

The logo for GOL, featuring the word "GOL" in a stylized, white, cursive font with a blue shadow effect, set against an orange rounded square background.

Linhas aéreas inteligentes

GOL DAY – São Paulo

Novembro, 2011

Valores

Inovação

Sustentabilidade

Orientação
para
resultados

Segurança

Foco do
cliente



GOL
LISTED
NYSE

“Uma Consistente História de Investimento”

Mercado Brasileiro

1

GOL e o Setor Aéreo Brasileiro

2

Visão Geral de 2011

3

Webjet

4

Por Dentro da GOL

5

Planejamento de Capacidade - 2012

6

Resultado Financeiro

7

2012 e Próximos Passos

8



“O material a seguir é uma apresentação confidencial contendo informações gerais sobre a GOL Linhas Aéreas Inteligentes S.A. e suas subsidiárias (conjuntamente denominadas, “GOL” ou “Companhia”) na data da apresentação. A informação vem apresentada em forma de sumário e não tem a intenção de ser completa. Não se faz nenhuma declaração ou garantia, de forma expressa ou implícita, com relação à, e nenhuma confiança deverá ser depositada na, precisão, imparcialidade, ou integridade destas informações.

Esta apresentação confidencial pode conter algumas declarações e informações sobre eventos futuros relacionados à GOL as quais refletem as atuais opiniões e/ou expectativas da Companhia e de sua Administração com relação ao seu desempenho, negócio e eventos futuros. As declarações sobre eventos futuros incluem, sem limitação, quaisquer declarações que venham a prever, antecipar, indicar ou insinuar resultados, desempenho ou realizações futuros, podendo conter palavras como “acredita,” “estima,” “antevê,” “espera,” “contempla,” “provavelmente resultará,” ou quaisquer outras palavras ou frases de significado semelhante. Tais declarações estão sujeitas a uma série de riscos, incertezas e suposições. Alertamos o leitor que uma série de importantes fatores podem fazer com que os resultados obtidos sejam materialmente diversos dos planos, objetivos, expectativas, estimativas e intenções expressos nessa apresentação. Em nenhuma hipótese, a Companhia ou suas afiliadas, administradores, diretores, agentes ou funcionários, deverão ser responsabilizados perante quaisquer terceiros (incluindo investidores) por quaisquer decisões de investimento ou negócio ou ações tomadas com base nas informações e declarações contidas nesta apresentação ou por quaisquer danos indiretos, especiais ou similares.

Esta apresentação não constitui uma oferta, ou convite, ou solicitação de uma oferta, à subscrição, ou venda, de quaisquer títulos ou valores mobiliários. Nem tampouco esta apresentação ou qualquer parte dela servirá de base para quaisquer contratos ou compromissos de qualquer natureza.

Os dados relacionados à posição de mercado e competitiva, incluindo dados estimativos e estatísticos, utilizados nesta apresentação foram obtidos a partir de pesquisas internas, pesquisa de mercado, relatórios de consultores independentes, informações disponibilizadas ao público e publicações de agências governamentais e da indústria em geral. Apesar de não termos motivos para acreditar que quaisquer destas informações ou destes relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, não efetuamos uma verificação independente da posição competitiva, participação de mercado, tamanho do mercado, crescimento do mercado ou de outros dados fornecidos por terceiros ou pela indústria ou outras publicações. A Gol não faz quaisquer declarações quanto à precisão de tais informações.

Esta apresentação e seu conteúdo constituem propriedade exclusiva não podendo ser reproduzidas ou disseminadas no todo ou em parte sem a prévia e expressa autorização da GOL”.





1 | Mercado Brasileiro

Crescimento PIB Brasileiro

Crescimento do PIB brasileiro nas diferentes décadas (1960/2020)

Brasil tornou-se um dos líderes do crescimento mundial

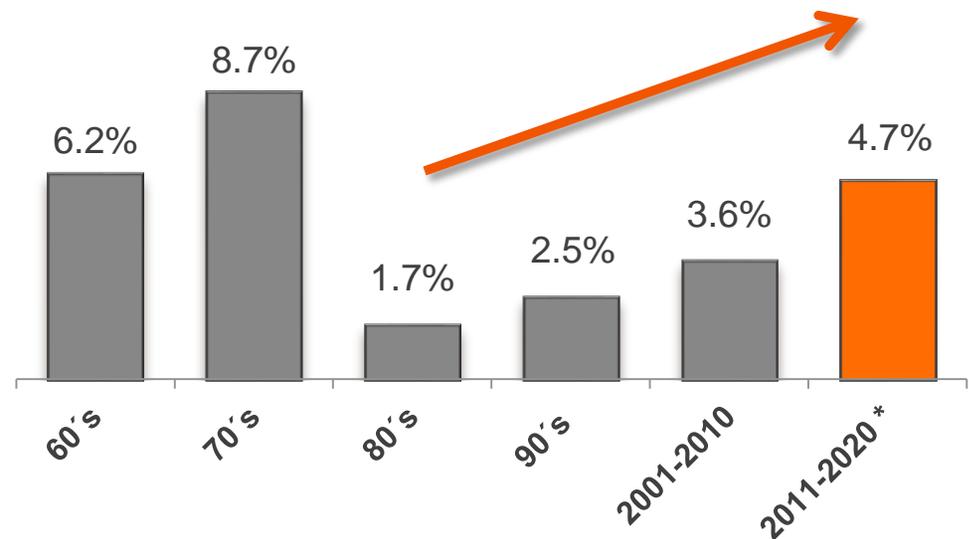
Brasil – População e PIB ⁽¹⁾



Brasil
População: 190.7m
PIB: R\$3.4tn

São Paulo
População: 41.0m
PIB: \$546.7bn

Crescimento PIB Brasileiro ⁽²⁾



Ano	PIB (R\$)	Crescimento
2010	3,4 trilhões	7,50% (2010 vs 2009)
2011	3,5 trilhões	3,80% (2011 vs 2010)
2020	3,8 trilhões	4,70% (2020 vs 2011)

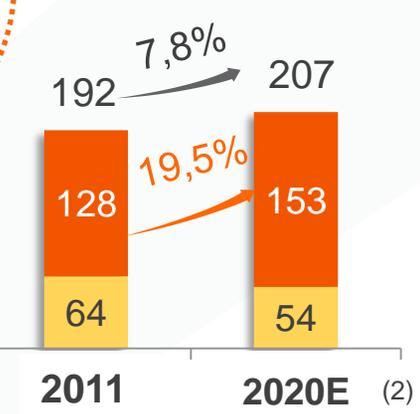
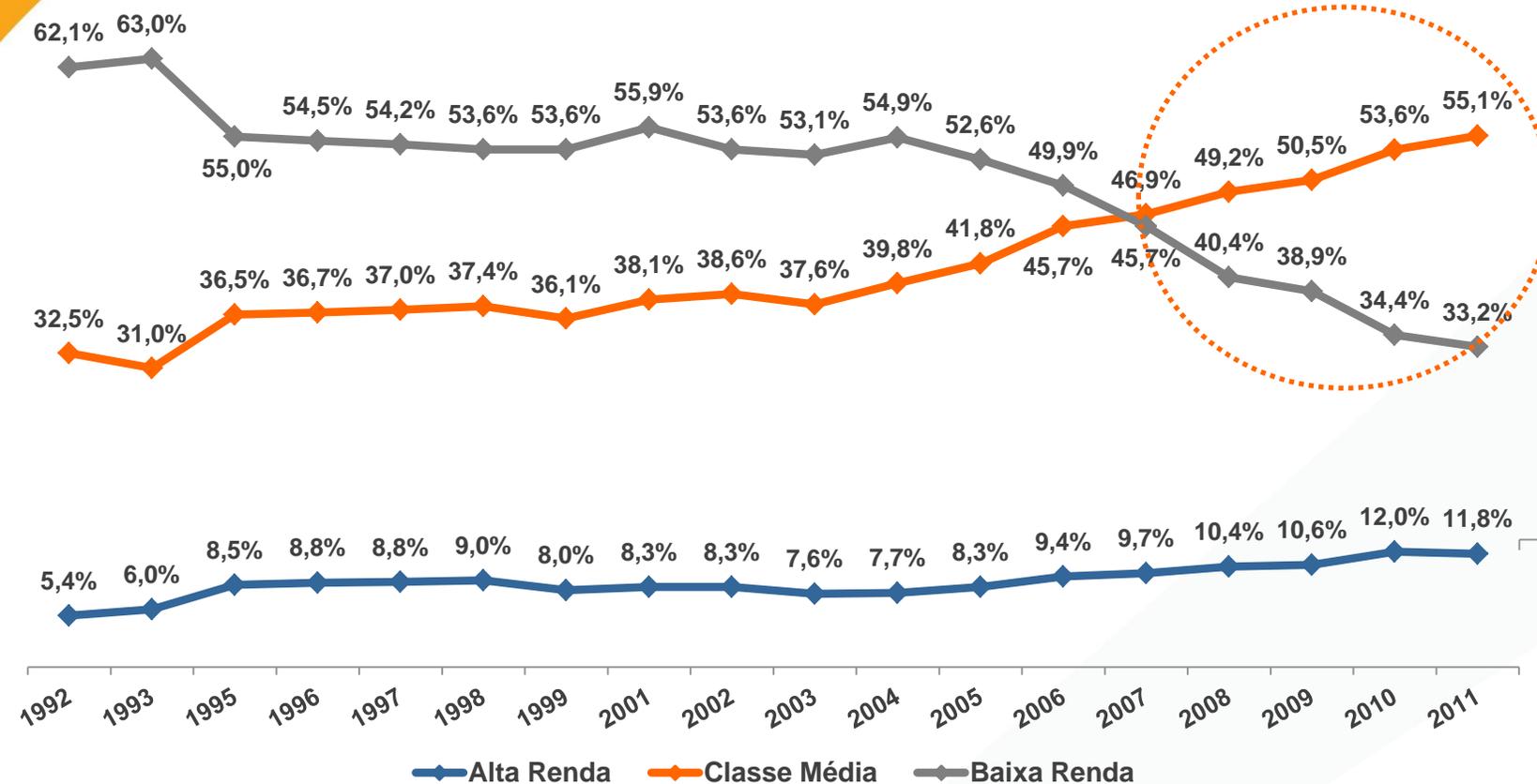
(1) Fonte: IBGE; IMF; The Economist (Dados de 2010)

