



Madrid, 13 de mayo de 2023

**El Área Delegada de Turismo promociona los atractivos turísticos madrileños en la Feria Internacional de Viajes de Seúl**

## **El Ayuntamiento trabaja en el mercado de Corea del Sur tras la reapertura del vuelo directo Madrid-Seúl**

- **La capital española y la surcoreana han recuperado su conexión aérea con las tres frecuencias semanales de Korean Airlines**
- **Corea del Sur es un mercado estratégico para la capital con gran potencial para aumentar parámetros como el gasto turístico o la estancia media**
- **Los coreanos viajan motivados por conocer nuevos lugares, por las recomendaciones de su entorno o por la variedad de propuestas del destino**

El Ayuntamiento ha retomado la promoción del destino Madrid en uno de los mercados asiáticos estratégicos para la capital, Corea del Sur. El Área Delegada de Turismo ha participado esta semana en la Feria Internacional de Viajes de Seúl (Seoul International Travel Fair), encuentro al que ha asistido por primera vez con el objetivo de posicionar a Madrid como el destino urbano de referencia en Europa y difundir las novedades y experiencias únicas que ofrece la ciudad al visitante surcoreano.

Esta acción, enmarcada en el Plan Asia, el programa especial de promoción turística del Ayuntamiento para el mercado asiático, se realiza por vez primera en Corea del Sur tras la declaración de la pandemia y la reciente reanudación del vuelo directo entre Madrid y Seúl el pasado 23 de abril. Una conexión operada por Korean Airlines que une ambas capitales mediante tres frecuencias semanales (martes, jueves y domingos) y que permitirá incrementar significativamente el flujo de turistas procedentes de este país.

La ciudad de Madrid ha enfocado su participación en esta cita en dar a conocer sus atractivos para el viajero premium, mostrándose como un destino de calidad, seguro y con activos de gran interés, entre los que destaca su excepcional patrimonio, su amplia

**Dirección General de Comunicación**  
Calle Montalbán nº1 Planta 3  
Código Postal 28014 Madrid

**diario:** [diario.madrid.es](http://diario.madrid.es)  
**twitter:** @MADRID  
**facebook:** @ayuntamientodemadrid

**teléfono:** +34 91 588 22 40  
**mail:** [prensa@madrid.es](mailto:prensa@madrid.es)  
**web:** [madrid.es](http://madrid.es)



y singular oferta gastronómica, cultural, de ocio y compras o sus servicios más exclusivos.

### **Corea del Sur, mercado con gran potencial**

El mercado surcoreano es estratégico para la ciudad de Madrid, un turismo que incide en toda la cadena de valor turística madrileña, contribuyendo a incrementar parámetros como el gasto y la estancia media.

En 2022, viajaron a España 180.610 visitantes de Corea del Sur, registros aún lejanos a los alcanzados antes de la pandemia, que reportaron un gasto total de 322,6 millones de euros, según datos del Instituto Nacional de Estadística (encuestas FRONTUR y EGATUR). El gasto medio por persona y día ascendió a 2.899 y 376 euros, respectivamente, y la estancia media se situó en 7,7 noches, frente a los seis días de estancia media de 2019. La mayoría se desplazó por ocio (86 %), se alojó en hoteles (95 %) y viajó sin paquete turístico (77 %). España está a la cabeza en intención de viaje.

Según datos ofrecidos por Turespaña y Casa Asia, el 20,5 % de los surcoreanos viaja motivado por visitar lugares, un 10,6 % porque el periodo y horario del viaje sea razonable, un 10,5 % por el precio moderado, el 7,8 % por la distancia reducida del vuelo, el 7,2 % por las recomendaciones de su entorno, el 7,1 % por la variedad de propuestas para realizar, el 5,2 % por la gastronomía, el 4,6 % por las compras, el 3,4 % por la seguridad y el 3,3 % por la buena conectividad en destino. La ciudad de Madrid es un destino competitivo en muchos de estos aspectos, posicionándose como un lugar preferente para el viajero coreano./