



Hotel Punta Islita: servicio turístico basado en relaciones armoniosas con la comunidad y el ambiente¹

“La orientación hacia el arte y la cultura hacen de estos esfuerzos una iniciativa que fortalece la identidad de la zona, además de contribuir a la economía y al capital social de las comunidades y personas involucradas en la experiencia.”

Punta Islita, 20122

Punta Islita es un hotel-boutique de playa ubicado en Bejuco, Nandayure, provincia de Guanacaste. Forma parte de la oferta de Grupo Islita, propietaria también de Isla Chiquita Glamping Resort, en Costa Rica. El Grupo define su oferta de hoteles como una mezcla de experiencias autóctonas, mediante destinos relajantes en un ambiente eco-amigable, que invitan a conectar con la gente de sus comunidades vecinas y su cultura local.

El norte de las operaciones de Punta Islita está marcado por los valores de la responsabilidad, la honestidad y la excelencia. La misión del Hotel es “Brindar una experiencia de alto valor a nuestros clientes, reflejando eficiencia, auto-superación e innovación, y el firme compromiso

con nuestro programa de Turismo Responsable, en beneficio de la empresa y ambiente”. Punta Islita aspira a “Ser el destino líder en turismo responsable, distinguido por la alta calidad de la experiencia brindada a sus huéspedes, gracias a su cálido ambiente y al servicio genuino y personalizado, acorde con la idiosincrasia costarricense”³.

Uno de los aspectos que ha caracterizado las operaciones de este Hotel en Guanacaste es la relación que ha cultivado con la comunidad, esto ha permitido que ambas partes desarrollen al máximo sus potenciales.

La Responsabilidad Social en Punta Islita: Un desarrollo simbiótico

En los años ochentas y noventas,



“la comunidad rural de Islita estaba caracterizada... por importantes índices de inmigración campo-ciudad, dada la escasez de empleo y en general, por difíciles condiciones socioeconómicas, como falta de infraestructura y telecomunicaciones”⁴. Harry Zürcher, fundador del Hotel Punta Islita, establece una relación con esta comunidad antes de la construcción del hotel, a través del desarrollo de una serie de obras tales como la apertura de caminos, la electrificación y las telecomunicaciones.

Además de Islita, el hotel se rodea de otras cinco comunidades: Corozalito, Pilas (Quebrada Seca), Pueblo Nuevo, Parcelas (Colonia del Valle) y Camaronal de Bejuco⁵, que también han formado parte del alcance social del hotel.

Este espíritu de ayuda continúa con la construcción del proyecto hotelero, en el año 1992 y con su apertura en 1994, pasando a ser un generador de empleo en la comunidad y brindando con ello capacitación a sus nuevos colaboradores en materia de servicios, un tema en el que la comunidad no había incursionado.

Tras la construcción y apertura del hotel se fortalecen las relaciones con las comunidades, al tiempo que se cosechan alianzas con otros actores para “la apertura de caminos, así

como la construcción de la iglesia, el centro de salud y la pulpería”⁶. El segundo gran propulsor de acciones socialmente responsables después de Zürcher, fue Eduardo Villafranca, su yerno. Con la entrada de Villafranca a la gerencia general en 1997, se le da un nuevo impulso a las acciones de Responsabilidad Social (en adelante RS) y se dotan de una mayor formalidad. De esta forma, la gestión de RS se implementa a través de la Fundación Villafranca Zürcher, brazo que dirige y ejecuta las acciones de tipo social y ambiental; y la Unidad de Desarrollo Organizacional de Grupo Islita. De acuerdo con Teresita Aguilera, gerente de esta unidad⁷, “el objetivo de la RS es mantener una relación ganar-ganar con todas las partes interesadas”⁸.

Posteriormente, al considerar que había una importante maduración del tema cultural, se fomenta un mayor enlace hotel-comunidad. Esto conlleva una ampliación en la promesa de valor del negocio, pasando de ofrecer naturaleza y buen servicio a sus huéspedes, a una opción que también ofrecería una experiencia cultural.

Se mantiene y fortalece la idea de que la concreción de alianzas con distintos tipos de organizaciones, que van desde gubernamentales, ONGs y empresa privada es fundamental para la realización de algunas de las acciones de



RS. Nancy Arias, delegada ejecutiva de la Fundación Villafranca Zürcher⁹, comenta que el trabajo con la comunidad “se trata también de un ‘proyecto país’, bajo la idea de que debe construirse uno ‘equitativo, solidario, donde todos trabajemos por lo mismo’¹⁰.

