MINISTERUL AFACERILOR INTERNE

DEPARTAMENTUL PENTRU SITUAŢII DE URGENŢĂ

INSPECTORATUL GENERAL PENTRU SITUAŢII DE URGENŢĂ

****

**C ă t r e,**

**TERMENI DE REFERINȚĂ**

**Serviciu de consultanță– realizare studiu sociologic privind identificarea modului de conștientizare și schimbare a comportamentului publicului general referitor la prevenirea și pregătirea pentru producerea unor dezastre naturale**

**PROIECTUL „ÎMBUNĂTĂŢIREA MANAGEMENTULUI RISCULUI LA DEZASTRE”,**

**cu finanțare din fondurile Băncii Internaționale pentru Reconstrucție și Dezvoltare**

*Componenta 2 – Îmbunătățirea capacității instituționale pentru planificarea investițiilor de reducere a riscurilor*



1. **Aspecte generale**
   1. **Introducere**

Angajamentul descris prin acești Termeni de Referință (numiți în cele ce urmează „ToR”) cuprinde ansamblul cerințelor și activităților ce trebuie realizate și furnizate Inspectoratului General pentru Situații de Urgență - IGSU (numit în cele ce urmează „Clientul”) de către Consultant în scopul implementării **Serviciului de consultanță– realizare studiu sociologic privind identificarea modului de conștientizare și schimbare a comportamentului publicului general referitor la prevenirea și pregătirea pentru producerea unor dezastre naturale,** (numite în cele ce urmează „Serviciile”), ca urmare a semnării Contractului.

Procedura de achiziție organizată în vederea selecției Consultantului este derulată de către UIP (Unitatea de Implementare a Proiectului) din cadrul Inspectoratului General pentru Situații de Urgență, căreia i s-au delegat atribuțiile și responsabilitățile dedicate implementării activităților din cadrul Proiectului „Îmbunătăţirea Managementului Riscului la Dezastre”.

* 1. **Referințe**

Serviciile realizate de către Consultant, care fac obiectul Contractului, trebuie să fie în conformitate cu următoarele documente:

* H.G. nr. 548/2008 pentru aprobarea Strategiei naționale de comunicare și informare publică pentru situații de urgență;
* Ordinul Ministrului Afacerilor Interne nr. 201/2016 privind organizarea și desfășurarea activității de informare publică și relații publice în Ministerul Afacerilor Interne;
* H.G. nr. 762/2008 pentru aprobarea Strategiei naționale de prevenire a situațiilor de urgență;
* H.G. nr.768/2016 privind organizarea și funcționarea Platformei naționale pentru reducerea riscurilor la dezastre;
* Raport PAD2759 al Băncii Internaționale pentru Reconstrucție și Dezvoltare, document de evaluare a proiectului cu privire la un împrumut către România pentru un proiect de consolidare a managementului riscului de dezastre;
* Legea nr. 307/2018 pentru ratificarea Acordului de Împrumut (Proiectul privind Îmbunătățirea managementului riscurilor de dezastre) dintre România și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare), semnat la București la 1 august 2018.

1. **Descriere pe scurt a Proiectului:**

Guvernul României a primit un împrumut de la Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BIRD) pentru a sprijini implementarea Proiectului „Îmbunătăţirea Managementului Riscului la Dezastre” (numit în cele urmează „Proiectul”).

Acordul de Împrumut privind finanțarea Proiectului „Îmbunătăţirea Managementului Riscului la Dezastre” a fost semnat de către Guvernul României și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare la București, în data 1 august 2018 și a fost ratificat prin Legea nr. 307/2018.

Obiectivul Proiectului este îmbunătățirea rezilienței în caz de dezastre și a infrastructurii de răspuns în situații de urgență, precum și întărirea capacității instituționale pentru reducerea riscurilor de dezastre și adaptarea la schimbările climatice.

Proiectul are următoarele componente:

*(1) Componenta 1: Îmbunătățirea rezilienței seismice a infrastructurii de intervenție în caz de dezastre și de urgență;*

*(2) Componenta 2: Îmbunătățirea capacității instituționale pentru planificarea investițiilor de reducere a riscurilor;*

