



Oportunidades para Colombia en atracción de turismo de Vietnam: esmeraldas, salud y aprendizaje de español

Opportunity for Colombia attracting tourism from Vietnam: Emeralds, Health And Spanish Learning

Recibido: 14 de septiembre 2018
Aprobado: 20 de septiembre
Publicado: 12 de diciembre 2018

>>> **Hien Nguyen Thi Phuong**
Universidad de Hanói
phuonghiennng@yahoo.com

Resumen

Vietnam y Colombia establecieron relaciones diplomáticas en enero de 1979, y desde ese momento la relación entre estos dos países se ha fortalecido con las visitas de Estado, logrando aumentar la cooperación bilateral principalmente en ejes como el turismo, el intercambio cultural, y la exportación e importación agrícola. Ambos son países con muchas similitudes; han sufrido una guerra y ahora están en la vía del desarrollo, tienen una gran biodiversidad y una población joven, además son dos países líderes en la exportación de café al mundo. Teniendo en cuenta estas similitudes y el potencial para fortalecer las relaciones bilaterales, este artículo analiza la promoción del turismo como un eje clave en la relación bilateral. En ese sentido, se analiza la atracción del turismo de Vietnam hacia Colombia, evidenciando la tendencia de turismo de los vietnamitas y los tipos de viajes que Colombia puede ofrecerles.

Se concluye que para que Colombia pueda ser un destino importante en el flujo de viajeros de Vietnam se deben fortalecer las campañas publicitarias de turismo, promoviendo la imagen y marca país en este país. Así mismo, es importante que Colombia flexibilice sus políticas de visado para los vietnamitas, pues este aspecto es un obstáculo para los viajeros a la hora de elegir a Colombia como su destino.

Palabras clave

Vietnam, Colombia, turismo, viajes, salud, español.

Abstract

Vietnam and Colombia have diplomatic relations since January of 1979, and since then, the relation between both countries have been promoted through state visits, with the objective of increasing the bilateral cooperation through key aspects such as tourism, cultural exchange and agricultural export-import. Both are countries that share many things, both suffered from a war and now are developing countries, both have an enormous biodiversity and a young population, and both are leaders in the coffee world exports. Taking into account these similarities and the potential to strengthen the bilateral relations, this article analyzes the tourism promotion as a key factor in the bilateral relation. In this sense, it examines the tourism attraction of Vietnam to Colombia in the context of Vietnamese people tendency to travel abroad. The research shows the Vietnamese tourism trend and the kind of tourism that Colombia should offer to Vietnamese tourists.

The article concludes that for Colombia to become an important destination for Vietnamese it is necessary to strengthen the tourism campaigns, promoting the Colombian image and country brand in Vietnam. Furthermore, it is important for Colombia to create more flexible visa policies for Vietnamese people, due to the obstacle for the travelers in choosing Colombia as a destination.

Keywords

Vietnam, Colombia, tourism, travel, health, Spanish.

Introducción

Desarrollo económico de Vietnam

Vietnam, situada en el sureste de Asia, cuenta con una población de 92'701.100 personas, y un porcentaje muy bajo de inmigración. Su capital es Hanói y su moneda el dong vietnamita. Un factor determinante para el desarrollo del país ha sido, innegablemente, su situación geográfica pues tiene fronteras por mar y tierra con China, una de las principales naciones económicas del mundo, además de la cercanía con los llamados tigres asiáticos: Corea del Sur, Malasia, Indonesia, Tailandia, Filipinas y Singapur.

En 2014 se convirtió en el máximo exportador de la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN) a Estados Unidos, desplazando a otros potenciales competidores de esa organización. Para el país asiático resultó de gran beneficio unirse desde 1995 a este grupo de naciones que incluye a Tailandia, Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Brunei, Vietnam, Laos, Birmania y Camboya.

