

PRESS RELEASE

Bareme
Rádio

1. RESULTADOS DA 4ª VAGA DE 2012

GRUPO/ESTAÇÃO	REACH SEMANAL %	AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA %	SHARE DE AUDIÊNCIA %
TOTAL RÁDIO	82.4	58.7	100
Grupo r/com (1)*	48.4	24.4	35.7
RFM	30.1	13.3	20.0
Renascença	16.5	8.0	10.4
Mega Hits	7.4	3.1	3.4
R. Sim	1.9	1.3	1.9
Grupo Media Capital Rádios (2)*	42.7	22.8	32.0
R. Comercial	30.2	15.4	21.1
Cidade FM	10.7	4.2	4.5
M80	10.6	4.3	5.3
Smooth FM	1.0	0.5	0.7
TSF	9.9	4.1	4.2
Grupo RTP (3) *	15.3	7.0	9.1
Antena 1	9.6	4.6	5.4
Antena 3	5.6	2.3	3.2
Antena 2	1.1	0.3	0.4
Outras Estações (4)	26.8	10.9	17.0
Não Sabe Estação	3.3	1.2	2.0
UNIVERSO	8.311.409	8.311.409	8.311.409

(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 6055 entrevistas.
- iii. **Período de recolha de informação:** 8 de Outubro a 16 de Dezembro 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**.