



COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

www.malaga.eu

Málaga inaugura en Galveston un nuevo mural de 'Málaga Loves' que refuerza el vínculo histórico de la ciudad con Bernardo de Gálvez

- La intervención, realizada por el artista malagueño Lalone en el McGuire-Dent Recreation Center, tiene 9 metros de altura y 33 metros de longitud
- La nueva acción da continuidad a una iniciativa que desde 2023 ha llevado la imagen de Málaga a ciudades como Shanghái, Seúl, Basilea, Múnich, Miami o Atlanta y se convierte en el octavo mural
- Se integra en la estrategia 'De Gálvez 250', que recorre 16 ciudades estadounidenses para reforzar los vínculos históricos, culturales y turísticos entre Málaga y Estados Unidos
- La agenda en Texas continúa en Houston con una presentación de Málaga ante agentes de la red Virtuoso, especializada en turismo premium y de alto valor añadido

1/4

Málaga, 14 de septiembre de 2026.- El Ayuntamiento de Málaga, a través del Área de Turismo, ha inaugurado este pasado domingo 13 de septiembre en Galveston, Texas, una nueva intervención artística de la campaña internacional 'Málaga Loves', realizada por el artista malagueño 'Lalone' en el McGuire-Dent Recreation Center de Menard Park y concebida para poner en valor los vínculos históricos y culturales entre Málaga y esta ciudad estadounidense a través de la figura de Bernardo de Gálvez.

La acción ha formado parte de la agenda desarrollada en Texas 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, de 9 metros de altura y 33 metros de longitud, incorpora el lema 'Málaga Loves Galveston' y construye un relato visual en el que la figura de Bernardo de Gálvez sirve como nexo entre ambas ciudades. Bernardo de Gálvez ocupa el centro de la composición, acompañado por el emblema del 250 aniversario de la independencia de

Estados Unidos (1776-2026), mientras que a ambos lados aparecen elementos representativos de Málaga, como la Alcazaba, el Teatro Romano y la Catedral, junto a distintos iconos urbanos y marítimos de Galveston. La obra convierte así el arte urbano en una herramienta de promoción del destino y de difusión de una historia compartida que conecta ambas ciudades.

El concejal delegado de Turismo, Jacobo Florido, ha participado en la presentación de 'Málaga Loves Galveston' en el McGuire-Dent Recreation Center, en Menard Park, acompañado por el alcalde de Galveston, John Paul Listowski, representantes de ambas ciudades y medios de comunicación.

Durante el acto se ha dado a conocer el significado de la intervención, su vinculación con la figura de Bernardo de Gálvez y su encaje dentro de la estrategia internacional de promoción de Málaga en Estados Unidos, antes de proceder a la presentación oficial del mural realizado por Lalone.

Un emplazamiento de gran proyección turística

La ubicación de 'Málaga Loves Galveston' refuerza además el alcance de la acción promocional. El mural se encuentra en el McGuire-Dent Recreation Center de Menard Park, en un enclave de elevada afluencia turística de una ciudad que recibe 8,9 millones de visitantes al año. A pocos metros se sitúan además dos enclaves de gran afluencia: el Puerto de Galveston, cuarto puerto base de cruceros de Estados Unidos y octavo del mundo, con cerca de cuatro millones de pasajeros al año, y el Historic Pleasure Pier, uno de los iconos turísticos más reconocibles de la ciudad.

2/4

Esta ubicación sitúa la marca Málaga en un entorno de elevada exposición física y digital, reforzada por la difusión constante de imágenes y contenidos vinculados a estos enclaves a través de visitantes, medios de comunicación y canales turísticos.

Presentación profesional ante la red Virtuoso en Houston

Tras la inauguración de 'Málaga Loves Galveston', la agenda del Área de Turismo en Texas continúa hoy en Houston con una presentación profesional del destino ante agentes de viaje de la red Virtuoso, especializada en el segmento premium y de alto valor añadido, con participación de representantes de instituciones y asociaciones culturales de Houston. La acción permite dar a conocer la oferta cultural, patrimonial, gastronómica y experiencial de Málaga y reforzar su posicionamiento entre prescriptores especializados del mercado estadounidense, dando continuidad a los encuentros desarrollados anteriormente con profesionales de esta red en otras ciudades del país.