*(3) Componenta 3: Managementul proiectului.*

Termenii de referință (ToR) care descriu Serviciile de consultanță definesc cerințele pentru conceperea și derularea studiului sociologic, privind stabilirea conținutului, configurarea și strategia de diseminare a următoarelor campanii de informare publică privind managementul riscului la dezastre, cu accent pe comportamentele de prevenție și pe reacția la dezastre ale populației, identificând obstacolele și motoarele care influențează măsurile de pregătire pentru dezastre naturale. Informațiile rezultate din acest studiu sociologic vor documenta obiectivele și modul de abordare ale campaniei naționale de informare publică pentru modificarea comportamentului cetățenilor României în ceea ce privește aplicarea imediată a mesajelor de informare preventivă ori de pregătire transmise de autoritățile cu atribuții în domeniul situațiilor de urgență (*public awareness campaigns for disaster risk management in Romania*); această campanie de informare se va derula de către Inspectoratul General pentru Situații de Urgență în cadrul *Componentei 2 - Consolidarea capacității tehnice pentru planificarea investițiilor în reducerea riscurilor*. Este important de remarcat că o campanie de comunicare nu se limitează și nu ar trebui să se limiteze la comunicare printr-un singur canal sub forma standard a comunicării televizate, precum reclamele TV, sau a celei scrise, precum mediile de socializare sau prin flyere, fluturași publicitari. O campanie de comunicare poate și trebuie, în funcție de rezultatele studiului, să evolueze în sensul includerii comunicărilor prin intermediul mai multor canale, de exemplu formările și instruirile. Acest studiu va documenta oportunitățile de comunicare atât printr-unul, cât și prin mai multe canale, oferind și identificând opțiuni legate de cele mai bune metode de sprijinire a schimbărilor comportamentale, inclusiv prin acordarea de stimulente.

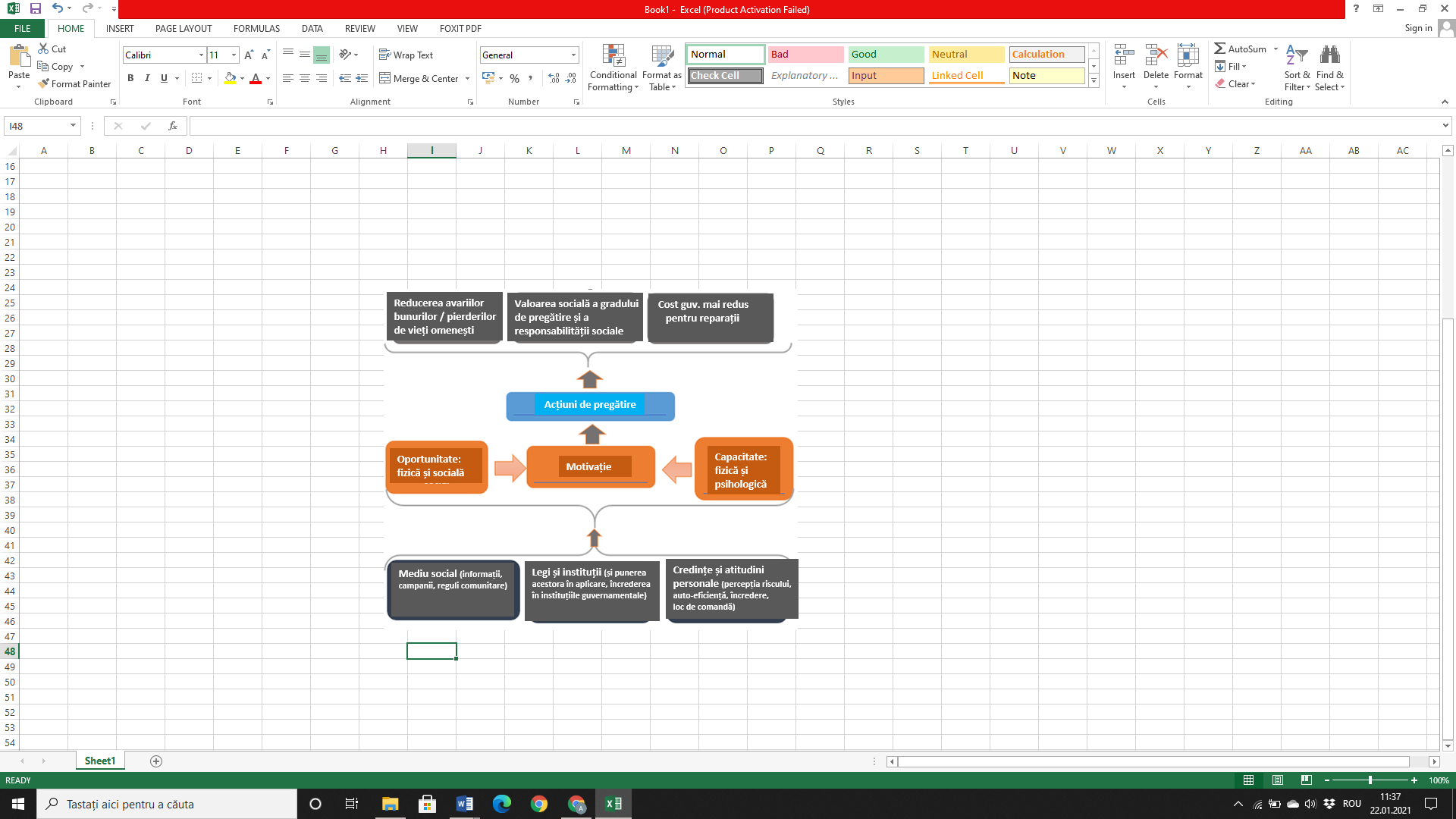
La nivelul României există o evidentă necesitate pentru reducerea riscurilor la dezastre, a factorilor determinanți ai respectivelor riscuri, cât și pentru diminuarea efectelor atunci când o situație de urgență se produce, iar aceste rezultate se pot atinge printr-un demers instituțional concret și focusat către conștientizarea publicului țintă de rolul important pe care îl joacă și responsabilitatea pe care o are și trebuie să o manifeste cât mai activ în toate fazele – pre, pe timpul și post-dezastru.

