

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 801 entrevistas e apresenta-se distribuída da seguinte forma:

Sexo

Masculino	_____	383 entrevistas
Feminino	_____	418 entrevistas

Idade

18/24 Anos	_____	113 entrevistas
25/34 Anos	_____	134 entrevistas
35/44 Anos	_____	152 entrevistas
45/54 Anos	_____	123 entrevistas
55/64 Anos	_____	117 entrevistas
65 e+ Anos	_____	162 entrevistas

Região

Grande Lisboa	_____	162 entrevistas
Grande Porto	_____	91 entrevistas
Litoral Norte	_____	152 entrevistas
Litoral Centro	_____	134 entrevistas
Interior Norte	_____	170 entrevistas
Sul	_____	92 entrevistas

Total: 801 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 +/-3,46%.

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 C.A.T.I. ("Computer Assisted Telephone Interview").

A recolha da informação foi realizada a partir dos escritórios da MARKTEST, em Lisboa, tendo decorrido nos dias de 15 a 18 de Maio de 2007.

Trabalharam nesta sondagem telefónica um total de 44 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 10,5% do trabalho realizado por cada entrevistador.