

1. Universo

O universo deste estudo é constituído por indivíduos de ambos os sexos com idade igual ou superior a 18 anos, residentes em Portugal Continental, em lares com telefones.

2. Amostra e Modo de Selecção

A amostra de estudo é constituída por 809 entrevistas e apresenta-se distribuída da seguinte forma:

Sexo

Masculino _____ 384 entrevistas
Feminino _____ 425 entrevistas

Idade

18/24 Anos _____ 105 entrevistas
25/34 Anos _____ 155 entrevistas
35/44 Anos _____ 145 entrevistas
45/54 Anos _____ 126 entrevistas
55/64 Anos _____ 117 entrevistas
65 e+ Anos _____ 161 entrevistas

Região

Grande Lisboa _____ 163 entrevistas
Grande Porto _____ 91 entrevistas
Litoral Norte _____ 155 entrevistas
Litoral Centro _____ 130 entrevistas
Interior Norte _____ 179 entrevistas
Sul _____ 91 entrevistas

Total: 809 entrevistas

A selecção dos lares a inquirir foi efectuada aleatoriamente, com base nas listas telefónicas de Portugal Continental. A selecção dos inquiridos, um em cada lar, foi efectuada através do método de quotas, tendo em consideração as variáveis:

- Sexo;
- Idade;
- Região.

O erro de amostragem desta sondagem, para um intervalo de confiança de 95% (P=50%) é de +/-3.45%.

3. Recolha da Informação

A recolha da informação foi realizada através de um questionário estruturado constituído por perguntas fechadas. As entrevistas foram recolhidas telefonicamente e registadas de imediato em computador através do Sistema CATI ("Computer Assisted Telephone Interview").

A recolha da informação foi realizada a partir dos escritórios da MARKTEST, em Lisboa, tendo decorrido nos dias 21, 22 e 23 de Março de 2007.

Trabalharam nesta sondagem telefónica um total de 49 entrevistadores especializados neste tipo de entrevistas.

Todo o trabalho de recolha foi coordenado e supervisionado no local pelos coordenadores do estudo, sendo feita posteriormente supervisão telefónica através de um 2º contacto para o lar dos entrevistados, a 15.95% do trabalho realizado por cada entrevistador.