În altă ordine de idei, cetățenii vor avea posibilitatea, pe baza informării consistente și a aplicării acesteia, de a participa substanțial la diminuarea riscurilor de producere a unor incendii/sau situații de urgență, în comunitățile în care locuiesc, la nivelul entităților în care își desfășoară munca de zi cu zi, ori în locurile și spațiile unde își petrec timpul liber. Această activitate se poate realiza prin derularea unor campanii naționale de comunicare cu focus pe schimbarea comportamentului, dar și prin organizarea, planificarea și desfășurarea de workshop-uri.

Astfel, obiectivul determinat acestei campanii naționale de comunicare, care va fi documentată prin acest studiu sociologic, este de a susține înțelegerea, în mod adecvat, a importanței riscurilor la dezastre pe fondul schimbărilor climatice ale căror efecte se vor manifesta și în România, precum și de a optimiza modul de comunicare a mesajului către cetățeni, de transmitere a mesajului în sensul conștientizării responsabilității de către cetățeni, a conștientizării/înțelegerii acestuia și aplicării imediate a acțiunilor care vor concura la creșterea siguranței comunității în care trăiesc.

Studiul desfășurat din perspectiva acestor ToR va fi utilizat direct în sensul sprijinirii unei campanii naționale bazate pe dovezi care este concepută special pentru un public țintă ce urmează să fie identificat. Populația-țintă care trebuie să fie identificată în baza acestui studiu va contura anumite profiluri de populație care vor fi adecvate pentru derularea campaniei. Activitățile de cercetare și analiză specifice, desfășurate conform acestor ToR, vor configura modalități de abordare optimale pentru elaborarea unei strategii de comunicare și un plan de punere în aplicare ce presupune identificarea profilurilor populației-țintă.

Conceptul studiului sociologic (potrivit acestor ToR) și campania națională de informare publică consolidează sprijinul adus schimbării de comportament, descris mai jos:

 [[1]](#footnote-1)

1. **Contextul general privind realizarea Serviciilor**
   1. **Informații despre rolul IGSU în implementarea activităților de Proiect incluse în Componenta 2**

Personalul Inspectoratului General pentru Situații de Urgență (IGSU) care face parte din Unitatea de Implementare a Proiectului (UIP) îndeplineşte rolul de coordonator al UIP și asigură integrarea activității în structura IGSU a experților externi. Personalul IGSU din UIP desfășoară activități specifice pe întreaga perioadă de implementare a prezentului Proiect.

Serviciul Informare și Relații Publice (SIRP) împreună cu Inspecția de Prevenire și Direcția Pregătire pentru Intervenție și Reziliența Comunităților asigură sprijinul pentru derularea activităților implementate în cadrul acestui angajament privind realizarea studiului sociologic, fiind responsabili de aspectele tehnice specifice necesare.

* 1. **Scurtă prezentare a atribuțiilor IGSU cu privire la informarea și comunicarea către public**
* Domeniul comunicării este unul deosebit de dinamic, iar metodele și instrumentele de comunicare trebuie să fie adaptate permanent la tendințe, pentru a permite îndeplinirea scopului comunicării și a atingerii publicului țintă în cel mai eficient mod.
* Componenta Proiectului cu privire la informarea, conștientizarea și pregătirea populației se bazează pe necesitatea transmiterii către populație a unor mesaj unitar, purtător al unor informații corecte, adecvate, pertinente și transmise în timp util privind modul de comportare (sensibilizare și grad de pregătire pentru producerea unor dezastre) adaptat la principalele evenimente și la măsurile de prevenție specifice tipurilor de risc. Mesajele trebuie să fie astfel construite încât publicul-țintă să-și cunoască foarte bine rolul, să-și înțeleagă responsabilitatea și să producă transformarea treptată în materie de pregătire și de reacție la dezastre.
* Optimizarea informării și conștientizării riscurilor la care sunt expuse comunitățile poate fi realizată asigurându-se că toate canalele de informare sunt utilizate și cunoscute, inclusiv prin promovarea sistemului național RO-ALERT[[2]](#footnote-2), dar și prin realizarea, dezvoltarea și asigurarea unei actualizări permanente privind informațiile existente pe canalele deschise[[3]](#footnote-3) (și utilizarea acestor canale) prin care IGSU transmite mesaje importante de informare și de pregătire cetățenilor, ceea ce implică o alocarea a resurselor umane, informaționale, financiare în direcția respectivă.
* De asemenea, creșterea conștientizării riscurilor de către populație este un demers continuu al IGSU, iar studiul sociologic poate să aducă un plus de informații pentru a se putea adapta mesajele de informare și pregătire a populației către responsabilitatea pe care aceștia o au atât pentru ei cât și pentru familiile lor, apropiați, vecini comunitate, dar și de modul în care informațiile pot fi aduse în prim plan printr-o campanie naționale de informare și educare a publicului larg, în care mesajul să producă schimbarea comportamentului.
  1. **Obiectivele Serviciilor**