El público interno y las alianzas: la clave de los programas y acciones de RS

La gestión de la RS del Hotel Punta Islita se desarrolla de acuerdo a tres ejes: el ambiental, el social y el económico. A continuación se detallan algunos de los programas y acciones en cada uno de los tres ejes.

En el eje ambiental, el hotel cuenta con un Programa de manejo de desechos en cual incluye la capacitación para los colaboradores en separación de residuos. Así mismo, se desarrollan dos campañas: una de ahorro de agua y electricidad y otra para la protección de las tortugas. También se realizan acciones de siembra de árboles para reforestación con el fin de mitigar el uso indiscriminado de los suelos que se hace en la localidad para la cría de ganado vacuno.

En cuanto al eje social, las acciones se han concentrado en la capacitación del personal en temas como el aprendizaje de inglés, servicio al cliente y turismo en general. Destaca la creación del Centro de Desarrollo Infantil Islita dedicado al cuidado de niños desde los 3 meses de edad hasta 7 años. También se realizan acciones para la conversión de espacios públicos en obras de arte, por ejemplo, la escuela, la iglesia, el centro de salud, el salón comunal y casas de habitación. El Hotel contribuye en la promoción de grupos de artesanos locales que trabajan en una gama de productos

que va desde creaciones en barro, candelas de arena, bambú o madera, grabados en madera y otros. A su vez, “se ha fomentado el desarrollo de alrededor de cuarenta micro empresas principalmente por parte de mujeres”¹¹.

Cabe destacar la importancia de las alianzas para el desarrollo de muchas de estas acciones (ver Tabla 1).

Tabla #1: Proyectos del eje social y sus alianzas	
Proyecto	Alianza
Asociación Bosque Mar, grupo de artesanos y artesanas dedicado al arte utilitario	Fundecooperación y el Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE)
Grupo Matrices, trabajan el grabado en madera	Centro Cultural Costarricense Norteamericano (CCCN)
Centro Comunitario Inteligente (CECI): facilita computadoras con conexión internet para los locales	Ministerio de Ciencia y Tecnología (MICIT)
Centros Integrados de Educación para Jóvenes y Adultos (CINDEA)	Ministerio de Educación Pública

Elaboración propia con base en Carrillo y Sánchez, 2013, p. 115

En el eje económico, destacan las acciones con la comunidad como una herramienta de su estrategia de mercadeo que le permite posicionarse en el nicho del turismo como experiencia cultural y así diferenciar su oferta. Los procesos de encadenamiento de microempresas de la comunidad con el hotel han generado un beneficio económico para ambas partes. Por ejemplo, “todos los grupos artísticos mencionados parten de un acuerdo con la Fundación Villafranca Zürcher, según el cual, la fundación recibe el 22% sobre el monto de venta de las obras”¹².

Recientemente¹³, se han efectuado nuevas acciones de RS, como la creación

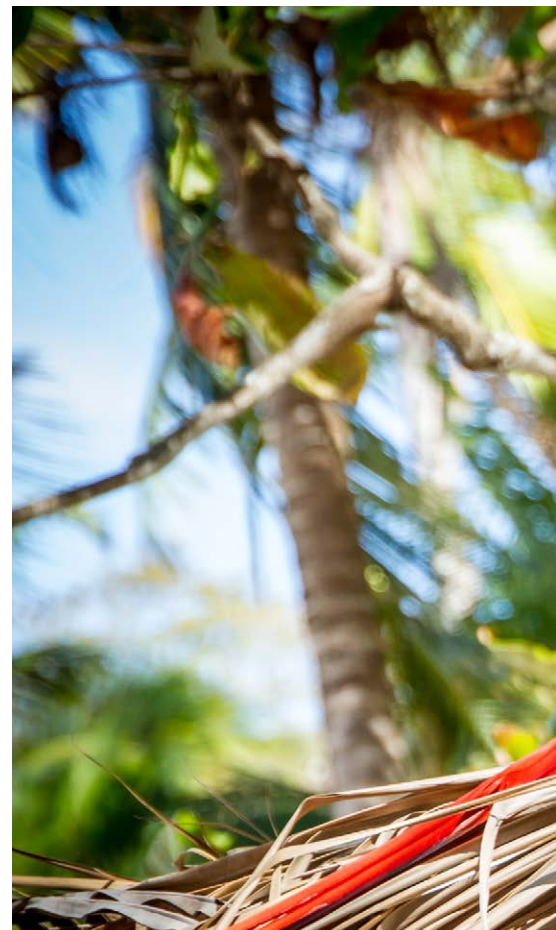
de una escuela primaria, debido a los daños que sufrieron las antiguas instalaciones con el terremoto de Nicoya en el 2012. El nuevo centro educativo combina “el diseño sostenible, materiales locales y el funcionamiento ecológico”¹⁴, para la cual se “tomaron en cuenta características bioclimáticas de la zona”¹⁵. Para su construcción “se contó con la colaboración del Hotel Punta Islita, la Fundación para la Ayuda del Ambiente, Artes, Cultura y Juventud de Costa Rica, y CRUSA-Fondo Guanacaste, entre otras” y “fue diseñada por Zürcher Arquitectos”¹⁶.