(2) Fonte: IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e Banco Bradesco

A Força do Mercado Interno

A nova classe média representa a maior parte da população brasileira

Classe	Abaixo	Acima
E - Baixa Renda	R\$ 0	R\$ 751
D - Baixa Renda	R\$ 751	R\$ 1.200
C - Classe Média	R\$ 1.200	R\$ 5.174
B - Alta Renda	R\$ 5.174	R\$ 6.745
A - Alta Renda	R\$ 6.745	>



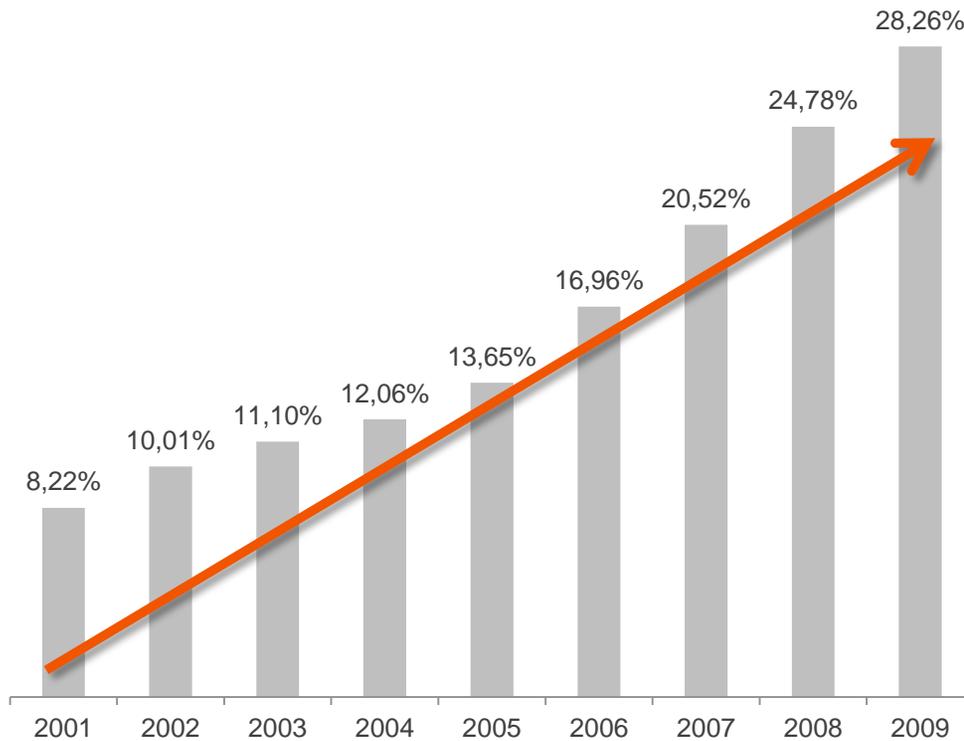
A nova classe média corresponde a 46% do poder consumidor e já ultrapassou as classes altas de consumidores

Fonte:
 (1) Centro de Políticas Sociais da FGV – Microdados da PNAD e PME/IBGE
 (2) IBGE e Banco Bradesco

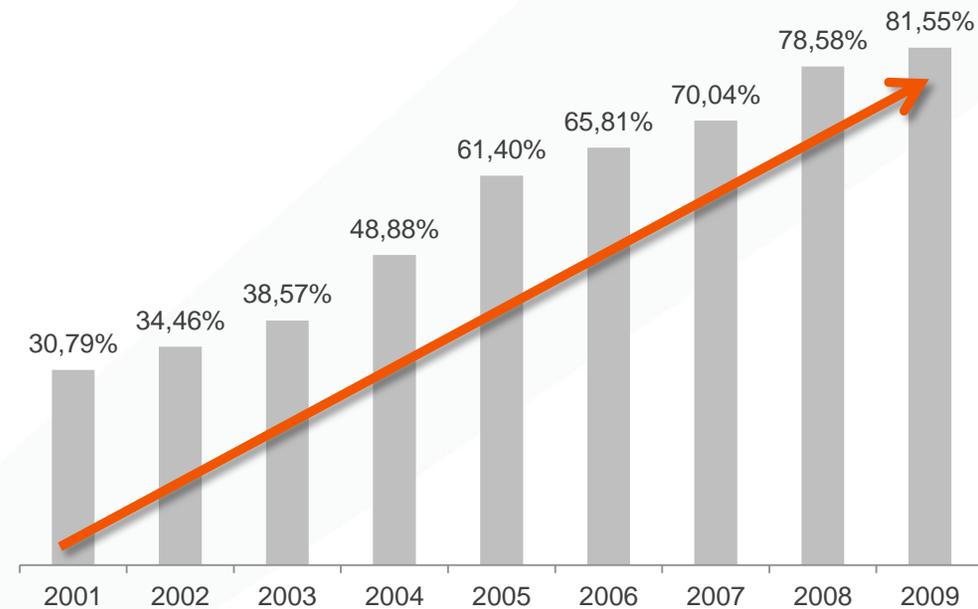
A Força do Mercado Interno

Evolução do consumo de bens pelos brasileiros da nova classe média

Computador



Celular

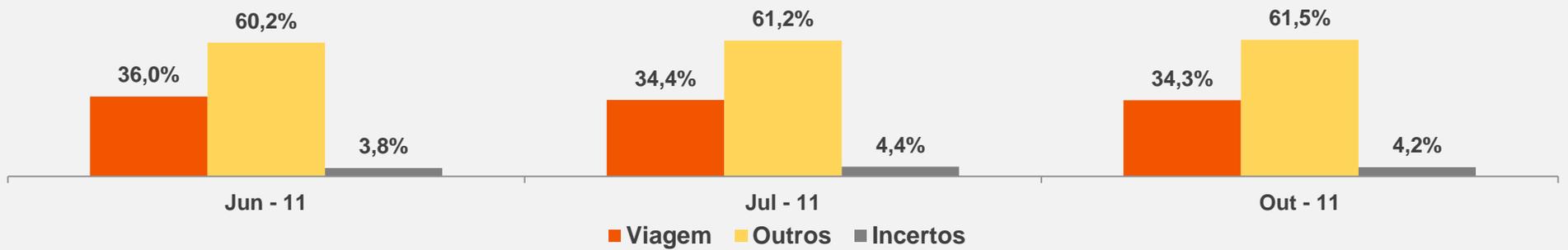


No primeiro semestre de 2011, 5 milhões de brasileiros efetuaram compras pela internet pela 1ª vez. 61% deles pertencem à nova classe média.