Recientemente Hanói aprobó la implementación del sistema de Ventanilla Única Nacional y su conexión a la red común de la Asean, cuyo objetivo es facilitar los trámites aduaneros a través de los servicios públicos en línea en todo el país, controlados por un sistema de despacho automático. Este sistema es un impulsor de la eficiencia comercial en la región y posibilita el intercambio de datos sobre empresas, agencias de transporte, mercaderías y gestiones estatales. (World Bank, 2018)

El país cuenta con una población relativamente joven cuya edad promedio es de 30,7 años mientras el gasto público en educación, se ubica muy por encima de las cifras medias para el mundo con aproximadamente el 20% del Producto Interno Bruto (PIB) anual. La manufactura creció en 16,6% en productos como calzado, textiles, muebles, bienes electrónicos y componentes de computadoras al aumentar la producción de plantas con inversión extranjera; la industria petrolera estableció un record en la exportación del crudo por un valor de 5.650 millones de USD que contribuyó en 30% al presupuesto estatal. La producción se situó en 20'246.000 toneladas de crudo. En el área de los servicios, la mejoría se debió al incremento del comercio interno, al crédito bancario y al aumento de 25% en la llegada de turistas (World Bank, 2018).

Para 2017, Vietnam se trazó la meta de cerrar el año con un crecimiento del PIB del 6,7% y controlar la tasa de inflación por debajo del cuatro por ciento (4%). Expertos afirman que este año el país tendrá más oportunidades que otras naciones en la región y que su política macroeconómica y de captación de inversión extranjera directa continuará desarrollándose sostenidamente. Además, la implementación de la Ley de Inversiones Públicas está ayudando a elevar la eficiencia de los desembolsos. Aunque Vietnam aún se encuentra entre los países en vías de desarrollo, la meta que plantean sus dirigentes es la de cruzar esa línea a partir del 2020 cuando se alcancen los logros superiores como nación moderna e industrializada.

Tendencia a viajar a occidente

Con la calidad de vida que se está incrementando cada vez más, los vietnamitas están gozando de un nivel alto de entretenimiento en aspectos como gastronomía, pasatiempos, gimnasio, deportes lujosos y viajes.

Junto con los paseos cortos de los fines de la semana, los ciudadanos de esta nación asiática también realizan viajes al extranjero por deleite.

Aprovechan las fiestas nacionales, las vacaciones laborales o los permisos para viajar dentro y fuera de su país. La mayoría eligen viajar al extranjero según la tendencia y para satisfacer su curiosidad de una tierra nueva y aprender sobre su cultura, historia y geografía. Adicionalmente, la promoción de los vuelos de bajo costo para viajar al extranjero estimula al público a vacacionar por fuera del país, ya que el costo de los viajes internos es muchas veces mayor a un tour básico por los países ofrecen servicios de excelente calidad.

Hay varios tipos de viajes para los vietnamitas: viaje de negocios, paquete de vacaciones, mochileros, tratamiento médico, luna de miel, campamento de verano, entre otros. Los países que les resultan más atractivos son Japón, Corea del Sur, Tailandia, Singapur, Malasia, Camboya, China y Hong Kong, principalmente porque la distancia es corta y son muy conocidos en su territorio. Sin embargo, los turistas con mayor poder adquisitivo tienden a viajar a Europa, Egipto, Sudáfrica, Estados Unidos y más recientemente a Suramérica.

Según Networld Travel (2018), los turistas vietnamitas pertenecen al listado "top" de los clientes potenciales en los países vecinos. La Administración Nacional de Turismo de Vietnam (2017) afirmó que el flujo de dinero para mercados extranjeros está aumentando. En países como Japón, Corea del Sur y Tailandia, los viajeros provenientes de Vietnam suelen gastar más de 1.000 USD por persona en sus compras. Estos turistas tienden a pensar que la calidad de los productos en el extranjero es mejor y los precios más económicos que en su territorio.

Los viajeros vietnamitas actualmente están comprando paquetes turísticos con agencias para visitar países de Asia nororiental, Europa, India, Estados Unidos, Australia, Rusia y Suramérica; esto, porque los destinos cercanos, en el sureste de Asia, se están saturando y los viajeros pueden ir con mayor facilidad por su cuenta. Los turistas también quieren viajar a "tierras nuevas", tales como África y Suramérica, porque ya han conocido muchos países en Asia, Europa y Norteamérica, por lo cual buscan lugares nuevos, muchas veces sin importar el precio.