1. **Obiectivul general al Serviciilor**

**Obiectivul general al Serviciilor este dat de configurarea unui concept privind înțelegerea factorilor psihologici, sociali și culturali majori care sunt relevanți pentru a determina implementarea campaniei naționale de informare publică (CN) prin care se vor putea declanșa/genera schimbări comportamentale în rândul populației, pe scară largă, cu privire la dezastrele naturale.**

În mod mai aplicat, se va putea configura un diagnostic comportamental cuprinzător, care va fi complementat prin integrarea unor informații relevante riguroase cu privire la principalii factori de ordin psihologic, social și cultural, în vederea identificării următoarelor deziderate:

1. Conținutul CN;
2. Strategia de implementare a CN;
3. Modalitatea de diseminare a conținutului CN, generând astfel schimbări comportamentale eficiente la scară largă de către NC, în conformitate cu cele mai bune standarde privind prevenirea, controlul și reziliența în situații de dezastre.

Astfel, CN va putea determina declanșarea schimbărilor comportamentale ale populației/audienței țintă. Este important de remarcat că CN nu se axează doar pe furnizarea de informații către populațiile-țintă, ci, la modul ideal, va integra și aspecte legate de punctele de vedere ale publicului-țintă. Aceste puncte de vedere vor fi identificate prin acest studiu sociologic.

Acest studiu se va baza și pe cercetările anterioare efectuate de Ministerul Afacerilor Interne, prin Inspectoratul General pentru Situații de Urgență. Potrivit cercetărilor anterioare au fost identificate cunoștințele, gradul de conștientizare și experiențele oamenilor cu privire la dezastrele naturale, pregătirea, precum și informațiile cheie relevante din punct de vedere operațional.

În acest sens, Consultantul va lua în considerație documentațiile anterior menționate pentru a efectua o serie de studii care să vizeze obstacolele și motoarele măsurilor de pregătire pentru diverse tipuri de riscuri generatoare de situații de urgență (de exemplu: incendiu, cutremur, inundație, incendii de vegetație uscată, epidemii, pandemii). Aceste activități de cercetare vor necesita studii atât cantitative, cât și calitative, derulate online și pe teren.

1. **Obiective specifice ale Serviciilor:**
2. **Obiectiv specific 1:** Înțelegerea aspectelor psihologice, sociale și culturale pertinente/utile pentru crearea de conținut în timpul CN. Pe baza acestui studiu, crearea de conținut al CN va fi dezvoltată cu sprijin din partea experților, luând în considerare nevoile în materie de oportunitate/motivație/capacitate ale publicului-țintă.

**Activități care se vor implementa:** Studiul ar trebui să măsoare starea actuală a înțelegerii și comportamentului oamenilor în privința dezastrelor, și anume răspunsurile intenționate și neintenționate la ora actuală ale oamenilor la dezastrele naturale și motivele pentru care acestea sunt / nu sunt conforme cu cererile autorităților / răspunsurile așteptate (pe baza literaturii de specialitate). Mai mult, studiul ar trebui să încerce să înțeleagă comportamentul indivizilor, dincolo de simpla urmărire unidirecțională a informațiilor, explorând mai profund următoarele:

* **Cunoaștere**: Ce știu oamenii despre dezastre și pregătire
* **Credință/percepția cunoașterii**: Ce cred oamenii că au cunoștiință sau înțeleg despre dezastre și pregătirea pentru dezastre
* **Motivațiile** pentru a lua/nu lua măsuri și care declanșează acțiuni (stimulente? reguli? Reducere hiperbolică?)
* **Necesarul de informații pentru a acționa:** De ce informații au nevoie oamenii, dar lipsesc pentru a lua măsuri
* **Cum (și de ce) reacționează oamenii comportamental, emoțional și cognitiv** la diverse dezastre naturale/situații de risc;
* **De ce respectă/nu respectă oamenii cerințele/reacțiile așteptate de autorități;**
* **Obstacolele în calea acționării conform așteptărilor Guvernului,** de ex. cerințe de avertizare prealabilă, resurse monetare, deficit de informații, reguli sociale contradictorii
* **Cunoașterea de către oameni a resurselor și acțiunilor necesare pentru a se pregăti pentru dezastrele naturale**.

**(2) Obiectiv specific 2:** Înțelegerea aspectelor/factorilor de ordin psihologic, social și cultural, pertinente pentru modul în care poate fi prezentat conținutul/diseminarea CN pentru a genera schimbări comportamentale mai puternice.

