

**Eleições Presidenciais 2006**

**Sondagem Marktest**

**9 de Janeiro de 2006**

para

**Diário de Notícias / TSF – Jan.06**

## **Indice**

### **I. Ficha Técnica da Sondagem**

1. Universo
2. Amostra
3. Modo de Selecção da Amostra
4. Recolha da Informação
5. Tratamento da Informação e Apresentação dos Resultados
  - 5.1 Base móvel para análise dos resultados
6. Tabela de Erros de Amostragem – Como interpretar ?
- 7 . Ponderação
8. Tratamento das respostas não expressas em intenção de voto
9. Questionário

## I. Ficha Técnica da Sondagem

A presente sondagem política que a Marktest iniciou a 4 de Janeiro de 2006, para o Diário de Notícias/TSF, marca o início de uma nova abordagem das sondagens políticas em Portugal. Diariamente serão divulgadas sondagens sobre intenção de voto para as Eleições Presidenciais, que terão lugar no próximo dia 22 de Janeiro de 2006.

Até ao dia 18 de Janeiro e de forma ininterrupta, a Marktest realizará entrevistas telefónicas por forma a acompanhar dia a dia a tendência de sentido de voto dos portugueses, no próximo acto eleitoral.

Os resultados diários são produzidos com base nas entrevistas realizadas nos quatro dias anteriores (média móvel ou *moving average*).

A metodologia utilizada nesta sondagem diária é a seguinte :

### 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. (Universo - 8 385 230 Indivíduos recenseados– Fonte STAPE)

### 2. Amostra

Diariamente os resultados são apresentados tendo por base uma amostra de 600 entrevistas. Esta amostra resulta do sistema de média móvel, através do qual acumulando as 150 entrevistas (que se realizam de uma forma representativa numa base diária) dos quatro dias de recolha mais recentes prefazem a amostra final de 600 entrevistas

A amostra da sondagem publicada no dia 9 de Janeiro de 2006, apresenta a seguinte distribuição :

	Total	Masculino	Feminino	18/34 anos	35/54 anos	Mais 55 anos	Gr. Lisboa	Gr. Porto	Lit.Norte	Lit.Centro	Int.Norte	Sul
Amostra	608	294	314	198	213	197	122	69	116	97	135	69
Erro Amostral	3,97	5,72	5,53	6,96	6,71	6,98	8,87	11,80	9,10	9,95	8,43	11,80

### 3. Modo de Selecção

A selecção dos lares a serem contactados é efectuada aleatoriamente, a partir da base de telefones residenciais disponíveis em Portugal Continental. A base de telefones que a Marktest utiliza, foi criada pela empresa a partir das listas telefónicas disponíveis e apresenta um total de 2 926 426 telefones dos operadores de rede fixa.

Os telefones seleccionados são extraídos aleatoriamente desta base, através de um software desenvolvido para o efeito, de forma proporcional ao número de entrevistas a realizar em cada região Marktest/Distrito/Concelho. Os entrevistadores não têm qualquer participação na selecção dos números de telefone . Existe um condicionalismo que impõe que o número seleccionado não tenha sido utilizado noutros estudos num período recente (6 meses) .

A selecção dos entrevistados, um e apenas um em cada lar, é efectuada através do método de quotas tendo em consideração as seguintes variáveis: sexo, idade, região e distrito/concelho de residência do entrevistado.

### 4. Recolha da Informação

A recolha da informação é efectuada através do método da entrevista telefónica com recurso ao Sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interview), através de um software

proprietário para gerir a realização das entrevistas . É utilizado um questionário estruturado contendo perguntas fechadas. As perguntas são do tipo dirigido e por forma a controlar o efeito de ordem, a sugestão dos nomes dos candidatos é aleatorizada.

O processo de recolha de informação decorre da seguinte forma :

1º o entrevistador selecciona a região Markttest e o Distrito onde irá realizar a entrevista;

2º o computador automaticamente selecciona e apresenta um número de telefone no écran. Esse nº é digitado pelo entrevistador no aparelho telefónico. Feita a tentativa de contacto com o lar o entrevistador aguarda pelo resultado :

