

RESUMEN AMPLIO

EL EFECTO MODERADOR DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA ENTRE LAS DIMENSIONES DEL TURISMO SOSTENIBLE Y LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN ETIOPÍA USANDO MÍNIMOS CUADRADOS PARCIALES

Mulugeta Girma Dibiku

Universidad Dire Dawa, Etiopía.

Mulugeta.girma@ddu.edu.et

<https://orcid.org/0000-0002-3166-1595>

1. INTRODUCCIÓN

Desde 2005, la Organización Mundial del Comercio y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) establecieron un marco para integrar la viabilidad económica con el turismo sostenible (Organización Internacional del Trabajo, 2010; Mitchell and Ashley, 2010; OCDE, Organización Mundial del Turismo, 2013; Go and Kang, 2023). El PNUMA y la OMT nos aclaran que el turismo tiene en cuenta las repercusiones económicas, sociales y ambientales actuales y futuras para satisfacer las demandas de los visitantes, las empresas turísticas y el medio ambiente (Nelson, Butler, and Wall, 2007; Hsieh, Park, and Huh, 2016; PNUMA; OMT, 2005). Los viajes y el turismo, que es uno de los negocios de más rápido crecimiento, tiene un impacto significativo en el crecimiento socioeconómico de todas las partes interesadas. Para aliviar la pobreza, el turismo sostenible proporciona un medio para generar dinero para las comunidades anfitrionas, empleo estable y oportunidades para aprender sobre los servicios sociales que podrían ayudar a las naciones a aliviar la pobreza ((Liu, Lan, Chien, Sadiq y Nawaz, 2022; Yiu and Saner, 2011; Yiu and Saner, 2011). El turismo ambiental y socialmente sostenible (ST) tiene como objetivo maximizar la utilización de la autenticidad ambiental y sociocultural de las naciones anfitrionas sin comprometer la equidad intergeneracional o la sostenibilidad (Hsieh, Park and Huh 2016).

El desarrollo del turismo sostenible, a diferencia de otras formas de turismo, requería la participación de partes interesadas bien informadas y liderazgo político para lograr una participación inclusiva, un desarrollo unánime y un aumento de la conciencia de las partes interesadas. Se pueden lograr resultados positivos y beneficiosos si el turismo está bien administrado. Esto asegura la satisfacción de los visitantes y permite que los turistas experimenten un destino único (Razovic, 2013; M., *et al.*, 2022). Una espada de dos filos, ST ha sido considerada una bendición o una maldición dependiendo de cómo sea manejada

por los países anfitriones porque es un proceso continuo que exige un monitoreo constante de sus efectos multidimensionales y el desarrollo de las medidas de seguridad esenciales cuando sea necesario (Swarbrooke, 1999; Lee y Chang, 2008; Hsieh, Park y Huh, 2016).

Sostenible ayuda a preservar los procesos biológicos, los activos culturales vivos y construidos y las tradiciones, lo que a su vez afecta el desarrollo económico viable, como lo demuestran Hughes y Carlsen (2010). Aparte de eso, ayuda a conseguir la cooperación de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, turistas y otros (Zhuang, Yang, Razaq y Khan, 2022; Hughes y Carlsen, 2015). Se ha demostrado que ST tiene un gran impacto en la competitividad a largo plazo de las ubicaciones y las empresas que apoyan a los sectores que apoya (Assegid, 2015; Hussain, Ali, Ragavan y Manhas, 2015). Como resultado, al alentar a los visitantes a permanecer más tiempo, el obsequio sirve para aumentar el éxito económico de la ciudad anfitriona (Fan, Zhong, and Zhang, 2012; Fernandez and Sanchez, 2016; Achmad and Yulianah, 2022; Huang, Weng, and Bao, 2022).

Para garantizar la calidad del empleo, las expansiones de ST aumentan la capacidad de la economía local para crear nuevos puestos de trabajo y aumentar los salarios (Deng y Bender, 2007; Fan, Zhong y Zhang, 2012; Seyedabolghasemi, Kilic, Avci, Eluwole y Lasisi, 2022). De esta forma, se puede lograr una distribución equitativa de las ventajas socioeconómicas entre la comunidad receptora y la comunidad receptora (Margherita, 2013; Miller, 2001; Razovic, 2013). La gestión y el uso adecuado de los activos turísticos se pueden mejorar fomentando las prácticas de ST independientemente de la riqueza o los recursos del país (Thapa, 2013; Janusza and Bajdora, 2013). El hecho de que ST se ocupe de una amplia gama de temas y esté en constante evolución muestra que todavía necesita una atención y contribuciones significativas tanto de los profesionales como de los académicos, así como de las instituciones (Miller, 2001; Deng, Qiang, Walker y Zhang, 2003; Janusza and Bajdora, 2013; Weaver D. B., 2022).