El factor principal en la selección del destino turístico es la política de visado, seguida por la participación de las empresas aéreas de bajo costo en conjunto con las actividades profesionales de promoción de turismo de las agencias nacionales vietnamitas, que han estimulado los viajes al extranjero.

El turismo de educación y de tratamientos médicos atrae bastante dinero de este país, junto con el turismo inmobiliario. Según los datos oficiales del Grupo de Educación y Formación (Foro anual de empresarios vietnamitas, 2017) el volumen de personas que parten a estudiar en el extranjero está aumentando cada año. Actualmente, hay más de 110.000 estudiantes de Vietnam en 47 países pagando entre 30.000 USD y 40.000 USD por un año de estudios. La inversión anual que ellos hacen en educación en el extranjero alcanza los 3.000 millones de dólares, y 2.000 millones USD en el caso de los tratamientos médicos. Respecto a los servicios médicos, los vietnamitas tienden a viajar primero a Singapur y Tailandia, luego a Japón, Francia y Corea del Sur, debido a que estos países poseen un servicio médico de excelente calidad.

Turismo vietnamita

Según las estadísticas de la Administración Vietnamita de Turismo (2017), en el país se registraron 6,5 millones de viajeros al extranjero en 2016 (15% más en comparación con 2015), quienes invirtieron unos 8.000 millones USD, siendo el gasto promedio per cápita para viajes de 1.320 USD. En 2015, el número de viajeros al extranjero fue de seis millones de personas y el gasto total fue superior a seis millones de dólares, con un promedio de 1.200 USD per cápita.

En una encuesta elaborada por esta oficina pública de turismo de Vietnam a 100 de sus ciudadanos que habían viajado al extranjero, se evidencian diferentes tendencias, ya mencionadas, como la importancia de los viajes en la región a Japón, Corea del Sur y Singapur. Para el caso de Japón y Corea del Sur hay mayor cantidad de viajeros frecuentes de sexo femenino, y la mayoría se encuentran en edades jóvenes, entre 20 y 30 años.

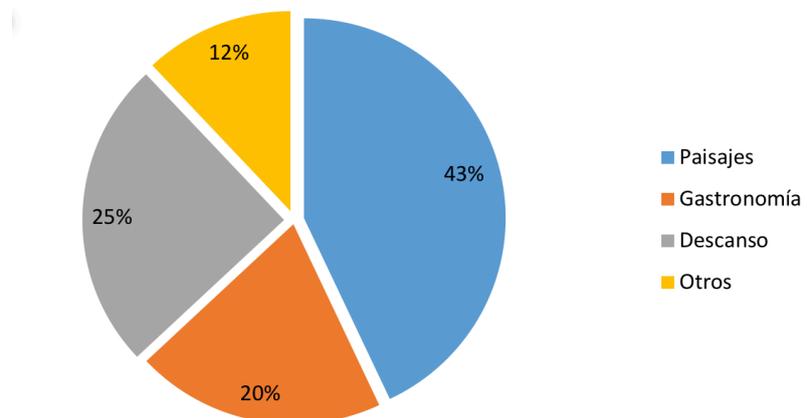
Tabla 1: Países / continentes favoritos según edad y sexo

	Japón	Corea del Sur	Singapur	USA	Europa	Tailandia	Australia	China	Taiwan	Indonesia	Otros
Total	30%	15%	13%	14%	9%	6%	3%	3%	1%		5%
Edad 20	34%	18%	13%	11%	7%	6%	4%	2%	0%	0%	5%
Edad 30-40	25%	11%	14%	18%	9%	7%	3%	3%	2%	2%	5%
Hombre	27%	11%	15%	17%	11%	7%	1%	4%	1%	2%	4%
Mujer	32%	19%	12%	12%	6%	6%	6%	1%	1%	0%	6%

Fuente: Tomado de la Administración Nacional de Turismo de Vietnam (2017).

En la tabla 2 es posible evidenciar que el principal motivo de viaje de los vietnamitas es el turismo de paisajes, con 43%; seguido por el de descanso, 25%; y el de gastronomía, 20%, lo cual indica que los principales motores para realizar un viaje son placer y disfrute.