- se não é estabelecido contacto com o lar regista-se o tipo de Comunicação Não Estabelecida ( Ver Quadro II – Total de Contactos), e reinicia-se o processo de marcação de novo nº de telefone ;
- se é estabelecido o contacto telefónico, o entrevistador, após uma breve apresentação de si próprio e da empresa, confirma :
  - § se aquele nº de telefone corresponde a uma casa particular; em caso afirmativo prossegue, caso contrário este nº de telefone passa a estar indisponível porque é considerado como Fora de Universo;
  - § se o seu interlocutor reside naquele lar e faz parte daquele agregado familiar; em caso afirmativo prossegue, caso contrário pede-se para falar com alguém que reside naquele agregado e dele faça parte , se tal não for possível é registada um contacto com ausência ou seja o nº de telefone voltará a estar disponível mais tarde, para novo contacto ( com alguém que faça parte desse agregado familiar) ;
  - § se o seu interlocutor ou alguém daquele agregado trabalha ou tabalhou numa empresa de estudos de mercado, numa agência de publicidade ou nalgum órgão de comunicação social: em caso afirmativo e porque esta pergunta constitui filtro para a continuação da entrevista, este nº de telefone passa a estar indisponível porque é considerado como Fora de Universo.

3º após este primeiro processo de selecção, o entrevistador pode prosseguir com a entrevista, obdecendo às quotas pré-definidas para selecção do entrevistado e aqui surgem 4 situações possíveis :

- no lar não reside ninguém com a quota de sexo e idade pretendida e o nº telefone é abandonado , registando-se um contacto Fora de Quotas;
- no lar reside alguém com a quota de sexo e idade pretendida, mas que de momento não se encontra e o nº telefone é abandonado temporariamente ou registado uma nova hora para recontacto, registando-se um contacto de Ausência ;
- no lar reside alguém com a quota de sexo e idade pretendida, mas que de momento não quer conceder a entrevista e o nº telefone é abandonado definitivamente , registando-se um contacto de Recusa ;
- no lar reside alguém com a quota de sexo e idade pretendida, e que acede a colaborar respondendo à entrevista ; concluída a entrevista este nº de telefone fica obviamente indisponível para realizar mais entrevistas neste estudo. Esta entrevista embora válida, poderá tornar-se não válida posteriormente , caso sejam detectadas incongruências ou ausência de dados no processo de validação que mais à frente detalharemos

A recolha da informação decorreu entre os dias 4 e 7 de Janeiro de 2006 e foi realizada nos escritórios da Markttest em Lisboa. As entrevistas foram realizadas no período compreendido entre as 17 e as 22 horas, nos dias úteis e entre as 10 e as 15 horas ao fim-de-semana.

Foram realizadas 610 entrevistas telefónicas, tendo sido utilizados 7875 números de telefones, e realizado um total de 13243 contactos telefónicos. Realizou-se uma média de 21,7 contactos telefónicos por entrevista e verificou-se que :

QUADRO I. Contactos Telefónicos versus tentativas

	Nº entrev.realizadas
1ª tentativa contacto telef.	395
2ª tentativa contacto telef.	125
3ª tentativa contacto telef.	59
4ª tentativa contacto telef.	17
5ª tentativa contacto telef.	9
6ª tentativa contacto telef.	3
7ª tentativa contacto telef.	2
<b>Total entrevistas realizadas</b>	<b>610</b>
<b>Total telefones utilizados</b>	<b>7.875</b>
<b>Total contactos realizados</b>	<b>13.243</b>
<b>Média contactos realizados</b>	<b>21,7</b>

Do total de 13.243 contactos telefónicos realizados, resultaram nas seguintes situações que passamos a enumerar:

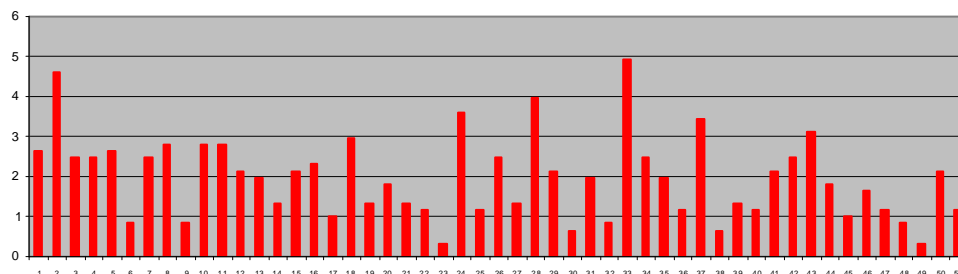
QUADRO II. Total de Contactos Telefónicos

	Tot.Contactos	%
<b>Comunicação Estabelecida</b>	<b>4462</b>	<b>33,69</b>
<b>Não Seleccionáveis</b>	<b>3163</b>	
Fora do Universo	243	
Fora de Quotas	172	
Ausência	2748	
<b>Entrevista Solicitada</b>	<b>1299</b>	
Recusa ou Desistência	689	
Entrevista Efectuada Válida	608	
Entrevista Efectuada Não Válida	2	
<b>Comunicação não Estabelecida</b>	<b>8781</b>	<b>66,31</b>
Interrupção durante a comunicação	41	
Interrompido	1361	
Não atenderam	5339	
Atendedor Automático	256	
Fax	74	
Avarias	82	
Desligados/ Não atribuídos	1628	
<b>Total de Contactos realizados</b>	<b>13243</b>	<b>100</b>

Trabalharam neste estudo um total de 51 entrevistadores da Markttest, formados para a condução deste tipo de inquéritos telefónicos e que receberam um treino específico para a realização deste estudo.