'De Gálvez 250'

Las actuaciones de Galveston forman parte del marco promocional de 'De Gálvez 250',



Verifica la información
antes de compartirla

málaga

una iniciativa impulsada con motivo 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. Galveston ocupa un lugar especialmente significativo dentro de este recorrido por la relación histórica de la ciudad con Bernardo de Gálvez. Esta conexión ha permitido articular una acción en la que la promoción turística se apoya en un relato histórico compartido y lo traslada al lenguaje contemporáneo del arte urbano.

La iniciativa, desarrollada en colaboración con The Hispanic Council, el Ayuntamiento de Málaga, la Diputación Provincial y la Junta de Andalucía, tiene una vertiente cultural en Málaga y una estrategia de promoción en Estados Unidos que comprende actuaciones en 16 ciudades: Miami, Dallas, Washington, Pensacola, Galveston, Houston, Filadelfia, Boston, Nueva York, Los Ángeles, San Francisco, San Diego, Nueva Orleans, Atlanta y Chicago. La programación estadounidense cuenta además con la colaboración de Turespaña, a través de sus Oficinas Españolas de Turismo, así como de Turismo Costa del Sol y Turismo Andaluz.

Octavo mural de ‘Málaga Loves’

Dentro de esta estrategia, ‘Málaga Loves’ funciona como plataforma creativa y elemento de conexión emocional con los destinos estadounidenses, complementando las presentaciones profesionales, reuniones institucionales y acciones de promoción turística desarrolladas en las distintas ciudades del recorrido. El realizado en Galveston se convierte en el octavo mural dentro de esta iniciativa.

3/4

La campaña nació en 2023, en el contexto de la Celebración Picasso 1973-2023, y comenzó su recorrido internacional en Múnich. Posteriormente, se desarrollaron actuaciones en Basilea, Shanghái y Seúl, ciudad esta última que acogió dos intervenciones, antes de dar el salto al mercado estadounidense con la acción realizada en Coral Gables, en el área de Miami, Atlanta y Galveston.

Entre sus actuaciones más recientes destaca ‘Málaga Loves Atlanta’, presentada en junio de 2026 coincidiendo con la celebración del Mundial de la FIFA 2026, con Atlanta como una de sus ciudades sede. El mural, de más de 35 metros de longitud y hasta 4,5 metros de altura, se instaló junto al Mercedes-Benz Stadium, uno de los principales recintos deportivos y de eventos de Estados Unidos, integrando elementos representativos de Málaga y Atlanta y reforzando la proyección de la ciudad en un entorno de gran visibilidad internacional.

Desde su creación, ‘Málaga Loves’ ha evolucionado desde una acción inicialmente vinculada a la efeméride picassiana hasta convertirse en una herramienta estable de promoción internacional de Málaga, con presencia en Europa, Asia y Estados Unidos y con formatos adaptados a las características de cada ciudad y espacio de intervención.

Estados Unidos, un mercado estratégico para Málaga

La intensificación de estas acciones responde también al creciente peso del mercado estadounidense para Málaga. En 2025, Estados Unidos se consolidó como el primer mercado extracomunitario y el cuarto mercado internacional en general para la ciudad en número de viajeros hoteleros, con 89.823 viajeros, 186.488 pernoctaciones y una estancia media de 2,08 días. Estas cifras representaron un crecimiento interanual superior al 11% en viajeros y al 4% en pernoctaciones respecto al año anterior.

Esta evolución mantiene una tendencia positiva en 2026. Entre enero y julio, Málaga ha recibido 50.085 viajeros hoteleros procedentes de Estados Unidos, que han generado 111.584 pernoctaciones. Con estos registros, el mercado estadounidense se sitúa como el cuarto mercado internacional por número de viajeros y el tercero por volumen de pernoctaciones, además de mantenerse como el principal mercado extracomunitario de la ciudad. Solo en julio, Estados Unidos volvió a ocupar la segunda posición internacional, únicamente por detrás de Reino Unido, con 8.995 viajeros, un 11,41% más que un año antes, y 21.038 pernoctaciones, que aumentaron un 27,67%, con una estancia media de 2,34 días.

4/4