**Activități care se vor implementa:** Studiul trebuie să măsoare următoarele variabile (în funcție de literatura de specialitate):

* **Percepția privind riscul**: feedback-ul oamenilor în raport cu probabilitatea și gravitatea dezastrelor naturale; atitudini generale privind riscurile.
* **Credințe/Crezuri cu privire la responsabilitate**: percepția oamenilor despre responsabilitatea pe care o au față de propria persoană, față de familia lor și comunitatea din care fac parte privind pregătirea și prevenirea dezastrelor naturale, în detrimentul așteptării că statul/Guvernul are întotdeauna rolul primordial în furnizarea asistenței imediate; dorința de a plăti pentru activitățile de pregătire; și obstacolele în calea măsurilor individuale cu privire la responsabilitate.
* **Încredere:** percepția oamenilor despre instituția din cadrul Guvernului și informațiile pe care aceasta le furnizează populației cu privire la pregătirea pentru dezastre naturale. Ca alternativă la guvern, care sunt sursele de informații de încredere (de exemplu, oameni de știință, vedete etc.).
* **Autoeficacitate:** credința oamenilor în propriile forțe/propria capacitate de a face față dezastrelor naturale și capacitatea lor de a adopta comportamente diferite și a acționa diferit; gradul de dependență față de guvern. **Reguli sociale:** gradul în care comportamentele celorlalți (de exemplu anumite influențe, autoritățile locale, autoritățile guvernamentale și figurile religioase) influențează propriile comportamente ale oamenilor.
* **Profilul de vulnerabilitate cognitivă:** tendința de a vedea totul ca un dezastru; intoleranța la frustrare; evaluări generale (de către sine/alții/situații de viață); gândire rigidă/așteptări (rigiditate vs. Flexibilitate psihologică).

**(3) Obiectiv specific 3:** Înțelegerea aspectelor psihologice, sociale și culturale relevante pentru diseminarea cât mai eficientă a conținutului. Diseminarea va fi planificată pe baza celor mai bune practici și a informațiilor despre variabile specifice (a se vedea mai jos).

**Activități care se vor implementa:** Studiul trebuie să măsoare următoarele variabile (în funcție de literatura de specialitate):

* **Încredere:** încrederea oamenilor în instituția guvernamentală și în informațiile pe care le furnizează aceasta populației referitor la pregătirea pentru dezastre naturale. Drept alternativă la guvern, care sunt sursele de informare de încredere (de exemplu oameni de știință, personalități etc.).
* **Surse de informare**: cum caută/obțin oamenii informații; care sunt cele mai frecvente surse de informații privind pregătirea;
* **Mecanisme de comunicare pe unul și pe mai multe canale:** prin ce canale primesc, înțeleg și reacționează oamenii la informații

În vederea realizării obiectivelor menționate mai sus, se recomandă Consultantului să își bazeze implementarea activităților pe o parcurgere temeinică a literaturii de specialitate, pentru a identifica și a înțelege cum se poate obține cel mai bine informațiile solicitate mai sus.

Rezultatul final al întregului studiu ar trebui să furnizeze profiluri ale diferitelor grupuri de potențiale populații-țintă pe care CN să se poată concentra. *Fiecare dintre aceste profiluri ar trebui să abordeze Obiectivele 1 - 3, așa cum este subliniat mai sus*. Aceste potențiale populații, audiență țintă ar trebui să fie preluate din publicul larg și să identifice grupurile ca fiind o defalcare logică bazată pe informațiile variabilelor de mai sus. Ar trebui să existe nu mai puțin de patru (4) și nu mai mult de șapte (7) profiluri de public. Aceste tipuri de profiluri ar trebui să fie semnificativ diferite în ceea ce privește modul în care se va putea crea, prezenta și / sau furniza conținutul CN.

1. **Recomandări privind metodologia abordată de către Consultant**

În îndeplinirea obiectivelor asumate, Consultantul va trebui să asigure folosirea a trei tipuri de metodologie care se vor baza fiecare pe rezultatele metodelor anterioare, astfel:

1. Ascultare socială: monitorizarea conversațiilor online pe mai multe platforme de socializare pentru a înțelege ce subiecte legate de dezastre naturale sunt discutate și sentimentul din jurul acestor discuții;

2. Cercetare cantitativă: consta în studii pe baza unui eșantion reprezentativ pentru adulți (+18 ani), care să cuantifice variabilele prezentate mai sus (II) (stratificată în funcție de: medii rurale/urbane; regiuni de dezvoltare). Interviul cognitiv va fi efectuat cu pilotul studiului cantitativ.

* 1. Studiu online la nivel național (N~2-3K). Nereprezentativ
  2. Studiu telefonic cu grupuri neidentificate în studiul online (de ex.: vârstnici, adolescenți etc..)