Tabla 2: Motivo de viaje



Fuente: Tomado de la Administración Nacional de Turismo de Vietnam (2017).

Viajeros de Vietnam en el mundo

La tendencia de viajar al extranjero está creciendo tanto en Vietnam como en el mundo. En abril de 2018 la Organización Mundial de Turismo publicó un informe en donde se afirma que el gasto para ir al extranjero de los países con más viajeros en el mundo aumentará. Vietnam está en este listado de los 50 mercados con más viajeros, y es uno de los nueve que presentan marcador de crecimiento de dos dígitos. En 2016, el gasto de los vietnamitas para viajes al exterior se incrementó hasta en 28%.

Según los datos de destinos turísticos, en 2017 Camboya recibió dos millones de turistas provenientes de Vietnam, Singapur recibió 469.000, Japón acogió más de 233.000 y Corea del Sur 251.000. Según la empresa de viajes Ben Thanh Tourist Co., las excursiones con precios de 660 USD a Taiwán, Bali, Dubái y Bután son muy populares. Por su parte, los recorridos organizados para Japón y Corea del Sur suelen venderse más rápidamente.

Así mismo, han crecido las entidades encargadas de ofrecer paquetes turísticos; diversas entidades de Japón, Corea del Sur, Tailandia, Singapur y Malasia han instalado sus oficinas en Hanói y Ho Chi Minh en Vietnam para promover sus actividades de atracción de turismo.

Junto con los mercados principales mencionados en el apartado anterior, Europa, USA, Canadá y Australia surgen como destinos también privilegiados, principalmente por visitas a parientes, excursiones organizadas, negocios, mochileros y estudios. Gracias a que las empresas aéreas internacionales lanzan programas de promoción, los vietnamitas pueden conseguir precios económicos y con muchas opciones de aerolíneas, tales como: Vietnam Airlines, Singapur Airways, Malaysia Airlines, Thai Airlines, Cathay Pacific, Eva Air, Air France, Turkish Airways, Qatar Airways, Emirates Airlines, KLM, Lufthansa AG, Loft, Scandinavian Airlines.

Algunos países orientales de Europa, como Rusia, Rumania, Kyrgyzstan y Serbia, han implementado la exención de visa a vietnamitas para fomentar el turismo. El precio promedio para un viaje de ocho a diez días a estos países varía entre 2.500 USD y 5.000 USD dependiendo del destino, medio de transporte y calidad de servicios ofrecidos. Este es un precio que no resulta tan costoso para quienes tienen un trabajo estable y están listos a pagar para satisfacer su deseo de ir a Europa. Los recorridos populares al Viejo Continente generalmente incluyen Francia, Italia, Suiza, Austria, Alemania, República Checa, Hungría, Grecia, Turquía y Rusia. Aparte de estos destinos, Suráfrica, Kenia, Egipto, Dubái, Omán, Qatar e Irán están de moda en Vietnam.

Durante los últimos 10 años Australia y Nueva Zelanda también se han convertido en destinos importantes, principalmente para estudiantes. Un valor agregado ha sido la oferta de compañías aéreas como Jetstar Airways y Tiger Airways, que cuentan con precios de vuelo de alrededor de 300 USD desde Vietnam a estos países australes.

Estados Unidos suele ser un destino soñado para muchos vietnamitas. Según estadísticas de 2016, EE. UU. recibió 21.600 estudiantes de Vietnam, siendo en 2016 el sexto país con mayor alumnado en esta nación. Las excursiones hacia esta región de América tienen un precio de alrededor de 3.000 USD y suelen agotarse rápidamente.



Viajeros de Vietnam en América Latina

América Latina no es un destino desconocido para los vietnamitas, pues su país ha tenido históricamente muy buena relación con Cuba; además, la pasión por el fútbol ha hecho que países como Argentina, Brasil, Colombia y México sean destinos que generan curiosidad. Empresas de viajes como Viettravel, Hoan My, Saigon tourist organizan giras de alta calidad por diez días a Brasil, Perú, Argentina, México, Cuba y Panamá, con un precio de 8.000 USD.