Los primeros investigadores en los países menos desarrollados hicieron menos énfasis en empoderar a las comunidades locales y mejorar su bienestar a través del turismo sostenible (Andereck, 2009; Hsieh, Park y Huh, 2016). La Organización Mundial del Turismo (OMT) ha informado que existe una brecha en la invitación a las comunidades locales en la planificación y la toma de decisiones relevantes para la gestión y el desarrollo futuro de los destinos en la mayoría de los países del sur de Sharan, pero se espera que se mantenga un alto número de turistas. satisfacción con la experiencia significativa y el uso óptimo de un activo ambiental proporcionando un beneficio significativo a las comunidades locales.

Promover prácticas sostenibles, según Hsieh, Park y Huh (2016), mejora la satisfacción de los visitantes, lo que a su vez afecta sus reacciones posteriores a la visita. Un visitante satisfecho es una señal de que la nación anfitriona está intentando construir un negocio de turismo sostenible que podría contribuir potencialmente a la economía nacional, como lo han demostrado los primeros estudios (Adamnesh, Oucho y Zeitlyn, 2014; Andereck, 2009; Cottrell, Duim, Ankersmid y Kelder., 2004). Su objetivo principal es hacer felices a los turistas para que recomienden el lugar a sus amigos y familiares en casa y a personas de todo el mundo (Schianetz and Kavanagh, 2008; Hsieh, Park, and Huh, 2016). Como resultado, garantizar la satisfacción de los visitantes es esencial para garantizar la sostenibilidad y continuidad de las operaciones económicas y, en última instancia, la reducción de la pobreza en las comunidades anfitrionas (OIT, 2010; Lee and Chang, 2008)

Ha habido una investigación mínima sobre cómo la viabilidad económica está vinculada a la sostenibilidad ambiental, la prosperidad local y los aspectos socioculturales del turismo sostenible. No obstante (Lee and Chang, 2008; Janusza and Bajdora, 2013). Por lo tanto, el propósito del estudio fue examinar el papel moderador del valor económico entre el turismo sostenible ambiental, la prosperidad local de un destino, los problemas socioculturales y la sostenibilidad y satisfacción de los turistas. Bedide it prueba de hipótesis que se presenta como,

H1: La sostenibilidad ambiental afecta la viabilidad económica de un destino y la satisfacción de los visitantes

H2: La prosperidad local afecta directamente a la viabilidad económica de un destino.

H3: Sociocultural afecta de manera sostenible la viabilidad económica y la satisfacción del turista en un determinado destino.

H4: La viabilidad económica afecta la satisfacción del turista

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La encuesta estuvo dirigida a turistas que viajaron a Etiopía entre abril y septiembre de 2021. Se utilizaron 432 muestras utilizables, lo que supone una tasa de respuesta del 86,5 por ciento. Saldivar explica que una buena tasa de respuesta es entre 80 y 85 por ciento si la encuesta se realiza en persona (Saldivar, 2012). La validación de las medidas del presente estudio (sostenibilidad ambiental, prosperidad local y sostenibilidad sociocultural, viabilidad económica como moderador y satisfacción como variable dependiente) se realizó mediante PLS-SEM.

3. ANÁLISIS Y HALLAZGOS

Cada uno de los constructos del estudio (viabilidad económica, sostenibilidad sociocultural, sostenibilidad ambiental y prosperidad local) estuvo representado por los resultados del modelo externo, que se utilizaron para probar la confiabilidad y validez del modelo de medición (Chin, 1998). Como describen Hair *et al.*, (2016) es necesario determinar la confiabilidad de los indicadores y la confiabilidad de la consistencia interna, así como su validez convergente y discriminante. El alfa de Cronbach es superior al umbral de 0,7. Las confiabilidades compuestas oscilaron entre 0,812 y 0,944, superando los umbrales recomendados (Gefen, 2000; Fornell and Larcker, 1981; Hair, Hult, Ringle, and Sarstedt, 2016; Tenenhaus, Esposito Vinzi, Chatelin, and Lauro, 2005; Sarstedt, Ringle, Smith, Reams and Hair, 2014). Las cargas del indicador para las dimensiones de medición (valor económico, prosperidad local, sostenibilidad sociocultural, sostenibilidad ambiental y nivel de satisfacción del turista) estaban por encima del valor de corte de 0,6 recomendado por los autores, es decir, Chin (1998); Cabello, Ringle y Sarstedt (2013). Se calculó la varianza media explicada (AVE) de cada constructo. El resultado muestra valores superiores a 0,50, que van desde 0,526 a 0,772, lo que indica la inexistencia de un problema de convergencia.

