

Mercury Research – Proiecte de cercetare relevante in domeniul social

Nume proiect	Studiul de Audienta Radio (SAR)
Beneficiar	Asociatia pentru Radio Audienta (ARA)
Tarif	confidential
Descriere	Studiul de Audienta Radio (SAR) Furnizarea datelor de audienta pentru posturile de radio care functioneaza legal pe teritoriul Romaniei: posturi publice romanesti – nationale, regionale, locale; posturi private romanesti. Aproximativ 26,000 interviuri fata in fata /an, cu persoane cu varsta 11+, rezidenti romani
Perioada derulare	2008-2011

Nume proiect	Serviciu de cercetare sociala "ANTREPRENOR RURAL EUROPEAN-Dezvoltarea resurselor umane din zonele rurale prin formarea competentelor cheie din antreprenoriat, utilizare TIC si comunicare in limba engleza"
Beneficiar	SC EURO TRAINING AND EDUCATION CENTER
Tarif	RON 254,125
Descriere	<p>Faza 1 Obiectivul serviciilor il reprezinta analiza situatiei somajului, a populatiei ocupate din mediul rural, a oportunitatilor de ocupare si de dezvoltare a afacerilor rurale, perceptia locuitorilor din zona asupra acestora in cele trei regiuni, selectia localitatilor tinta pentru implementarea proiectului, precum si evidentierea rezultatelor obtinute in cele trei regiuni dupa implementarea primei faze a proiectului.</p> <p>Etapă 1: desk research pentru 3 judete din cadrul studiului pilot: Sibiu, Suceava, Valcea</p> <p>Etapă 2: Cercetare calitativa prin intermediul focus grupurilor si a interviurilor in profunzime cu factori de decizie / administrativi la nivel local, in zonele rurale tinta: 4 focus grupuri cu populatie generala + 5 interviuri in profunzime cu factori administrativi sau de decizie la nivel local – primari, membri ai consiliului local etc / judet</p> <p>Etapă 3. Cercetare cantitativa reprezentativa pentru zona tinta – localitati in care s-au implementat programele de training si localitati similare, in care nu s-au implementat programe de training – grup de control (mediul rural din judetele Sibiu, Suceava, Valcea), pentru identificarea efectelor produse de proiect, a perceptiilor noi fata de oportunitatile de dezvoltare a ocuparii. N = 900 respondenti. Esantion reprezentativ pentru populatia tinta, cate 300 interviuri in fiecare judet, dintre care 150 in localitati incluse in programele de training si 150 in alte localitati (grup de control)</p> <p>Faza 2 Obiectivul serviciilor il reprezinta evidentierea efectelor produse de proiect si noua perceptie a oportunitatilor de dezvoltare a ocuparii in zonele in care proiectul a fost implementat.</p> <p>Cercetare cantitativa reprezentativa pentru toate localitatile in care s-a implementat proiectul (aflate in 4 regiuni de dezvoltare, 11 judete), plus localitatile din grupul de control, privind efecte produse si tendinte de dezvoltare rurala. N = 880 respondenti – cate 220 respondenti pentru fiecare regiune de</p>

	dezvoltare, dintre care 110 in localitati incluse in programele de training si 110 in alte localitati (grup de control)
Perioada derulare	Etapa 1/Faza 1: Septembrie-Nov 2010