A percentagem de trabalho realizado por cada entrevistador apresenta a seguinte distribuição:

Percentagem de trabalho realizado por cada entrevistador de 4 a 7  
Jan.06



Todo o trabalho é supervisionado *in loco*, nas nossas instalações, através do acompanhamento permanente da equipa de coordenadores de estudos telefónicos, sendo ainda efectuada supervisão telefónica a cerca de 10% do trabalho de cada entrevistador, mediante a realização de um 2º contacto telefónico para os lares dos entrevistados.

A supervisão telefónica realizada através de um 2º contacto telefónico, processa-se no próprio dia ou dia seguinte ao de realização da entrevista e tem por objectivo aferir a qualidade e veracidade do desempenho dos entrevistadores, confirmando-se parte dos dados recolhidos. É conduzida a partir dos nossos escritórios, no departamento técnico, e por uma equipa de supervisores formados para o efeito.

Qualquer erro ou incongruência que seja detectada na confrontação das respostas obtidas no momento da entrevista versus momento de supervisão, é motivo para a não validação da mesma, que passa ao estado de Anulada .

## 5.Tratamento da informação e apresentação dos resultados

Após a recolha da informação todos os questionários são analisados e validados . A validação das entrevistas decorre em dois momentos :

1º - no acto da recolha da informação é efectuada a validação lógica, ou seja, é vedada a hipótese de aplicação de uma pergunta, caso a resposta a uma pergunta anterior a torne desnecessária;

2º - na fase de tratamento é realizada a validação de consistência. Esta detecta incongruências pela análise conjunta de várias respostas. Findo este processo as entrevistas estão prontas para serem tabuladas e se processar a informação .

A informação apresenta-se ventilada pelas variáveis sócio-demográficas, por intenção de voto nas legislativas e intenção de voto nos candidatos presidenciais. Os valores apresentados, são valores percentuais. Bases de análise inferiores a 30 casos são insuficientes para análise, não sendo por isso editados valores de respostas. Bases de análise entre 31/80 casos, constituem bases de análise reduzida.

Os resultados desta sondagem relativos à intenção de voto para a Eleições Presidenciais são apresentados da seguinte forma:

- Dados Brutos,
- Resultados com base apenas naqueles que expressaram sentido de voto.

### 5.1 Base móvel para análise dos resultados

A base de análise de cada sondagem, constitui uma base móvel, significa isto que ao longo de 15 dias de recolha consecutivos a Marktest processará informação diária tendo por base a recolha realizada sempre nos últimos quatros dias. ( Ver QUADRO III – Datas de Recolha da Informação).

Em cada dia são realizadas 150 entrevistas com base numa amostra representativa do Universo estudado.

No entanto apenas são publicados resultados com base em amostras de 600 elementos resultado de acumular 4 dias consecutivos. Em cada novo dia são adicionadas 150 entrevistas realizadas nesse dia e retiradas as 150 realizadas no dia mais recuado. Na verdade só de quatro em quatro dias a amostra fica totalmente renovada. Por outro lado os resultados evolutivos aparecem como "alisados".

Este procedimento é frequentemente usado neste tipo de barómetros.

Nos últimos 4 dias de sondagem (15,16,17,18 de Janeiro) são realizadas 350 entrevistas por dia e acumuladas com o mesmo critério. Deste modo, as sondagens a publicar entre os dias 17 e 20 de Janeiro terão uma base amostral acrescida que será, no último dia, de 1400 entrevistas a em vez de 600.

QUADRO III - Datas de Recolha da informação

04-Jan	05-Jan	06-Jan	07-Jan	08-Jan	09-Jan	10-Jan	11-Jan	12-Jan	13-Jan	14-Jan	15-Jan	16-Jan	17-Jan	18-Jan	19-Jan	20-Jan	Base Móvel Entrev. Editadas
					Edição												600
						Edição											600
							Edição										600
								Edição									600
									Edição								600
										Edição							600
											Edição						600
												Edição					800
													Edição				1000
														Edição			1200
															Edição		1400
Base Acumulada Entrev.	150	300	450	600	750	900	1050	1200	1350	1500	1650	2000	2350	2700	3050		

recolha diária 150 entrevistas  
 recolhida diária 350 entrevistas

Simultaneamente com a publicação dos resultados diários, a Marktest disponibilizará quadros de tabulação com base numa amostra acumulada desde o dia 4 de Janeiro. No último dia de publicação ( 20 de Janeiro de 2006) os resultados acumulados da sondagem, terão uma base amostral de 3050 entrevistas, permitindo deste modo a análise de resultados a nível de sub-amostras regionais, por sexo, idade, etc.

