



## COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

[www.malaga.eu](http://www.malaga.eu)

### Málaga refuerza su presencia en Estados Unidos con la inauguración del mural 'Málaga Loves Atlanta'

- La intervención artística urbana ubicada en el paso elevado de acceso al Mercedes-Benz Stadium, de más de 35 metros de longitud y hasta 4,5 metros de altura, permanecerá durante tres años en uno de los principales accesos al estadio, por el que se estima que transitan más de ocho millones de personas al año
- La delegación malagueña ha celebrado en Atlanta reuniones institucionales, acciones profesionales con agentes de la red Virtuoso, actividades culturales y gastronómicas, y encuentros vinculados a la conectividad aérea con el país norteamericano
- La acción se enmarca en la misión promocional que el Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y Turismo Costa del Sol de Diputación Provincial desarrollan en Estados Unidos con motivo de la iniciativa 'De Gálvez 250'

1/4

**Málaga, 16 de junio de 2026.-** Málaga ha reforzado su presencia promocional en Estados Unidos con la inauguración del nuevo mural 'Málaga Loves Atlanta', una gran intervención artística urbana situada en uno de los accesos al Mercedes-Benz Stadium, uno de los recintos deportivos y de eventos más importantes del país.

La acción ha formado parte de la agenda desarrollada en Atlanta por el Área de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga y Turismo Costa del Sol de Diputación Provincial, dentro de la misión promocional vinculada a la iniciativa 'De Gálvez 250' y al posicionamiento internacional del destino en el mercado norteamericano.

El mural, realizado por los artistas urbanos Eduardo Luque 'Lalone' y Fabián Bravo 'Kato', tiene más de 35 metros de longitud y alcanza hasta 4,5 metros de altura.

La obra, que permanecerá durante tres años en la ciudad, tiene un alto valor estratégico por su ubicación, ya que se encuentra en el paso elevado de acceso al Mercedes-Benz Stadium, por el que se estima que transitan más de ocho millones de personas al año, entre asistentes a partidos de los Atlanta Falcons de la NFL, encuentros del Atlanta



United FC y otros grandes eventos celebrados en el estadio.

La composición artística incorpora elementos representativos de ambas ciudades. En la obra aparecen referencias de Atlanta como el escudo del Ayuntamiento de la ciudad -el City Seal con el ave fénix-, así como el diseño antiguo y actual de los trenes MARTA, la torre del reloj del Morris Brown College, el Mercedes-Benz Stadium y varios rascacielos característicos de la ciudad.

Junto a ellos, el mural integra iconos malagueños ya habituales en la iniciativa 'Málaga Loves', como los espetos, la Catedral de Málaga, el Centre Pompidou, la figura de Picasso pintando un cuadro y otros elementos vinculados a la identidad cultural, turística y gastronómica de la ciudad.

El mural incluye además la representación de dos futbolistas sosteniendo conjuntamente un trofeo como símbolo de unión, deporte y amistad entre ambas ciudades.

Cabe recordar que la iniciativa 'Málaga Loves' es un proyecto del Área de Turismo y Promoción del Ayuntamiento de Málaga que ofrece a ciudades internacionales una oportunidad para transformar sus paisajes urbanos a través del arte. Bajo el contexto de la efeméride 'Celebración Picasso 1973-2023', esta iniciativa artística ya ha dejado su huella en zonas muy transitadas de Múnich, Basilea, Shanghái, Seúl en dos ocasiones, Miami y ahora Atlanta, mostrando los atractivos turísticos de Málaga a través de grandes murales con aire picassiano.

2/4

### Relaciones institucionales y colaboración turística

Previamente a la inauguración del nuevo mural, la agenda de la delegación malagueña en Atlanta comenzó con una reunión institucional con el Ayuntamiento de Atlanta y el Atlanta Convention & Visitors Bureau, entidad responsable de la promoción turística de la ciudad. Un encuentro que permitió fortalecer las relaciones entre ambos destinos y explorar nuevas oportunidades de colaboración turística, cultural y económica.

La presencia de Málaga en Atlanta se produce, además, en un contexto internacional de especial relevancia, marcado por la celebración de la Copa Mundial de la FIFA 2026, de la que Atlanta es una de las ciudades sede. En este marco, la ciudad de Málaga ha aprovechado la proyección internacional generada por la Copa Mundial de la FIFA 2026 para reforzar su posicionamiento como destino urbano, cultural, gastronómico, patrimonial y de experiencias en el mercado estadounidense.

De esta forma, el sábado 13 de junio la misión de promoción turística se desplazó a la Casa España, la Fan Zone oficial de la Real Federación Española de Fútbol durante la Copa del Mundo, donde Málaga fue la protagonista exclusiva de la jornada con la celebración del 'Día de Málaga'.



Durante todo el día se desarrolló una amplia programación promocional con presentaciones del destino, encuentros profesionales, actividades culturales, actuaciones flamencas, experiencias gastronómicas y degustaciones de productos malagueños. La acción permitió acercar al público norteamericano la oferta cultural, turística y gastronómica de Málaga.

Dentro de esta programación, se celebró también una presentación exclusiva dirigida a agentes de viaje de la red Virtuoso, uno de los principales segmentos del turismo premium en el mercado norteamericano. Esta acción profesional permitió mostrar la oferta de Málaga y la Costa del Sol ante prescriptores especializados en viajes de alto valor añadido, con especial atención al patrimonio, la gastronomía, la cultura, la conectividad, la seguridad y las experiencias urbanas.

### **'De Gálvez 250'**

La misión de Málaga en Atlanta se enmarca en la iniciativa 'De Gálvez 250', que contempla acciones de promoción en 16 ciudades estadounidenses, entre ellas Miami, Dallas, Washington, Pensacola, Galveston, San Antonio, Houston, Filadelfia, Boston, Nueva York, Los Ángeles, San Francisco, San Diego, Nueva Orleans, Atlanta y Chicago. El proyecto aprovecha la conmemoración del 250 aniversario de la independencia de Estados Unidos para poner en valor la figura de Bernardo de Gálvez y reforzar los lazos históricos, culturales, turísticos e institucionales entre Málaga y el país norteamericano.

3/4

Así mismo, cabe destacar que 'De Gálvez 250' contempla la iniciativa cultural organizada por The Hispanic Council junto al Ayuntamiento de Málaga, la Diputación Provincial de Málaga y la Junta de Andalucía que se articula en torno a dos ejes orientados a difundir el legado histórico compartido entre España y Estados Unidos.

Por un lado, contempla la elaboración de un informe académico de referencia titulado "The Role of Hispanics in the Independence of the United States of America", desarrollado por el historiador estadounidense Thomas E. Chávez, reconocido especialista en la presencia española en Norteamérica. Y, por otro, incluye un ciclo de seis conferencias que se están celebrando en distintos espacios emblemáticos de Málaga entre abril y julio de 2026, con la participación de historiadores, escritores, académicos y divulgadores de reconocido prestigio.

### **Estados Unidos, un mercado estratégico para Málaga**

Estados Unidos se ha consolidado como uno de los mercados emisores de mayor potencial para Málaga. En 2025 fue el primer mercado extracomunitario —fuera de Europa— y el cuarto mercado internacional en general para la ciudad, con 89.823 viajeros hoteleros y 186.488 pernoctaciones, además de una estancia media de 2,08 días.

Estas cifras supusieron un crecimiento de más del 11% en viajeros y del 4% en pernoctaciones respecto al ejercicio anterior. Por otro lado, en el acumulado de enero a



abril de 2026, el mercado estadounidense ha contabilizado un aumento del 2,2% en pernoctaciones.