

PRESS RELEASE

Bareme Rádio

RESULTADOS DA VAGA DE FEVEREIRO DE 2014

(1ª Vaga 2014)

| GRUPO/ESTAÇÃO | REACH SEMANAL % | AUDIÊNCIA ACUMULADA DE VÉSPERA % | SHARE DE AUDIÊNCIA % |
|---|------------------|----------------------------------|----------------------|
| TOTAL RÁDIO | 80,7 | 58,2 | 100 |
| Grupo r/com (1) * | 48,6 | 25,1 | 36,7 |
| RFM | 31,1 | 14,5 | 21,8 |
| Renascença | 16,1 | 7,4 | 9,4 |
| Mega Hits | 7,7 | 3,4 | 3,3 |
| R. Sim | 2,6 | 1,2 | 2,2 |
| Grupo Media Capital Rádios (2) * | 42,7 | 22,0 | 31,9 |
| R. Comercial | 31,3 | 15,1 | 21,3 |
| M80 | 9,8 | 4,1 | 6,2 |
| Cidade FM | 10,3 | 3,8 | 3,4 |
| Smooth FM | 1,4 | 0,7 | 0,7 |
| Grupo RTP (3) * | 15,9 | 8,0 | 9,7 |
| Antena 1 | 11,4 | 6,0 | 7,0 |
| Antena 3 | 6,5 | 1,9 | 2,1 |
| TSF | 9,2 | 4,0 | 4,0 |
| Outras Estações (4) * | 26,8 | 10,4 | 15,8 |
| Não Sabe Estação | 3,4 | 1,2 | 1,6 |
| 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, 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 anteriores

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

Nota 2: Também para cada grupo só são apresentadas as estações com um mínimo de 30 referências. Por essa razão, o somatório de Share das respectivas estações apresentadas pode não totalizar o valor do respectivo grupo.

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

INDICADORES DE AUDIÊNCIA

Reach Semanal

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

Audiência Acumulada de Véspera

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

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.

FICHA TÉCNICA

UNIVERSO

Indivíduos com 15 e mais anos residentes em Portugal Continental, quantificados pelos Censos 2011 do INE em 8 563 501.

AMOSTRA

Tipo: Amostra Estratificada Não Proporcional (distribuição proporcional pelas variáveis Sexo e Dia de Semana e uma distribuição desproporcional pelas variáveis Região e Idade).

Dimensão: a amostra teórica do estudo é de 6006 entrevistas/vaga. Para a vaga aqui em análise foram consideradas válidas **6 085** entrevistas.

Período de recolha de informação: as entrevistas que integram a primeira vaga de 2014 foram recolhidas entre 1 de Outubro de 2013 e 24 de Fevereiro de 2014.

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%).