3. Cercetare calitativă: desfășurată ca interviuri individuale și / sau discuții în focus-grupuri, această cercetare va explora în detaliu/ se va corela cu activitățile tipice cercetării cantitative pentru a extinde mai bine concluzia la diferite eșantioane secundare și pentru a obține informații mai aprofundate despre concluziile formulate în etapa 1; sau, după cum este adecvat, pentru acele situații în care cercetarea cantitativă poate fi diferențiată pe tip de dezastre, este sugerată a se face cercetarea cantitativă coroborată cu cercetarea calitativă (cum ar fi, datorita acelor situații in care nivelul de pregătire, întelegere/cunoaștere, eficacitate la nivel individual diferă de la un tip de dezastru la un altul: în mod firesc, o persoană reacționează diferit la un cutremur față de o inundație). De exemplu, în timp ce cercetarea cantitativă este axată pe dezastre naturale, cercetarea calitativă poate detalia diverse tipuri de dezastre naturale și chiar extinde tipul de dezastre (într-o abordare de jos în sus); în plus, ar trebui să se includă și adolescenți, pentru a extinde intervalul de vârstă pentru concluzii.

1. Interviuri cu respondenții-cheie (N=15) – experții și oficialii guvernamentali
2. Interviuri (N=21) cu bărbați/femei din diverse grupe de vârstă ce locuiesc în zone care sunt/nu sunt expuse la riscul de dezastre naturale.
3. Discuții la nivel de focus-grup (N=15) cu bărbați/femei din diverse grupe de vârstă ce locuiesc în zone care sunt/nu sunt expuse la riscul de dezastre naturale.

Firmele trebuie să furnizeze o metodologie astfel cum a fost propusă pentru a evalua datele utile, inclusiv numărul propus de subiecți pentru a transfera datele asupra eșantionului reprezentativ la nivel național.

* 1. **Beneficiarii direcți și indirecți ai acestui studiu sociologic**
* Publicul larg.
* Beneficiari şi potenţiali beneficiari ai serviciilor IGSU: populația, administraţia publică, mediul de afaceri, organizaţii neguvernamentale (ONG), mediul academic/ universitar / de cercetare, grupuri vulnerabile (de ex.: minorități naționale, persoane cu dizabilități)
* Publicul intern: angajaţii din IGSU şi din celelalte instituţii implicate în managementul situațiilor de urgență, angajații din ministerele și instituțiile cu rol în gestionarea tipurilor de risc.
* Alţi actori implicaţi: persoane, organizaţii şi autorităţi implicate în prevenirea și gestionarea riscurilor de la nivelul comunităților.
* Reprezentanţi mass-media.

1. **Obligațiile de raportare ale Consultantului**
   1. **Considerații generale privind elaborarea și depunerea rapoartelor de către Consultant**

Prin metodologia Consultantului cu privire la abordarea din punct de vedere specializat al obiectivelor Serviciilor, trebuie să se demonstreze faptul că a fost înțeles corect, din punct de vedere tehnic și social, nivelul implicării în Proiect pentru îndeplinirea obiectivelor specifice descrise în acești Termeni de Referință.

Consultantul trebuie să introducă în analiză un unghi de diagnostic comportamental (seturile de instrumente vor fi furnizate Consultantului). Consultantul trebuie să participe la întâlniri consultative cu Clientul, prin reprezentanți autorizați ai acestuia, pentru feedback și pe măsură ce avansează implementarea Serviciilor, în special în jurul emiterii instrumentelor de colectare a datelor. Consultantul trebuie să încorporeze feedback-ul și observațiile Clientului în legătură cu activitățile Serviciilor. De asemenea, Consultantul trebuie să raporteze progresul realizat, cu privire la colectarea datelor la jumătatea procesului.

Consultantul trebuie să respecte toate cerințele prevăzute în Secțiunea 3*.* Totuși, în situația în care acesta consideră că poate aduce beneficii suplimentare, Consultantul poate propune și justifica oportunitatea realizării unor activități alternative ori complementare, în scopul atingerii obiectivelor Serviciilor descrise în ToR.

Consultantul trebuie să integreze acțiunile ulterioare îndeplinirii obiectivelor într-un calendar de activități, care va avea o durată aproximativă de 8 luni de la data semnării contractului. După aprobarea de către Client a calendarului propus, Consultantul răspunde pentru eventualele abateri de la datele stabilite.

Consultantul va pune la dispoziția UIP toate datele și informațiile necesare, astfel încât să fie demonstrată îndeplinirea activităților subsecvente campaniei de conștientizare publică.

* 1. **Rapoartele elaborate de către Consultant și care vor fi prezentate către Client pentru analiză și aprobare**

1. Raportul care va descrie planificarea activităților aferente implementării Serviciilor, menționate la articolul 3.3. (numit în cele ce urmează Raport preliminar)

În Raportul preliminar se va descrie un calendar, în care vor fi integrate activitățile ce se vor realiza pentru implementarea Serviciilor, pentru o durată estimată de 8 luni calendaristice după data semnării Contractului. După aprobarea de către Client a acestui calendar de activități, Consultantul este responsabil pentru respectarea acestuia și orice abatere de la această planificare va fi asumată de către Consultant.

