

TERMENI DE REFERINȚĂ pentru selectarea unei companii sociologice care va efectua un studiu privind vizibilitatea și percepția alegătorilor cu privire la activitatea Misiunii de Observare și a Campaniei “Ieși la Vot” desfășurate în contextul Alegerilor Președintelui Republicii Moldova din 30 octombrie 2016

Извините, этот текст доступен только в "[Румынский](#)". For the sake of viewer convenience, the content is shown below in the alternative language. You may click the link to switch the active language.

Nr. ref. 41 din 21.11.2016

Contextul anunțului: Asociația Promo-LEX desfășoară în perioada 26 iulie 2016 – 25 iulie 2019 Programul “Democrație, Transparență și Responsabilitate”. Programul este susținut financiar de către Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare (USAID), Contract de Grant AID-117-A-16-00002. În cadrul Programului dat, în perioada August – Decembrie 2016, Asociația Promo-LEX desfășoară Misiunea de Observare a

Alegerilor Președintelui Republicii Moldova din 30 octombrie 2016.

Scopul Misiunii de Observare este de a promova alegeri libere, corecte și transparente precum și de a spori încrederea publicului în procesul electoral prin:

- monitorizarea pe termen lung a perioadei pre-electorale dar și a perioadei post-electorale;
- observarea zilei alegerilor (100% acoperire a secțiilor de vot din țară și a cca. 40% din secțiile de vot deschise peste hotare);
- promovarea transparenței finanțelor concurenților electorali/partidelor politice prin monitorizarea modului de raportare publică a veniturilor și cheltuielilor acestora pe parcursul campaniei electorale și în afara acesteia;
- prevenirea fraudelor electorale prin furnizarea de informații imparțiale și non-partizane cu privire la desfășurarea campaniei electorale;
- numărarea rapidă și în paralel a voturilor în baza proceselor verbale de totalizare a rezultatelor votării furnizate de observatorii pe termen scurt;
- elaborarea propunerilor de îmbunătățire a legislației și a practicilor electorale în baza concluziilor și a recomandărilor formulate de Misiunea de Observare.

Misiunea de Observare a alegerilor beneficiază, de asemenea, de suportul financiar al National Endowment for Democracy (NED), al Ambasadei Marii Britanii la Chișinău și al Consiliului Europei.

Concomitent cu Misiunea de Observare a Alegerilor, Asociația Promo-LEX implementează Campania "Ieși la Vot", scopul căreia este de a contribui la mobilizarea alegătorilor și promovarea unui vot informat și conștient în rândul cetățenilor Republicii Moldova cu drept de vot. Grupul țintă al Campaniei îl reprezintă cetățenii Republicii Moldova cu drept de vot. În

cadrul Campaniei "Ieși la Vot" au fost organizate 9 dezbateri publice electorale la Postul public de televiziune Moldova 1, au fost lansate și difuzate patru spoturi video și au fost organizate activități de informare a alegătorilor la nivel național. De asemenea, Asociația Promo-LEX a oferit 3 subgranturi pentru mobilizarea alegătorilor și promovarea votului informat și conștient altor trei organizații nonguvernamentale.

Scopul concursului este de a selecta o companie sociologică pentru realizarea unui studiu privind vizibilitatea și percepția cetățenilor/alegătorilor cu privire la activitatea Misiunii de Observare și a Campaniei "Ieși la Vot", desfășurate de către Asociația Promo-LEX, în contextul Alegerilor Președintelui Republicii Moldova din 30 octombrie 2016.