Nume proiect	Cercetare privind oferta si cererea in domeniul economiei sociale in Romania în cadrul proiectului „Economia socială: model inovator pentru promovarea incluziunii active pentru persoanele vulnerabil”, finantat din Fondul Social European; POSDRU 2007-2013
Beneficiar	Ministerul Muncii, Familiei si Protectiei Sociale
Tarif	RON 199,920
Descriere	<p><u>Realizarea studiului privind oferta in domeniul economiei sociale</u> Etapa 1: identificarea ofertei organizatiilor active in domeniul economiei sociale din Romania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizarea a 10 interviuri in profunzime cu reprezentantii institutiilor publice la nivel central; - realizarea a 40 interviuri in profunzime cu reprezentantii institutiilor publice la nivel local (5 interviuri/regiune, 8 regiuni); <p>Etapa 2: obtinerea de informatii de natura calitativa privind nivelul de dezvoltare a a sectorului economiei sociale in Romania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizarea a 15 interviuri in profunzime cu actori relevanti din domeniul economiei sociale; - realizarea a 5 focus grupuri in 5 judete cu actori relevanti din domeniul economiei sociale; - realizarea a 8 focus grupuri cu intreprinderi/organizatii care realizeaza activitati de economie sociala (1 focus grup/regiune). <p>Etapa 3: obtinerea de informatii de natura cantitativa privind nivelul de dezvoltare a a sectorului economiei sociale in Romania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizarea a minim 100 interviuri cu institutii cu activitate specifica economiei sociale; <p><u>Realizarea studiului privind cererea in domeniul economiei sociale</u> Etapa 1: analiza cererii in domeniul economiei sociale in Romania prin intermediul cercetarii calitative (rol exploratoriu):</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizarea a 16 focus grupuri cu reprezentanti ai grupurilor vulnerabile, ai managerilor, ai expertilor si ai personalului angajat (2 focus grupuri/regiune, 8 regiuni). <p>Etapa 2: obtinerea de informatii de natura cantitativa privind analiza cererii in domeniul economiei sociale in Romania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizarea a 3,000 interviuri cu persoane defavorizate, manageri, experti si personal angajat.
Perioada derulare	Oct 2009 – Iul 2010

Nume proiect	EU Kids Online Survey II, in cadrul programului EC Safer Internet Programme
Beneficiar	London School of Economics and Political Science, co-finantare EU
Tarif	EUR 30,000
Descriere	Realizarea a 1,000 interviuri cu copii 9-16 ani si parinti ai acestora, pentru analiza obiceiurilor de utilizare a Internetului de catre copiii din Romania.
Perioada derulare	Ian – Apr 2010

Nume proiect	Studiu privind testarea cunostintelor populatiei in ceea ce priveste acordarea primului ajutor si gradul de interes al populatiei fata de participarea la cursuri de prim ajutor (Etapa pre-campanie informare)
Beneficiar	Societatea Nationala de Cruce Rosie din Romania
Tarif	RON 27,990
Descriere	500 interviuri cu populatia cu varsta de 18-40 ani, din gospodarii din Romania la nivel national, care nu lucreaza in domeniul medical
Perioada derulare	Nov - Dec 2009

Nume proiect	Servicii de sondare a opiniei publice in cadrul programului finantat de comisia europeana - FLUMODCONT.
Beneficiar	Institutul de Sanatate Publica Bucuresti
Tarif	Valul 1: RON 37,500; Valul 2: RON 32,400
Descriere	1,025 interviuri telefonice / val cu populatia varsta de 18 ani si peste, din gospodarii din Romania, pentru a descrie raspunsurile comportamentale si acceptarea de masuri de restrictie atat in timpul gripei sezoniere cat si in cazul unei posibile pandemii de gripa.
Perioada derulare	Valul 1: Iul - Aug 2009; Valul 2: Mai-Iunie 2010

Nume proiect	Evaluarea rezultatelor pe termen lung ale programelor British Council (inclusiv programe cu specific cultural)
Beneficiar	British Council Romania
Tarif	EUR 24,620
Descriere	54 interviuri in profunzime calitative - 14 interviuri in profunzime cu lideri de opinie (inclusiv autoritati si lideri de opinie din mediul cultural), 40 interviuri in profunzime cu target general
Perioada derulare	Ian-Mar 2009

Nume proiect	Servicii de cercetare in cadrul Programul Operatiional Sectorial (POS) Mediu organizat de Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile.
Beneficiar	Ministerul Mediului și Dezvoltării Durabile
Tarif	146,400 RON
Descriere	Efectuarea de cercetare calitativa pre si post-campanie, efectuarea de cercetare cantitativa pre si post campanie, cu populatie generala si potentiali beneficiari: 7 FG, 18 IDI, 2400 interviuri fata in fata la domiciliul respondentului si 400 de interviuri telefonice cu potentialii beneficiari.
Perioada derulare	Etapa 1: Nov-Dec 2008, Etapa 2: August-Septembrie 2009