**6. Tabela de Erros de Amostragem – Como interpretar a tabela ?**

Tabela de erros de amostragem para 95% de confiança															
t a m a n h o d a a m o s t r a (base)															
%	100	200	300	400	500	600	700	800	900	1000	1200	1500	2000	2500	3000
5	4,3	3,0	2,5	2,1	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,4	1,2	1,1	1,0	0,9	0,8
10	5,9	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,2	2,1	2,0	1,9	1,7	1,5	1,3	1,2	1,1
15	7,0	4,9	4,0	3,5	3,1	2,9	2,6	2,5	2,3	2,2	2,0	1,8	1,6	1,4	1,3
20	7,8	5,5	4,5	3,9	3,5	3,2	3,0	2,8	2,6	2,5	2,3	2,0	1,8	1,6	1,4
25	8,5	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,2	3,0	2,8	2,7	2,5	2,2	1,9	1,7	1,5
30	9,0	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,4	3,2	3,0	2,8	2,6	2,3	2,0	1,8	1,6
35	9,3	6,6	5,4	4,7	4,2	3,8	3,5	3,3	3,1	3,0	2,7	2,4	2,1	1,9	1,7
40	9,6	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,6	3,4	3,2	3,0	2,8	2,5	2,1	1,9	1,8
45	9,8	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,7	3,4	3,3	3,1	2,8	2,5	2,2	2,0	1,8
50	9,8	6,9	5,7	4,9	4,4	4,0	3,7	3,5	3,3	3,1	2,8	2,5	2,2	2,0	1,8
55	9,8	6,9	5,6	4,9	4,4	4,0	3,7	3,4	3,3	3,1	2,8	2,5	2,2	2,0	1,8
60	9,6	6,8	5,5	4,8	4,3	3,9	3,6	3,4	3,2	3,0	2,8	2,5	2,1	1,9	1,8
65	9,3	6,6	5,4	4,7	4,2	3,8	3,5	3,3	3,1	3,0	2,7	2,4	2,1	1,9	1,7
70	9,0	6,4	5,2	4,5	4,0	3,7	3,4	3,2	3,0	2,8	2,6	2,3	2,0	1,8	1,6
75	8,5	6,0	4,9	4,2	3,8	3,5	3,2	3,0	2,8	2,7	2,5	2,2	1,9	1,7	1,5
80	7,8	5,5	4,5	3,9	3,5	3,2	3,0	2,8	2,6	2,5	2,3	2,0	1,8	1,6	1,4
85	7,0	4,9	4,0	3,5	3,1	2,9	2,6	2,5	2,3	2,2	2,0	1,8	1,6	1,4	1,3
90	5,9	4,2	3,4	2,9	2,6	2,4	2,2	2,1	2,0	1,9	1,7	1,5	1,3	1,2	1,1
95	4,3	3,0	2,5	2,1	1,9	1,7	1,6	1,5	1,4	1,4	1,2	1,1	1,0	0,9	0,8

Como ler este quadro ?

Para uma amostra de 600 inquiridos (base) o candidato A aparece com uma percentagem de 20% . Qual é a margem de erro ?

Entrando na coluna 600 e na percentagem da linha 20 obtém-se a célula de cruzamento com o valor 3,2. 3,2% é a margem de erro para uma probabilidade de 95%.

Como o quadro não tem todas as entradas podem fazer-se aproximações por exemplo se a amostra for de 525 e a percentagem for de 11,2, utiliza-se o valor de amostra 500 e de percentagem 10, logo a margem de erro é de 2,6%

O que é que significa, neste caso, uma margem de erro de 2,6% com um grau de confiança de 95%?

Significa que (com uma probabilidade de 95%) o resultado efectivo deve encontrar-se entre 11,2-2,6 e 11,2+2,6, isto é entre 8,6% e 13,8%

Por outras palavras, se realizássemos 100 sondagens perfeitamente aleatórias, em 95% delas o resultado cairia no referido intervalo, mas em 5% o resultado sairia desse intervalo. Daí o grande cuidado na leitura dos números.