La relación estrecha entre Vietnam y Cuba ha hecho de esta isla un destino importante, recibiendo cientos de estudiantes procedentes del país asiático desde los años 80. Ahora la mayoría de los estudiantes que son hijos o sobrinos de esa generación, viajan a Cuba. Hace dos años, cuando Estados Unidos eliminó el embargo a Cuba, muchos emprendedores vietnamitas viajaron allí para buscar socios y expandir sus negocios al mercado latino.

Perú, Haití, Honduras y Venezuela son países destino de inversión para Vietnam. Por ejemplo, en el sector de telecomunicaciones, empresarios del país asiático han enviado empleados suyos con contratos de dos años o más. En el caso de Venezuela, viajan vietnamitas para trabajar en empresas petroleras, eléctricas y de exportación de productos agrícolas.

México y Perú son países muy conocidos por sus atractivos históricos Chichén Itzá y Machu Pichu, respectivamente, y han acogido un número modesto de visitantes vietnamitas. Adicionalmente, otros países en América Latina están atrayendo a este turismo mediante políticas de exención de visa, entre ellos Chile, República Dominicana, Ecuador, Panamá y Costa Rica. Como ya se ha mencionado, facilitar el visado es un punto importante a considerar en la atracción de turistas vietnamitas.

Viajeros de Vietnam en Colombia

Según el registro de la Embajada de Colombia en Hanói, el número de vietnamitas que ha solicitado visa para Colombia es modesto; con un registro, para 2017, de cerca de 100 aplicaciones.

A partir de 2016, las empresas vietnamitas han empezado a buscar nuevos mercados en Colombia. Se han presentado viajeros de negocios con el fin de buscar socios potenciales en eventos de ProColombia en temas de agricultura, TICs, moda y turismo.

Así mismo, hay un interés por realizar viajes de estudio con el aprovechamiento de becas gubernamentales o de intercambios universitarios, así como los programas de voluntariado. En el 2017, el programa Ele Focalae Asia recibió seis becarios vietnamitas. Según el registro de la Administración Nacional del Turismo Vietnamita (2017), sus estudiantes en Cuba o en México aprovechan para viajar a Colombia antes de volver al país. En los reportes de migración Colombia (2017), es posible observar que las llegadas de viajeros de Vietnam a Colombia han incrementado considerablemente; antes de 2010 se registraban menos de 30 vietnamitas en el país, a partir de ese año estas cifras se han incrementado, sobrepasando los 100 anuales en los últimos años.

En una encuesta de percepción realizada entre ciudadanos de Vietnam de varios grupos de edad y diferentes profesiones, se identificó el interés para viajar a Colombia en un futuro. La tabla a continuación muestra los resultados de la encuesta, donde se evidencia que a la mayoría le gustaría viajar a Colombia por turismo de naturaleza (54%), seguido de turismo de aventuras (34%). La mayoría opina que Colombia debería ofrecer una política flexible de visado y hacer más actividades de promoción y publicidad de la marca país en ese país asiático.

Tabla 3: Encuesta de viajes de los vietnamitas a Colombia

Descripción	Porcentaje
Edad	
Menos de 24	14%
Entre 24-39	71%
Entre 40-55	15%
Más de 55	De acuerdo con los datos anteriores, la cifra sería 0%
Género	
Hombre	45.70%
Mujer	54.30%
Profesión	
Estudiante	5.00%
Trabajador	71%
Jubilado	3%
Otros:	14%
¿Has viajado al extranjero?	
Sí	68%
No	25%
¿Por qué viajas?	
Ocio	40%
Negocios	37%
Ver amigos o parientes	40%
Otros:	Estudiar, visitar a la familia
¿Has escuchado alguna vez de Colombia?	
Sí	91.4%
No	8.6%
¿Piensas que vas a viajar a Colombia en el futuro?	
Sí	63%
No	37%
¿Cuáles son tus intereses en viajar a Colombia?	
Aventuras	34%
Naturaleza	54%
Deportes	6%
Negocios	6%
Aprender Español	8%
Comprar Esmeraldas	1%
Cirugías	
Otros:	Culturas
¿Qué piensas que Colombia debería hacer para traer más turistas vietnamitas?	La mayoría opina que Colombia debe ofrecer una política abierta de visado, y hacer más actividades de promoción y publicidad de la imagen del país y turismo en Vietnam.

