

## PRESS RELEASE

# Bareme Rádio

### 1. RESULTADOS DA VAGA DE ABRIL DE 2013 (2ª Vaga 2013)

GRUPO/ESTAÇÃO	REACH SEMANAL %	AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA %	SHARE DE AUDIÊNCIA %
<b>TOTAL RÁDIO</b>	<b>80.1</b>	<b>56.8</b>	<b>100</b>
<b>Grupo r/com (1)*</b>	<b>45.7</b>	<b>22.3</b>	<b>32.0</b>
RFM	27.1	11.8	16.6
Renascença	16.6	7.1	10.0
Mega Hits	6.4	2.7	2.7
R. Sim	2.8	1.5	2.7
<b>Grupo Media Capital Rádios (2)*</b>	<b>41.9</b>	<b>22.3</b>	<b>31.8</b>
R. Comercial	29.4	14.6	20.1
Cidade FM	9.6	4.1	4.3
M80	11.6	4.6	6.2
Smooth FM	1.0	0.4	0.5
<b>TSF</b>	<b>10.5</b>	<b>4.8</b>	<b>4.5</b>
<b>Grupo RTP (3) *</b>	<b>16.6</b>	<b>8.8</b>	<b>13.0</b>
Antena 1	11.2	6.1	8.0
Antena 3	5.6	2.6	4.0
Outras Estações (4)	25.5	10.4	16.9
Não Sabe Estação	3.5	1.2	1.8
<b>UNIVERSO</b>	<b>8.563.501</b>	<b>8.563.501</b>	<b>8.563.501</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 2011 do INE em 8.563.501.

### 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 6057 entrevistas.
- iii. **Período de recolha de informação:** a segunda vaga de 2013 é constituída por 6057 entrevistas, recolhidas entre 7 de Janeiro e 21 de Abril de 2013.
- iv. **Métodos de recolha da informação:** recolha mista com recurso a entrevista telefónica assistida por computador (88%), e recolha on-line através do envio por e-mail de um questionário de auto-preenchimento (12%).