1. Rapoarte de progres cu privire la Obiectivele menționate la articolul 3, care vor prezenta rezultatele obținute prin interpretarea datelor cu privire la profilurile audienței; fiecare raport va fi prezentat nu mai târziu de 5 zile lucrătoare de la finalizarea activităților respective care au fost realizate, cu privire la un anume Obiectiv specific.
2. Raportul final care va prezenta analiza detaliată și cuprinzătoare a activităților realizate pe întreaga durată a angajamentului, cu privire la implementarea în integralitate a Serviciilor. Acest raport va fi prezentat nu mai târziu de 10 zile lucrătoare de la finalizarea acestora. Atât centralizarea datelor, informațiilor inițiale cât și a datelor/informațiilor rezultate vor fi anexate Raportului final.
   1. **Estimarea grafic/durata de activități realizate de către Consultant în cadrul angajamentului (obținere date, rezultate și rapoarte)**

**1.** Analiza mediilor de socializare (maxim total: 7 săptămâni):

- Planificarea procesului: 1-2 săptămâni

- Pilot: 1-2 zile

- Colectarea/căutarea/analiza continuă a datelor: 2-3 săptămâni

- Primul raport de analiză: 1 săptămână

2. Activitate cantitativă (maxim total: 14 săptămâni):

- Conceperea instrumentului și eșantionarea: 2-3 săptămâni

- Revizuiri ale instrumentului -I, finalizarea și formarea anchetatorilor: 2 săptămâni

- Pilot: 1 săptămână

- Revizuirea instrumentului -II: 1 săptămână

- Colectarea datelor de pe teren (# de anchetatori): 3 săptămâni

- Introducerea/curățarea datelor: 2-3 săptămâni

- Primul raport de analiză: 1-2 săptămâni

3. Activitate calitativă (maxim total: 12 săptămâni):

- Conceperea instrumentului și pregătirea de teren: 2 săptămâni

- Revizuiri ale instrumentului, finalizarea și formarea anchetatorilor: 1 săptămână

- Pilot: 1 săptămână

- Revizuirea instrumentului-II: 1 săptămână

- Colectarea datelor de pe teren (în funcție de deplasare și de numărul de anchetatori) 1-2 săptămâni

- Transcrieri/codificare date: 2-3 săptămâni

- Primul raport de analiză: 1-2 săptămâni

4. Raportul final ce cuprinde rezultatele tuturor etapelor anterioare: 2-3 săptămâni.

Luând în considerație cele de mai sus, durata estimată totală a Contractului este de 9 luni calendaristice, din care realizarea activităților Consultantului este estimată 8 luni calendaristice, plus o lună calendaristică elaborarea și aprobarea Raportului final.

**NOTE:**

* Limba de redactare a rapoartelor și a tuturor comunicărilor scrise va fi limba română.
* Toate rapoartele vor avea o pagină inițială ce va include heraldica și denumirea instituției contractante, denumirea Proiectului, numele Contractului, codul contractului sau referințe, titlul raportului, data emiterii şi perioada acoperită, numele și adresa Consultantului.
* Toate rapoartele vor fi prezentate în 2 exemplare, fiecare cu valoare de original, către reprezentantul Clientului desemnat în acest sens

1. **Cerințe privind calificarea și experiența relevantă a Consultantului**

Consultantul trebuie să fie o firmă/organizație/asociere de tip Joint-Venture eligibilă, cu sau fără sub-consultanți, care trebuie să corespundă următoarelor cerințe de experiență;

### Experiența Consultantului

**Calificare și experiență generală**

Consultantul (sau oricare dintre entitățile asociate în cazul unei asocieri de tip Joint Venture) va prezenta informații, prin documentații care să ateste aceste date, cu privire la:

* domeniul de activitate principal
* anii de experiență în domeniu
* prezentarea serviciilor furnizate.

În contextul Termenilor de referință cu privire la aceste Servicii, Consultantul trebuie să demonstreze o experiență profesională generală relevantă, preferabil, de cel puțin 5 ani.

**Experiență specifică**

Consultantul (sau oricare dintre entitățile asociate în cazul unei asocieri de tip Joint Venture) ar trebui să aibă, preferabil, cel puțin 5 ani de experiență în efectuarea cercetărilor multidisciplinare, cum ar fi:

# Experiență în efectuarea de cercetări calitative, inclusiv proiectarea instrumentelor și analiza calitativă a datelor.

# Capacitate tehnică și experiență în desfășurarea exercițiilor de ascultare socială în scopuri de cercetare de piață.

# Experiență în derularea experimentelor cantitative pentru a obține feedback cu privire la soluțiile propuse.

* Experiență de lucru în România, cu un accent specific pe proiectarea, implementarea și gestionarea proiectelor de cercetare.