Nume proiect	„Imaginea de țară a României în Spania și percepția cetățenilor spanioli asociată prezenței pe teritoriul statului spaniol a imigranților proveniți din România”.
Beneficiar	Agencia de strategii Guvernamentale (ASG)
Tarif	159,900 RON
Descriere	OBIECTIV: Identificarea modalităților concrete de reprezentare în Spania a specificului românesc și a imaginii de țară a României, precum și măsurarea percepției cetățenilor spanioli asociată

	prezenței pe teritoriul statului spaniol a imigranților proveniți din România ATRIBUTII: Traducerea chestionarelor, training în colaborare cu agentia de cercetare din Spania, analiza de date, raportare. Studiu cantitativ pe esantion: 1200 Cetățeni spanioli având vârsta de peste 18 ani
Perioada derulare	Aprilie-Mai 2008

Nume proiect	Monitorizarea si implementarea programelor de preventie HIV ale PSI/ Romania's Global Fund 50/5.10.2007; inreg 220/PSI 329.
Beneficiar	PSI Romania
Tarif	EUR 22,000
Descriere	Obiectiv proiect: dezvoltarea unui comportament sexual protejat in randul persoanelor cu orientari homosexuale; comunicare in privinta schimbarii comportamentului, constientizare si sustinere sociala, sustinere printr-un marketing social intensiv in privinta accesibilitati la metode protective si servicii de testare. Atributii Mercury Research: Identificarea leaderi comunitate, care sa ajute la extinderea bazei de esantionare. Abordare respondenti prin interviuri in locatii frecventate, telefonic sau online, derulare studii si raportare
Perioada derulare	Ian-Apr 2008

Nume proiect	Studiul de Audienta Radio (SAR)
Beneficiar	Asociatia pentru Radio Audienta (ARA)
Tarif	
Descriere	Studiul de Audienta Radio (SAR) Furnizarea datelor de audienta pentru posturile de radio care functioneaza legal pe teritoriul Romaniei: posturi publice romanesti - nationale, regionale, locale; posturi private romanesti. Aproximativ 24,000 interviuri fata in fata /an, cu persoane cu varsta 11+, rezidenti romani
Perioada derulare	2004-2007

Nume proiect	Campanie de educare si informare privind managementul salubritatii, PHARE 2004/016-772.03.03/04.02; EuropeAid/121478/D/SV/RO
Beneficiar	Ministerul Mediului și Administrației Apelor
Tarif	EUR 50,000
Descriere	OBIECTIV Program: întărirea capacităților tehnice și practice a autorităților române de mediu în vederea implementării și asigurării legislației de salubritate pe baza participării publicului și a celorlalte factori interesați precum și sprijinirii campaniilor de educație și informare pe probleme legate de salubritate. ATRIBUTII Mercury Research: Consilierea și supervizarea activităților de cercetare pentru evaluarea campaniilor de educație și informare pentru evaluarea situației curente a salubrității; Strategia de educare și informare și Planul de acțiune; Teste practice cu puncte de colectare; Derularea campaniei publice de conștientizare; Seminarul, workshop-uri și training-uri pentru factorii implicați
Perioada derulare	Feb 2007-2008

Nume proiect	PHARE Campanie educațională privind drepturile copiilor. RO 2003/005-551.01.01.01; 1921/12.06.2006
Beneficiar	Ministerul Muncii, Solidarității Sociale și Familiei, proiect contractat prin LDK Consultant Engineers & Planners SA
Tarif	EUR 30,000
Descriere	<p>OBIECTIV: Evaluarea campaniei publicitare derulate prin TV, radio, reclame outdoor înțelegerea mesajului și credibilitate; identificarea punctelor prioritare a următoarei campanii publicitare (importanța familiei, rolul părinților în protecția copiilor, abuzul prin pedeapsa corporală ca măsură disciplinară, fenomenul copiilor străzii); Testarea mesajelor noii campanii; Evaluarea schimbărilor în privința notorietății și înțelegerii mesajului campaniei și credibilitatea per ansamblu.</p> <p>ATRIBUTII: Proiectarea instrumentelor de lucru, cantitativ și calitative (eșantion national pre și post campanie, minifocus-grupuri cu parintii și copii in situatii de risc și non risc), implementarea și coordonarea activității de teren, verificarea calității datelor, raportare. București+rural pentru cercetarea calitativa; studiu reprezentativ national pentru cercetarea cantitativa.</p> <p>3,600 interviuri 28 unitati de cercetare calitativa (focus grupuri, interviuri in profunzime)</p>
Perioada derulare	Iunie 2006 – Mai 2007