Acresce ainda que, regra geral, as sondagens, não são aleatórias e estão sujeitas a outro tipo de erros o que complica ainda mais a situação.

Este quadro permite ainda concluir que, a partir de um certo tamanho amostral, os ganhos em aumentar a amostra são muito pequenos. Daí que em muitas sondagens o tamanho varia entre 600 e 1200

A forma de aumentar a precisão dos resultados consiste em acumular vagas amostrais; perde-se a leitura temporal, ganha-se rigor estatístico no período acumulado. Quando não existe uma tendência nítida de evolução de um indicador, vale a pena fazer acumulações.



## 7 . Ponderação

Os resultados desta sondagem não foram objecto de qualquer ponderação ou ajustamento na fase de tratamento dos resultados.

## 8. Tratamento das respostas não expressas em intenção de voto

São consideradas as seguintes situações de intenção não expressa na escolha de um candidato

**Voto em Branco** : traduz uma intenção clara e por isso estas situações não levantam problemas, podendo estes elementos ser retirados da amostra.

**Não Voto**; É também uma situação que não levanta problemas . Convém não confundir esta percentagem com abstenção. Na verdade estes casos até poderiam ser eliminados antes de proceder á tabulação. Mantêm-se por tradição e comparabilidade com sondagens realizadas anteriormente

**Não Sabe** . O tratamento que é feito e a própria estrutura do questionário não permitem determinar se estas pessoas não irão votar ou não sabem em quem votar.

**Não responde** trata-se de uma situação em que existe recusa em expressar a opinião e que está muito próxima da situação anterior.

Seguindo uma opção que já está generalizada os quadros de resultados excluem aquelas 4 situações. Assim as percentagens atribuídas aos 5 candidatos somam 100% que está em consonância com as regras do apuramento eleitoral.

## Evolução das percentagens de respostas não expressas baseadas nas medias moveis de 4 dias

	<i>Datas de publicação</i>											
	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>
Voto em Branco	4.1											
Não Voto	2.8											
Não Sabe	10.0											
Não responde	4.3											

## 9. Questionário utilizado na recolha da informação

P1) Se neste momento houvesse eleições para a PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, dos candidatos que lhe vou referir em qual votaria?

**É sorteada a ordem de apresentação dos nomes , isto é os nomes dos candidatos são apresentados por ordem aleatória que varia de entrevista para entrevista**

Cavaco Silva  
Francisco Louça  
Garcia Pereira  
Jerónimo de Sousa  
Manuel Alegre  
Mário Soares

P2) Em sua opinião, irá existir uma segunda volta nestas eleições presidenciais ou ficará tudo decidido na primeira volta?

**Irá existir uma segunda volta nestas eleições presidenciais  
Ficará tudo decidido na primeira volta  
Ns/Nr**

P3) Em sua opinião se existir uma segunda volta, esta irá realizar-se entre:

**É sorteada a ordem de apresentação das duas hipóteses de resposta, ou seja as duas hipóteses de resposta são apresentados por ordem aleatória que varia de entrevista para entrevista**

Cavaco Silva e Manuel Alegre  
Cavaco Silva e Mário Soares  
Nenhum Destes  
NSNR

P4) E se a 2ª volta das eleições presidenciais fosse hoje, entre Cavaco Silva e Mário Soares, em qual destes dois candidatos votaria?

**É sorteada a ordem de apresentação dos nomes , isto é os nomes dos candidatos são apresentados por ordem aleatória que varia de entrevista para entrevista**

Cavaco Silva  
Mário Soares  
Nenhum Destes

P5) E se a 2ª volta das eleições presidenciais fosse hoje, entre Cavaco Silva e Manuel Alegre, em qual destes dois candidatos votaria?

**É sorteada a ordem de apresentação dos nomes , isto é os nomes dos candidatos são apresentados por ordem aleatória que varia de entrevista para entrevista**

Cavaco Silva  
Manuel Alegre  
Nenhum Destes

P6) Em relação às próximas eleições do próximo dia 22 de Janeiro de 2006 o/a Sr/Sra: Já tem uma ideia clara sobre em quem vai votar e diz que não vai mudar, Já tem ideia clara sobre em quem votar mas admite mudar ou ainda está indeciso ?

Já tem uma ideia clara sobre em quem vai votar e diz que não vai mudar  
Já tem ideia clara sobre em quem votar mas admite mudar  
Ainda está indeciso

P7) Ainda no âmbito político, se neste momento houvesse eleições para a ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA, em que partido votaria ? ( Resposta Espontânea )

BE  
CDS-PP  
CDU  
PS  
PSD  
Outro  
Voto em Branco  
Não Voto  
Ns/Nr