

PRESS RELEASE

Comunicaciones Corporativas
817-967-1577
mediarelations@aa.com

PARA PUBLICAR: martes, 6 de enero de 2015

AMERICAN AIRLINES LANZA SU REVISTA AMERICAN WAY CON UNA NUEVA APARIENCIA Y MÁS CONTENIDO

Por primera vez, los pasajeros encontrarán la galardonada revista en los vuelos operados por American y US Airways y en nuevas plataformas digitales

FORT WORTH, Texas – American Airlines está renovando la apariencia y extendiendo el alcance de su revista insignia a bordo, *American Way*. A partir de la edición de enero, que presenta a la banda Foo Fighters en la portada, la rediseñada publicación aparece en todos los vuelos operados por US Airways, así como en American. *American Way* alcanza a 193 millones de personas anualmente.

“La revitalizada revista *American Way* viene a la vez que American hace grandes inversiones en la experiencia del cliente con mejoras en nuestras aeronaves, en nuestras salas VIP y en los aeropuertos que servimos”, dijo Fernand Fernández, vicepresidente de Marketing Global de American Airlines. “Estamos entusiasmados con lo que tenemos por delante para la revista. Su contenido fresco atrae a una amplia gama de nuestros clientes que adoran ver el mundo desde una variedad de perspectivas”.

American anunció su sociedad con la compañía de medios de comunicación de viaje global Ink en septiembre para el relanzamiento de la revista mensual con un contenido que mezcla el entretenimiento y la información, así como una mirada fresca en el diseño. La revista de enero se lanza con una edición de doble portada presentando a la estrella de rock David Grohl y la banda Foo Fighters.

La nueva apariencia de *American Way* incluye nuevas secciones como Punto de Vista (POV por sus siglas en inglés), en la cual los escritores y editores de la revista ofrecen sus opiniones sobre las tendencias culturales, de estilos de vida y de viaje. Otra sección nueva, Mapas & Leyendas, revelará cada mes una visión única de un escritor sobre un tema de viaje. La sección inaugural habla sobre los mejores restaurantes de barbacoa (BBQ por sus siglas en inglés) en Texas tal como lo describe el reconocido editor de BBQ de la revista *Texas Monthly*.

Ink también ha traído a *American Way* a la era digital para que los fans pueden acceder a su galardonado contenido a través de dispositivos móviles, ya sea que se estén relajando durante el vuelo o leyendo en tierra.

American Airlines presenta su rediseñada revista *American Way*

martes, 6 de enero de 2015

Página 2

La expansión digital incluye una renovada página web americanway.com, así como la primera aplicación móvil *American Way*, las cuales permiten a los lectores compartir contenido selecto a través de Facebook, Twitter, correo electrónico y otras opciones.

“Nos sentimos honrados de lanzar la nueva edición de la revista *American Way*”, dijo Mariza Beazel, vicepresidenta de Publicaciones de Ink, la cual crea productos mediáticos galardonados y construye tecnología innovadora para aerolíneas y asociados ferroviarios. “Millones de pasajeros leales se sentarán cada semana, se relajarán y disfrutarán de una buena lectura y ojearán una gran revista de estilo de vida –ya sea para aprender algo nuevo, planificar su próximo viaje u obtener inspiración para una nueva compra. Con más artículos editoriales que nunca antes, *American Way* abre uno de los mercados más fuertes disponibles para los anunciantes del mundo. Esta nueva edición de la revista marca otro gran momento para American”.

A pesar de que la revista *American Way* tendrá una apariencia y una sensación diferente, los admiradores de siempre de la revista aún podrán encontrar sus características favoritas.

“Air Mail”, la popular colección de cartas de los lectores al editor, por ejemplo, permanecerá como un componente importante al frente de la revista. Los lectores también seguirán encontrando los juegos de Sudoku y los crucigramas.

Además de *American Way*, American pronto presentará las versiones actualizadas de sus otras dos revistas: *Nexos*, la única revista bimensual de aerolínea en español y portugués, y *Celebrated Living*, la primera publicación trimestral en la industria para los clientes de las cabinas Premium. Las nuevas ediciones de las rediseñadas publicaciones comenzarán a aparecer en los vuelos en febrero y marzo respectivamente.

Sobre American Airlines Group

American Airlines Group (NASDAQ: AAL) es la compañía matriz de American Airlines y US Airways. Junto con aerolíneas regionales de propiedad exclusiva y de terceras partes operando como American Eagle y US Airways Express, las aerolíneas operan un promedio de cerca de 6,700 vuelos diarios a 339 destinos en 54 países desde sus centros de conexiones en Charlotte, Chicago, Dallas/Fort Worth, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Filadelfia, Phoenix y Washington, D.C. Los programas AAdvantage de American y US Airways Dividend Miles permiten a sus miembros acumular millas por viajes, paquetes de vacaciones, alquiler de autos, estadías de hotel, y compras de todos los días. Los miembros de ambos programas pueden canjear millas por pasajes, así como por cambios a Primera Clase y Clase Ejecutiva. Adicionalmente, los miembros del programa AAdvantage pueden canjear millas por paquetes de vacaciones, alquiler de autos,

American Airlines presenta su rediseñada revista *American Way*

martes, 6 de enero de 2015

Página 3

estadias de hotel y productos al por menor. American es miembro fundador de la alianza **oneworld**, cuyos miembros y miembros en proceso sirven cerca de 1,000 destinos con 14,250 vuelos diarios a 150 países. Conéctese con American en Twitter @AmericanAir o Facebook.com/American Airlines y siga a US Airways en Twitter @USAirways y en Facebook.com/USAirways.