

Sondagem aximage:  
*Economia - fevereiro 2023*

---



## FICHA TÉCNICA DESTINADA A PUBLICAÇÃO E ELABORADA DE ACORDO COM UM MODELO PROPOSTO PARA A IMPRENSA

### FICHA TÉCNICA

**Universo:** Indivíduos maiores de 18 anos residentes em Portugal.

**Amostra:** Amostragem por quotas, obtida a partir de uma matriz cruzando sexo, idade e região (NUTSII), a partir do universo conhecido, reequilibrada por género (2), grupo etário (4) e escolaridade (2). A amostra teve 807 entrevistas efetivas: 677 entrevistas CAWI e 130 entrevistas CATI; 181 entre os 18 e os 34 anos, 212 entre os 35 e os 49 anos, 223 entre os 50 e os 64 anos e 191 para os 65 e mais anos; Norte 268, Centro 177, Sul e Ilhas 123, Área Metropolitana de Lisboa 239.

**Técnica:** Aplicação online – CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) – de um questionário estruturado a um painel de indivíduos que preenchem as quotas pré-determinadas para os indivíduos com 18 ou mais anos; entrevistas telefónicas – metodologia CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) do mesmo questionário devidamente adaptado ao suporte utilizado, ao sub-universo utilizado pela AXIMAGE nos seus estudos políticos, com preenchimento das mesmas quotas para os indivíduos com 50 e mais anos e outros. O trabalho de campo decorreu entre 10 e 16 de fevereiro de 2023.

**Erro probabilístico:** O processo amostral, não sendo aleatório, implica a não indicação do erro probabilístico. Contudo, para efeitos de comparação, para uma amostra probabilística com 807 entrevistas, o desvio padrão máximo de uma proporção é 0,017 (ou seja, uma “margem de erro” – a 95% - de 3,45%).

**Responsabilidade do estudo:** Aximage Comunicação e Imagem Lda., sob a direcção técnica de Ana Carla Basílio.

## Distribuição das entrevistas pelas variáveis de segmentação

Segmentos amostrais		N.º de entrevistas	"Margem de erro"*
<b>Total</b>		<b>807</b>	<b>0,034</b>
Região	Norte	268	0,060
	Centro	177	0,074
	A.M. Lisboa	239	0,063
	Sul e Ilhas	123	0,088
Sexo	Masculino	384	0,050
	Feminino	423	0,048
Idade	18-34	181	0,073
	35-49	212	0,067
	50-64	223	0,066
	65 e mais	191	0,071
Classe social	D	78	0,111
	C2	214	0,067
	C1	302	0,056
	A/B	213	0,067

\* Ver nota no slide seguinte

## Distribuição das entrevistas pelas variáveis de segmentação\*

NOTA 1: Os valores da tabela anterior devem ser considerados para avaliar o erro probabilístico de cada segmento.

NOTA 2: Nas tabelas que serão apresentadas, as percentagens que dizem respeito às categorias Chega, IL e BE, e, particularmente, CDU, CDS, PAN, Livre e OBN devem ser lidas a mero título indicativo dado o valor muito reduzido das respetivas bases.

