

PRESS RELEASE

Bareme Rádio

1. RESULTADOS DA VAGA DE JUNHO DE 2013 (3ª Vaga 2013)

GRUPO/ESTAÇÃO	REACH SEMANAL %	AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA %	SHARE DE AUDIÊNCIA %
TOTAL RÁDIO	80.9	58.1	100
Grupo r/com (1)*	46.0	23.2	33.0
RFM	27.1	12.5	17.8
Renascença	16.9	7.3	9.5
Mega Hits	7.1	3.1	3.3
R. Sim	2.9	1.5	2.5
Grupo Media Capital Rádios (2)*	43.0	22.6	31.7
R. Comercial	30.3	15.1	20.3
Cidade FM	9.8	3.8	3.6
M80	12.3	4.7	6.7
Smooth FM	1.1	0.5	0.6
TSF	11.1	5.0	5.3
Grupo RTP (3) *	16.9	8.6	11.7
Antena 1	11.4	5.7	6.9
Antena 3	5.7	2.7	4.0
Antena 2	1.4	0.4	0.5
Outras Estações (4)	26.2	11.1	16.8
Não Sabe Estação	3.3	1.0	1.4
UNIVERSO	8.563.501	8.563.501	8.563.501

(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 6095 entrevistas.
- iii. **Período de recolha de informação:** a terceira vaga de 2013 é constituída por 6095 entrevistas, recolhidas entre 1 de Março e 27 de Junho 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%).