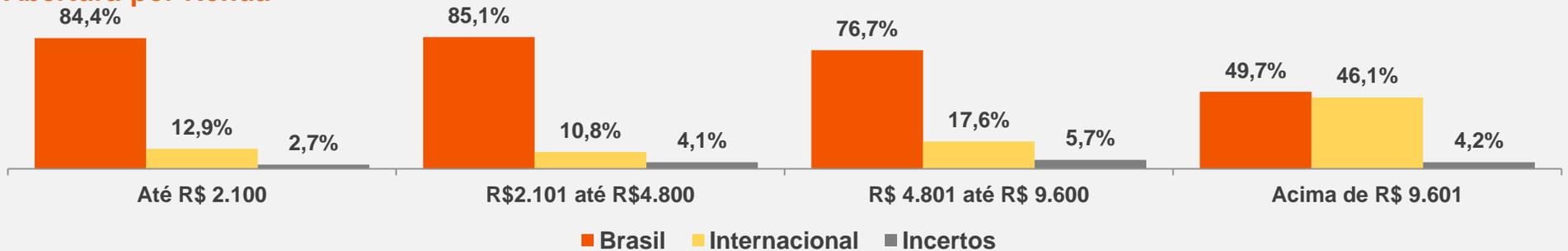
Intenção de Viagem do Consumidor

Viajar é uma das prioridades das intenções de consumo da classe média

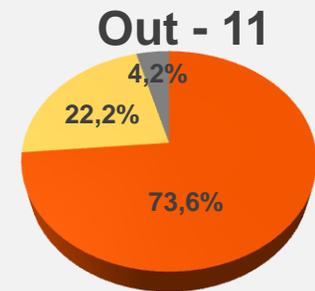
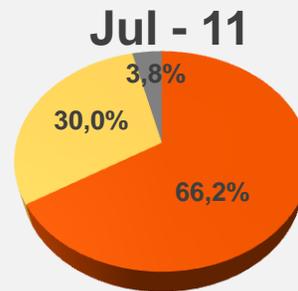
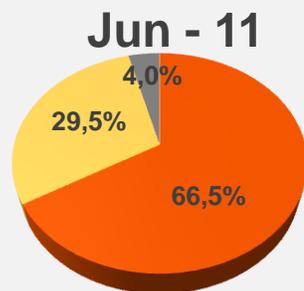
Intenção de Viagem



Abertura por Renda



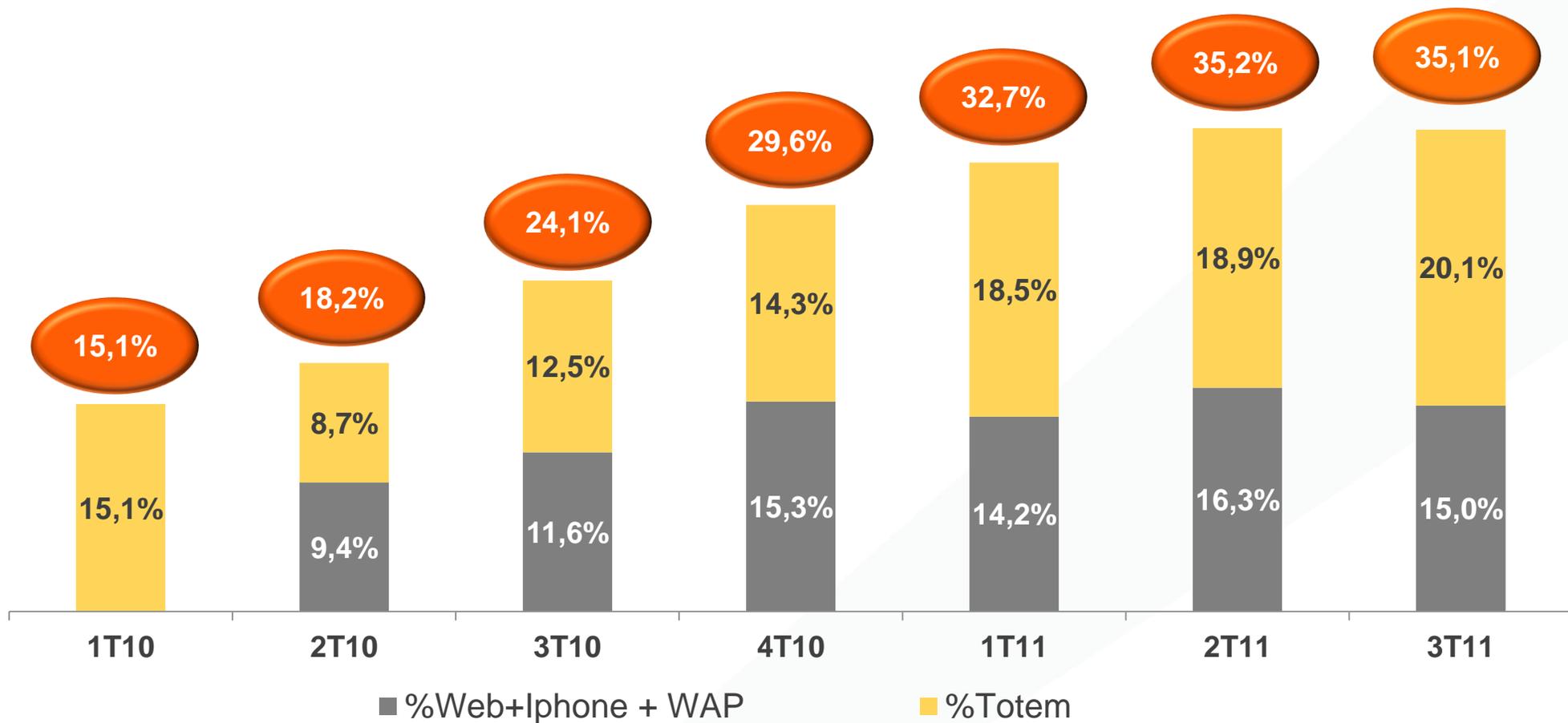
Intenção de Destinos



O Brasil é o destino preferido de 3 em cada 4 brasileiros que querem viajar

Check-in Eletrônico – Comodidade Adicional para o Passageiro

Cerca de 4,5 milhões de passageiros evitaram filas no *check-in* da GOL em 2010



Até Out/2011, 33% dos passageiros transportados pela GOL utilizaram o check-in eletrônico