Cercetarea va fi efectuată în baza unui sondaj de opinie realizat la nivel național și se va axa pe următoarele aspecte:

- percepția cetățenilor/alegătorilor cu privire la modul în care a fost organizată și desfășurată campania electorală pentru alegerea Președintelui Republicii Moldova;
- percepția cetățenilor/alegătorilor cu privire la activitatea Misiunii de Observare Promo-LEX în campania electorală pentru alegerea Președintelui Republicii Moldova;
- vizibilitatea Misiunii de Observare Promo-LEX și a produselor acesteia în contextul alegerilor Președintelui Republicii Moldova din 30 octombrie 2016;
- percepția cetățenilor/alegătorilor cu privire la Campania "Ieși la Vot" desfășurată de Promo-LEX;
- vizibilitatea Campaniei "Ieși la Vot" desfășurată de Asociația Promo-LEX.
- alte subiecte relevante cu privire la viața social-politică și reformele necesare în domeniul dat.

La elaborarea ofertei se va tine cont de următoarele cerințe:

- Populația țintă a studiului: cetățeni cu vârsta de 18 ani+, aflați pe teritoriul Republicii Moldova;
- Volumul eșantionului (realizat): minim 1300 – maxim 1600 persoane;
- Tipul eșantionului: probabilist, bistadial, stratificat;
- Sondajul va avea la bază un chestionar cu minimum 50 – maximum 100 întrebări, plus circa 5 – 10 întrebări deschise;
- Aplicarea chestionarului: față-în-față. Cerința minimă este metoda PAPI (paper-assisted-personal-interview). Va fi apreciată suplimentar oferta ce propune metoda CAPI (computer-assisted-personal-interview), în particular dacă aceasta permite verificarea în timp real a situației din teren și vizualizarea on-line a datelor colectate;
- Chestionarul va fi realizat de către compania sociologică. Reprezentanții companiei selectate vor colabora cu Promo-LEX în faza de elaborare și ulterior de pretestare a chestionarului, pentru eventuale ajustări, inclusiv pentru a asigura o durată medie optimă de aplicare a acestuia;
- Chestionarul va fi pus la dispoziția Promo-LEX în limba română. Asociația Promo-LEX va fi responsabilă de traducerea în limba rusă a chestionarului iar compania selectată va verifica și confirma varianta finală a acestuia în limba rusă. Respondenților li se va oferi posibilitatea să aleagă una din cele două limbi;
- Compania selectată va fi responsabilă pentru realizarea tuturor instrumentelor ajutătoare, necesare eventual operatorilor în activitatea acestora.

Studiul va fi efectuat în câteva etape:

1. Pregătirea cercetării

1. Proiectarea eșantionului;

2. Formatarea chestionarului. Compania selectată va formata chestionarul pe tiparele utilizate de operatorii săi, după aprobarea variantei finale a chestionarului;
3. Pilotarea chestionarului. Vor fi pre-testate 20 de chestionare, 10 în mediul urban și 10 în mediul rural. Persoanele selectate pentru interviuri vor fi de diferite vârste și diferite nivele de studii. La finalul pretestării, compania selectată va realiza un scurt raport în care va discuta eventualele erori de proiectare a chestionarului (durata, limbajul, dificultatea înțelegerii etc.);
4. Îmbunătățirea chestionarului, în funcție de rezultatul pilotării, de comun acord cu Promo-LEX;
5. Traducerea chestionarului în limba rusă;
6. Formatarea și pregătirea chestionarului pentru tipar;
7. Multiplicarea chestionarelor, ținând cont de volumul eșantionului realizat. Chestionarele vor fi tipărite în limba română și limba rusă, reieșind din cotele respective ale populațiilor vorbitoare de aceste limbi pe țară, astfel încât toți respondenții să aibă posibilitatea să aleagă una din versiuni;
8. Pregătirea machetei bazei de date;
9. Elaborarea instrucțiunilor pentru operatori și instruirea operatorilor.

2. Culegerea datelor

1. Aplicarea chestionarului la nivel național;
2. Introducerea chestionarelor în baza de date;
3. Corectarea și etichetarea bazei de date, calculul variabilei de ponderare (dacă este necesar).

