etc.

Elena Șubă – Administrator și Director Financiar

Doamna Șubă este implicată în industria financiară și cea de audit de mai bine de 5 ani. Are o vastă experiență de lucru cu ONG-uri și SRL-uri, în special cu cele care operează pe baza fondurilor străine sau locale. În prezent, ea conduce Departamentul Financiar și este manager de proiect administrativ pentru fiecare proiect din companie. Este direct implicată în bugetarea proiectelor, elaborarea contractelor, cooperare cu Centrul Național pentru Protecția Datelor cu Caracter Personal (NCPDP) și alte autorități, facturare, documente de acceptare a serviciilor și în auditul anual de proiecte.

Activitatea sa anterioară ca manager de proiect logistic pentru unul dintre cele mai mari festivaluri din Moldova, cu 10.000 de participanți, a ajutat-o să dezvolte unele abilități de management cheie precum rezistența la stres, precizie, claritate, multitasking și abilitatea de a coordona cu diferite echipe, participanți și sponsori în același timp.

Experiența sa financiară și administrativă include raportarea proiectelor sociale, lucrul în organizații neguvernamentale, înțelegerea procesului de luare a deciziilor în afaceri; cunoașterea pieței și lucrul pentru atingerea obiectivelor strategice ale proiectului.

Are abilități analitice excelente care au fost demonstrate în cadrul celui mai mare proiect din Moldova - GGS, precum și abilități sociologice și o abordare creativă de rezolvare a problemelor pe care o folosește zilnic în munca sa în timp ce colaborează cu Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale, Serviciul Fiscal de Stat, Agenția Națională pentru Supravegherea Sănătății etc.

Bîrca Victor – Director Logistica

Domnul Bîrca lucrează pentru Magenta Consulting de mai bine de 7 ani. Are o vastă experiență de peste 450 de proiecte sociale și comerciale, inclusiv în cel mai mare studiu din Republica Moldova - Generații și Gen, cu peste 10.000 de chestionare și 100 de operatori de teren sub supravegherea acestuia.

El gestionează proiectele calitative și cantitative pentru cele mai mari companii din Republica Moldova, beneficiari străini, organizații guvernamentale și neguvernamentale.

Domnul Bîrca s-a dovedit un lider de echipă excelent, motivând și coordonând echipa departamentului de logistică, formată din manageri de proiect, manageri regionali, operatori regionali, echipe mobile de operatori și o echipă de conversie.

El supraveghează activitatea a 4 subdepartamente: logistică și colectare de date, CATI, cumpărătorul misterios și de prelucrare a bazelor de date. Echipa sa de 12 manageri de proiect, inclusiv experți în prelucrarea datelor colectate, pregătirea bazelor de date, programarea sondajelor în format electronic, reprezintă o provocare la nivel de gestionare, dar Dnul Bîrca reușește să conducă cu succes echipa sa, pentru a atinge împreună cele mai bune rezultate.

Simultam, Dnu Bîrca conduce o echipă de peste 100 de interviatori din toată țara. Unii dintre ei au experiență în colectarea datelor de teren, iar alții trebuie supravegheați pe deplin pentru primul an de activitate.

Principalul său obiectiv în calitate de conducător de echipă este de a asigura calitatea datelor de teren, de a respecta termenele limită și de a atinge obiectivele studiului conform cerințelor clienților. Dnul Bîrca comunică periodic cu reprezentanții beneficiarului și coordonează cu ei toate etapele de colectare a datelor.

Având cunoștințe în metodologiile de colectare a datelor recunoscute la nivel internațional, el asigură că datele cu caracter personal sunt colectate numai în scopuri statistice, stocate și procesate în conformitate cu scopurile proiectului. El este responsabil pentru calitatea informațiilor colectate prin diferite metode de verificare - verificări în teren, verificări ale înregistrărilor audio, verificări de apel invers, controlul protocoalelor testate și aprobate de partenerii noștri externi, verificări a bazelor de date - verificări încrucișate.

ANEXE - REFERINȚE

Rasa Alisauskiene
General Director, Baltic Surveys Ltd. / The Gallup Organization
Email: info@baltic-surveys.lt

Nicolae Panfil
Program Coordinator, Asociatia Promo-LEX
(+373 22) 45 00 24, Email: nicolae.panfil@promolex.md

Natalia Ionel
Communications and Outreach Consultant, USAID Open Justice Project
+373 78 193 027, Email: nionel@openjustice.md

Cynthia Steen
Chief of Party, USAID High Value Agriculture Activity in Moldova,
Implemented by Chemonics International
+373-069-444-114, Email: csteen@moldovaagro.com

Teodora Rebeja
Program Manager on Child Protection and Migration, Terre des Hommes
Tel: (+373 22) 238039; 238637, E-mail: teodora.rebeja@tdh-moldova.md

Eugenia Berzan,
Reproductive Health Programme Analyst, UNFPA
+373 69904257, Email: berzan@unfpa.org

Silvia Roman-Severin
Head of Moldovan office, Konrad Adenauer Stiftung
+ 373 687 20 888, E-mail: silvia.roman@kas.de

ANEXE - CERTIFICAT ESOMAR