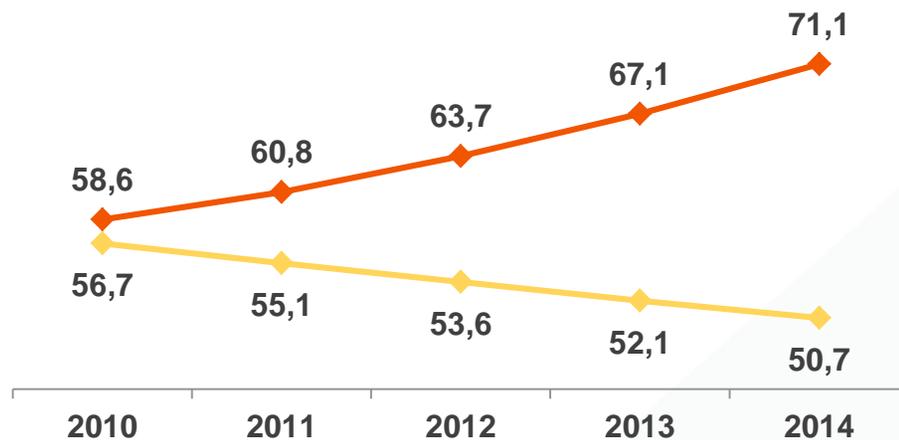
Desafios do Turismo Doméstico

Mercado interno forte com capacidade de sustentar a demanda

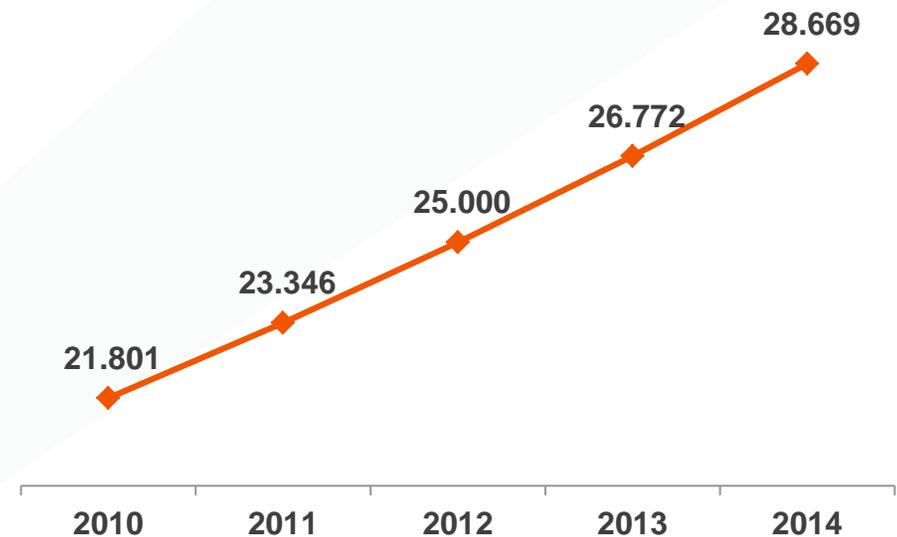
Intenção de Viagem por Meio de Transporte – 83,7% Viajarão Acompanhados

Meios de Transporte	Avião	Automóvel	Ônibus	Outros Meios de Transporte
Setembro/2011	61,5%	21,4%	10,3%	6,8%
Setembro/2010	57,5%	28,0%	8,0%	6,5%

Desembarques Nacionais (Unidade)



Estabelecimentos Hoteleiros (Unidade)



— Aero — Rodoviário

Fonte: Mtur (Setembro) e FGV



2 | GOL e o Setor Aéreo Brasileiro

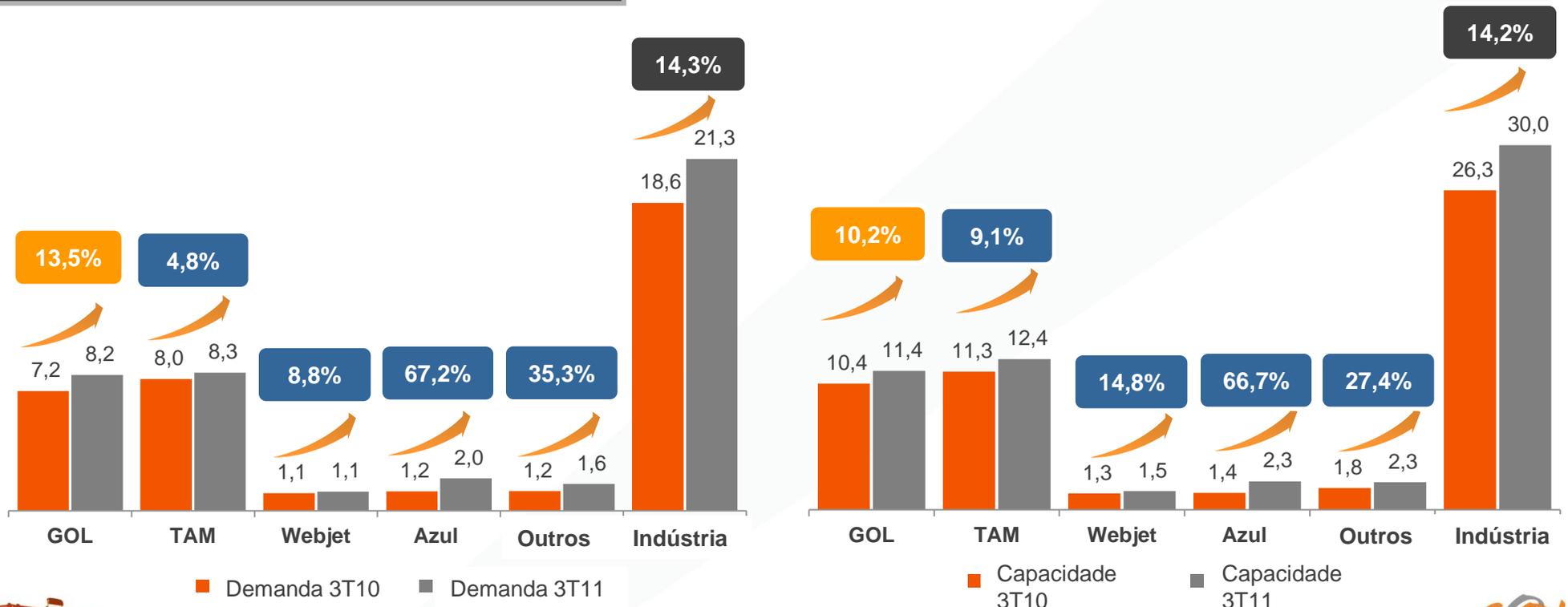
Indústria Doméstica 3T11

A GOL foi a única empresa aérea a apresentar aumento de demanda acima do aumento de capacidade

Demanda (RPK), Capacidade (ASK) e Taxa de Ocupação – Mercado Doméstico (3T11 vs. 3T10)

Taxa de Ocupação	3T10	3T11	VAR (%)
GOL	69,7%	71,8%	+2,1 p.p
TAM	70,1%	67,3%	(2,8) p.p
WEBJET	78,4%	74,3%	(4,1) p.p
AZUL	83,3%	83,6%	+0,2 p.p
Outros	66,8%	70,9%	+4,2 p.p
Indústria	70,9%	70,9%	+0,1 p.p

Eficiência de Mercado Doméstico	3T10	3T11	VAR 3T11/3T10 (%)	2T11	VAR 3T11/2T11 (%)
GOL	0,99	1,01	2,0%	0,96	5,0%
TAM	0,99	0,95	-3,8%	1,00	-4,7%
AZUL	1,18	1,18	-0,1%	1,15	2,3%
WEBJET	1,09	1,05	-4,1%	1,06	-1,4%
Outros	0,92	1,00	8,9%	1,03	-2,8%

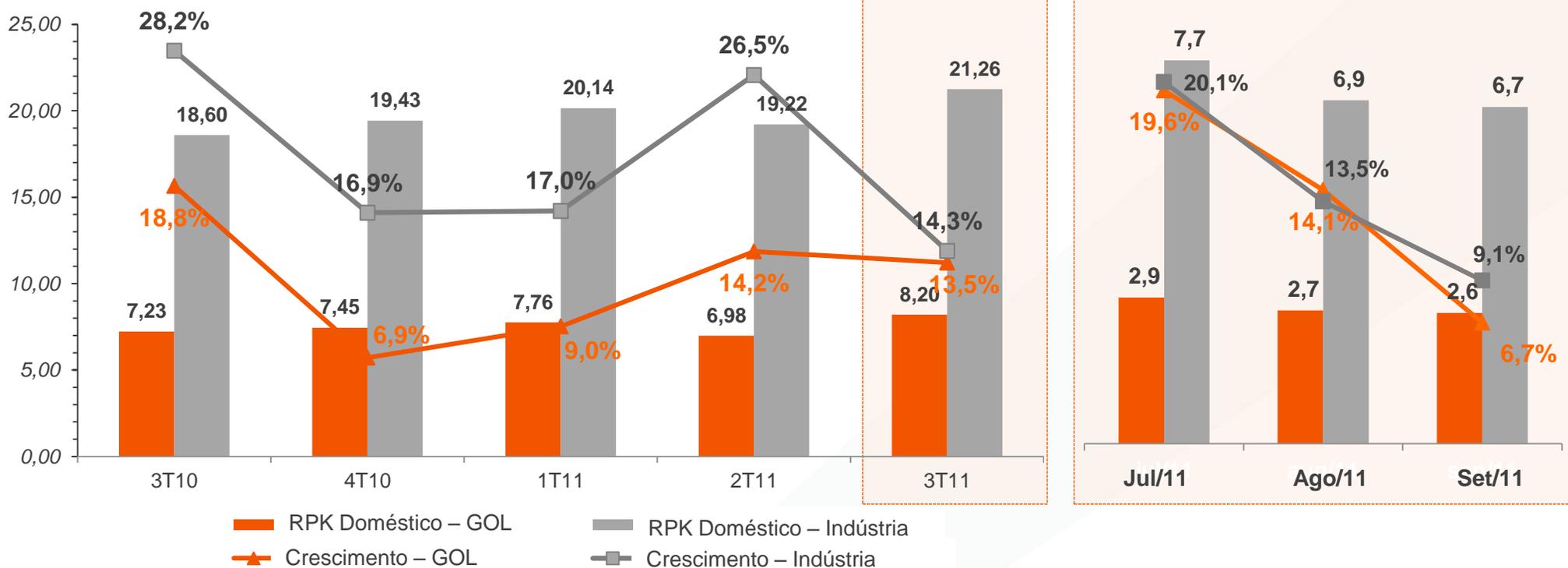


A GOL foi a empresa com a maior eficiência de mercado (mkt skare/seat share)

Evolução do Tráfego Doméstico GOL em 2011

Um crescimento estimado de 18% em RPK da indústria para este ano deve ser um recorde histórico....