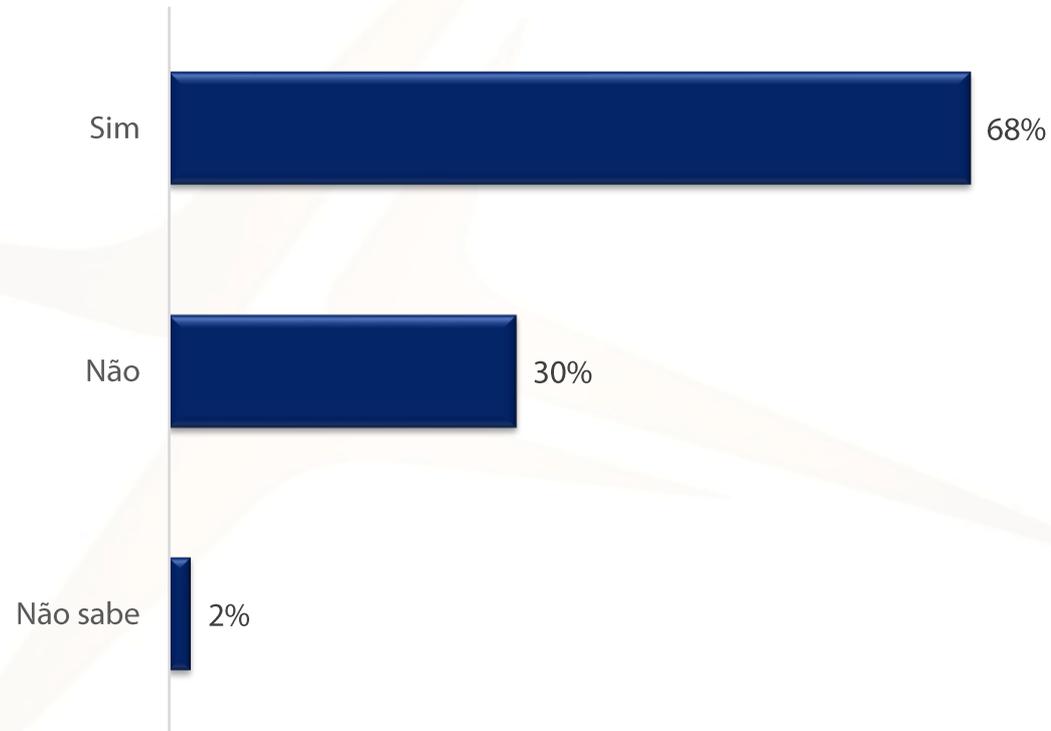
NOTA 3: A publicação desta tabela permite ao leitor uma avaliação do erro probabilístico associado a cada segmento depois de fixado, arbitrariamente, em 5% a probabilidade de rejeição de uma hipótese quando verdadeira (erro de primeira espécie – tipo 1).

\* Como referido na Ficha Técnica, o erro probabilístico não é aplicável à metodologia utilizada, sendo apenas indicado para efeitos de comparação com uma amostra probabilística.

## Impacto do aumento das taxas de juro na economia familiar

## Impacto do aumento das taxas de juro na economia familiar

Base: Total de inquiridos



P. O aumento das taxas de juro tem tido reflexos na sua economia familiar?

## Impacto do aumento das taxas de juro na economia familiar

% verticais (base: Total de inquiridos)	Regiões					
	Total	Norte	AMP	Centro	AML	Sul e Ilhas
Sim	<b>68</b>	75	69	71	63	70
Não	<b>30</b>	22	30	28	35	28
Não sabe	<b>2</b>	3	1	1	2	2

% verticais (base: Total de inquiridos)	Sexo		Grupo etário				Classe				
	Total	H	M	18-34	35-49	50-64	65+	D	C2	C1	A/B
Sim	<b>68</b>	68	69	69	85	74	47	62	65	72	69
Não	<b>30</b>	30	30	26	14	26	52	30	34	26	30
Não sabe	<b>2</b>	2	2	5	1	1	1	8	1	2	1

## Impacto do aumento das taxas de juro na economia familiar

% verticais (base: Total de inquiridos)	Voto Legislativo em Jan. 2022											
	Total	Abstenção	PS	PSD	Chega	IL	BE	CDU	CDS	PAN	L	OBN
Sim	<b>68</b>	72	67	73	68	48	64	68	45	79	66	72
Não	<b>30</b>	20	33	25	33	52	36	28	55	15	34	29
Não sabe	<b>2</b>	8	1	2	0	0	0	5	0	7	0	0