Se evaluó la validez discriminante en base a la directriz de Fornell y Larcker (1981), para examinar si un constructo (valor económico, prosperidad local, sostenibilidad socio-

cultural, sostenibilidad ambiental y nivel de satisfacción turística) el valor del AVE es mayor que su correlaciones con cualquier otro constructo. Por lo tanto, cada constructo comparte más varianza con su bloque de indicadores que con otra variable latente que represente un bloque de indicadores diferente (Hair, Sarstedt, Ringle, and Mena, 2012), apoyando la adecuada validez discriminante de las escalas.

Se examinaron los pesos de los constructos de primer orden (valor económico, prosperidad local, sostenibilidad sociocultural, sostenibilidad ambiental y nivel de satisfacción del turista) sobre los constructos de segundo orden y su importancia para identificar la contribución de cada uno de ellos. construcción de orden a la construcción de segundo orden tomando Chin (1998); Hair, Hult, Ringle y Sarstedt (2016), ya que es importante ya que representan impulsores accionables del constructo de orden superior. Todos los pesos de los constructos de primer orden fueron significativos, lo que significa que hay apoyo empírico para la relevancia del constructo de primer orden para la construcción de los constructos reflexivos de segundo orden (valor económico, prosperidad local, sostenibilidad sociocultural, sostenibilidad ambiental, y nivel de satisfacción del turista) tal como se concibe teóricamente, demostrando un nivel de validez suficiente (Tenenhaus, Esposito Vinzi, Chatelin, and Lauro, 2005; Hair, Ringle, and Sarstedt, 2013; Urbach and Ahlemann, 2010). Además, los pesos son superiores a 0,10 para todo el valor económico, la prosperidad local, la sostenibilidad sociocultural, la sostenibilidad ambiental y el nivel de satisfacción del turista y su signo es consistente con los umbrales utilizados en diversas publicaciones (Andreev, Heart, Maoz y Pliskin , 2009; Hair, Hult, Ringle y Sarstedt, 2016).

La validez nomológica del contacto de segundo orden también se realizó analizando el nivel y la importancia entre el constructo reflexivo de segundo orden (valor económico, prosperidad local, sostenibilidad sociocultural) y otros constructos en el modelo de investigación. Basado en Henseler, Ringle y Sinkovics (2009), se espera que sea sólido y significativo. Por lo tanto, los resultados de la investigación actual especifican que las relaciones significativas entre el valor económico, la prosperidad local, la sostenibilidad sociocultural, la sostenibilidad ambiental y el nivel de satisfacción del turista en el modelo son consistentes con las teorías subyacentes.

4. PRUEBA DE HIPÓTESIS

H1 planteó la hipótesis de que la sostenibilidad ambiental afecta la viabilidad económica y la satisfacción de los turistas. Los resultados confirmaron que la sostenibilidad ambiental afecta la viabilidad económica de un destino y la satisfacción del turista ($\beta = 0,100$, $T = 3,82$, $p < 0,001$; $\beta = 0,209$, $T = 7,53$, $p < 0,001$). Por lo tanto, H1 fue fuertemente respaldado. La influencia del factor de prosperidad local sobre el valor económico fue positiva y significativa ($\beta = 0,333$, $T = 15,16$, $p < 0,001$), demostrando que H3 se sustenta. El efecto de la sustentabilidad sociocultural sobre el valor económico ($\beta = -0,001$, $T = -0,513$, $p < 0,001$), apoyando así H4. De igual forma, la influencia del factor de sostenibilidad sociocultural fue positiva y afectó significativamente la satisfacción del turista ($\beta = 0,115$, $T = 4,74$, $p < 0,001$), confirmando la hipótesis (H5). El factor valor económico también afectó la satisfacción del turista ($\beta = 0,401$, $T = 22,12$, $p < 0,001$), confirmando la hipótesis (H6).

Cuanto mayor sea el coeficiente beta (β), más fuerte será el efecto de las construcciones latentes exógenas sobre la construcción latente endógena. La Tabla 6 y la Figura 2 mostraron que el factor de valor económico tuvo el coeficiente de ruta más alto de $\beta = 0.401$ en comparación con otros valores de β en el modelo, lo que mostró que tenía un mayor valor de varianza y un alto efecto con respecto a afectar la satisfacción del turista. Mientras que el factor de sostenibilidad sociocultural tuvo el menor efecto sobre el valor económico con $\beta = - 0.001$.