Fuente: elaboración propia.

Oportunidades del turismo de Vietnam en Colombia

En general, aunque Colombia ha recibido un volumen muy modesto de viajeros vietnamitas debido a la distancia geográfica, sigue siendo para ellos uno de los principales destinos de Latinoamérica, junto con Chile, Perú y Ecuador. Con el fin de atraer mayor cantidad de excursionistas de esta región, se propone fortalecer y promocionar tres tipos de turismo: esmeraldas, aprendizaje de español y médico o de salud, fuertes de Colombia que podrían ser apreciados por Vietnam.

Turismo de Esmeraldas

Según la Agencia Nacional de Noticias vietnamita, Colombia posee más de 55% de las esmeraldas en el mundo (Thức VN, 2018). Al respecto, la Asociación de Productores de Esmeraldas colombianas reporta que la venta anual por exportaciones de estas piedras preciosas ha sido de 130 millones de USD durante los últimos cinco años y los clientes principales son India, Estados Unidos y Tailandia.

Los vietnamitas con mayor poder adquisitivo suelen obtener piedras preciosas tales como diamante, rubí, zafiro y esmeraldas; estos como objetos para accesorios, para el matrimonio y por la cultura del feng-shui, para fortalecer la salud, el amor y la prosperidad y predecir las enfermedades. Debido a las actitudes de compra de los consumidores de ese país, hay desconfianza en la calidad de los productos importados que encuentran en su mercado local, por este motivo prefieren viajar al extranjero para hacer las compras, en especial de productos lujosos. Además, por los elevados costos de los importados en el mercado local. En el caso de las esmeraldas, se venden en Vietnam por un precio tres o cuatro veces mayor que en Colombia. Las agencias de viajes aprovechan este hábito e interés para vender tours que incluyan las compras, una oportunidad en turismo de compras para Colombia, siendo un país rico en piedras preciosas.



Turismo de salud/médico: tratamientos y cirugías

Hay una tendencia relevante en el turismo médico, donde los vietnamitas buscan viajar fuera del país para operarse, usualmente con cirugías estéticas. La cirugía no es algo extraño en ese país, y las más populares son reducción de mejillas y barbilla, aumento de pechos, rinoplastia, liposucción, mastopexia y blefaroplastia (Medigo, 2018).

En Vietnam, hay dos opciones para hacerse cirugías: los que no tienen mucho dinero se hacen los procedimientos en las clínicas dentro del país y los que buscan mayor calidad y seguridad están dispuestos a pagar el “turismo plástico” a cualquier precio.

Actualmente los destinos más populares para este “turismo plástico” son Corea del Sur (el número uno para todos los servicios de cirugías) y Tailandia (considerado un líder en las cirugías de cambio de sexo) (DU L!CH, s.f). El turismo médico de Corea del Sur se ha convertido en uno de los sectores en alza de su economía; como este país no cuenta con atractivos importantes en clima, playas o monumentos, se las arregla ofertando alternativas más baratas que otros países en asuntos médicos, y de esta manera atrae viajeros a sus hospitales (Mundo Fama Corea, 2018). En el caso de Tailandia hay tres razones del éxito del país en la materia: bajos precios, buenos resultados y gran hospitalidad.

Colombia tiene fama por sus bellas mujeres y dentro de América Latina lleva años perfilándose como un destino importante para hacer turismo médico, con clínicas certificadas, tecnología avanzada y precios económicos. A continuación, se muestra una tabla con las tarifas promedio (en USD) de los países que compiten con Colombia para el turismo médico de los vietnamitas, donde se puede observar los precios competitivos colombianos en comparación con los otros países.

