



# Tabelas de Preços

(Válidas de 16 de Janeiro a 30 de Junho 2012)

## TABELA COMERCIAL

Cód.	15"	20"	30"	45"	60"
T01	143	190	280	423	560
T02	150	200	294	444	588
T03	158	210	309	467	618
T04	163	218	320	483	640
T05	196	261	384	580	768
T06	215	287	422	637	844
T07	237	316	465	702	930
T08	255	340	500	755	1.000
T09	306	408	600	906	1.200
T10	367	490	720	1.087	1.440
T11	441	588	864	1.305	1.728
T12	529	705	1.037	1.566	2.074
T13	635	846	1.244	1.879	2.489
T14	762	1.015	1.493	2.255	2.986
T15	914	1.219	1.792	2.706	3.584
T16	1.097	1.462	2.150	3.247	4.301
T17	1.316	1.755	2.581	3.897	5.161
T18	1.579	2.106	3.097	4.676	6.194
T19	1.895	2.527	3.716	5.612	7.433
T20	2.275	3.033	4.460	6.734	8.920

## TABELA INSTITUCIONAL

Cód	Hora	Programa	30"	45"	60"	90"	120"
T I2	09h30	Após BD Angola					
	15h45	Após D. Desportivo	90	100	120	180	240
TI3	18h45	Após Novela 2	200	250	300	450	600
TI4	21h30	Antes Novela 3	300	450	600	***	***

## TABELA PUBLIREPORTAGENS

Programa	1 min.	2 min.	3 min.
<b>Ecos &amp; Factos</b>	1.980	3.960	5.050
<b>Ventos &amp; Sopros</b>	1.980	3.960	5.050
<b>Nosso Serão</b>	1.980	3.960	5.050
<b>Nós &amp; Noite</b>	1.980	3.960	5.050
<b>Arco-íris</b>	1.980	3.960	5.050
<b>I012</b>	1.320	2.640	3.960
<b>Janela Aberta</b>	1.650	3.300	4.950
<b>Econ. e Negócios</b>	2.200	4.400	6.600
<b>Viajar por Angola</b>	1.980	3.960	5.050
<b>Jovemania</b>	1.980	3.960	5.050

- ✚ A TPA iniciou a 18 de Outubro de 2011, uma nova fase da sua existência. Apostando numa programação dinâmica, assente em valores com foco na **Qualidade, Modernidade, Abrangência e Força**, pretende-se ir de encontro às expectativas do grande público telespectador, para o qual se destina o trabalho de todos os seus profissionais, pois afinal a **TPA – SOMOS TODOS NÓS**.
- ✚ Campanhas que visem a promoção de produtos de carácter cultural, como por exemplo espectáculos, lançamento de discos, livros, publicidade de cinema, teatro, etc., continuam a beneficiar de um Bónus Cultural, com descontos até 50%.
- ✚ Convindo entretanto definir o conceito de PUBLICIDADE INSTITUCIONAL, para efeitos da aplicação da Tabela 2, deve ser entendida como aquela cuja mensagem seja primordialmente de interesse público, com o objectivo de informar, formar, promover realizações de carácter não comercial, de reconhecida defesa de causas sociais como campanhas de saúde pública, educação, promoção de valores sociais e cívicos, divulgação de eventos e actividades de reconhecido interesse geral dos cidadãos, realizações de carácter científico, de investigação e outras de idêntico conteúdo. Não se enquadram nesta definição, os materiais publicitários que, embora com algum conteúdo educativo, façam referência directa ou indirectamente a marcas, produtos, bens e/ou serviços comercialmente disponíveis no mercado.
- ✚ A publicidade institucional de empresas públicas ou privadas, que decorre das estratégias de comunicação de cada organização, também não tem enquadramento na Tabela Institucional.
- ✚ Comissão de Agência: A TPA concede à todas agências legalmente constituídas e com devida inscrição no Ministério da Comunicação Social, uma comissão de 20%.

Luanda, Janeiro de 2012.



Somos todos nós