Alteração dos hábitos de consumo face ao aumento dos preços dos bens alimentares

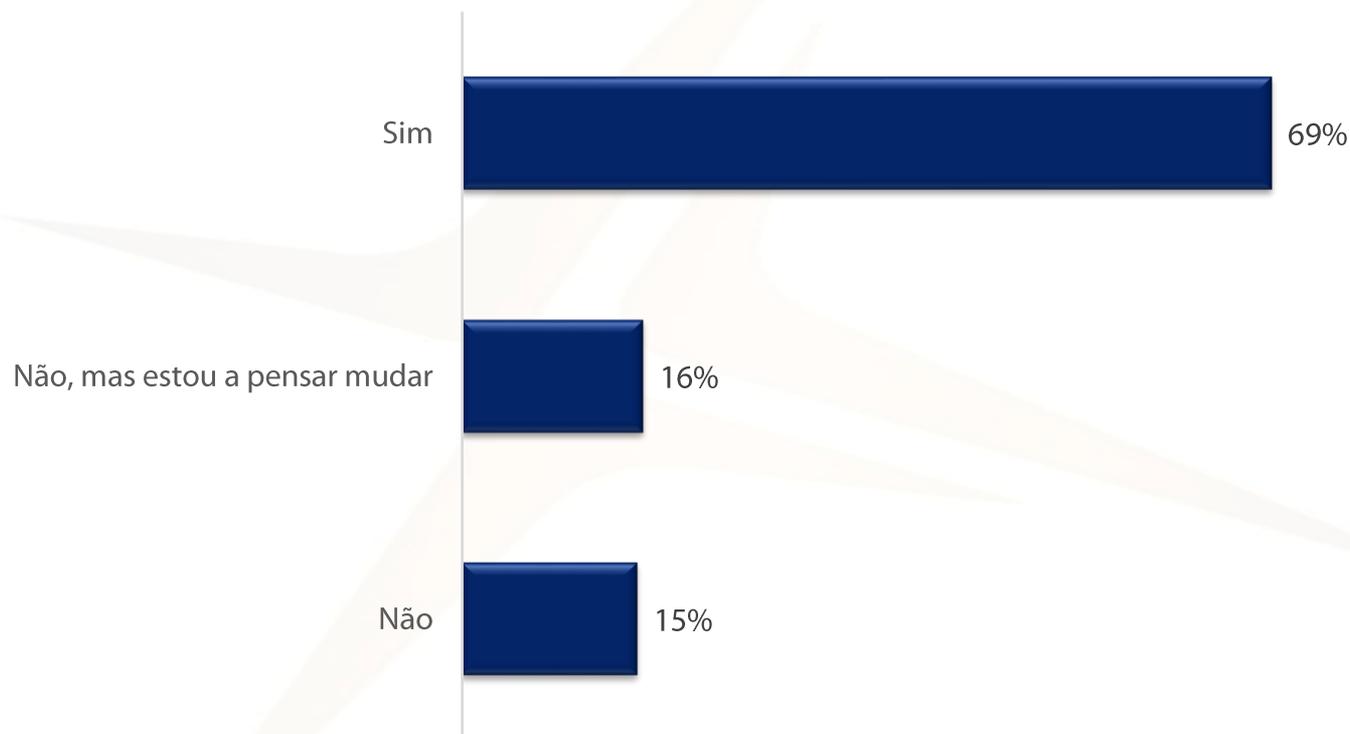
Medidas já adotadas

Medidas que considera adotar

O Governo está a fazer tudo para minimizar o impacto do aumento dos preços

## Alteração dos hábitos de consumo face ao aumento dos preços dos bens alimentares

Base: Total de inquiridos



P. Face ao aumento dos preços dos bens alimentares, alterou os seus hábitos de consumo?

## Alteração dos hábitos de consumo face ao aumento dos preços dos bens alimentares

% verticais (base: Total de inquiridos)	Regiões					
	Total	Norte	AMP	Centro	AML	Sul e Ilhas
Sim	<b>69</b>	72	67	75	65	69
Não, mas estou a pensar mudar	<b>16</b>	18	19	12	14	17
Não	<b>15</b>	10	15	13	21	14

% verticais (base: Total de inquiridos)	Sexo		Grupo etário				Classe				
	Total	H	M	18-34	35-49	50-64	65+	D	C2	C1	A/B
Sim	<b>69</b>	64	73	70	76	73	58	72	71	67	68
Não, mas estou a pensar mudar	<b>16</b>	18	13	22	19	16	6	14	11	18	18
Não	<b>15</b>	18	14	8	5	11	36	14	17	15	14

## Alteração dos hábitos de consumo face ao aumento dos preços dos bens alimentares

% verticais (base: Total de inquiridos)	Voto Legislativo em Jan. 2022											
	Total	Abstenção	PS	PSD	Chega	IL	BE	CDU	CDS	PAN	L	OBN
Sim	<b>69</b>	70	66	72	74	47	88	63	100	77	75	58
Não, mas estou a pensar mudar	<b>16</b>	13	16	15	17	28	8	18	0	20	16	14
Não	<b>15</b>	17	18	13	9	25	4	19	0	3	9	27

## Medidas já adotadas (Questão múltipla)

Base: Inquiridos que alteraram hábitos de consumo de bens alimentares 69% do total



