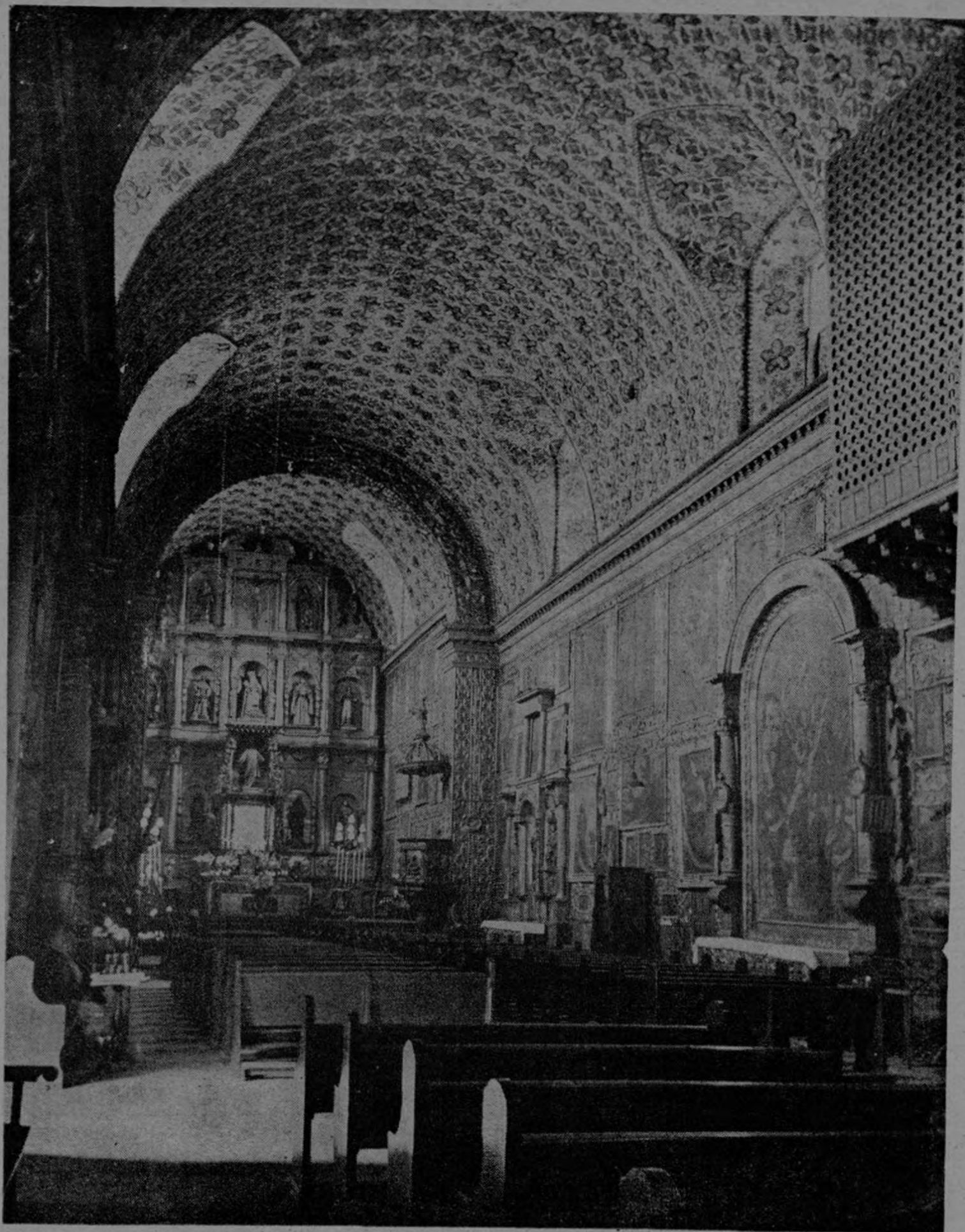


Suplemento
de *VIAJES*

PROA

San José,
de *COSTA RICA*

No. 65 Jueves 23 de Noviembre de 1972



Una reliquia más, de las que salen a cada paso en Bogotá, Colombia, es la Iglesia de Santa Clara en la que la policromía de su

abovedado techo sirve de marco a las maravillosas pinturas y dorados.

Mercedes Borrasé S.

Mariamalia de Berrocal

Directoras

LA PRENSA LIBRE



Colaboración del Instituto Costarricense de Turismo El turismo, un negocio que se hace al contado

La calificación de exportación, atribuida a la práctica del turismo —como actividad comercial, que es en el fondo— es original de los economistas franceses, supuesto que el turista, con su presencia en el país que visita, produce divisas, si bien en forma distinta del resultado que se obtiene con la exportación tradicional.

Según los españoles esta premisa acerca del turismo es bastante exacta en su apreciación; y, en tal virtud las demás naciones, desde entonces, el rubro turismo ha sido incluido como parte de los ingresos del conjunto exportable; y reputado como rubro de primer orden en la balanza de pagos internacionales.

En un sentido puramente interno de comercio, es obvio que el turismo es un negocio que necesariamente debe realizarse al contado. El turista dentro o fuera de su país, empieza a gastar desde el momento mismo en que hace dejación de su lugar habitual de residencia: tiene que llevar reservas pecuniarias; debe pagar medios de alojamiento, alimentación e incurrir en otro tipo de gastos como esparcimiento y diversión, comprendidos los que corresponden a alimentación y servicios turísticos propiamente dichos.

Una inversión lucrativa, que debe cuidarse

Si bien el turismo, como actividad dinámica y contemporánea es masiva por todos conceptos, todavía no hace muchos decenios ya empezaba a organizarse responsablemente para el objetivo final de las ventas, de manera que fuese un negocio permanente y no transitorio. Y, en esta materia, habrá que citar de nuevo a España y a su expositor José Guerrero Anguita, quien, aludiendo al tema enseña: el turismo "es, de todas las formas de exportación, la más segura, la menos costosa, la más lucrativa, la más rápida y la única que jamás se agota", todo atendiendo, desde luego, al cuidado que debe observarse para que el negocio no derive al campo de la explotación del turismo, a través de los precios excesivos, porque al momento en que surge el factor agiotismo, el negocio no sólo empieza a declinar sino que desacredita al inversionista, al sitio en que opera, a la región y hasta a su mismo país. Si un turista hace un viaje largo y hasta con dificultades podrá repetirlo por las bellezas que le atraen y el medio ambiente en que se desenvuelve; pero lo hará por una sola vez si en lugar de tratarse como corresponde, se pretende abusar de su condición de turista. Sencillamente, en este evento, el inversionista en turismo no sabe lo que está haciendo.