3. Elaborarea raportului cercetării și prezentarea datelor preliminare ale sondajului public

1. Analiza statistică a datelor preliminare, în funcție de variabilele indicate de Promo-LEX;
2. Elaborarea raportului statistic, care va include analiza

- frecvențelor, a corelațiilor în funcție de variabilele indicate de Promo-LEX; Raportul statistic va include de asemenea descrierea procesului de cercetare, a modalității de elaborare a eșantionului, rezultatele pilotării, problemele cu care s-a confruntat compania pe parcursul cercetării și modalitățile de depășire a lor;
3. Prezentarea datelor în formă tabelară și diagrame;
 4. Realizarea raportului metodologic, care va cuprinde: fișele de eșantionare, lista cu operatorii care au participat la cercetare, raportul de control intern, descrierea eventualelor probleme întâmpinate în teren, analiza refuzurilor de a răspunde și analiza statistică a non-răspunsurilor la întrebări din chestionar. Raportul va fi cât mai succint posibil.

Obligațiile și responsabilitățile companiei sociologice:

- Va colabora activ cu Asociația Promo-LEX în vederea realizării prezentei cercetări;
- Va realiza sondajul de opinie în conformitate cerințele descrise mai sus;
- Va elabora și discuta cu reprezentanții Promo-LEX eșantionul, conform reperelor prezentate mai sus;
- Va elabora chestionarul pentru sondaj (instrumentul de cercetare) în strânsă consultare cu Promo-LEX;
- Va testa instrumentul de cercetare și va discuta rezultatele testării cu reprezentanții Promo-LEX;
- Va coordona în prealabil cu Promo-LEX modul, perioada și realizarea colectării de date propriu zisă;
- Va garanta că modalitatea de colectare a datelor asigură calitatea, integritatea și fezabilitatea acestora (10% din totalul răspunsurilor vor fi verificate/controlate în mod aleatoriu);
- Va prezenta datele colectate pe suport electronic, în formatul convenit în prealabil cu Promo-LEX;
- Compania va elabora un raport succint în care va prezenta metodologia studiului și alte detalii relevante

convenite în prealabil cu Promo-LEX.

- Va participa la ședințele de lucru cu reprezentanții Promo-LEX;
- Va menține confidențialitatea datelor referitoare la metodologie, chestionare, rezultatele cercetării care vor face obiectul drepturilor de autor al Asociației Promo-LEX.

Rezultate așteptate:

1. Raportul despre rezultatele efectuării etapei pilot cu propuneri pentru îmbunătățirea chestionarelor;
2. Baza de date în SPSS;
3. Raportul statistic final prezentat în tabele și diagrame în Excel;
4. Raportul metodologic la finalul cercetării.

Termenul de executare a studiului: decembrie 2016 – ianuarie 2017.

Calificarea și experiența necesară pentru executarea contractului:

- Cel puțin 5 ani de experiență în efectuarea cercetărilor sociologice la nivel național și regional;
- Experiență anterioară în efectuarea cercetărilor în domeniul politic, electoral, drepturilor omului va constitui un avantaj;
- Experiență anterioară de analiză statistică a datelor colectate și de elaborare a rapoartelor;
- Experți de calificare înaltă cu experiență vastă în organizarea cercetărilor sociologice (CV-urile vor fi incluse ca parte componentă a ofertei);
- Rețea dezvoltată de interviatori calificați care acoperă întreaga țară (interviewatorii vor fi instruiți în ceea ce privește obiectul cercetării);
- Abilități demonstrate de a opera în limitele unui buget și de a asigura rezultate de calitate;

- Abilități de comunicare și aptitudini de relaționare interpersonale necesare pentru a colabora eficient cu reprezentanții beneficiarului cercetării.

Condiții de participare: în vederea participării la concurs companiile sociologice urmează să prezinte oferta tehnică și financiară.