P. Das seguintes medidas quais as que adotou:

## Medidas já adotadas (Questão múltipla)

% verticais (base: Inquiridos que alteraram hábitos de consumo de bens alimentares 69% do total)	Regiões					
	Total	Norte	AMP	Centro	AML	Sul e Ilhas
Procura adquirir mais produtos em promoção	68	71	69	71	61	68
Compara mais preços e compra onde for mais barato	65	68	64	67	65	59
Compra mais produtos de marca branca	60	62	62	62	59	55
Deixou de comprar alguns produtos	56	57	61	54	53	58
Compra menos quantidade de alguns produtos	47	48	45	46	48	45
Outro	1	1	1	1		1

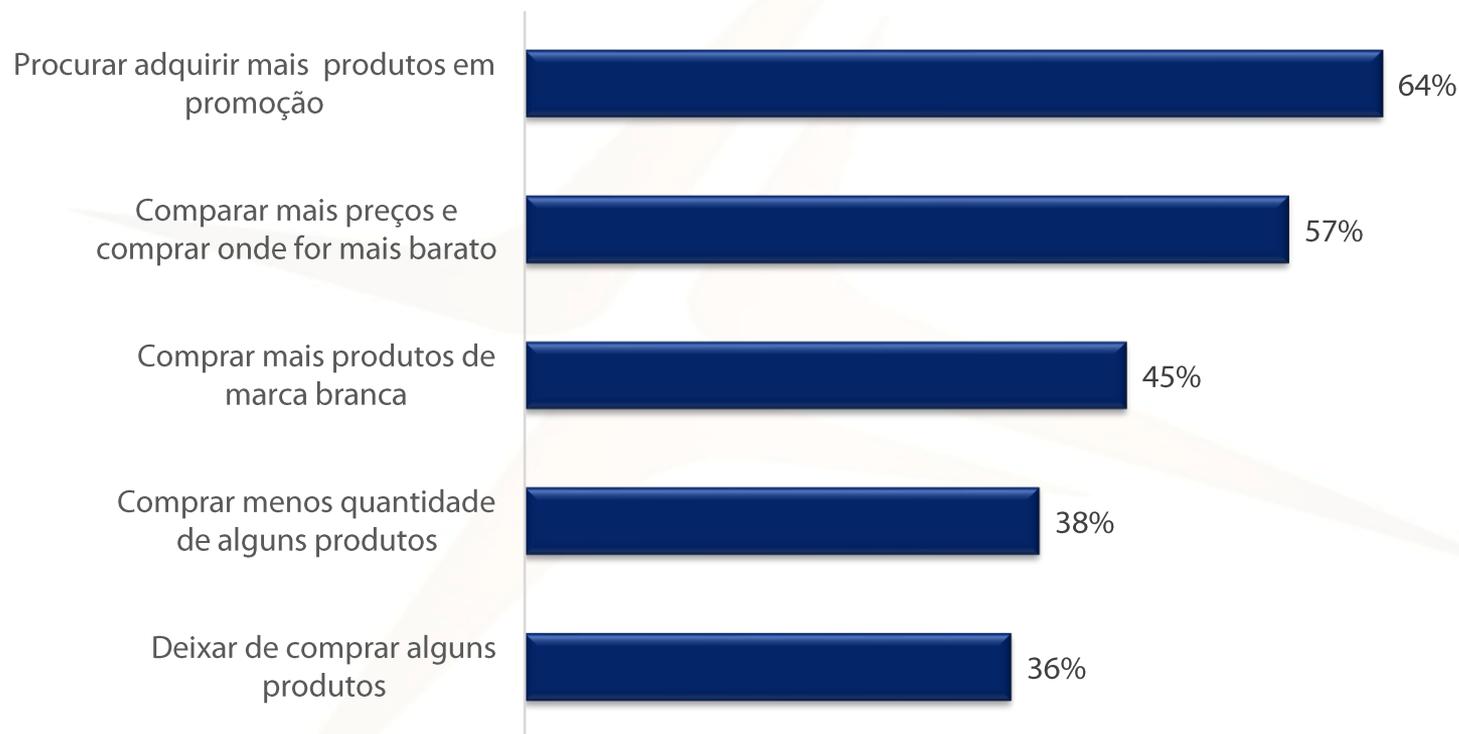
% verticais (base: Inquiridos que alteraram hábitos de consumo de bens alimentares 69% do total)	Sexo			Grupo etário				Classe			
	Total	H	M	18-34	35-49	50-64	65+	D	C2	C1	A/B
Procura adquirir mais produtos em promoção	68	66	68	66	66	70	67	66	62	69	72
Compara mais preços e compra onde for mais barato	65	64	65	64	67	67	60	62	70	64	62
Compra mais produtos de marca branca	60	61	60	55	64	59	62	57	63	56	64
Deixou de comprar alguns produtos	56	57	55	54	66	52	49	51	54	59	55
Compra menos quantidade de alguns produtos	47	48	45	54	50	44	39	45	41	51	47
Outro	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	2