En Costa Rica, como recientemente lo ha expresado el señor Carlos Manuel Guardia, Gerente del ICT, ha entrado ya en la etapa del desarrollo turístico, modesto, si se quiere, pero desarrollo; y a causa de esto el ordenamiento jurídico ha de acatarse tanto por lo que hace al planeamiento y disposición del territorio como respecto de los precios en las áreas de interés turístico. A esos fines el ICT está coordinando con las Municipalidades una labor coordinada que beneficie a las comunidades rurales y a la economía nacional, ya que el turismo es un negocio de todos los costarricenses que, por ese hecho, debe cultivarse responsablemente.

Disponemos de los elementos constitutivos de la imagen y de la oferta turística, sean estabilidad política, tranquilidad social, satisfactorio nivel educativo, riquezas turísticas y, además, contamos con el factor hospitalidad para el turista. A este presupuesto ha de seguir el acondicionamiento turístico del país, es decir, la construcción de alojamientos y a instalación de servicios turísticos en las áreas de interés turístico; y todo ello irá siendo posible en la medida en que va superándose la infraestructura turística, obra a la que contribuyen eficientemente los inversionistas nacionales y extranjeros.

Al propósito de que viene tratándose, ha sido prevista una relación mayor entre el Instituto Costarricense de Turismo y el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal (IFAM), que es de interés para ambos institutos preocupados por el desarrollo económico-social de las zonas rurales, en donde el turismo es atraído y en donde el turista gasta.

Gracias a la cooperación de la prensa, la conciencia turística, esto es, el concepto de lo que el turista representa como elemento diversificador de la economía rural, las Municipalidades van asimilando cada día mejor la idea turística; y son ahora más provechosas y periódicas sus relaciones con el ICT, que les facilita asistencia técnica por medio de su Departamento de Desarrollo e Inversiones, el cual tiene a su servicio a expertos en arquitectura ambiental, que van indicando y sugiriendo, en cada caso, qué es lo que más conviene en presencia de proyectos de desarrollo de una clase o de la otra; dónde deben ubicarse las unidades fundamentales; qué recursos deben protegerse para preservar los parajes naturales, etc. De allí que toda esta magna tarea no deba perderse de vista a la hora de la realidad, tratando con responsabilidad a los turistas.

ESPAÑA: Atracción turística invernal de los ingleses

MADRID (P. P.) Noviembre Como es bien sabido, los ingleses han sido siempre los pioneros del turismo en Europa. Desde los tiempos de la Reina Victoria, habían "descubierto" la Costa Azul francesa, la "Riviera" italiana; en Niza, el "Paseo de los Ingleses" evoca los años victorianos. Los británicos desembarcaban en Cannes y se instalaban en los montes y colinas, en el interior del país, para protegerse de los vientos marítimos, para invernar lejos de las brumas y neblinas londinenses.

Desde hace algunos años, los ingleses se han establecido en las soleadas costas españolas, escogiendo de preferencia las playas malagueñas y granadinas, donde el invierno es una constante primavera. No hace mucho, la princesa ANA hija de su Graciosa Majestad, la Reina Elizabeth, estuvo en Sevilla, para asistir a la boda del Príncipe Alejandro de Yugoslavia con la princesa María Gloria de Orleans-Braganza, visitando luego Jerez de la Frontera, donde fue huésped de la familia de los marqueses de Domecq, el célebre jerez de fama mundial.

Ahora, ha estado por primera vez en España, el príncipe heredero de la Corona Británica, llevado por esa atracción irresistible que tiene la Península para conquistar las simpatías turísticas de los ingleses, grandes bebedores de sol por eso se dice que "donde hay sol" hay también ingleses a profusión. El príncipe Carlos no ha fallado a la regla, y aceptó pasar algunos días en la magnífica finca que el duque de Wellington posee en la cercanías de Granada.

La visita del simpático heredero de Isabel II a España, además de la curiosidad que el regio personaje tenía por descubrir la "también", y sobre todo, la Granada del americano Washington Irving y del inglés Thomas Borrow, obedecía, acaso a la amistad que tiene con los hijos de los duques de Wellington, quienes se adelantaron unos días a su propiedad granadina para preparar como Dios manda, la estancia de Su Alteza Real.

Entre las actividades del Príncipe de

Gales por tierras andaluces —merecido canso de su actual entrenamiento como oficial de la Royal Navy—, figuró su participación en una gran cacería de perdices.

Como es de suponer, el simple anuncio de la llegada a España del Príncipe que en su día heredará el trono de sus antepasados, había despertado enorme interés en toda España. La Costa del Sol quiso acapararlo también, y desde Marbella y Torre molinos llovieron invitaciones a la finca de los Wellington. Imposible aceptarlas. La estancia del Príncipe en Granada era breve, brevísima, obligaciones inaplazables le esperaban en Gran Bretaña... Un príncipe heredero no es dueño de su propio calendario preparado con muchas semanas de antelación. El príncipe Carlos, por su rango y por sus dotes de natural simpatía, constituye uno de los personajes de más constante presencia no solo en la crónica londinense, sino también en la crónica mundial siguiéndose con atención todo cuanto a él se refiere. Y esto desde que, al nacer, vino a situarse en el segundo puesto de la línea de sucesión al trono después de su augusta madre, por entonces la princesa heredera.