Nume proiect	Evaluarea interventiei sociale printre tinerii cu profil de risc (educatie si sanatate sexuala), din Bucuresti, Romania; 135/AB/032; 15.05.2007
Beneficiar	PSI Romania
Tarif	USD 15,000
Descriere	<p>OBIECTIV: PSI/Romania a realizat cel de-al doilea val al cercetarii in cadrul Programului HIV Preventia la tineri. Esantion tineri 18-24 ani frecventand cluburile de dans.</p> <p>ATRIBUTII: Traducerea, adaptarea și pretestarea chestionarului (atat a chestionarului de recrutare cat și a celui folosit pentru studiu), culegere de date și verificarea calitatii lor, analiza și raportare (Raport de marketing social, folosind formatul PSI).</p>
Perioada derulare	Martie- Mai 2007

Nume proiect	Implementarea reformei serviciilor în România PHARE RO 2004/016- 772.01.03.01.02; 19.04.2007 OBIECTIV: diagnoza situației și direcții de acțiune pentru întărirea/dezvoltarea capacității instituționale destinate Agenției Naționale a Funcționarilor Publici
Beneficiar	Asociația Națională a Funcționarilor Publici
Tarif	EUR 6,800
Descriere	Cercetare externalizată de către AAM Management Information Consulting, contractat prin Addenda Creative Agency, incluzând proiectarea, colectarea datelor și analiza și raportarea pentru 1,200 interviuri față-în-față cu populație generală, 200 interviuri telefonice cu funcționari publici.
Perioada derulare	Aprilie – Iunie 2007

Nume proiect	România în percepția populației germane
Beneficiar	Agenția de strategii Guvernamentale (ASG)
Tarif	USD 40,000
Descriere	<p>OBIECTIV: realizarea unui diagnostic complet a percepției populației germane asupra românilor și României; stabilirea mecanismului care conduce la formarea imaginii asupra țării și a brandului de țară în percepția populației germane</p> <p>TRIBUTII: Traducerea chestionarelor, training în colaborare cu partenerul german, analiza de date, raportare.</p> <p>Studiu cantitativ pe 1200 de respondenti: populația germană (16 ani și peste)</p>
Perioada derulare	Aprilie-Iulie 2006

Nume proiect	Managementul situațiilor de risc și pregătirea pentru situații de urgență
Beneficiar	Ministerul administrației și internelor (MAI), Inspectoratul General pentru Situatii de Urgenta România
Tarif	9500\$
Descriere	<p>Scopul cercetării: sprijinirea autorităților române în demersul elaborării unei campanii publice comprehensive de informare și educare a publicului</p> <p>în perioade normale – cum ar trebui să fie informată populația pentru a se pregăti pentru starea de necesitate</p> <p>în stare de necesitate – cum ar trebui să fie informată populația referitor la situațiile de urgență.</p> <p>Studiu omnibus, esantion national, reprezentativ pentru populatia 15+, 1200 chestionare f2f</p> <p>Principalul obiectiv: obținerea unei imagini generale despre ceea ce se cunoaște la nivelul populației despre starea de necesitate – instituții implicate, ce trebuie să facă</p> <p>Obiectiv specific: aflarea percepției populației despre riscurile asociate diferitelor tipuri de stări de necesitate; notorietatea instituțiilor implicate în aceste situații; nivelul de cunoaștere; ce știe populația că trebuie să facă în cazul dezastrelor și cât de pregătiți sunt în prezent în acest sens (cutremure, inundații); canale preferate de informare</p>
Perioada derulare	Ianuarie-Martie 2006

Nume proiect	Dezvoltarea satelor săsești – studiu evaluare de impact
Beneficiar	Ministerul Culturii și Cultelor Proiect: Patrimoniul cultural – Banca Mondială Project Implementation Unit
Tarif	
Descriere	<p>Descriere proiect:</p> <p>La cererea Guvernului României la 23 Decembrie 1998 Banca Mondială (I.B.R.D.) a aprobat un împrumut pentru proiectul Patrimoniul Cultural. Componenta proiectului realizat constă în selectarea satelor istorice săsești în zona centrală a Transilvaniei în vederea determinării acțiunilor pentru păstrarea specificului și promovarea coeziunii sociale și interculturale prin crearea-</p>

