



## COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

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

### Málaga refuerza en Nueva York y Washington su posicionamiento turístico, cultural y comercial en el mercado estadounidense

- El Área de Turismo del Ayuntamiento de Málaga y Turismo Costa del Sol de la Diputación Provincial han desarrollado encuentros con turoperadores, agentes de viaje del segmento *premium*, medios de comunicación e instituciones culturales de referencia
- La misión se inició en Atlanta con la inauguración del mural “Málaga Loves Atlanta” y con reuniones en la sede mundial de la aerolínea Delta Air Lines para analizar nuevas oportunidades de conectividad aérea
- Se ha enmarcado en la iniciativa ‘De Gálvez 250’ y en la estrategia de promoción internacional del destino

1/4

**Málaga, 21 de junio de 2026.**- El Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Turismo, y Turismo Costa del Sol de la Diputación Provincial de Málaga, ha culminado en Nueva York y Washington D.C. una intensa agenda de promoción turística, cultural e institucional dirigida a reforzar el posicionamiento de Málaga y la Costa del Sol en el mercado estadounidense.

La misión, que comenzó en Atlanta con acciones institucionales, promocionales y de conectividad aérea, entre ellas la inauguración del mural “Málaga loves Atlanta”, ha continuado posteriormente en Nueva York y Washington, dos ciudades estratégicas por su influencia turística, mediática, comercial, cultural e institucional. Esta acción se ha desarrollado en el marco de la iniciativa ‘De Gálvez 250’ y de la estrategia de internacionalización turística del destino.

#### Acciones en Nueva York

La agenda en Nueva York arrancó el 16 de junio e incluyó una reunión con la dirección de USTOA, United States Tour Operators Association, la principal asociación de turoperadores de Estados Unidos. Durante el encuentro se presentó la oferta turística de Málaga y la Costa del Sol y se analizaron posibles líneas de colaboración para reforzar



la comercialización del destino en el mercado norteamericano, especialmente en el contexto de la conmemoración de América 250.

Esta reunión permitió trasladar a la industria de turoperadores estadounidenses el potencial de Málaga como destino urbano, cultural, gastronómico y experiencial, así como su capacidad para integrarse en itinerarios de alto valor vinculados a Andalucía, España y el Mediterráneo.

La misión continuó con una presentación exclusiva para más de una veintena de agentes de viaje pertenecientes a la red Virtuoso, celebrada en el hotel NH Collection Nomad New York. Esta acción estuvo dirigida a uno de los segmentos de turismo *premium* más influyentes del mercado norteamericano y permitió mostrar la oferta cultural, patrimonial, gastronómica y de experiencias de Málaga ante prescriptores especializados en viajes de alto valor añadido.

Asimismo, se celebró una presentación específica para medios de comunicación con una veintena de periodistas de algunos de los principales grupos mediáticos estadounidenses, entre ellos cabeceras de referencia internacional y medios especializados en turismo, viajes, cultura y estilo de vida.

### **Reunión con Delta Air Lines en Atlanta**

Previamente a las acciones promocionales en Nueva York y Washington D.C., la delegación malagueña mantuvo una reunión de trabajo con representantes de Delta Air Lines en la sede mundial de la compañía, en Atlanta, con el objetivo de reforzar el posicionamiento internacional de Málaga y la Costa del Sol en el mercado norteamericano.

2/4

Durante la reunión se analizaron nuevas oportunidades de conectividad aérea entre Estados Unidos y el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol, así como posibles líneas de colaboración para fortalecer la presencia del destino en este mercado estratégico. La delegación malagueña trasladó a la compañía la evolución turística de Málaga, el crecimiento de su proyección internacional y el papel del aeropuerto como una de las principales puertas de entrada al sur de Europa, especialmente para segmentos de alto valor vinculados a la cultura, la gastronomía, el patrimonio, las experiencias urbanas y el turismo de calidad.

El encuentro también ha permitido poner en valor el vínculo histórico de Delta Air Lines con Málaga, compañía que operó entre 2008 y 2019 la conexión directa Málaga-Nueva York JFK, una ruta estratégica que durante más de una década contribuyó a acercar la Costa del Sol al mercado estadounidense.

### **Agenda en Washington D.C.**

La misión ha concluido en Washington D.C., donde se desarrollaron acciones de alto valor institucional y cultural vinculadas a la figura de Bernardo de Gálvez y a los lazos



históricos entre Málaga, España y Estados Unidos.

Entre ellas destacó la reunión mantenida con *Destination DC* y *Smithsonian Institution* para avanzar en la organización de un futuro ciclo de conferencias dedicado a Bernardo de Gálvez, previsto para el mes de septiembre. Esta iniciativa permitirá profundizar en la difusión de la historia compartida entre España y Estados Unidos a través de una de las instituciones culturales y científicas más prestigiosas del país.

La programación culminó el 19 de junio con una celebración en torno a la Feria de Málaga en el 'Spain Cultural Center' de la Embajada de España en Washington D.C. La acción trasladó a la capital estadounidense uno de los eventos tradicionales y culturales más reconocibles de la ciudad, mediante una experiencia inspirada en la feria de agosto, con gastronomía, música, flamenco, tradiciones y cultura popular malagueña.

La respuesta a esta acción fue muy positiva, con más de 900 asistentes procedentes de ámbitos como la cultura, la política, la tecnología, el turismo, la empresa y la sociedad civil de Washington. La jornada sirvió también para presentar Málaga como Capital Europea de la Cultura Gastronómica.

### **'De Gálvez 250', un puente entre Málaga y Estados Unidos**

En cuanto a promoción, la iniciativa 'De Gálvez 250' contempla acciones 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' comprende también 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, incluye 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, está conformada por 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.

### **Mercado de Estados Unidos**

La misión se ha apoyado en la campaña de promoción digital desarrollada en Estados Unidos en torno a Bernardo de Gálvez y los vínculos históricos entre Málaga y el país



norteamericano. Esta campaña ha superado el millón de impresiones, ha alcanzado a cerca de dos millones de usuarios en distintos mercados estadounidenses durante seis meses de actividad, ha generado más de 18.000 interacciones y clics de interés, y ha dirigido a cerca de 6.000 usuarios a la página web creada específicamente para la iniciativa. En conjunto, la estrategia 'De Gálvez 250' ha permitido presentar Málaga como un referente internacional en cultura, gastronomía, innovación y calidad de vida, reforzando su posicionamiento entre viajeros norteamericanos interesados en experiencias auténticas, patrimonio, arte, historia y cocina mediterránea.

Con esta iniciativa, Málaga refuerza su presencia en Estados Unidos, consolida relaciones con operadores turísticos, agentes premium, medios de comunicación e instituciones culturales, y avanza en una estrategia de largo recorrido orientada a generar nuevas oportunidades turísticas, culturales y económicas para la ciudad y la Costa del Sol.

Cabe recordar que Estados Unidos constituye actualmente uno de los mercados emisores de mayor interés para Málaga. En 2025 se consolidó como primer mercado extracomunitario y cuarto mercado internacional para la ciudad, con 89.823 viajeros hoteleros y 186.488 pernoctaciones, lo que supuso un crecimiento del 11% en viajeros y del 4% en pernoctaciones respecto a 2024. Además, entre enero y abril de 2026, el mercado estadounidense registró 22.396 viajeros hoteleros y 49.262 pernoctaciones en la capital.

4/4



Verifica la información  
antes de compartirla

málaga