RPK em Bilhões



A desaceleração do crescimento da demanda doméstica no 3T11 ocorreu devido aos novos yields aplicados nas principais rotas brasileiras

A GOL é a Empresa Mais Preparada para Receber a Nova Classe Média

Estrutura preparada para acolher os “passageiros de primeira viagem”

- **A GOL é a empresa que transporta o maior número de passageiros no mercado doméstico. Em 2011 serão 36 milhões de Pax**
 - Em 2011, esse número cresce em 9%
- **Os “passageiros de primeira viagem” representam 10% dos embarques**
 - Em 2010 foram 3,2 milhões de pessoas
 - Em 2011 serão cerca de 4 milhões de pessoas
- **Estímulo à demanda:**
 - Equipes treinadas e material promocional dirigido
 - Voe-Fácil
 - Lojas estrategicamente situadas
 - ✓ Lojas: 5 GOL + 1 Webjet
 - ✓ Até o final de 2011 + 3 Lojas
 - ✓ Abertura de 4 novas lojas em 2012
 - ✓ 35% dos bilhetes emitidos por “passageiros de primeira viagem”





Pessoal, emprego e ambiente.
O maior centro de manutenção na América Latina não vai cuidar apenas de aeronaves.

➤ Primeiro Semestre de 2011:

- Ambiente competitivo no mercado doméstico (crescimento da capacidade ano a ano)
- *Yields* pressionados

➤ Segundo Semestre de 2011:

- Início de uma desaceleração no crescimento da capacidade da indústria
- Nova tendência de *yields*

➤ Para 2011:

- Crescimento da demanda doméstica da Indústria em 4,0x 4,5x o PIB

GOL:

- ✓ Estratégia prudente sobre a adição de capacidade (crescimento de 7,0%)
- ✓ Maior produtividade (utilização da frota > 13,0 horas-bloco por dia)
- ✓ Maior *load factor* (cerca de 70,0%)



Aquisição em Linha com a Estratégia

Etapas da Aquisição

08/07

■ MOU



01/09

■ Contrato de Aquisição



21/09

■ Aprovação da ANAC



25/10

■ Assinatura do APRO



ASD

■ Aprovação do CADE

GOL + Webjet

- Companhias serão mantidas como entidades separadas
- Fortalecimento de posição nos principais aeroportos
- Cenário de margens operacionais positivas

A Webjet não é um caso de “turnaround”

Sinergias esperadas de R\$ 100 milhões

Próximos Passos

- A partir de Dezembro 2011
 - Operação de *Code-share*
 - Renovação da Frota da Webjet
 - Nova Malha - Sem Sobreposições e com mais Frequências
 - Estratégias Distintas

WEBJET*	1T11	2T11	3T11	9M11
Capacidade (ASK)	1.427,5	1.374,0	1.546,7	4.348,2
Demanda (RPK)	1.126,4	1.015,1	1.149,9	3.291,4
Taxa de Ocupação	78,9%	73,9%	74,3%	75,7%
Crescimento ASK (Ano a Ano)	6,1%	7,8%	14,8%	9,6%
Crescimento de RPK (Ano a Ano)	3,9%	10,7%	8,8%	7,6%
Crescimento do Taxa de Ocupação	-1,7 p.p	1,9 p.p	-4,1 p.p	-1,4 p.p
Pousos (por dia)	138	131	146	138
Etapa Média (KM)	781	796	799	792

Malha Total Webjet*
Pontualidade*: 93,8%
Regularidade*: 98,3%

*Em Out/2011, 54% dos passageiros transportados pela Webjet
 utilizaram o check-in eletrônico*

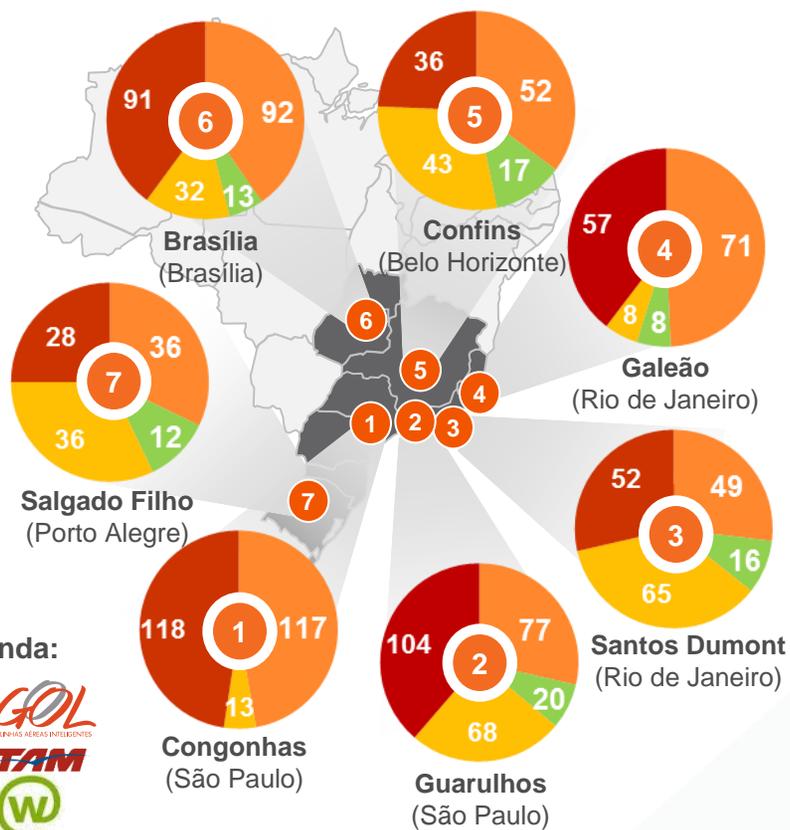
*Dados Outubro, Infraero

Fortalecimento da Posição da Companhia no Mercado Doméstico

Maior malha aérea da América Latina com alta frequência nas principais cidades

Posição Dominante da GOL nos Principais Aeroportos Brasileiros ^(1,2)

GOL

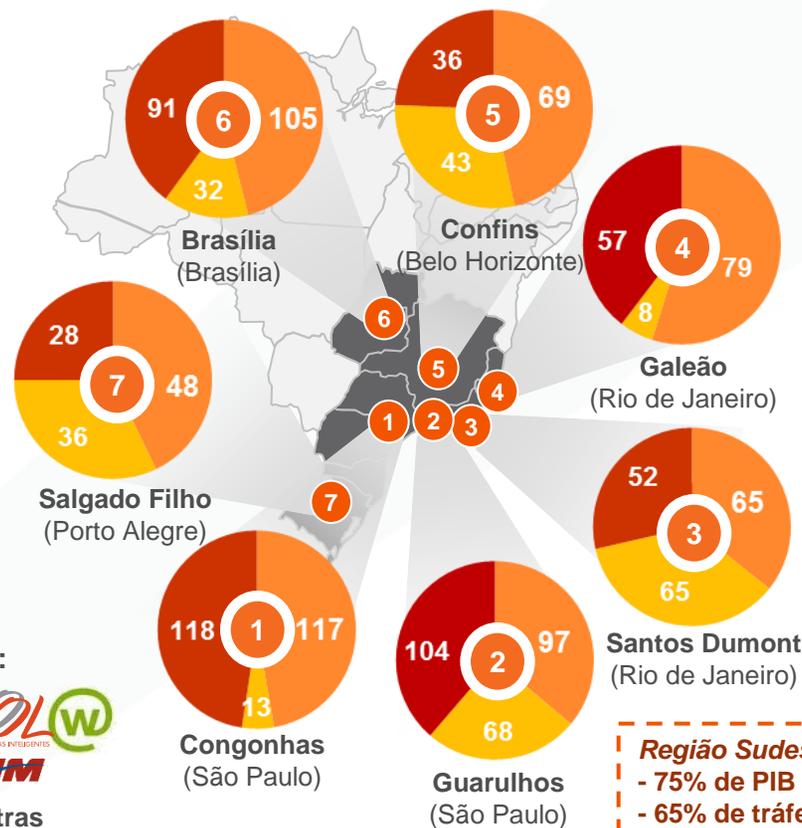


Legenda:



Fortalecimento da Posição da Companhia no Mercado Doméstico ^(1,2)

GOL + Webjet



Legenda:



Região Sudeste:
 - 75% de PIB
 - 65% de tráfego, na qual 65% são passageiros de negócios

(1) Fonte: Hotrans vigentes em 07/01/2011
 (2) Fonte: Anuário da ANAC

• Operações de Cabotagem (ex:GIG-POA-Estrangeiro) foram considerados como domésticos
 • Apenas frequências de Sexta-Feira foram consideradas
 • TAM consolida Grupo Tam + Pantanal



5 | Por Dentro da GOL

Forte Presença nas Maiores Capitais

Posição dominante nos principais aeroportos do Brasil

Voos Diretos* (Ida e Volta)	BSB	CGH	GIG	GRU	SDU	CNF	POA	SSA
BSB	-	-	-	-	-	-	-	-
CGH	24	-	-	-	-	-	-	-
GIG	12	12	-	-	-	-	-	-
GRU	12	-	18	-	-	-	-	-
SDU	12	62	-	-	-	-	-	-
CNF	14	22	8	8	8	-	-	-
POA	8	18	14	14	-	4	-	-
SSA	10	8	16	16	2	6	-	-

*sem escala ou conexão (malha do dia 18/11/2011)



Malha Total GOL*
Pontualidade*: 90,1%
Regularidade*: 95,5%

Nos trechos CGH-SDU/SDU-CGH , a GOL oferece voos a cada meia hora

*Dados Outubro, Infraero

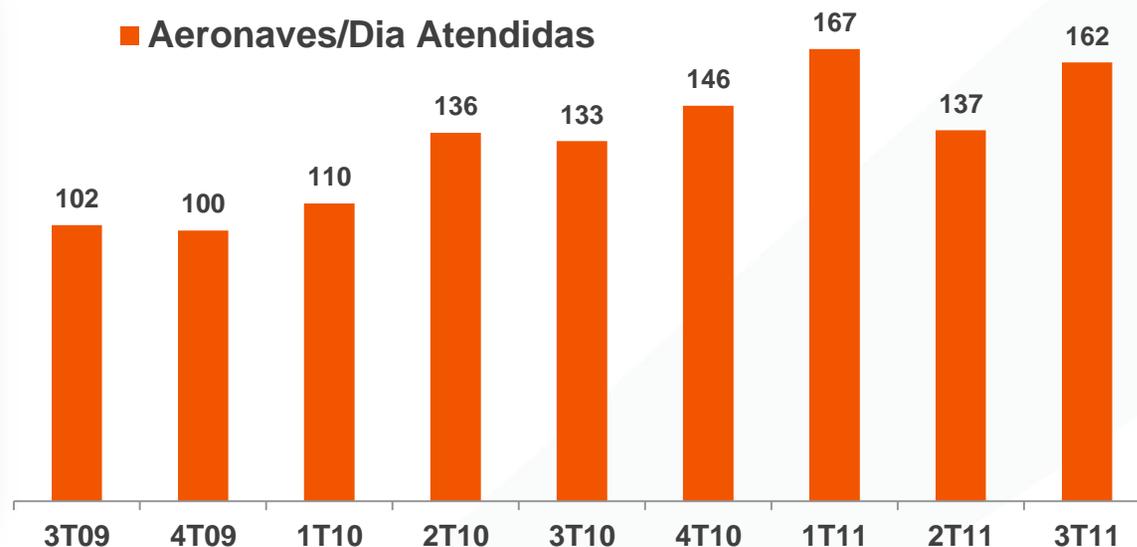


Centro de Manutenção, a Estratégia da GOL

Homologação para serviços de aeronaves dos modelos 767 e 737-series



■ Aeronaves/Dia Atendidas



- CMA I
- CMA II
- OFICINA DE FREIOS
- ÁREAS DE SUPORTE

146.719 m²
Equivalente a 15
campos de futebol

❖ **Serviços Realizados:**

- ✓ Manutenção Preventiva (“Nível 3”)
- ✓ Pintura, Freios, Bateria e Rodas*

❖ **Serviços Não Realizados:**

- ✓ Motores, APU e Trem de Pouso

❖ **Capacidade**

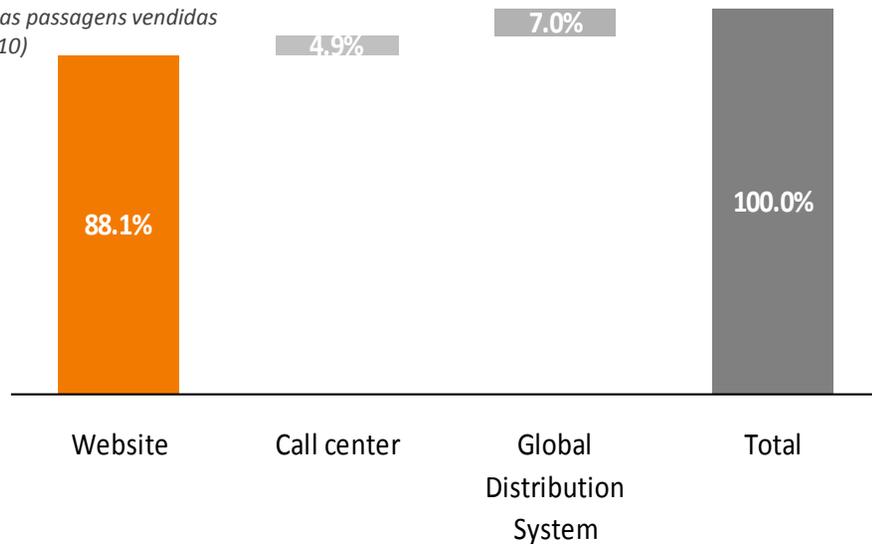
- ✓ Média 55 aeronaves por mês
- ✓ 85% da capacidade atual

* A partir do final de 2011

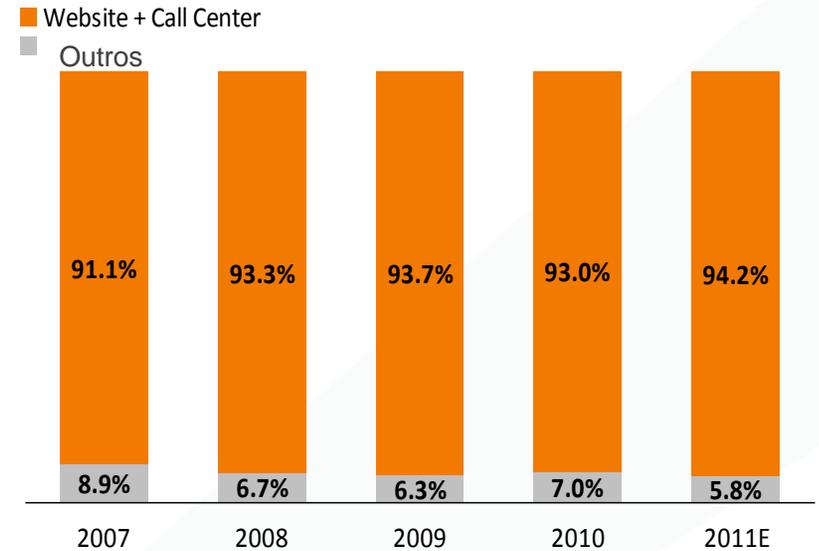
A GOL possui umas das maiores plataformas de E-Commerce do Brasil

Composição de Compras de Passagens

% das passagens vendidas (2010)



Composição da Venda Líquida de Passagens



Milhares de acessos

Acessos por Mês

	FEV/11	MAI/11	AGO/11
	36,2	50,7	81,9
	4,0	13,4	246,7
	42,5	125,9	656,7
	43,5	49,3	62,5
	23,5	83,3	163,9

Benefícios da Plataforma de E-Commerce

- 1 Comodidade para clientes GOL
- 2 Estrutura de vendas escalonável
- 3 Eliminação de intermediários
- 4 Potencial de Cross-Sale

Aumentar Lucratividade: Receitas Auxiliares

Fomentar crescimento contínuo através da melhor execução e inovação do novo portfólio de receitas auxiliares.