	<p>promovarea oportunităților generatoare de venituri care pot rezulta din turism, dezvoltarea meșteșugurilor și activitățile colaterale.</p> <p>Obiectivele proiectului se referă la evaluarea următoarelor teme:</p> <p>a) localnicii satelor săsești colaborează activ în dezvoltarea turismului, a meșteșugurilor specifice, a agriculturii la scară redusă și a altor activități comunitare</p> <p>b) eforturile pilot în satele săsești determină opțiuni/direcții pentru conservarea specificului și dezvoltarea coeziunii sociale și interculturale prin activități noi generatoare de venituri rezultate din turism, dezvoltarea meșteșugurilor și a activităților colaterale.</p> <p>c) localnici, inclusiv săracii și grupurile etnice, primarii și autoritățile locale, turiștii, micii artizani beneficiază efectiv de pe urma derulării proiectului</p> <p>d) există implicarea și sprijinul comunității pentru păstrarea patrimoniului cultural, ca un important bun economic și social</p> <p>e) eforturile realizate prin proiectul pilot în satele respective, vor genera modele adecvate, care pot fi reproduse/ aplicate pe scară mai largă în societate</p> <p>f) se va fi realizat parteneriatul public/ privat/ comunitate și acesta poate gestiona într-adevăr bunurile / moștenirea culturală în localitățile pilotate.</p> <p>g) crește coeziunea și cooperarea la nivelul comunității în localitățile pilotate și se dezvoltă planuri de acțiune comunitare pe tematica proiectului.</p> <p>Metodologie de lucru: Interviuuri in profunzime, FG, studiu cantitativ</p>
Perioada derulare	Octombrie 2003-Februarie 2004

Nume proiect	Evaluarea licențierii, certificării, înregistrării și inspecției în mediul de afaceri românesc
Beneficiar	IRIS CENTER
Tarif	\$ 18,550
Descriere	<p>Descriere proiect:</p> <p>IRIS Center a fost desemnat de către USAID să formuleze o metodologie de evaluare verigilor vulnerabile din instituțiile guvernamentale. Rezultatul acestui efort urma să servească programelor USAID ce vizează coruptia.</p> <p>Studiul a fost realizat în Georgia, România și Rusia. Unul dintre serviciile pe care centrul IRIS a fost desemnat să-l evalueze a fost Licențierea, Certificarea, Înregistrarea și Inspecția Afacerilor în România. În vederea atingerii acestui obiectiv au fost realizate interviuri față în față cu reprezentanți ai instituțiilor publice și din mediul de afaceri.</p> <p>Principalul obiectiv al proiectului a fost descrierea interacțiunilor dintre mediul de afaceri, Biroul Unic și Direcția de sănătate publică a județelor/București. Chestionarele au fost adaptate fiecărui segment interviuat: mediul de afaceri, reprezentanți ai Biroului Unic, reprezentanți ai Direcțiilor de sănătate publică.</p>
Perioada derulare	Noiembrie 2003-Aprilie 2004

Nume proiect	Starea de sănătate a populației
Beneficiar	Pharmakon

Tarif	\$ 3,500
Descriere	Descriere proiect: Obiceiurile populației cu privire la aspecte privind sănătatea: frecvența vizitelor la medic. Cele mai frecvente boli, remedii și medicație. Eșantion reprezentativ național
Perioada derulare	Octombrie 2002

Nume proiect	Populația înstărită din România
Beneficiar	International Bank
Tarif	\$ 3,500
Descriere	Descriere proiect: Descrierea demografică a populației bogate. Estimări. Eșantion reprezentativ național
Perioada derulare	Octombrie 2002