Oferta tehnică va include:

- Metodologia de eșantionare elaborată în baza cerințelor metodologice menționate mai sus;
- Lista localităților unde va fi efectuată cercetarea și numărul de persoane intervievate în fiecare localitate;
- Descrierea detaliată a metodologiei aplicate la etapa de pilotare a chestionarelor;
- Descrierea rețelei de interviuatori și a modulului cum vor fi instruiți înainte de cercetare;
- Descrierea metodelor de colectare și procesare a datelor;
- Planul de lucru cu indicarea rezultatelor așteptate la fiecare etapă și a persoanei responsabile pentru supervizarea activității;
- Lista cercetărilor sociologice efectuate în ultimii 2 ani, la nivel național sau regional cu descrierea scurtă a obiectivelor lor;
- CV-urile experților calificați care vor fi implicați în pregătirea, colectarea, monitorizarea procesului de cercetare și analiza datelor colectate.

Oferta financiară va include:

- Bugetul cercetării în USD inclusiv TVA și la cota 0 TVA (plata va fi efectuată în MDL la cursul băncii comerciale a beneficiarului din ziua transferului);
- Oferta financiară va include de asemenea cheltuielile detaliate aferente realizării acestui serviciu, inclusiv cheltuielile de comunicare, transport etc., precum și

specificarea numărului și mărimii tranșelor în care va fi solicitată plata;

- Bugetul cercetării va fi însoțit de declarația ofertantului despre disponibilitatea de a livra servicii la cota 0 TVA (Asociația Promo-LEX va pune la dispoziția ofertantului selectat actele necesare care confirmă dreptul de a procura bunuri și servicii la cota 0 TVA).

Dosarul de aplicare mai trebuie să conțină:

- Datele de contact ale companiei și numele persoanei de contact;
- Numele fondatorilor companiei;
- Datele bancare ale companiei;
- Semnătura persoanei autorizate și ștampila umedă a companiei.

Criterii de evaluare și selecție a ofertantului: Punctajul evaluării (maximum 100 de puncte) ar reprezenta o cumulare a punctajului obținut de oferta tehnică (maximum 65 puncte) și oferta financiară (maximum 35 puncte). Oferta tehnică și financiară vor fi evaluate în baza următoarelor criterii:

- Experiența demonstrată, în baza calificărilor expuse mai sus (maximum 25 puncte);
- Descrierea clară a metodologiei de lucru și fezabilitatea planului de acțiuni (maximum 40 puncte);
- Valoarea totală a ofertei financiare (inclusiv și cheltuielile aferente) (maximum 30 puncte);
- Numărul și mărimea tranșelor în care va fi solicitată plata și etapele efectuării acestora (maximum 5 puncte).

Termenul limită de prezentare a dosarului: 25 noiembrie, ora 16.00. Ofertele vor fi prezentate în format electronic, prin e-mail la adresa tender.promolex@gmail.com cu mențiunea **“Ofertă comercială pentru servicii de organizare a unui sondaj de opinie”**. Dosarul va include atât oferta tehnică, precum și oferta financiară.

Pentru informații suplimentare, contactați: Nicolae Panfil, Coordonator de Program, Asociația Promo-LEX, prin e-mail la adresa nicolae.panfil@promolex.md. Informații suplimentare pot fi solicitate doar în scris până la 24.11.2016, ora 10.00. Pentru a asigura condiții echitabile pentru toți potențialii prestatori, Promo-LEX va răspunde în scris tuturor solicitanților nu mai târziu de 24.11.2016 ora 17.00, compilând într-un singur mesaj răspunsurile la toate întrebările parvenite de la companiile interesate.

Misiunea Asociației Promo-LEX este de a contribui la dezvoltarea democrației în Republica Moldova, inclusiv în regiunea Transnistreană, prin promovarea și apărarea drepturilor omului, monitorizarea proceselor democratice și consolidarea societății civile. Asociația Promo-LEX este o organizație non-guvernamentală, apolitică și nonprofit. Asociația Promo-LEX a fost înregistrată la Ministerul Justiției la 19 iulie 2002 și își desfășoară activitatea pe întreg teritoriul Republicii Moldova.