## Medidas já adotadas (Questão múltipla)

% verticais (base: Inquiridos que alteraram hábitos de consumo de bens alimentares 69% do total)	Voto Legislativo em Jan. 2022											
	Total	Abstenção	PS	PSD	Chega	IL	BE	CDU	CDS	PAN	L	OBN
Procura adquirir mais produtos em promoção	<b>68</b>	61	67	73	77	64	58	66	68	77	45	63
Compara mais preços e compra onde for mais barato	<b>65</b>	68	67	63	63	78	63	58	77	44	76	62
Compra mais produtos de marca branca	<b>60</b>	45	62	60	72	73	45	81	77	68	78	55
Deixou de comprar alguns produtos	<b>56</b>	53	54	59	54	42	56	78	67	54	42	59
Compra menos quantidade de alguns produtos	<b>47</b>	43	42	49	39	42	65	56	13	40	57	66
Outro	<b>1</b>	0	1	1	0	0	4	0	0	0	0	0

## Medidas que considera adotar (Questão múltipla)

Base: Inquiridos que estão a pensar mudar hábitos de consumo de bens alimentares 16% do total

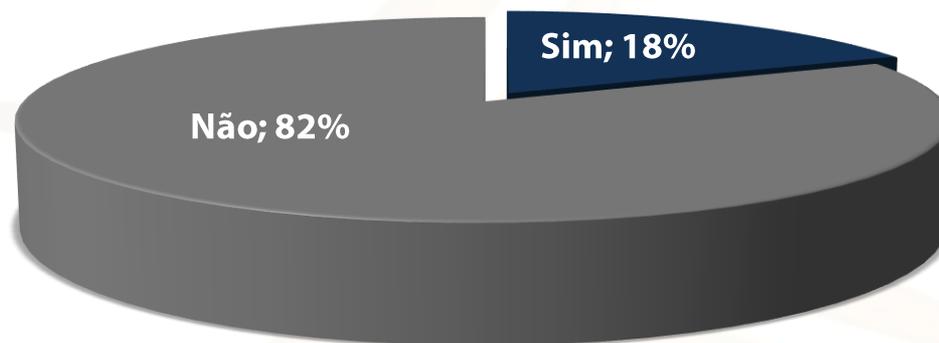


Nota: Dado o número reduzido de inquiridos que responderam a esta questão, apresentam-se apenas os resultados totais.

P. Das seguintes medidas quais as que pensa adotar:

## O Governo está a fazer tudo para minimizar o impacto do aumento dos preços

Base: Total de inquiridos



P. Considera que o Governo está a fazer tudo ao seu alcance para minimizar os efeitos do aumento dos preços dos produtos de primeira necessidade?

## O Governo está a fazer tudo para minimizar o impacto do aumento dos preços

% verticais (base: Total de inquiridos)	Regiões					
	Total	Norte	AMP	Centro	AML	Sul e Ilhas
Sim	<b>18</b>	15	21	17	18	22
Não	<b>82</b>	85	79	83	82	78

% verticais (base: Total de inquiridos)	Sexo			Grupo etário				Classe			
	Total	H	M	18-34	35-49	50-64	65+	D	C2	C1	A/B
Sim	<b>18</b>	20	17	21	13	17	23	21	27	15	13
Não	<b>82</b>	80	84	79	87	83	77	79	73	85	87

## O Governo está a fazer tudo para minimizar o impacto do aumento dos preços

% verticais (base: Total de inquiridos)	Voto Legislativo em Jan. 2022											
	Total	Abstenção	PS	PSD	Chega	IL	BE	CDU	CDS	PAN	L	OBN
Sim	<b>18</b>	23	29	12	4	10	2	19	11	13	8	7
Não	<b>82</b>	78	71	88	96	90	98	81	89	87	92	93

aximage  
COMUNICAÇÃO E IMAGEM, LDA.



Rua Mouzinho da Silveira, 27 – 2.º andar  
1250-096 Lisboa  
Telefone: 21 352 33 66  
Email: [aximage@aximage.pt](mailto:aximage@aximage.pt)