Investido príncipe de Gales el 19 de Julio de 1969, Carlos Felipe Arturo Jorge, que ostenta además los títulos de duque de Cornwall y duque de Rotresay, nació en el "Buhl Room" del palacio de Buckingham, el 14 de noviembre de 1948. Su vida de estudiante transcurrió, primero en una escuela privada, en Kensington; más tarde, en la de Cheam, donde hubo de compartir su dormitorio con nueve compañeros y por la que había pasado también su padre, príncipe Felipe, y luego por la de Gordonstoun, célebre por la dura disciplina y los métodos educativos que también había conocido el autor de sus días. Aquella formación secundaria se completó con una estancia de varios meses en Timbertop, escuela campestre que forma parte del Instituto de Geelong, en Australia, donde se enseña a los alumnos a valerse por sí mismos y, por consiguiente, a confiar en su propia capacidad.



EL MUNDO ENTERO A SU ALCANCE

Viajar ya no es problema, utilizando nuestros fabulosos CLUBES DE VIAJES EVISA, LOS QUE LE DAN MAS. Ahorrando una módica suma semanal, podrá ver realizados sus sueños de toda la vida.

Los CLUBES DE VIAJES EVISA están al alcance de todos los bolsillos.

CLUB "SAN ANDRES"	£10,00 semanales
CLUB "CARIBBEAN"	£15,00 semanales
CLUB "AMERICA"	£20,00 semanales
CLUB "MEXICO LINDO"	£25,00 semanales
CLUB "EURO TOUR"	£30,00 semanales
CLUB "NAUTILUS"	£50,00 semanales

Llámenos o háganos una visita. Gustosamente le daremos más detalles.

AGENCIA DE VIAJES

Teléfonos: 21-94-05 / 22-81-83



Contiguo al Teatro Variedades

La lluvia artificial

La lluvia es causada por la condensación de las pequeñas partículas de vapor de agua de que consisten las nubes. La condensación hace que dichas partículas se unan unas con otras, convirtiéndose en gotas de agua que, cuando alcanzan un cierto tamaño y peso, se precipitan hacia la tierra.

La lluvia es esencial a la vida humana, principalmente porque sin ella no podría existir la agricultura. En muchas regiones del mundo la peor amenaza que pende sobre los pobladores es la sequía. En diversas ocasiones la sequía ha asolado las inmensas praderas del medio oeste de los Estados Unidos, dando lugar a un éxodo en masa de los agricultores, y provocando la ruina total de extensas regiones del país.

Ante la forma frecuentemente caprichosa en que se comporta la naturaleza respecto a la caída de la lluvia, con los consiguientes perjuicios para las cosechas, el hombre ha tenido que buscar la forma de "crear" la lluvia por medios artificiales.

Estos medios consisten básicamente en acelerar el proceso de condensación del vapor de agua de las nubes. Algunos de los métodos más empleados son: el bombardeo de las nubes con diminutos proyectiles de hielo seco, lo cual se hace desde aviones que vuelan por encima de las grandes masas naturales de vapor de agua, la saturación de las nubes con un humo rico en partículas de yoduro de plata, y la inyección de pequeñas gotas de agua dentro de la nube. Estos dos últimos métodos también tienen que ser puestos en práctica desde aviones, pero estos vuelan debajo de las nubes, no por encima de éstas.

Estos tres medios de provocar artificialmente la lluvia son ampliamente utilizados hoy día en las regiones agrícolas de todo el mundo, con resultados generalmente satisfactorios. El de la saturación de las nubes con yoduro de plata también ha sido ensayado para disminuir la intensidad de los huracanes tropicales, pero los resultados de las pruebas no han sido concluyentes, y los científicos se han fijado la norma de no emplear lo más que con tormentas que no puedan afectar regiones pobladas por lo menos en las 72 horas siguientes.

Disneyworld, Burdinés, Hipódromo, Jai-Alai, Carreras de galgos, Arroz a la cubana...

Miami es mucho más que playa!

Miami ofrece algo diferente para cada gusto porque Miami es una ciudad completamente internacional. Ya sea que usted quiera comprar, disfrutar de un deporte exótico, apostar a los caballos o saborear un típico plato latino, Miami es el lugar indicado.

No crea que Miami es sólo playa porque en Miami la playa es sólo el inicio del resto. Vuele por LACSA a Miami.

MIAMI
Consulte a su agente de viajes
o a LACSA.

Disfrute más
en nuestra compañía.

LACSA

MEXICO

EL SALVADOR

GRAND
CAYMAN

SAN ANDRES

BARRANQUILLA

CARACAS

MARACAIBO

PANAMA

SAN JOSE

GUIA DE COMPRAS Y

SALONES DE BELLEZA.

Rosa María, 100 vrs. Sur, 25 Vrs. Oeste Mercedes Benz - Tel. 23-24-76.

Marlene, entrada Bº Esquivel Bonilla - Tel. 25-86-78.

Mademoiselle, 75 vrs. Sur Hotel Balmoral - Tel. 21-99-32.

Yessi Mar, costado Sur Cantina Morazán - Tel. ——— abierto todo el día de 8 a.m. a 6 p.m. y días feriados.

Academia Gladys, Calle 20 Avenida 13 - Tel. 21-94-54.

Sala de Belleza Dolka, 25 vs. Norte Mercado de Artesanía - Tel. 25-15-83.

Retalia Beauty, calles central y 2 Av. 8. Lo último en peinados.

Chanel, 25 N. Bomba Shell, Colonia del Río, Guadalupe, pedicura, mechas, gorras.

LIBRERIAS

Librería Acrópolis Centroamericana, calle 1 avenida 1 - Tel. 21-52-07 - Apartado 10289.

BAÑOS TURCOS - SAUNA - GIMNASIO - MASAJES, PARA MUJERES

Salón de belleza y gimnasio Alcas, costado Este Higuerón de San Pedro. Tel. 25-93-39.

Salón de belleza y gimnasio Alcas, Paseo de los Estudiantes - Tel. 22-65-49.

Salón de belleza y gimnasio Silueta; Pulpería La Luz, 300 vs. Norte y 50 Oeste - Tel. 25-60-23, Bº Escalante.