Tabla 4: Tarifas promedio de cirugías en Colombia, Corea del Sur, Tailandia y Vietnam (valores en USD)

Tipo de cirugía	Colombia	Corea del Sur	Tailandia	Vietnam
Ritidectomía (cirugía facial)	2.399	4.500	1.999	4.000
Gluteoplastia (aumento o reducción de los glúteos)	2.484	5.000	2.988	4.000
Lipectomía abdominal (eliminar el exceso de piel, grasa del estómago)	2.484	11.000	2.715	3.200
Mamoplastia de reducción (reducir el tamaño del pecho)	2.313	8.000	1.999	3.000
Mastopexia (cirugía estética del pecho caído)	2.296	9.000	3.180	3.200
Mamoplastia de aumento (mejorar el tamaño y la forma del pecho)	2.073	6.000	3.018	3.500
Liposucción (se extrae grasa acumulada en diferentes zonas del cuerpo)	1.876	3.500	500	1.000
Rinoplastia (intervención estética en la nariz)	1.628	4.000	1.527	3.200
Blefaroplastia (corregir las bolsas y el exceso de piel de los párpados)	1.336	3.000	1.999	1.000

Fuente: Plástica Colombia 2018, Mundofamacorea, Viet Han International Cosmetic Institute, Medigo 2018.

Los vietnamitas tienden a hacer turismo plástico por la calidad y confidencialidad que les brinda el recurrir a países extranjeros. Los destinos favoritos por el momento son Tailandia y Corea del Sur, pero Colombia tiene el potencial para ser también un destino importante para este tipo de turismo, no solo por sus precios competitivos sino por la excelente calidad y experiencia médica, por lo cual se podrían promover los viajes de turismo de naturaleza combinado con cirugías.

Por lo tanto, sería buena idea si los operadores de turismo coordinan con las clínicas para establecer una publicidad de viaje con tratamiento médico al mercado de Vietnam.

Turismo de aprendizaje de español

Actualmente hay una tendencia muy popular en Vietnam de hablar más de dos idiomas. Junto con el inglés, los jóvenes quieren aprender chino, japonés, coreano, francés, alemán y español. Aunque se puede aprender español en la Universidad de Hanói, en la Universidad Nacional de Ho Chi Minh o en los centros privados, los estudiantes quieren estudiar en un país donde se hable español, con el fin de tener un ambiente propicio para practicar y perfeccionar sus habilidades de lengua más rápido. Los principales países que ellos eligen para aprender español son España y Cuba. España es el destino para hablar español en Europa y además cuenta con una política flexible de visa para los estudiantes, pues se les permite trabajar 20 horas a la semana. Por su parte, como ya se ha mencionado, Cuba ha tenido una relación histórica con Vietnam, a tal punto que las generaciones mayores allí que hablan español es porque se educaron en Cuba en las décadas de 1980 y posteriores.

A continuación, se presenta una comparación de los costos para un curso académico de aprendizaje de español en España, Cuba y Colombia. El cuadro evidencia que Colombia tiene muy buena competencia con Cuba y España, sus precios son competitivos con los de Cuba y mucho más baratos que los de España.

Tabla 5. Costos de aprendizaje de español

Descripción de costos	Coste promedio del aprendizaje de español (en USD)			
	España	Cuba	Colombia	
			EAFIT-Medellín	EHE-Socorro
Costo total de un año académico de aprendizaje en español	19.327	8.000	12.720	9.040

Fuente: UAB, Universidad de la Habana, EAFIT, EHE en Socorro (2016).

Por experiencia propia, en Colombia existen grandes oportunidades de practicar con la gente local gracias a la amabilidad de sus ciudadanos, les gusta hacer amigos extranjeros y quieren ayudarles a mejorar su español. Además, factores como el clima tropical, parecido al de Vietnam, la comida, frutas y verduras que se encuentran, son aspectos que facilitan la vida de los estudiantes vietnamitas en Colombia. Otras ventajas para Colombia son la calidad de la educación y el prestigio de hablar el mejor español del mundo. El Instituto Distrital de Turismo (IDT) de Bogotá destacó en 2015 el turismo idiomático de la capital de Colombia como uno de los productos con mayor crecimiento en los últimos años. Este departamento dio a conocer que Bogotá recibe mensualmente alrededor de 5.000 estudiantes de países asiáticos, europeos y norteamericanos.

