

NEWS

PLATAFORMA DE NEGÓCIOS

Novembro
Dezembro
Janeiro

GOL



Sua marca tem à disposição pontos de contato diretos com o público GOL para que ele se torne seu próximo consumidor:

Ação no check-in da GOL no aeroporto (sob consulta)

Ações de bordo

- Speech

- Speech + sorteio

- Speech + sampling

Revista GOL

- Publicidade

- Publieditorial

Projetos especiais



Malha aérea

+100 mil

passageiros voando por dia

+700 voos

diários para + de 54 cidades no Brasil

Montevidéu

Cancun

Punta Cana

Buenos Aires

Retomada de rotas
internacionais em novembro



Cases de ação de bordo



[Clique para acessar o vídeo](#)

NATURA (nov/21)

Ativação de speech e entrega de amostras de Kaiak Vital para todos os passageiros nos voos saindo de GRU



[Clique para acessar o vídeo](#)

SEDETUR (mai/21)

Ação de speech durante dois meses em 325 voos + anúncio + publieditorial na Revista GOL



[Clique para acessar o vídeo](#)

L'ORÉAL (jun/21)

Sampling de amostra de perfume + código de desconto do Duty Free durante os dias 11 e 12 de junho no check-in dos aeroportos de BSB e GRU



[Clique para acessar o vídeo](#)

FG EMPREENDIMENTOS (fev/21)

Locução lida pelo comissários em 50 voos para Navegantes



[Clique para acessar o vídeo](#)

CATERPILLAR (jun/21)

Ação de speech + sorteio de brindes personalizados da marca nos voos para Brasília e Rio de Janeiro

Para as ações de bordo com distribuição de produto, a marca é responsável pelo envio dos produtos para todas bases de origem da ação. Os produtos devem ser entregues higienizados e embalados em sacos com 30 unidades em cada.



Investimento

TABELA DE VALORES

VALOR POR VOO

SPEECH * (Não tem handling)

SPEECH + SORTEIO

SPEECH + SAMPLING

ROTAS DOMÉSTICAS

R\$ 340,00

R\$ 350,00

R\$ 360,00

PONTE AÉREA

R\$ 480,00

R\$ 490,00

R\$ 500,00



Revista GOL

- Distribuição gratuita nas aeronaves da GOL
- Durante o voo, você pode acessar a revista através do portal GOL Online
- Também é possível acessar de qualquer lugar, pelo [site da GOL](#)

TABELA DE VALORES

PÁGINA SIMPLES (20,2 x 26,6 cm)	R\$ 117.600,00
PÁGINAS DUPLA (40,4 x 26,6 cm)	R\$ 235.200,00
2ª CAPA + PÁG. 03 (40,4 x 26,6 cm)	R\$ 353.850,00
3ª CAPA	R\$ 141.750,00
4ª CAPA	R\$ 164.850,00
DETERMINAÇÃO	Acréscimo 25%