Instituto de belleza y gimnasio Tercel, Av. Central 50 vs. Oeste de la Logia Masónica - Tel. 22-47-82

BAÑOS TURCOS - SAUNA - MASAJES PARA HOMBRES

Abelardo Bonilla, Cine Rex 100 vs. Sur, 75 vs. Oeste - Tel. 21-68-80.

U.S.A. Masajes - Sauna. Hecho por mujeres, detrás Teatro Nacional.

OKY, masajes - sauna, hechos por damas C. 3 Avs. 4-6 - Tel. 23-48-74.

HOTELES

Cristal, final Autopista General Cañas - Tel. 23-34-76 - Apdo. 5570 Cable Hotesa.

Chorotega Tower, C. 29. Avs. 2-8 - Tel. 25-25-55.

Irazú, kilómetro 3 Autopista El Coco — Tels. 22-84-11 — 22-31-59.

Boston, Calles Central y 2 Av. 8 - Tel. 21-05-63. Habitaciones de lujo. ¢ 30 por persona.

Regis, C. 8 Av. 4 - Tel. 22-54-63 — Ap. 5012.

Gran Hotel Centroamericano - Avenida 2, calles 6-8 - Tel. 21-33-88.

ALMACENES

Casa México S.A., artículos en general, precios razonables, C. 10 Avs. 0 y 2 Tel. 22-66-32.

Oficina Moderna S. A., para el hogar moderno, artículos eléctricos y equipos de sonido. Av. 1 entre Alfavia y Farmacia Rex. Tel. 22-49-03.

Luis Ollé S. A., especialidad en lámparas, C. Central, Av. 3 - Tel. 22-32-27.

Chotto & Zamora, artículos para el hogar, C. 2 Av. 12 - Tel. 22-93-92.

Negocios Internacionales, Ltda., muebles y artefactos eléctricos, 150 Sur Cine Rex - Tel. 23-08-14.

Mueblería y Bazar Europa, toda clase de muebles y artefactos eléctricos. Tel. 21-02-65. Ap. 1469.

Arquevi, fabricantes y distribuidores de muebles, Guadalupe - Tel. 25-15-14.

AGENCIAS DE VIAJES

Panamericana de Viajes, Av. 1 C. 5 y 7 - Tel. 23-45-67.

Turinsa S. A. Calle 3 y 5 Avenida 3 - Tel. 21-91-85.

Viajes Rodán, Calle 1 Avenidas 1 y 3 - Tel. 23-48-34.

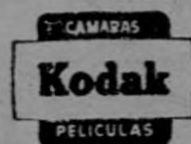
Super Viajes, con turismo receptivo. Calle 1 Av. Central - Tel. 21-62-30.

Tikal Express (TICALITO) Atendemos a domicilio, avenida 6, calles 5-7 Teléfono 22-68-22.

Agencia de Viajes Apolo, Edificio Morazán, avenida 7, calle 5, - Tels. 21-82-72 — 21-83-72. Wilky Sanabria Gerente General. Apartado 5083.

Agencia de Viajes Internacionales Av. Central y 1 Calle 2 - Tel. 21-41-11.

Industrias Fotográficas S.A. APARTADO



IFSA DIAGONAL AL CORREO
IFSA AVENIDA CENTRAL
IFSA CENTRO KOPIAS

FARMACIAS

Farmacia López, Calle 5 Av. 1 - Tel. 21-24-03.

Farmacia París, Calle 11 Av. Central - Tel. 22-62-50.

Botica Unión, Calle 7 Av. Central - Tel. 21-06-61.

Farmacia Tropical, Calle 23 Av. Central - Tel. 21-03-16.

DISCOTECAS

Electro Musical S. A., C 9 Av. Ctl. y 2º - Tel. 23-30-27 - Ap. 6663.

Scala Musical, Edificio Siemens 2do. piso. Tel. 22-94-22 - Ap. 6300.

"Su Disco Aquí", Almacén La Familia, Av. Central - Tel. 22-75-36 Apdo. 4477.

FOTO STUDIOS

Foto Vega, pasaportes rápidos. Avs. 6-1 - Tel. 22-78-69.

Studio Mora, marcos nacionales y extranjeros, 50 Norte Hotel Balmoral. Tel. 22-59-26.

Studio Cruz, marcos nacionales y extranjeros, 350 Norte Cine Variedades. Tel. 22-38-29.

Studio Campos, especialidad en niños, costado Sur del Parque de Guadalupe - Tel. 25-58-06.

Foto Hernández, 150 Norte del Correo - Tel. 23-06-69.

PIZZERIA

Pizza Hut, costado este antiguo Banco de Costa Rica - Tel. 23-00-20.

ZAPATERIAS

Calzado Rojas S.A., 25 N. Botica Mariano Jiménez - Tel. 21-13-59. Apdo. 4197.

Calzado Tapia Av. Central y 1 Calle 7 - Tel. 22-68-07.

Calzado Centro, Av. Central frente Banco Central - Tel. 22-98-12.

Zapatería El Récord, Av. Central - Tel. 21-01-33 - Apdo. 199.

Zapatería Zendhy, bajos Gran Hotel Costa Rica - Tel. 22-24-16.

Zapatería Elga, 100 vs. Oeste del Registro Civil.

Calzado de Lujo Durvilla 100 vs. Sur Teatro Moderno - Tel. 23-04-14. Apdo. 2089.

Calzado Confort, costado Norte del Parque de Guadalupe - Tel. 25-59-61.

SOUVENIRS

Mercado Nacional de Artesanía, única obra social en beneficio exclusivo de la clase artesanal costarricense. Calles 9 y 11 Av. 2 Bis. - Tel. 21-50-12.

Casa Folklórica Bordados Típicos de Costa Rica Av. 3 C. 1 y 3 Tel. 21-02-60.

Mercado de Artesanía La Botija Ltda., Av. Ctl. y 2 C. 1 - Tel. 21-98-61.

Industrias Souvenirs Ltda. Av. 1 C. 7-9 - Tel. 22-24-77, Apdo. 1961.

Artesanía Española, trabajos en hierro forjado. Calle 5 Avs. 6 y 8 - Tel. 23-55-73.