Nume proiect	Afecțiuni ale deficienței de iod
Beneficiar	Population Services International (ONG)
Tarif	
Descriere	Descriere proiect: Population Services International România este un ONG din România care implementează proiecte de marketing social, focalizând problematica sănătății din România. Studiul propus de Population Services International România a fost structurat astfel: <ul style="list-style-type: none"> • Cercetare calitativă pe grupuri țintă referitor la sarea iodată, și interviuri de profunzime în zona rurală; 21 FG și 20 de interviuri • Cercetare cantitativă națională în gospodării privind sarea iodată. Eșantion: 1800 Interviuri • Studiu cantitativ pe eșantion național privind distribuția sării. Eșantion: 1400 interviuri față în față Evaluarea ambalajelor SALROM sare iodată și logo-ul. Metodologie: 12 FG și 16 interviuri de profunzime
Perioada derulare	Iunie-Septembrie 2002

Nume proiect	Serviciile de informare privind migrația – testare concept
Beneficiar	International Organization for Migration
Tarif	
Descriere	Descriere proiect: IOM România și-a propus să înființeze pentru românii care doresc să migreze, permanent sau temporar, pentru muncă sau studii, o serie de servicii și produse de informare. În acest sens MR a realizat un studiu Omnibus, privind atitudinea și comportamentul românilor în privința migrației, ceea ce a identificat nevoia de servicii de informații pentru migrație. Prin urmare IMO a proiectat și testat câteva servicii de informare, pe baza studiilor cantitative și calitate realizate de către MR. Obiective studiu calitativ, exploratoriu - explorarea în profunzime a obiceiurilor populației vizate vis-a-vis de migrație și relaționarea cu serviciile de informare existente - gradul de satisfacție față de oferta sau posibilitățile actuale de informare (Internet, oficiile Ambasadelor, birourile notariale, prieteni, angajatori etc.);

	<ul style="list-style-type: none"> - așteptările de la serviciile de informații - încrederea în IOM, ca organism al UN - testarea diferitelor tipuri de servicii (Website, email, oficii pentru consultanță față în față, consultanța prin telefon, birouri regionale etc); - estimarea dorinței de a apela la un servicii de informații și suma pe care sut dispuși să o plătească pentru astfel de servicii; (FG) <p>Obiective studiu cantitativ</p> <ul style="list-style-type: none"> - evaluarea utilizării actuale a diferitelor canale de informare - testarea diferitelor forme a serviciilor de informare pe grupurile țintă - evaluare nivelurilor de preț pentru noile servicii de informare - evaluarea așteptărilor grupurilor țintă de la noile servicii de informare - consum media. <p>Studiu cantitativ: 600 respondenți (400 urban si 200 rural), în vârstă de peste 18 ani, femei și bărbați, care au migrat în ultimul an sau nu exclud posibilitatea migrării în următoarele 12 luni, indiferent de scopul migrării</p>
Perioada derulare	Octombrie-Decembrie 2002

Nume proiect	Atitudinea românilor și comportamentul privind migrația
Beneficiar	International Organization for Migration
Tarif	\$2,600
Descriere	<p>Descriere proiect:</p> <p>BIMg din România și-a propus înființarea unei serii de servicii și produse de informații pentru românii care doresc să migreze, permanent sau temporar, pentru muncă sau studii. Studiul urma să investigheze potențialul pieței pentru astfel de servicii în ederea lansării lor și pentru proiectarea lor astfel încât să se poată autofinanța.</p> <p>Obiectivele proiectului:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificarea grupurilor care doresc să migreze și doresc să obțină informații din surse de încredere - Identificarea obiceiurilor de culegere a informațiilor în vederea migrării; servicii competitive sau surse de informații - consumul de media al potențialilor migranți <p>Metodologie: Omnibus Mercury¹</p> <p>Urmare a acestei etape clientul a decis că există potențial pentru ca serviciile de informare să fie lansate</p>
Perioada derulare	Iunie-Iulie 2002

Nume proiect	Activismul social în rândul românilor
Beneficiar	Capital, Ringier România
Tarif	\$ 3,500
Descriere	<p>Descriere proiect:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Opinia populației privind sprijinul statului cu privire la nivelul de trai, venituri și locuri de muncă 2. Satisfacția populației cu privire la aspecte sociale și politice cum ar fi cele legate de nivelul de trai și bunăstare 3. Percepția populației privind evoluția situației lor financiare între

¹ Omnibusul Mercury este un studiu sindicalizat, realizat lunar pe un eșantion de 1200 respondenți, de 15 ani și peste, din care, 800 respondenti din urban și 400 respondenti din rural. Interviuurile se realizează *face-to-face*, prin selecție aleatoare.