Principais Iniciativas



Carga



Voe Fácil



Smiles

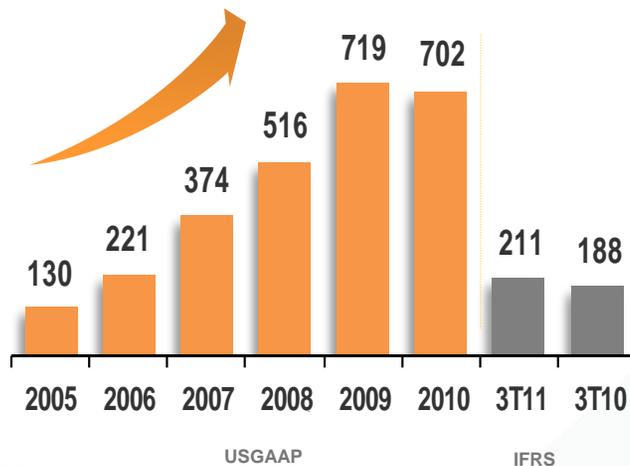


Serviços Adicionais

Receitas Auxiliares

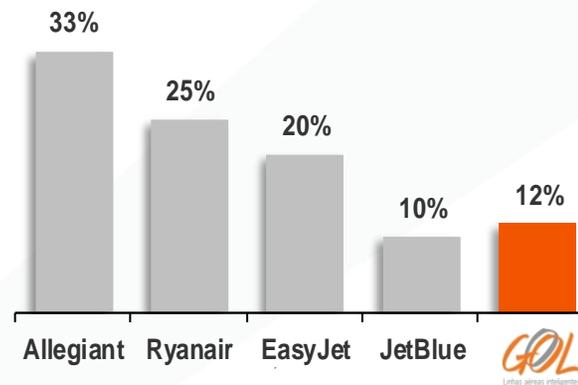
Em R\$ milhões

CAGR de 40,1% entre 2005-2010

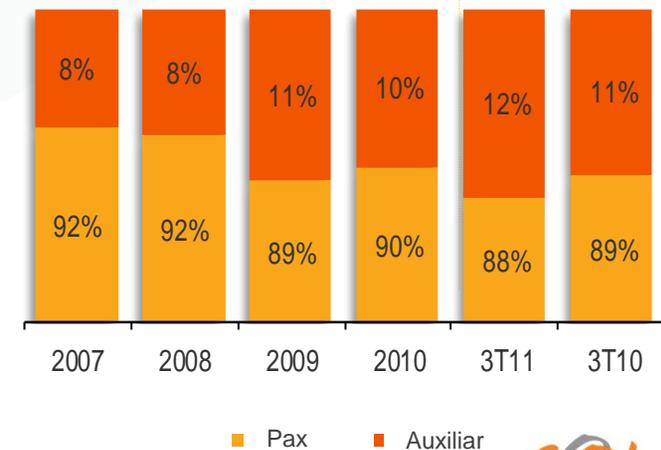


Comparação das Receitas Auxiliares

Receitas no último arquivamento



Composição de Receitas Líquidas de Passageiros e Auxiliares



* Imagem ilustrativa do portal de entretenimento lançado em 26 de agosto de 2011

Fonte: Arquivamentos das companhias



SMILES: Oportunidade de Novas Parcerias Atraindo mais Passageiros

O programa de milhagem também contribui para o aumento das Receitas Auxiliares



Visão Geral SMILES

- Mais de **8,0 milhões de clientes** e mais de **180 parceiros**
- Aumento de vendas no segmento de **Negócios**
- Integração com os programas de milhagem de parceiros de **codeshare**
- Venda antecipada de milhas
- Novo Sistema Siebel / Mais Eficiência

Penetração em Viagens de Negócios

- Bônus de milhagem maior para rotas e tarifas de negócios
- Frequência maior nos aeroportos domésticos mais importantes

Instituições e Varejistas

- Venda antecipada de milhas
- Cartão de crédito híbrido
- Parceria com varejistas e hotéis
- Cartão Co-Branded com Bradesco e Banco do Brasil

Acordos de Codeshare

- Aumento de tráfego na rede GOL
- Valor adicional SMILES: vôos de longa-distância
- Integração de programas de milhagem



Aliança GOL: Rede de Destinos Global

A GOL oferece destinos internacionais, tendo sua rede atendida por parceiros

Fortes Acordos de Integração de *Codeshare* e Programas de Fidelidade



Os acordos de *codeshare* com grandes companhias aéreas estrangeiras dão ao cliente Gol acesso aos principais destinos da aviação.



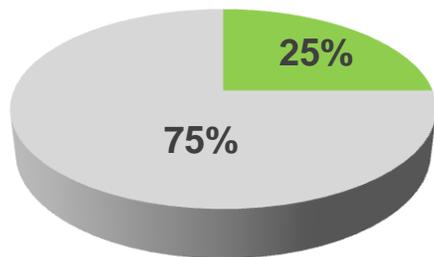
6 | Planejamento de Capacidade - 2012

Plano de Frota GOL

Frota Operacional Atual

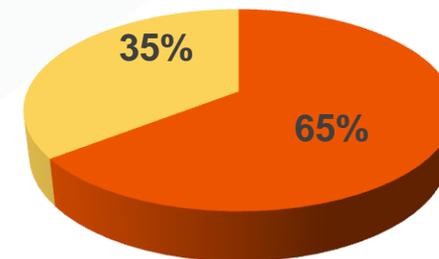
GOL		Aeronave	# de Aeronaves Operacionais (1S11)	Capacidade	Idade Média (Anos)	Rota Operada
Frota Atual	Webjet		B737 800	72	177 - 187	Doméstica e Internacional
			B737 700	43	144	Doméstica e Internacional
			B737 300	22	148	Doméstica

Composição Frota Webjet



■ Frota Própria ■ Leasing

Distribuição Frota TOTAL GOL



■ Operacional ■ Financeiro

Aeronaves

18

6

Aeronaves

80

44

Frota operacional consolidada de 137 Aeronaves

Plano de Frota GOL+Webjet

Frota Atual e Projeção de Capacidade

Total de Aeronaves: 110 115

B737-800

70

75

B737-700

40

40

2010

2011

2012

- Sob Revisão com a Webjet
- Aumento de ASKs GOL+Webjet de até 4.0%

Acordo de Aquisição de Aeronaves – Até 2017

- ✓ 97 ordens firmes
- ✓ 10 direitos de compra
- ✓ 40 opções de compra

Cronograma de Devolução de Aeronaves - Webjet

Modelo	2011	2012	2013	2014
B737-300	0	4	8	6

Horas Voadas	2009	2010	2011*
GOL	11,6	12,8	13,4
Webjet	11,4	10,8	10,6

*Dados acumulados até Outubro 2011

Notes: (1) Não considera frota atual/projetada da Webjet.
Fonte: Cia., Dados 3T11



7 | Resultado Financeiro

Destques 3T11

Os resultados refletem o cenário competitivo no mercado doméstico e pressão nos custos operacionais

Destques Operacionais	3T11	2T11	3T10	Var% 3T11/3T10
Capacidade	12.465	11.380	11.796	5,7%
Demanda	8.906	7.571	8.067	10,4%
Load Factor	71,4%	66,5%	68,4%	+3,1 p.p.
CASK (R\$)	15,39	16,14	13,58	13,4%
CASK Ex-Fuel (R\$)	9,41	9,72	8,66	8,7%
RASK (R\$)	14,79	13,76	15,17	-2,5%
Spread (RASK – CASK)	(0,60)	(2,38)	1,59	Nm
Yield (R\$)	18,33	18,21	19,85	-7,6%