Almacén La Fama, Av. Central Calle 6 - Tel. 21-67-27.

ANTIGUEDADES:

Galería Pre Colombina, antigüedades en cerámica, piedra, oro y jade 50 vs. Sur Hotel Balmoral - Tel. 21-62-77.

SERIGRAFIAS

Serigráfica Tenpi E. I. R. L. Av. 7 Calles 0 y 1 - Tel. 22-21-64.

RENT A CAR

National Rent A Car, Av. 1 - C. Ctl. - Tels. 22-95-69 — 23-47-18.

Rent a Jeep Inc., 475 vs. Norte Mercedes Benz - Tel. 21-22-31.

SERVICIOS TURISTICOS

ART 10126- SAN JOSE. C.R.

CORTEL 21-30-44

TEL 22-54-42

S TEL 23-14-44



Rent A Car Avis Dir. Hotel President, Av. Central - Tel. 21-65-69.
Apdo. 5963.

Rent-A-Car S. A. Dir. bajos Hotel Balmoral — Tel. 22-17-92. Ap. 4559.

ADA Rent A Car, Avs. 4 y 6 Calle 4 - Tel. 22-79-49.

FLORISTERIAS

Paseo Colón, frente Hospital de Niños, contiguo Torre Médica -
Tel. 22-52-53.

Bella Flor, calle 11 Avs. 0 y 1 - Tel. 23-20-21. Apdo. 225. Cartago.

BAZARES

Bazar Eterna, fabricantes de fregaderos y cocinas Eterna. 175 Norte del
Correo. Tel. 22-49-61.

Bazar Lilliana, 200 Sur Iglesia Los Angeles - Tel. 21-11-56.

Bazar Típico Costa Rica, calle 14 y Av. 1 y Central - Tel. 22-70-78.
Apdo. 3288.

TIENDAS PARA CABALLEROS

Camisería Inglesa, 50 norte Instituto Nacional de Seguros. Lo último en
confecciones inglesas - Tel. 23-49-63.

Tienda 1000, ropa para damas y caballeros. Av. 3 C. 4 y 6 - Tel. 22-79-77.

Luis Rímolo, Cía. Ltda., calle 6 Av. Central y 2 - Tel. 21-83-83. Ap. 883.

Tienda Big Ben, Embajada Americana 25 Sur - Tel. 23-18-71.

ARMAS

El Hispano S. A., especialidad en armas de fuego, bajos Gran Hotel Costa
Rica. - Tel. 21-71-85.

TIENDAS PARA DAMAS

Modas Henning Ltda., 50 Este y 25 Norte de la Librería Universal.
Tel. 21-10-03.

Boutique Campanella, Paseo Colón C 34 y 36 - Tel. 21-34-31.

Deida Castro R. de Alvarado, 125 Norte Embajada Americana -
Tel. 21-16-92. Ap. 4508.

Tienda Mayita Ltda. Calle 3 Av. Central y 1 - Tel. 22-02-47. Ap. 5193.

Modas Selenita, Calle 1 Avs. 4 y 6 - Tel. 21-47-30.

Creaciones Condal, Calle Central. Avs. 6 y 8. Tel. 21-58-70. Ap. 3147.

Confecciones La Gardenia, ropa fina para damas C. 14 Av. 1 y Central
Tel. 22-18-50.

ROPA DE NIÑOS

Tienda Cindirella, ropa fina para niños, 25 Sur de Chelles - Tel. 22-06-30.
Apdo. 2423.

OPTICAS

Halabi, 150 Norte del Banco Central - Tel. 22-13-30.

Salas, Calle 1 Av. 1 y 3 - Tel. 22-60-30.

Blanco S.A., 75 norte del Correo - Tel. 22-70-14. Ap. 128.

JOYERIAS

Scriba y González, Av. Central, Calles 2 y 4 - Tel. 22-71-14. Ap. 1375.

Lafuente Ltda., el taller más grande de Costa Rica - Tel. 21-62-83.

El Anillo de Graduación, Av. 6 Calle 6 - Tel. 23-49-35.

La Embajada S. A., Calle 2 Avs. 4 y 6 - Tel. 21-23-70. Ap. 4648.

Joyería y Souvenirs, Oscar Rodríguez H., bajos Gran Hotel Costa Rica.
Tel. 22-51-00.

JOYERIA Y SOUVENIRS

La Gran Joya, Av. 1 Calles Central y 1 - Tel. 22-29-84.

RESTAURANTES

Kan Sen, comidas chinas e internacionales. Avs. 6 y 8 C. 5. Tel. 22-38-07.

Bologna, frente a la Cámara de Industrias - Tel. 21-32-08. Av. 6 - Calle 3.

Jo yea, comidas chinas e internacionales. C. 32. Av. Central. Tel. 23-23-73.

Capri, pollos al pastor, calle 5 Avs. Central y 1 - Tel. 22-18-83.

Salón París, Av. 3 Calles 1 y 3 - Tel. 21-28-18. Ap. 3315.

Jo-Jo, Calle 5 Avs. 5 y 7 - Tel. 22-98-25.

SODAS

Mc. Donalds, frente Banco Central - Tel. 21-36-32.

Malé, Av. Central, contiguo Librería Universal - Tel. 22-95-00.

El Parque, 50 vs. Norte Teatro Moderno - Tel. 22-55-99.

España, desayuno y comidas económicas, Cs. 3 y 5 Av. 3 - Tel. 23-34-83.

Soda y Restaurant Shalom, 50 vs. E. del Alm. El Emporio. Tel. 23-53-36.

Soda Vega, Cinco Esquinas, frente Orange Crush - Tel. 21-82-38.

BARES

Lido Bar, licores nacionales y extranjeros. Calle 2 Av. 3 - Tel. 22-31-30.

Taberna México Bar, famous for is schnacks, front to barrio Mexico square.
Tel. 21-84-61.

Bar Familiar La Viña, especialidad en mariscos. C. 4 Av. 7 - Tel. 22-72-39.

Bar y Soda Nacional, frente Caja del Seguro - Tel. 21-35-00

Bar y Café Mainieri, 100 Sur Banco Anglo Costarricense - Tel. 21-89-46.