Consultantul (sau oricare dintre entitățile asociate în cazul unei asocieri de tip Joint Venture) va furniza informații, în mod detaliat și prin prezentarea de documentații care să certifice respectivele date, cu privire la experiența sa specifică despre cel puțin 1 contract/angajament similar cu aceste Servicii (din punct de vedere al complexității) realizate de către Consultant (sau oricare dintre entitățile asociate în cazul unei asocieri de tip Joint Venture) în ultimii 5 ani.

Consultantul (sau oricare dintre entitățile asociate în cazul unei asocieri de tip Joint Venture) va indica cele mai relevante angajamente contractuale realizate (finalizate și/ sau în curs) din ultimii 5 ani, privind realizarea de studii sociologice, cu o scurtă descriere a acțiunilor/activităților îndeplinite, raportărilor acceptate și a rezultatelor obținute. Recomandările respectivilor clienți/beneficiari *vor fi anexate în mod obligatoriu*. *Fiecare angajament realizat, similar și certificat prin documentația suport, prezentat în plus față de cel similar menționat mai sus, va fi considerat un avantaj.*

### Echipa de specialiști a Consultantului

**Calificarea și experiență specifică a echipei de specialiști a Consultantului**

Echipa de specialiști (experți cheie) ar trebui să fie formată din:

# Persoane cu experiență în științe comportamentale / psihologie / economie / sociologie, cu un istoric al experimentelor pe teren;

# Persoane cu experiență în cercetarea pieței digitale, cu experiență în utilizarea platformelor de ascultare socială (de exemplu, Sprout social);

* Este important ca cel puțin unul dintre membrii echipei să aibă expertiză în platformele de socializare și în analiza ascultării sociale;
* Experiență vastă în elaborarea unor analize de înaltă calitate;
* De asemenea, cel puțin un membru al echipei trebuie să aibă expertiză în administrarea, implementarea și livrarea activității de pe teren;
* Cel puțin un membru al echipei trebuie să aibă expertiza necesară pentru a parcurge literatura de specialitate și a dezvolta instrumentul în mod riguros.

### Echipa de specialiști a Consultantului trebuie să fie o echipă de experți care să includă minimal: un Manager de proiect/Account manager, un Expert cercetare cantitativă, un Expert cercetare calitativă, un Expert statistician.

De asemenea, toți experții cheie trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

1. Experiență demonstrată în colaborarea cu companii de stat sau private;
2. Experiență demonstrată în abilitatea de a comunica eficient pentru îndeplinirea obiectivelor unui proiect;
3. Abilitatea de a redacta rapoarte;
4. Capacitatea foarte bună de comunicare și muncă în echipă;
5. Nivel ridicat de utilizarea a tehnicii IT;
6. Cunoaștere foarte bună a limbii române;
7. *Implicarea în proiectele finanțate de Banca Mondială sau cele finanțate prin fonduri europene este considerată un avantaj*.

Consultantul va propune o echipă de experți care să răspundă minimal următoarelor cerințe, privind calificarea și experiența profesională, astfel:

**Manager de proiect/Account manager**

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat în calitate de coordonator de proiect la realizarea a cel puțin un proiect/contract similar (studiu sociologic).

**Expert cercetare cantitativă**

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat în calitate de expert la realizarea a cel puțin un proiect/contract similar (studiu sociologic).

**Expert cercetare calitativă**

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat în calitate de expert la realizarea a cel puțin un proiect/contract similar (studiu sociologic).

**Expert statistician**

Calificare educațională: studii superioare absolvite cu diplomă de licență sau echivalent.

Experiență profesională: a participat în calitate de expert statistician la realizarea a cel puțin un proiect/contract similar (studiu sociologic).

**Personal suplimentar**

Consultantul va fi responsabil pentru a asigura personalul adițional necesar pentru desfășurarea activității echipei sale, după cum este necesar.

### 

**Contribuția Consultantului necesară pentru realizarea Serviciilor**

Consultantul este răspunzător pentru asigurarea tuturor resurselor necesare, cu privire la personal, materiale și echipamente, etc. în vederea îndeplinirii Serviciilor la cele mai înalte standarde de performanță, conform Contractului.

1. **Facilități furnizate de Client**

IGSU va facilita accesul Consultantului la acele date și informații care sunt în legătură cu îndeplinirea activităților contractuale, cu excepția informațiilor personale, confidențiale sau clasificate.

1. Notă: pe baza modelului COM-B (Michie, van Stralen și West, 2011) FBM (Fogg, 2003, 2009); Modelul Deciziei de Acțiune (Lindell & Perry, 2011); Teoria Comportamentelor Planificate (Ajzen, 1991) Teoria Protecției-Motivație (Rogers, 1983) [↑](#footnote-ref-1)
2. sistem național - considerat un canal complementar de avertizare timpurie a populației în situații majore de urgență, cu potențiale amenințări asupra vieții. [↑](#footnote-ref-2)
3. [www.nutremurlacutremur.ro](http://www.nutremurlacutremur.ro); canalul youtube – informareapreventivă <https://www.youtube.com/user/InformarePreventiva/videos>, platforma <https://fiipregatit.ro/> ; [↑](#footnote-ref-3)