



COMUNICADO

Turismo y Promoción de la Ciudad

Málaga desembarca en Corea del Sur con una nueva acción de promoción turística a través del arte urbano

- Instalada en un nuevo pasaje peatonal en el concurrido distrito de Seocho-gu y con una superficie total de 245 metros cuadrados, se enmarca en la campaña internacional 'Málaga loves Seoul' que ya cuenta con murales en Alemania, Suiza y China
- La acción cuenta con el apoyo de Turespaña a través de la Oficina Española de Turismo en Tokio
- Los viajeros hoteleros coreanos en la capital hasta abril registran un crecimiento del 13% con respecto al mismo período de 2023

1/2

Málaga, 9 de julio de 2024.- El concejal delegado de Turismo y Promoción de la Ciudad del Ayuntamiento de Málaga, Jacobo Florido, y el embajador de España en la República de Corea, Guillermo Kirkpatrick de la Vega, han presidido en la capital, Seúl, la inauguración de un nuevo mural que forma parte de la acción promocional de *street art* 'Málaga loves'.

La acción ha sido posible gracias a la implicación de Turespaña, a través de la Oficina Española de Turismo en Tokio, y del Ayuntamiento de Seúl y su distrito de Seocho-gu, zona residencial de alto nivel, en la zona sur de la capital, y que engloba a casi 400.000 habitantes.

El mural 'Málaga loves Seoul' es una obra del malagueño Eduardo Luque 'Lalone' y está situado en el One Bailey Pedestrian Pathway, un pasadizo peatonal subterráneo de reciente construcción que conecta el extenso parque Banpo Hangang con la estación de metro Express Bus Terminal.

El mural cuenta con unas dimensiones de 245 metros cuadrados, repartidos en el muro (de 65 metros lineales y 2,6 metros de altura) y trece columnas situadas a lo largo del pasadizo (que suman 75 metros cuadrados entre todas ellas).



Picasso, enclaves como la Catedral o el Teatro Romano, o aspectos antropológicos y culturales tanto de Málaga como de Corea del Sur integran el mural, que se complementa con una serie de frases situadas en las trece columnas, mediante las que se invita al viandante a conocer el destino, poniendo en valor los atractivos culturales, gastronómicos e históricos de la ciudad. Asimismo, el propio mural también cuenta con textos que subrayan los aspectos que unen a Málaga con Seúl, en cuanto a la convivencia de tradición y modernidad en la arquitectura y en las tradiciones.

‘Málaga loves Seoul’ supone la cuarta de las intervenciones de *street art* para promocionar el destino, que ya ha sido llevada a cabo en las ciudades Múnich, Basilea y Shanghái.

Por otra parte, y con la colaboración de la Oficina Española de Turismo en Tokio y la Embajada de España en Corea del Sur, el Área de Turismo también ha llevado a cabo una presentación del destino a agencias y prensa especializada en el segmento ‘Premium’. La cita ha tenido lugar en el hotel Four Seasons de la capital surcoreana.

Así mismo, el día 10 de julio hay previsto un encuentro con los responsables de la organización de Turismo de Seúl, entre otras acciones.

Mercado coreano

2/2

Según datos de Turespaña, en 2022 más de 6,5 millones de coreanos hicieron algún viaje fuera de su país. España es el primer país europeo que eligieron y el segundo de larga distancia tras Estados Unidos.

En cuanto al gasto efectuado en destino, por comunidades autónomas, Turespaña señala Andalucía como la tercera comunidad, representando el 13% del gasto total que efectúan en España, tras Cataluña y la comunidad de Madrid.

En 2022, el gasto medio diario del turista coreano se situó en España en 378 euros, por delante de la cifra de 2019 (353 euros).

En lo concerniente a Málaga, y según datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera, hasta el mes de abril un total de 1.950 viajeros hoteleros coreanos han efectuado 3.404 pernoctaciones en Málaga capital. Se trata de un 13,11% más que los viajeros hoteleros registrados en los primeros cuatro meses de 2023 (1.724, que efectuaron 3.110 pernoctaciones).