Bar y Pollos al Pastor El Cisne, 100 vs. Sur Orange Crush, Cinco Esquinas.
Tel. 21-99-14.

CLINICAS DENTALES

Dr. Guillermo Pacheco G., 150 vs. Norte Embajada Americana.
Tel. 22-73-81.

Dr. Marco Antonio Muñoz C. Av. 6 Calles 0 y 1 - Tel. 22-84-43.

Dr. Jorge Guevara B. entrada Barrio Esquivel Bonilla - Tel. 25-54-25.

AGENCIA DE ALQUILERES

Alqui Vega, Av. Central, entre C. 23 y 25. Casa Nº 2338 - Tel. 21-19-61.

PASTAS FRESCAS

¿Quiero Más? S. A., Calle 21 Av. Central - Tel. 21-71-95. Ap. 4617.

RELOJES

Casa de los Brazaletes, toda clase de brazaletes para reloj, montaje gratis,
100 vs. Norte y 25 Oeste del Correo - Tel. 21-20-47.

FABRICAS

Fábricas de Marcos Llerandi, frente Pan American - Tel. 22-04-85.
Ap. 5229.

Fábricas de Valijas, Manufacturas Annia, frente Teatro Moderno -
Tel. 21-46-54.

Fábrica de Ropa La Tica, Ltda., para caballeros. Av. 6 Calles 4 y 6.
Tel. 21-54-62.

JUGUETERIA

Eurocentro Ltda., relojes cucú, cristalería y juguetes europeos. Calle 5
Av. 3 - Tel. 21-09-25.

Piñatas Isa, fabricantes de piñatas, 25 Sur Bomba Shell, Paseo Colón.
Tel. 23-24-69.

FIESTAS

Arlequín La Casa de las Fiestas, Avs. 8 y 10 Calle 12 - Tel. 21-93-53.

DIVERSIONES

Las Máscaras Bar Lounge, 75 Norte del Kiosco del Parque Morazán.
Tel. 21-85-69.

LICORERIA

Servicio Licorero Paseo Colón, A.S. 135 E. Bar Chico Soto - Tel. 23-42-56.

Bar Chico Soto, Paseo Colón, licores nacionales y extranjeros. -
Tel. 21-25-27.



Sr. Carlos Manuel Guardia aparece en la fotografía acompañado de la gentil señorita María del Rocío Carranza, representante de Costa Rica en el Reinado Internacional del Café a celebrarse en Colombia. El Sr. Carlos Manuel Guardia, Gerente del Instituto de Turismo, ofrece a PROA interesantes declaraciones sobre "turismo social".

TURISMO SOCIAL

Sinónimo de interrelación humana

Por Carlos Ml. Guardia E., Gerente del ICT

Al contrario de lo que pudiese suponerse, en el lenguaje de la técnica turística se denomina "turismo social" a la participación de las clases sociales de menores recursos económicos en el ámbito de los viajes dentro de un país determinado.

Concurren varios factores que, en apariencia, favorecen la práctica del turismo social; y el de que más se habla está fundado en el hecho de que las vacaciones anuales pagadas ofrecen, al obrero, la perspectiva de practicar el turismo.

Conforme a la experiencia de los países que más han evolucionado en turismo en la América Latina; o, más propiamente dicho, a tenor de lo que se hace en México, este turismo social sólo es posible financiarlo a través del Estado. En México se realiza por medio del Instituto del Seguro Social; y en base de la idea que se presta al futuro turista y no por simple propósito de comercio.

Naturalmente que la organización del turismo social no es cosa fácil, que pueda improvisarse o ponerse en ejecución de la noche a la mañana, supuesto que ello implica un grado de responsabilidad de los viajeros, en el sentido de disciplinarse en los métodos de ahorro para el objetivo de financiar los viajes; pero, de otra parte, hay necesidad previa de acondicionar y de seleccionar lugares o estaciones hacia los cuales se encaminarían los turistas. En otras palabras: en teoría, el proyecto es sugestivo; sin embargo, en la realidad, la ejecución de un programa de esta es-

pecie y categoría demanda la intervención directa de los poderes públicos y la preparación de estudios muy bien fundamentados antes de echar las bases de cualquier proyecto.

Sobre la materia, el tratadista español Luis Fernández Fuster expresa:

"Resuelto previamente el problema del tiempo (para hacer los viajes), se plantea, en primer lugar, la falta de dinero del obrero y su inexperiencia como turista. En cuanto a la obtención de viajes a precios reducidos, el problema es toda vía más candente". Tratando de adoptar o de alcanzar una fórmula más tangible y menos teórica y compleja, el Instituto Costarricense de Turismo ha ideado la formación y constitución de la Cooperativa Nacional de Recreación y Turismo; y en esta labor viene actuando con gran entusiasmo el señor Walter J. Hine, Jefe del Departamento de Desarrollo e Inversiones, quien ha recibido voces de estímulo de muchos ejecutivos de la empresa privada y de varias Municipalidades del país.

No debe perderse de vista que en turismo intervienen tres elementos básicos: transporte, alojamiento y promoción. Si todos trabajamos juntos y con entusiasmo, apoyando la cooperativa, sea por medio de sindicatos, de asociaciones de tantas clases que existen, podríamos lograr el empeño de disponer de instalaciones turísticas no de lujo —porque no sería, entonces, turismo social— sino de instalaciones sencillas, pero cómodas.

Necesidad de nuestro pueblo

Por Manuel Arce Gutiérrez

En nuestros días el fenómeno turístico ha llegado a tener una gran importancia para la vida económica, política, social y cultural de las naciones, constituyendo un nexo invaluable para el fortalecimiento de las relaciones internacionales como vínculo de paz.