Comunicando la RS¹⁷

La empresa afirma que las y los colaboradores conocen la estrategia de RS que lleva a cabo la empresa. Sin embargo, “La RSE no es dirigida por comunicadores, ni se tiene asesoría o apoyo a través de alguna agencia”¹⁸.

Esto se evidencia en la gestión de prensa de la empresa, ya que en el monitoreo realizado por Carrillo y Sánchez (2013), Punta Islita aparece solamente en dos publicaciones entre las 265 que se revisaron y sólo una de éstas se relacionaba con el tema de RS. Dentro de las acciones de comunicación que lleva a cabo el Hotel destacan las actividades cara a cara sobre el uso de tácticas 2.0 o medios impresos como boletines, newsletters o similares.

En términos generales, se echa mano de espacios como talleres y reuniones para comunicar a su público interno; y reuniones anuales y presentaciones con los líderes de los grupos en el caso de públicos externos. Lo anterior se complementa con el sitio web y las memorias de sostenibilidad.





Preguntas generadoras

1. ¿Dentro de cuál(es) de las perspectivas de Responsabilidad Social se pueden enmarcar las prácticas del Hotel Punta Islita que se reportan en este caso? Justifique su respuesta.
2. Tomando como base la perspectiva relacional de las Relaciones Públicas: ¿Qué tipo de relación es la que se establece entre el Hotel y la comunidad? ¿Cuáles de las dimensiones de una relación están presentes en este caso?
3. ¿Cuál es la visión de comunicación que se percibe maneja el Hotel Punta Islita a partir de lo que se describe en el texto? ¿Cuáles son las implicaciones de esta visión de comunicación para el desarrollo de las relaciones y la gestión de la RS de la empresa?
4. ¿Qué acciones propondría como responsable de la comunicación en la Fundación Villafranca Zürcher?

1. Este estudio de caso fue elaborado por Carolina Carrillo tomando como base la tesis que elaboró con Mariela Sánchez intitulada "Recopilación, análisis y propuesta de gestión efectiva de comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial, a partir del estudio de empresas costarricenses. Una primera aproximación" presentada en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva en febrero del 2013 para la obtención del grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Relaciones Públicas.
2. Punta Islita, 2012, pp. 21-22 en Carrillo y Sánchez, 2013, p. 107
3. Carrillo y Sánchez, 2013, p.104.
4. Carrillo y Sánchez, 2013, p.105.
5. Carrillo y Sánchez, 2013, p. 103.
6. Carrillo y Sánchez, 2013, p.105.
7. Aguilera desempeñaba este puesto en el momento que se realizó el estudio de Carrillo y Sánchez (2013).
8. Comunicación personal, 2012, en Carrillo y Sánchez, 2013, p.107.
9. Desempeñaba este puesto al momento del estudio de Carrillo y Sánchez, entrevistada en 2012.
10. Comunicación personal, 2012, en Carrillo y Sánchez, 2013, p. 107

11. Carrillo y Sánchez, 2013, p. 115
12. Carrillo y Sánchez, 2013, p. 113
13. Posterior a la realización del estudio de Carrillo y Sánchez que se realizó entre el 2012 y el 2013.
14. Según el Fondo para Guanacaste Community Fund: <http://guanacastefund.org/es/project/fundacion-vz-es/>
15. Prendas, G. (9 de julio de 2016). Islita cuenta con nuevo centro educativo gracias a la empresa privada. La República. Recuperado de https://www.larepublica.net/noticia/islita_cuenta_con_nuevo_centro_educativo_gracias_a_la_empresa_privada
16. Prendas, G. (9 de julio de 2016). Islita cuenta con nuevo centro educativo gracias a la empresa privada. La República. Recuperado de https://www.larepublica.net/noticia/islita_cuenta_con_nuevo_centro_educativo_gracias_a_la_empresa_privada
17. Los datos que se reportan aquí corresponden a un estudio realizado en el año 2013, por lo que actualmente, podrían haber cambiado.
18. Carrillo y Sánchez, 2013, p. 144