	1999 și 2000 4. Venitul disponibil al populației 5. Interesul populației față de problemele politice 5. Implicarea populației în proteste sociale (ex: demonstrații, proteste, petiții etc.)
Perioada derulare	Martie-Aprilie 2001

Nume proiect	Clasa de mijloc din România – descriere și estimări
Beneficiar	Business Media Group
Tarif	\$ 3,000
Descriere	<p>Descriere proiect: Objective: descrierea demografică și psihografică a clasei de mijloc Estimări privind clasa de mijloc Metodologie: Mercury TGI® România</p> <p>Datele TGI® România descriu clasa de mijloc din România ca având un nivel ridicat de educație antreprenorială, orientată spre familie, consumatori de cultură, vorbitori de limbi străine, utilizatori de internet, posesori de telefoane mobile, carduri de credit și asigurări de viață. Pe scurt, clasa de mijloc din România se constituie din persoane ancorate în modernitate, cu nevoi sofisticate, dornici să urce pe scara socială și să asigure familiilor lor un nivel de trai mai bun.</p>
Perioada derulare	Septembrie-Octombrie 2001

Nume proiect	Traficul de femei
Beneficiar	International Organization for Migration
Tarif	
Descriere	<p>Descriere proiect: BIMg a dorit să realizeze o campanie de comunicare menită să informeze potențialele victime și familiile acestora cu privire la riscul traficării. În vederea atingerii acestor obiective MR a propus următoarea abordare.</p> <p>Cercetare exploratorie cu ocazia căreia să fie investigate victimele (femeile traficate), potențiale victime și reprezentanți ai instituțiilor implicate în fenomenul traficării:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Victime – 12 interviuri de profunzime 2. Potentiale victime - 6 Focus Grupuri 3. Reprezentanți ai instituțiilor - 22 interviuri de profunzime <p>Testarea unei campanii de informare: 6 Focus Grupuri, in Bucuresti, Iasi, Orsova, Mehedinți</p>
Perioada derulare	Mai-Iunie 2001

Nume proiect	Mediul de afaceri legal din România și sprijinul instituțional pentru afaceri
Beneficiar	IRIS CENTER
Tarif	\$ 22,100
Descriere	<p>Descriere proiect: - Generarea informațiilor necesare pentru proiectarea reformelor menite să îmbunătățească sprijinul instituțional</p>

	<p>pentru mediul de afaceri românesc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Obținerea de informații privind natura tranzacțiilor de afaceri cotidiene, cu deosebire referitor la felul în care întreprinderile folosesc reglementările legislative în sprijinul acestor tranzacții și în privința atitudinii managerilor de companii cu privire la instituțiile civile și comerciale românești. - Oferirea de informații referitor la ceea ce decidenții din companiile românești așteaptă de la sistemul juridic și legislația din România, înainte de reformare <p>Eșantion: 250 de companii, selectate dintr-o bază de date comprehensivă a MR, cuprinzând toate companiile active din România, cu informații despre statutului lor legal, tipul de proprietate, număr de angajați, domeniu de activitate etc</p>
Perioada derulare	Aprilie-Iulie 2001

Nume proiect	Accesul României la dezvoltare
Beneficiar	World Bank (NGO)
Tarif	\$ 10,000
Descriere	<p>Descriere proiect: Investigarea gradului de penetrare a computerelor și a calculatoarelor personale în sistemul educațional românesc. Analiza dezvoltării serviciilor de informare on-line (site-uri de locuri de muncă, portaluri, comerțul on-line, business to business) Analiza pieței de publicitate românești Global Development Gateway este un proiect al Băncii Mondiale care urmărește să creeze un portal printr-un consorțiu de parteneri de afaceri. Portalul oferă afacerilor și browserilor ocazia de participa la licitații pentru o gamă largă de servicii și oferte. Acest portal este conectat la un portal internațional prin care se pot contacta alte licitații ale Băncii Mondiale, Uniunii Europene și a altor donori internaționali.</p> <p>Cercetare de birou Au fost investigate următoarele surse: - Internet-ul - Periodicele și revistele de specialitate cu caracter comercial și politic</p> <p>Analiza pieței Această etapă a constat în interviuri de profunzime, față în față, cu experți din industrie cum ar fi: - Dezvoltatori de site-uri (RoGenerator și NetBridge) - Agenții interactive (McCann Erickson, Ogilvy Interactive, Quadrant Interactive) - Rețele de publicitate (Telli - Ad.ro, Mirabilis Media, Golden Click)</p> Ministerul Educației
Perioada derulare	Februarie Martie 2000