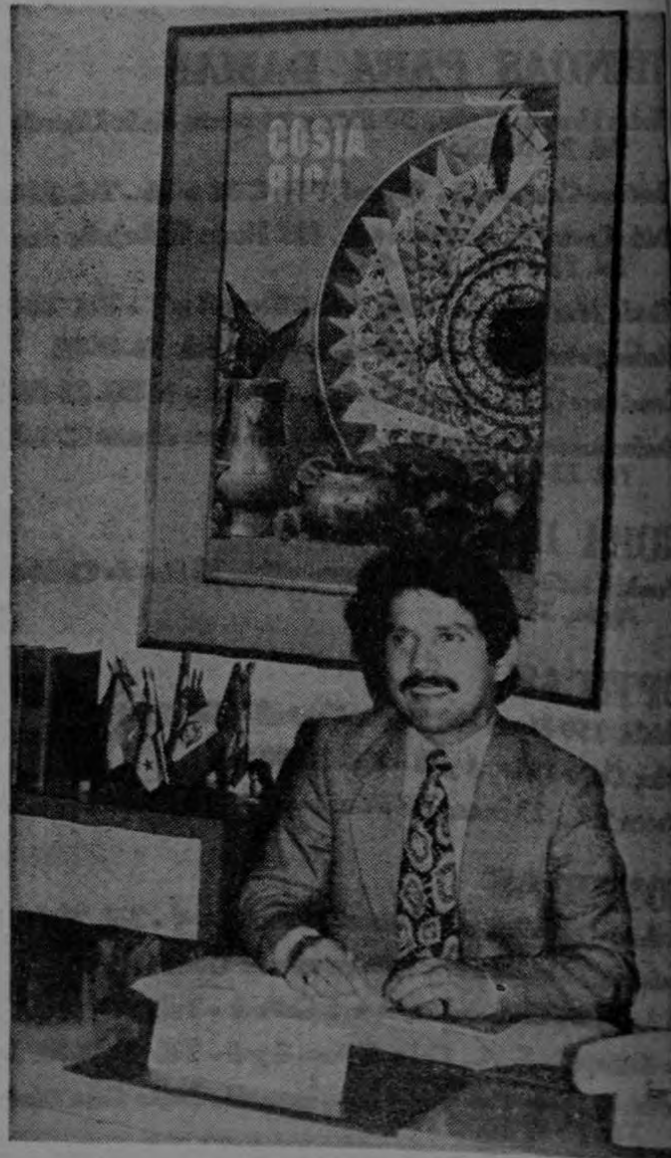
La vida moderna nos ha impuesto un ritmo acelerado de limitaciones y ha implantado normas; unas de orden operativo para poder que en la interacción entre los miembros de la sociedad convivamos de manera si bien no óptima, al menos tranquila y otras que, desafortunadamente, han sido impuestas por los más poderosos y poseedores del conocimiento técnico y demás medios materiales.

El hombre primeramente reconoce tres necesidades a satisfacer; comer, dormir y vestirse. El medio social, ha venido a fijar otras con grado de intensidad variable, respecto al espacio y al tiempo.

Hoy día trabaja el hombre y por disposiciones legales su labor está regulada; su jornada de trabajo se ha limitado a "x" horas diarias, "x" número de días a la semana, con "x" días de vacaciones pagados al año y con días feriados por motivos religiosos o de fiesta nacional con disfrute de pagas y tantos otros beneficios más. Pero qué hace el hombre en su tiempo libre?

Por recomendación de los técnicos y teóricos del turismo y por propia convicción llegamos a la conclusión de que el turismo es una necesidad de todos y cada uno de los hombres y que como tal, es de hacerlo de la conciencia de las instituciones y empresa y de cada quien, a fin de brindar e impulsar las facilidades para el logro de un disfrute adecuado del tiempo libre.

El quehacer turístico no es ya privilegio de unos pocos; se ha llegado a una "democratización", pero falta aún mucho para poder decirlo con todo el sentido de esa palabra. Es necesario aún, que el pueblo para poder utilizar satisfactoriamente su tiempo libre, se le ofrezca la posibilidad de que en su familia, con sus amigos o sólo, lo disfrute a orillas del mar, en la montaña, o en un pueblecito diferente al suyo y que abstraído de sus problemas y su quehacer rutinario, pueda hacer turismo y satisfaga así esta necesidad social de nuestros días.



Sr. Manuel Arce G.

Importancia del turismo social

Por Edgar Altamirano L.

Se entiende por turismo social el conjunto de relaciones y fenómenos propios de la participación de todos los miembros de la sociedad en la actividad turística y comprende una serie de medidas especiales por medio de las cuales dicha participación se hace posible, se promueve y se facilita.

Tenemos, pues, que el llamado "turismo social" abarca un vasto conglomerado humano que practica esta modalidad dentro de un marco de bajo costo.

El turismo social nació poco antes de la Segunda Guerra Mundial y se le dio esta denominación por el ámbito a que está circunscrito: trabajadores en general, estudiantes y personas de edad, en contraposición del concepto que se tenía de lo que se llama comúnmente "turismo", hasta entonces un privilegio de los sectores de población con altos ingresos quienes podían recrearse física y espiritualmente en una íntima comunión con los bienes naturales que posee nuestro planeta y con las facilidades que el hombre ha creado para ello.

La "democratización" del turismo como puede también llamarse al turismo social nació como una necesidad evidente del ser humano que, no importa su status, tiene derechos inalienables para sustraerse de sus hábitos de supervivencia y trabajo, dedicando un cierto tiempo para renovarse psíquica y materialmente luego del ingente esfuerzo que demandan sus labores.

Pero debe tomarse muy en cuenta que el común denominador de la gente asalariada, de los jóvenes, de los estudiantes y de las personas de edad avanzada no disfrutan de una afluencia monetaria tal que les permita elaborar un renglón, en su presupuesto de gastos para su recreación.

Es aquí donde debe intervenir tanto el Estado como la empresa privada, creando un plan de incentivos tal que permita a sus trabajadores el disfrute pleno de sus vacaciones o tiempos de descanso.

Incentivar al empleado es una de las bases sobre las cuales se sustenta el éxito tanto de una administración pública, como de una empresa privada, pues lo motiva para dar un óptimo rendimiento que se traduce en una mayor producción o una mejor prestación de servicio.