Adicionalmente, Colombia le ha apuntado a promover la imagen del país por diversos medios como el de aprendizaje de un español de excelente calidad. Como parte de esta promoción se encuentra el programa Ele Focalae, que durante los últimos cinco años ha recibido estudiantes y guías turísticos de Asia que vienen a estudiar español en las universidades de Colombia. Desde 2013 hasta el 2018, Colombia ha acogido a becarios vietnamitas que viajan para estudiar el español: en 2013 se contó con cuatro estudiantes, en 2014 con cinco, en 2015 fue el año con más estudiantes con un total de ocho, luego disminuyó a siete en 2016, seis en 2017 y cuatro en 2018. Este programa abre las oportunidades para difundir la imagen de Colombia como un país en vías de desarrollo, con un buen sistema de educación y un destino de los estudiantes internacionales de Vietnam.



Conclusiones: oportunidades de Colombia para promover el turismo de Vietnam

A partir del análisis en esta investigación, Colombia no es un país extraño para los vietnamitas: tiene personas alegres y las mujeres más hermosas del mundo. Sin embargo, el estereotipo de la imagen de Colombia todavía es un obstáculo para convertirse en uno de los primeros destinos seleccionados por los ciudadanos de este territorio de Asia.

Para atraer a este turismo, Colombia debe competir con Tailandia y Corea del Sur en el turismo de salud y con España y Cuba para el aprendizaje del español. Sobre la posibilidad de fomentar el turismo de compra de esmeraldas, no tiene competidor, oportunidad para potencializar ese tipo de turismo de país. Así mismo, se requieren más actividades de promoción de la marca Colombia en Vietnam: introducción de la cultura, historia y gastronomía a través de la participación cultural e intercambio internacional.

Otro factor fundamental es la política de visado para los vietnamitas; sería ideal contar con una política más flexible e inclusive con la exención de este documento, aspecto que puede facilitarse gracias a la presencia desde 2014 de Embajada de Colombia en Hanói, amparada en el marco de sedes compartidas de la Alianza del Pacífico, junto con Perú. (Cancillería, 2018).

Según el diagnóstico de la Organización Mundial del Turismo, habrá 7,5 millones de turistas vietnamitas que viajarán al extranjero en 2021. Colombia podrá ser un destino importante para atraerlos si fortalece las actividades publicitarias y los programas de promociones turísticas en Vietnam. Esto podrá ayudar a un fortalecimiento de las relaciones bilaterales.

Referencias

- Cancillería Colombiana (s.f). Recuperado de: <http://www.cancilleria.gov.co/> y <http://vietnam.embajada.gov.co/acerca/embajada>.
- El Espectador. (2018). Noticias de Colombia y el Mundo. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias>.
- Emol. (2018). Emol. Recuperado de: <https://www.emol.com/>.
- Finanzas Personales. (2018). Finanzas Personales - Consejos de educación financiera. Recuperado de: <http://www.finanzaspersonales.co/>.
- Latinoamericano, R. (2018). Resumen latinoamericano. Recuperado de: <http://www.resumen-latinoamericano.org/>.
- Medigo. (2018). MEDIGO: Turismo de salud. Recuperado de: <https://www.medigo.com/es>.
- Plástica Colombia (2018). Plástica: Recuperado de: <https://plasticacolombia.com/index.php>
- Viet Han International Cosmetic Institute (2018). Belleza. Recuperado de: <http://vienthammyviethan.com/>
- Mundo Fama Corea. (2018). Mundo fama Corea. Recuperado de: <http://mundofamacorea.net/>.
- Network Travel & Tours. (2018). Network Travel & Tours. Recuperado de: <http://jipang-group.com/network-travel>
- Procolombia. (2018). Recuperado de: <http://www.procolombia.co/>
- Trí Thức VN. (2018). Tin tức online 24h, Tin nhanh, Đọc báo mới trong ngày. Recuperado de: <https://trithucvn.net/>
- Tổng cục du lịch. (s.f). Recuperado de: <http://vietnamtourism.gov.vn/>
- Vietnam National Administration of Tourism. (s.f). News and Events - Vietnam National Administration of Tourism. Recuperado de: <http://www.vietnamtourism.com/en/index.php/news/tags/Viet-Nam-Tourism-Association>
- World Bank. (2018). The World Bank in Vietnam. Recuperado de: <http://www.worldbank.org/en/country/vietnam/overview>.