Nume proiect	Curățenia orașelor și câinii vagabonzi
Beneficiar	Capital, Group Ringier
Tarif	\$ 3,500
Descriere	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nivelul de satisfacție al cetățenilor cu privire la curățenia orașelor lor 2. Opinia respondenților cu privire la instituțiile responsabile

	<p>pentru curățenia orașelor lor</p> <p>3. Implicarea cetățenilor în activitățile de curățenie a localității (înainte și după 1989)</p> <p>4. De ce consideră oamenii prezența câinilor vagabonzi/ străzii supărătoare/ perturbatoare</p> <p>5. Opinia respondenților referitor la măsurile pe care autoritățile ar trebui să le ia cu privire la problema câinilor vagabonzi</p> <p>Esantion reprezentativ national</p>
Perioada derulare	Septembrie Octombrie 2000

Nume proiect	Șomajul și piața neagră
Beneficiar	Capital, Group Ringier
Tarif	\$ 3,500
Descriere	<p>1. Statutul fortei de muncă – cu sau fără contract legal de muncă</p> <p>2. Opinia populației cu privire la cauzele șomajului ridicat</p> <p>3. Opinia populației cu privire la ce ar trebui să întreprindă șomerii</p> <p>4. Opinia populației cu privire la principalele forțe motrice pe piața neagră a forței de muncă</p> <p>5. Gradul de acceptare a muncii la negru de către populație</p> <p>Esantion reprezentativ national</p>
Perioada derulare	Octombrie 2000

Nume proiect	Campanie de creștere a notorietății și de intensificare a practicilor de planificare familială
Beneficiar	Johns Hopkins University / Population Communication Services (ONG)
Tarif	\$ 26,400
Descriere	A fost realizată o cercetare pe tema planificării familiale și media în vederea obținerii unor estimări a utilizării de media și a comportamentului de planificare familială (nivel de cunoaștere, utilizarea metodelor contraceptive, obiceiuri de cumpărare etc.), în rândul femeilor între 18 și 35 de ani din județele menționate. Au fost realizate 2400 de interviuri în 78 de locații, pe eșantion reprezentativ pentru urban și rural în fiecare dintre cele 3 județe.
Perioada derulare	Februarie-Aprilie 1999

Nume proiect	Inițiativa „Femei sănătoase” Atitudini cu privire la sănătatea reproducerii, clinicile de planificare familială și contracepție
Beneficiar	Johns Hopkins University / Population Communication Services (ONG)
Tarif	\$ 35,000
Descriere	<p>În scopul dobândirii unui nucleu de informații despre audiența potențială a unei campanii de comunicare pentru planificarea familială, sprijinirii formulării corespunzătoare a mesajelor și a fundamentării adecvate a cercetării cantitative au fost desfășurate 30 de focus grupuri în județele Cluj, Iași și Constanța, în mediul urban și rural.</p> <p>Elaborarea programului de cercetare pentru pretestarea campaniei de comunicare.</p>
Perioada derulare	Ianuarie-Aprilie 1999

Nume proiect	Impactul economic al industriei de publicitate în România
Beneficiar	International Advertising Association
Tarif	\$ 18,000
Descriere	Obiectivul studiului a fost găsirea argumentelor credibile în favoarea libertății de a promova toate produsele legal prelucrate și comercializate, și de a demonstra avantajele regulilor intrinseci ale comunicării publicitare în limitele cadrului legal. S-au realizat interviuri antreprenoriale focalizate pe -Impactul economic direct al publicității -Impactul economic indirect al publicității -Impactul macroeconomic și educațional al restricțiilor sectoriale
Perioada derulare	Martie-August 1998