En el ámbito del turismo competen a la organización estatal de un país, problemas de medio ambiente, protección de la naturaleza y del patrimonio turístico.

Asimismo, debe labrar en este campo conjuntamente con la empresa privada especializada en la construcción de las instalaciones y facilidades necesarias para un amplio desarrollo de dicha actividad.

Paralelamente ambos campos de acción (el estatal y el privado) pueden establecer programas de turismo social para sus funcionarios, planearlos técnicamente y cristalizarlos en realidades plenas, con lo cual, volvemos a repetirlo, los motivarán positivamente hacia un mayor rendimiento en sus faenas y contribuirán a fortalecer su salud física y espiritual.

Para finalizar estas frases, solamente queremos manifestar que creemos firmemente en lo antes expuesto y que los planes que se lleven a cabo (financiación de paseos o estadías en lugares de interés turístico, organización de excursiones, etc., con cargo a la administración estatal o privada pero deducible mediante un sistema adecuado del salario del empleado y con un aporte patronal) redundarán en pingües beneficios de tipo social e incrementarán las buenas relaciones obrero patronales.

En ello estriba la importancia básica del llamado "turismo social".



Sr. Edgar Altamirano L.

¡Vamos a volar en grande con Pan Am! un vuelo diario entre Panamá y Guatemala en el fabuloso 747 de Pan Am

Desde el 31 de octubre, antes que en Sudamérica, Pan Am lo lleva en grande, en el fabuloso 747, el avión con todo el espacio del mundo. Todas las ventajas y comodidades de los vuelos a Europa o al Oriente están ya a su disposición en sus vuelos

diarios entre Panamá y Guatemala. Y en esta última ciudad usted puede hacer conexiones con los vuelos de Pan Am, también en el 747, a Los Angeles y San Francisco. Para volar en grande en Centroamérica, Pan Am es su mejor compra.

Su dinero va más lejos con



Pan Am

La línea aérea de mayor experiencia en el mundo.

Consulte a su Agente de Viajes o a Pan American World Airways. Edificio Solera Bennett, Avenida 3a. y Calle 5a., San José. Teléfono 21-88-77.



La exploración del fondo del océano Indico

El barco perforador "Glomar-Challenger" acaba de terminar la veinticinco campaña organizada por el organismo americano National Science Foundation, para el estudio de la corteza terrestre.

Por primera vez, un geofísico francés, don Roland Schlich, del Instituto de Física del Globo, había asumido la corresponsabilidad de una campaña. Otros dos investigadores franceses: un sedimentólogo, don Lucien Leclaire, del Laboratorio de Geología del Museo Nacional de His-

toria Natural, y un paleontólogo, don Jacques Sigal, del Instituto francés del Petróleo, formaron parte del equipo.

El "Glomar-Challenger" aparejó de Port-Louis (Isla Mauricio) el 30 de junio. Ha recorrido 9.500 km.; ha realizado 11 perforaciones, penetrando en total 4.253 metros de sedimentos y de rocas durante una campaña de cincuenta y cinco días, sin escala, que se terminó el 22 de agosto en Durban, Africa del Sur.

El análisis de las muestras sacadas durante las perforaciones ha servido para precisar que los fondos marinos del Océano Indico, actualmente situados en las profundidades de la cuenca de Madagascar (al sureste de la gran isla), llegaron a ese emplazamiento después de haber sido rechazados en el noreste hacia el suroeste sobre aproximadamente 2.000 km., al mismo tiempo que se hundían en varios miles de metros.

La OEA obtiene primer premio en exposición turística mundial

WASHINGTON, Nov. 21.—La Organización de los Estados Americanos (OEA) obtuvo el primer premio en una exposición sobre turismo realizada recientemente en un Congreso Mundial de la Sociedad Americana de Agentes de Viajes, efectuada en Las Vegas, Nevada.

La exhibición de la OEA fue escogida entre 170 muestras de todo el mundo durante la reunión que tuvo una concurrencia de 3.900 delegados.

Según la entidad organizadora, "hubo puestos de exhibidores sumamente bien decorados" en la exposición, "pero un busto parlante representando a Cristóbal Colón, que estaba en la presentación de la OEA, fue la sensación para todos los que concurrieron a ver los avances en la industria turística".

La exhibición de la OEA consistió en 480 diapositivas de color proyectadas simultáneamente en seis pantallas, con narración proveniente del busto de Colón y música típica de las Américas. El tema fue el año del turismo de las Américas una campaña promocional de la OEA cuyo objetivo es aumentar los viajes a y en América Latina.

Está fue la primera oportunidad en que la OEA concurrió a un Congreso de la Sociedad Americana de Agentes de Viajes, que tiene 10.500 miembros. Además de Agentes de Viajes, la integran representantes de aerolíneas, compañías de navegación, ferrocarriles, líneas de buses, firmas de alquiler de automóviles, hoteles, balnearios, oficinas gubernamentales de turismo y otras entidades relacionadas con la industria en más de 100 países y territorios.

Varios Estados miembros de la OEA participaron en la exposición, que se realizó entre el 5 y el 9 de este mes. Fueron Argentina, Brasil, Guatemala, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Estados Unidos y Venezuela. El próximo Congreso se realizará en Acapulco, México, entre el 21 y el 26 de Octubre de 1973.

La exhibición de la OEA, que ya ha sido mostrada en Vancouver, Canadá, y en Chicago y Boston, irá próximamente a varias otras ciudades de los Estados Unidos.



Déjese llevar por el amor.

Crea en las hermosas promesas.
Somos un Clan de gente con nombre y apellido.
Y lo que el Clan le promete:
Sonrisas cálidas, Bogotá, Lima,
buenas frecuencias de salida, langosta Termidor con vinos
de las mejores cosechas, organización en tierra y mucho cariño...
lo cumple cada uno de nosotros.
Juan el peruano, Iara la brasileña
y todos los del Clan amamos al mundo.

Déiese llevar por el Clan Braniff!



Braniff International

Para mayores informes consulte con su Agente de Viajes o a
RODOLFO ULLOA B.
Agente General - Apartado 398 - San José - Tel. 21-66-13