Linhas aéreas inteligentes

Custo Por ASK Peers

Custo Ex-Comb. por ASK Ajustado pela Etapa Média em USD*

	1T09	2T09	3T09	4T09	1T10	2T10	3T10	4T10	1T11	2T11	3T11
 GOL Linhas aéreas inteligentes	4,4	4,4	4,8	5,7	4,9	4,9	5,0	5,2	5,2	6,1	5,4
 TAM	7,8	6,3	7,0	6,6	6,6	6,8	6,3	7,5	6,8	7,4	7,2
 LAN	8,3	8,5	8,7	8,9	8,9	9,2	9,2	10,1	8,8	10,4	9,6
 SOUTHWEST AIRLINES	4,7	4,6	4,9	4,9	5,1	4,9	5,0	5,3	5,3	6,2	5,2
 Alaska Airlines	8,7	8,8	8,0	8,8	8,7	7,1	7,3	10,3	7,6	7,6	7,1
 Copa Airlines copaair.com **	5,9	6,0	6,6	6,6	6,2	5,8	5,8	6,6	5,5	5,9	5,7

* Dólar médio do período

**Para Alaska em 2011 foi considerado a etapa média de 2010 e para etapa média da Copa foi utilizada a etapa de 1700km

O CASK ex-Combustível da GOL mostra-se competitivo

Caixa, Dívida e Alavancagem

Comparação com Pares em USD



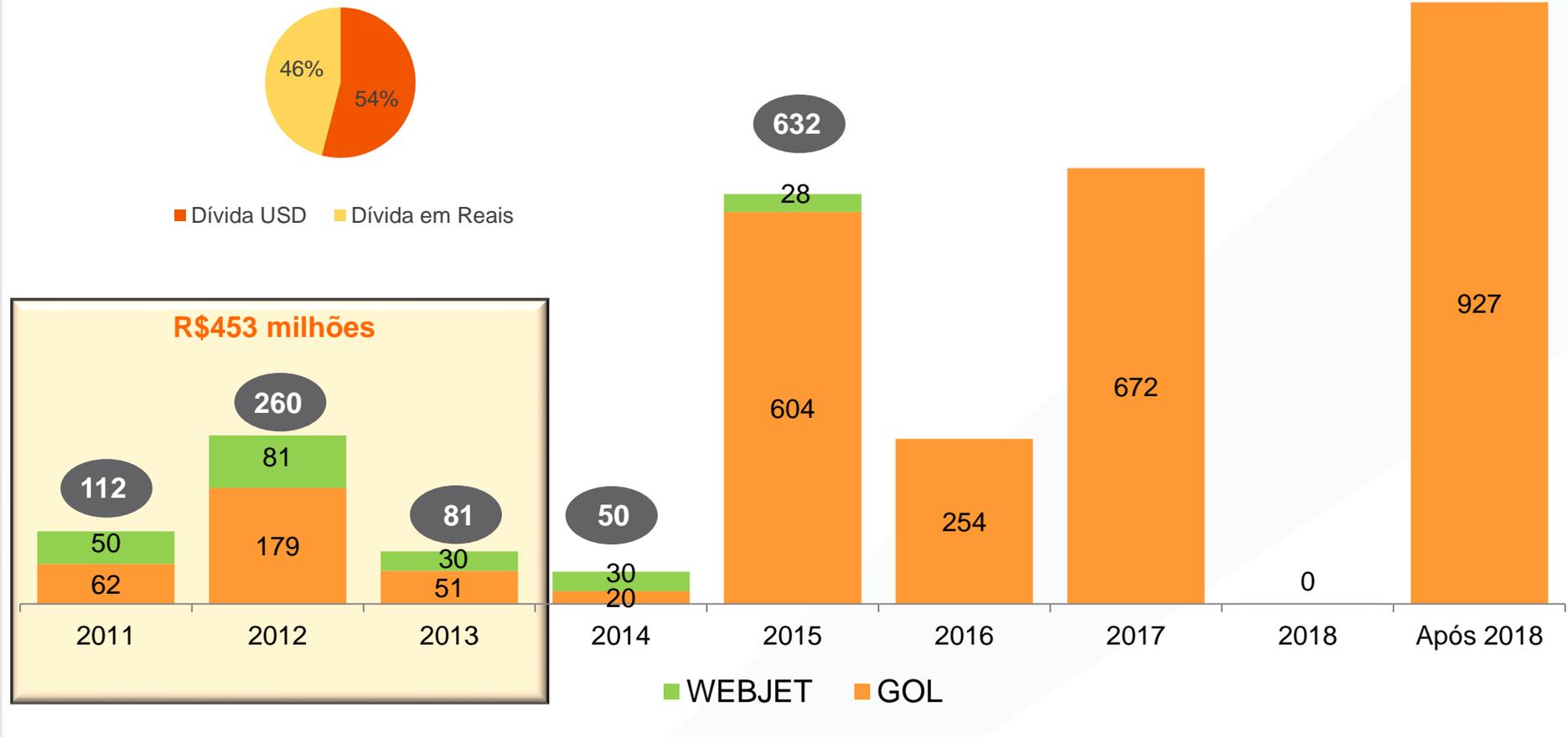
	Caixa Total	Caixa Total / Receita Líquida (UDM)	Dívida Líquida	Geração de Caixa*	Dívida Total/ EBITDAR
 Linhas aéreas inteligentes	1.150	29,64%	1.404	(411)	5,0x
	1.029	15,06%	3.828	(800)	4,3x
	332	6,05%	3.207	(580)	3,1x
 copaair.com	446	25,71%	606	(35)	2,3x
	3.656	24,93%	550	(466)	2,5x
	4.184	75,11%	497	(110)	3,5x

* Var. no Caixa (-) Var. na Dívida

A GOL possui a posição de caixa mais forte comparada aos pares

Indicadores Financeiros 3T11 – Pro Forma

Amortização da Dívida (R\$ Milhões) – Vencimento Anual



Sem Pressão de Refinanciamento no Curto Prazo e com previsão de alongamento da Dívida da Webjet

* Exclui Leasing Financeiro



8 | 2012 e Próximos Passos

Cenário Econômico

❖ Desaceleração da Economia Mundial

- ✓ Preço do combustível continuará nos níveis atuais
- ✓ Baixas taxas de juros

❖ Brasil

- ✓ Crescimento mais lento da economia (3,0 - 3,5% do PIB)
- ✓ Aumento da demanda doméstica de 2,5%-3.0x crescimento do PIB
- ✓ Pressão de inflação sobre os preços internos
- ✓ FX voltando para R\$1,70 - R\$1,80 níveis
- ✓ Infraestrutura ficará sob pressão



Cenário Doméstico GOL

✓ Crescimento Lento da Oferta

- ✓ Capacidade GOL e Webjet cresce de 0.0%-4.0%

✓ Foco na Eficiência

- ✓ Maior produtividade (utilização da frota em torno de 13,0 -13,5 horas-bloco por dia)
- ✓ *Load Factor* maior (cerca de 70,0-72,0%)
- ✓ Altos níveis de pontualidade e regularidade
- ✓ Flexibilidade na utilização da frota

✓ Recuperação de *Yields*

✓ Foco em Rentabilidade



GOL

Linhas aéreas inteligentes

Estratégia Sustentável

Estratégia suporta modelo de negócios da GOL



Instituição	Prêmio	Categoria	Categoria
IR Global Rankings	1º	Evolução no Procedimento de Divulgação Latin America	Eleito pela Instituição
IR Global Rankings	3º	Melhor Website RI Latin America	Eleito pela Instituição
IR Global Rankings	1º	Práticas de Divulgação Latin America	Eleito pela Instituição
Institutional Investor	3º	Melhor RI Latin America	Eleito pelo Sell-Side
Institutional Investor	2º	Melhor CEO Latin America	Eleito pelo Sell-Side
Institutional Investor	3º	Melhor CEO Latin America	Eleito pelo Buy-Side
Institutional Investor	2º	Melhor CFO Latin America	Eleito pelo Sell-Side
Institutional Investor	2º	Melhor CFO Latin America	Eleito pelo Buy-Side



Perguntas e Respostas

GOL Relação com Investidores

+55 11 2128-4700

ri@golnaweb.com.br

www.voegol.com.br/ir



Linhas aéreas inteligentes

Obrigado