Distribuição

30/11

Fechamento e envio de material

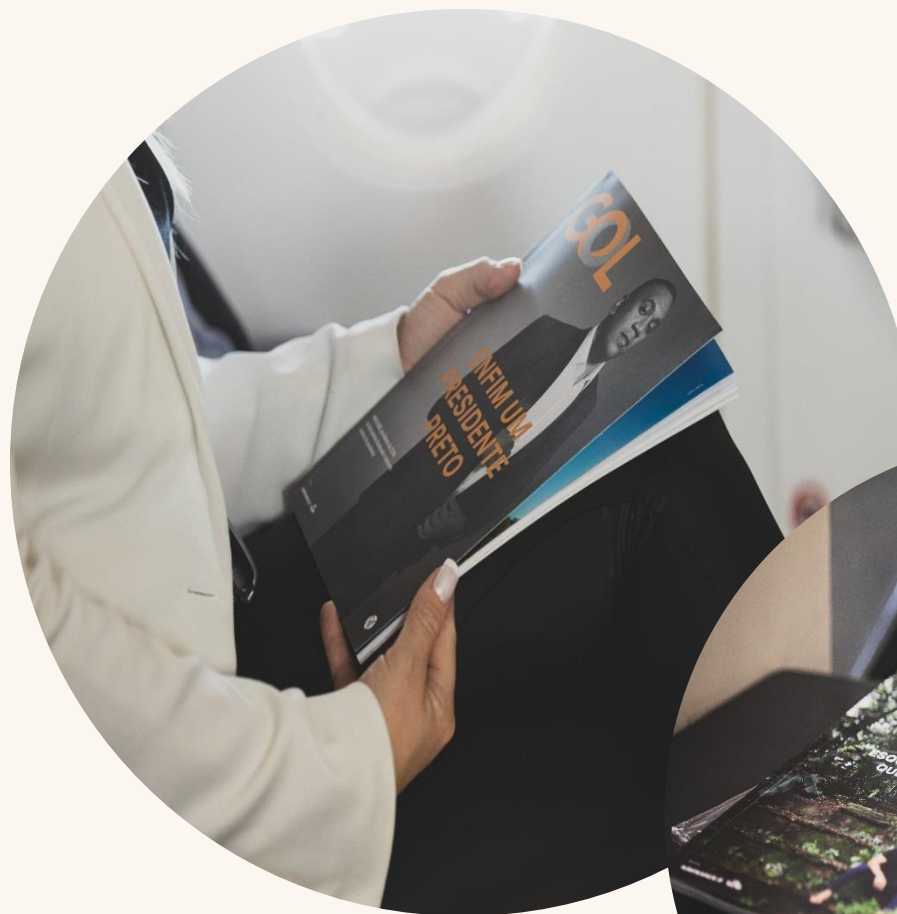
50 mil

Exemplares impressos

#226

Edição de dezembro e janeiro será
lançada dia 10 de dezembro

A revista GOL será
distribuída aos
passageiros durante o
voo pelos comissários



Pauta da edição #226

Dezembro e janeiro



Capa: Comida na balança

O Brasil é uma das nações mais abundantes no que diz respeito à produção de alimentos, com recordes no agronegócio. No entanto, vivemos um paradoxo: desperdiçamos cerca de 40% dos alimentos que produzimos e há quase 20 milhões de brasileiros em situação de fome, de acordo com dados de 2020. Como equilibrar essa conta? Para a matéria de capa desta edição, propomos um debate sobre essas questões complexas com Luciana Quintão, fundadora da ONG Banco de Alimentos, que trabalha para combater a fome e a insegurança alimentar, levando refeições a mais de 20 mil pessoas diariamente.



Comportamento: Síndrome da cabana

Com o avanço da vacinação e a reabertura em diversas partes do mundo, muitas pessoas estão enfrentando dificuldades em pensar sobre essa ressocialização. Não à toa, movimentos de funcionários nos Estados Unidos, por exemplo, brigam pelo home office definitivo. O medo ou fobia de sair de casa e de se relacionar pessoalmente já tem nome: síndrome da cabana. Entrevistaremos pessoas com esse perfil e especialistas para comentar o fenômeno e o impacto que ele poder ter em nossas vidas num futuro próximo.



Viagem: Pantanal

A grande estrela do turismo de safári no Pantanal ganhou novas instalações, a luxuosa Casa Caiman, durante a pandemia e continua sendo a grande referência de turismo de observação de onças no Brasil. A novidade é que a reserva mais Lado A do Pantanal, com 35 anos de tradição, agora lota de turistas brasileiros. Aqui o personagem anfitrião é o Roberto Klabin, fundador e conservacionista. Trazemos também o trabalho de pesquisadores dos Instituto Onçafari (como o criador, o ex-piloto Mario Habersfeld) e Arara Azul.



Executiva: Use B.O.B.

Empresa de xampus, condicionadores e afins sólidos (em barra), tem ajudado a fortalecer esse hábito com suas campanhas moderninhas nas redes. A pegada deles é se posicionar contra o desperdício, a favor da sustentabilidade, dado que os cosméticos líquidos são feitos de mais de 80% de água, "causando um impacto ambiental desnecessário em toda cadeia". Os produtos da Bob concentram apenas ingredientes ativos essenciais e veganos e dispensam o uso de embalagens plásticas descartáveis. Eles vão no discurso de querer "que as barras sirvam de inspiração para uma vida mais minimalista e de decisões de consumo mais conscientes, inovando sua relação entre autocuidado e impacto ambiental".

Perfil de passageiro frequente



46%

mulheres

54%

homens



**40 anos
em média**

18-35 anos: **47%**

36-45 anos: **20%**

46-65 anos: **32%**



31%

solteiro

49%

casado



57%

turismo + trabalho

5+

voos últimos 12 meses

Perfil dos viajantes nos últimos 12 meses



56%

mulheres

44%

homens



**38 anos
em média**

18-35 anos: **48%**

36-45 anos: **25%**

46-65 anos: **28%**



36%

solteiro

50%

casado



58%

turismo

3+

voos últimos 12 meses

Para mais informações, entre
em contato pelo e-mail:
publicidade@trip.com.br