5. CONCLUSIÓN

La viabilidad económica y el desarrollo de un destino turístico están íntimamente ligados, como se ha demostrado en estudios previos en el campo del turismo. La sostenibilidad en el turismo es un misterio si los turistas no están satisfechos con su experiencia (Andereck, 2009; Deng, Qiang, Walker y Zhang, 2003). Usando SMART-pls, este documento intentó examinar el papel moderador del valor económico entre el turismo sostenible ambiental, la prosperidad local de un destino, los problemas socioculturales y la sostenibilidad y satisfacción de los turistas. Los resultados de este estudio muestran que la capacidad económica es un moderador importante de la prosperidad local, la sostenibilidad ambiental, la estabilidad sociocultural y la satisfacción turística. Estudios anteriores han demostrado que la viabilidad económica tiene un impacto significativo en la satisfacción del turista (Bramwell, 2011; Fan, Zhong and Zhang, 2012; Deng, Qiang and Walker 2003; Janusza and Bajdora 2013; Assegid 2015; Fernandez and Sanchez 2016; Adamnesh , Oucho and Zeitlyn 2014). Además, se encontró que cada aspecto del turismo sostenible tuvo un efecto en la satisfacción del visitante (Aydin and Alvarez, 2016; Fan, Zhong, and Zhang, 2012; Hussain, Ali, Ragavan, and Manhas, 2015).

Este estudio proporciona una contribución teórica importante al estado actual del desarrollo del turismo, que examina la relación entre el turismo sostenible y la satisfacción del cliente medida por la viabilidad económica. Con respecto al enfoque de triple resultado actual (que ignora los factores económicos, sociales y ambientales), hace una contribución significativa a su expansión. Además, los hallazgos actuales muestran la importancia de la prosperidad local para satisfacer a los turistas y la viabilidad económica que se pasó por alto en estudios previos en diferentes países.

Para las empresas y el gobierno, este descubrimiento tuvo una amplia gama de implicaciones gerenciales. Para garantizar la viabilidad económica a largo plazo, los administradores de destinos, los funcionarios gubernamentales y otros responsables de la toma de decisiones deben considerar cuidadosamente la implementación de una estrategia de turismo sostenible. Los funcionarios gubernamentales también se beneficiaron de este hallazgo porque obligó a los legisladores, profesionales y políticos a ver cómo la prosperidad local afecta la viabilidad económica y la satisfacción del turista, así como también cómo un entorno sociocultural sólido y auténtico influye en la satisfacción del turista.

A pesar de sus visitantes bien informados y conscientes, el país necesita contar con mecanismos claros para promover el turismo sostenible. Como resultado, los administradores de designaciones pueden beneficiarse de la investigación actual al contar con un modelo para identificar los factores que influyen en ST. Además de ayudar a reducir la

degradación ambiental y física, esto permite desarrollar procedimientos sobre lo que está permitido y lo que está restringido en cada destino.

Los tomadores de decisiones deben dedicar su tiempo y recursos para implementar su responsabilidad institucional y garantizar que las partes interesadas (incluidos los turistas) estén satisfechas, ya que esto tiene un enorme impacto en la satisfacción del turista. Las tres partes deben trabajar juntas para avanzar y desarrollar marcos que animen a la comunidad anfitriona a participar en la planificación del turismo, la toma de decisiones, la distribución de beneficios y el acceso a los servicios sociales. Deberían hacer esto. Se contemplarán los conocimientos indígenas en gestión ambiental y social, y se describirá la comunidad de acogida. La capacidad de un destino para mantener su salud económica y el bienestar de sus visitantes se verá afectada por su capacidad para mejorar las asociaciones públicas, privadas, civiles y no gubernamentales, familiarizarse con planes impecables e implementar políticas integrales.

En aras de mantener la equidad social y promover la diversidad cultural, así como preservar la integridad física, la diversidad biológica y la pureza de un área, los administradores de turismo deben asegurarse de que la industria esté configurada de tal manera que haga el mejor uso posible de los recursos ambientales disponibles. Además, todas las empresas comerciales de la industria deben vincularse adecuadamente con el mercado, y el desarrollo de nuevos destinos, como Sheger Park, Intoto Park, etc., debe recibir la atención adecuada. En contraste con su efecto sobre la satisfacción del turista, la sostenibilidad sociocultural tiene poco impacto sobre el valor económico, particularmente en países como Etiopía que se comercializan como destinos culturales. En consecuencia, independientemente de los hallazgos actuales, el gobierno debe implementar mecanismos de intervención que muestren su contribución económica al sector turístico y creen conciencia pública. Finalmente, se utilizará la intervención basada en la investigación para abordar temas relacionados con el turismo sostenible en el país y su contribución económica.