

PRESS RELEASE

**Bareme**  
Rádio

1. RESULTADOS DA 2ª VAGA DE 2012

GRUPO/ESTAÇÃO	REACH SEMANAL %	AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA %	SHARE DE AUDIÊNCIA %
<b>TOTAL RÁDIO</b>	<b>81.0</b>	<b>56.3</b>	<b>100</b>
<b>Grupo r/com (1)*</b>	<b>47.2</b>	<b>23.6</b>	<b>38.3</b>
RFM	29.0	13.1	21.1
Renascença	16.2	7.5	11.5
Mega Hits	7.2	3.1	4.0
R. Sim	2.0	0.9	1.6
<b>Grupo Media Capital Rádios (2)*</b>	<b>41.4</b>	<b>21.4</b>	<b>29.8</b>
R. Comercial	29.0	14.1	19.4
Cidade FM	10.0	3.8	3.7
M80	11.0	4.3	6.0
Smooth FM	0.7	0.4	0.3
<b>TSF</b>	<b>8.6</b>	<b>3.5</b>	<b>4.0</b>
<b>Grupo RTP (3) *</b>	<b>14.5</b>	<b>6.5</b>	<b>8.3</b>
Antena 1	9.0	4.1	4.8
Antena 3	5.2	2.0	2.8
Antena 2	1.0	0.3	0.4
Outras Estações (4)	26.7	10.9	17.9
Não Sabe Estação	3.0	1.0	1.6
<b>UNIVERSO</b>	<b>8.311.409</b>	<b>8.311.409</b>	<b>8.311.409</b>

(1) Inclui R.Renascença, RFM, Mega Hits e R. Sim.

(2) Inclui R.Comercial, Cidade FM, M80, Star FM, Vodafone FM, Smooth FM e estações extintas do Grupo MCR.

(3) Inclui Antena 1, Antena 2, Antena 3 e RDP África.

(4) Todas as estações que não fazem parte dos grupos 1, 2, 3 e a TSF.

Nota 1: Neste quadro são apresentados resultados das estações que façam parte de um grupo considerado de cobertura nacional (presente nas seis regiões MARKTEST), e tenham um mínimo de 30 referências na amostra.

Nota 2: Para os grupos não são apresentadas todas as estações que os constituem, devido ao critério acima referido. Por essa razão, o somatório de Share das respectivas estações apresentadas nem sempre totalizar o valor do grupo.

## 2. DEFINIÇÃO DOS INDICADORES DE AUDIÊNCIA

### 1. Reach Semanal

Número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação de rádio, no período de uma semana (sete dias), independentemente do tempo despendido.

### 2. Audiência Acumulada de Véspera

Número ou percentagem de indivíduos que escutaram uma estação, no período de um dia, independentemente do tempo despendido.

### 3. Share de Audiência

Percentagem de tempo despendido, por um conjunto de indivíduos, na escuta de uma estação, relativamente ao tempo total de audição de Rádio, num dado período.

## 4. FICHA TÉCNICA

### 1. UNIVERSO

- i. Indivíduos com 15 e mais anos residentes em Portugal Continental, quantificados pelos Censos 2001 do INE em 8.311.409.

### 2. AMOSTRA

- i. **Tipo:** Amostra Estratificada Não Proporcional (distribuição proporcional pelas variáveis Sexo e Dia de Semana e uma distribuição desproporcional pelas variáveis Região e Idade.)
- ii. **Dimensão:** a amostra teórica do estudo é de 6006 entrevistas/vaga. Para a vaga aqui em análise foram consideradas válidas 6066 entrevistas.
- iii. **Período de recolha de informação:** 9 de Abril a 1 de Julho de 2012.
- iv. **Métodos de recolha da informação:** recolha mista com recurso a entrevista telefónica assistida por computador (92%), e recolha on-line através do envio por e-mail de um questionário de auto-preenchimento (8%).

---

O conteúdo deste comunicado pode ser reproduzido livremente, desde que não estejam em cauda fins comerciais, e que a sua reprodução se faça acompanhar da referência à fonte: **Bareme-Rádio da Marktest.**