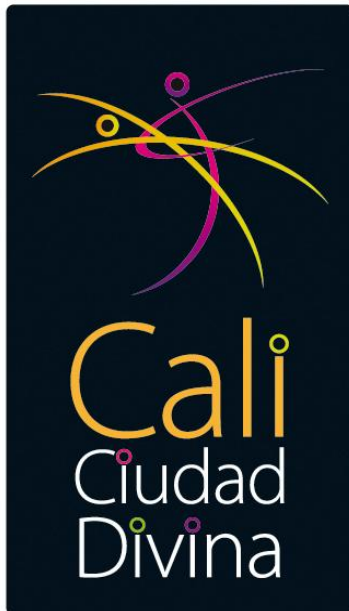


Exitosa propuesta de turismo se realiza en Cali



## CALI, “DIVINO DESTINO” EN SEMANA SANTA

- ✓ *Cali y el Valle del Cauca fueron destinos divinos en Semana Santa, con la campaña “Cali, ciudad divina”, estrategia regional que dinamizó las ventas del turismo y del comercio local.*
- ✓ *Con el eslogan “En esta Semana Santa el pecado no es estar en Cali” la campaña invitó a turistas y locales a disfrutar de una diversa programación que incluyó recorridos turísticos y religiosos por Cali y el Valle del Cauca, procesiones, misas, actividades gastronómicas, noche de luz en el Centro de Eventos, espectáculo de salsa con DELIRIO, conciertos líricos, cine religioso, entre el 27 de marzo al 4 de abril de 2010.*

Abril 6 de 2010

Con el objetivo de promocionar a Cali y al Valle del Cauca como destinos turísticos por excelencia y de dinamizar las ventas del comercio, las zonas gastronómicas y los hoteles, FENALCO Valle del Cauca con el apoyo de la Alcaldía de Santiago de Cal y la Cámara de Comercio de Cali, lideró la campaña **Cali, Ciudad Divina**, una novedosa propuesta que invitó a caleños y a turistas a disfrutar de la Sucursal del Cielo, en la Semana Mayor.

*“En FENALCO siempre hemos creído en las potencialidades turísticas del Valle del Cauca. Nuestra región es una tierra fértil aún por descubrir. Quienes vienen al Valle se enamoran de su comida, de su salsa, de su gente, de sus verdes paisajes, de su cálido clima. Quienes vienen al Valle, no quieren irse... y si deben irse, siempre regresan”, comenta al respecto la Presidenta de FENALCO Valle del Cauca, señora Rosa Jaluf de Castro, quien fue la principal impulsora de esta iniciativa.*

A la campaña se unieron los gremios del turismo: Anato, Cotelvalle y Acodrés, quienes a través de las agencias de turismo, los hoteles y los restaurantes, ofrecieron a los visitantes paquetes turísticos con precios especiales y actividades adicionales. *“Para nuestro Gremio es muy gratificante confirmar que Cali y el Valle tienen infraestructura para destacarse como destino turístico. Este año, con “Cali, Ciudad Divina” lo confirmamos. Ofrecimos paquetes especiales, con programación religiosa y cultural, y el público nacional respondió”, explica la señora Rosa Jaluf de Castro.*

También participaron en la campaña el Fondo Mixto de Promoción Turística, el Valle nos Toca, las aerolíneas, los Centros Comerciales y las instituciones culturales para hacer de Cali, un atractivo turístico, comercial, religioso y cultural en la Semana Santa. *“Toda la semana, desde el domingo de Ramos, hasta el domingo de Resurrección tuvimos programación, pensando en actividades para todos los público: desde misas, procesiones y cine religioso, hasta conciertos líricos, actividades gastronómicas, espectáculos musicales en los centros comerciales y show de salsa.”*, añade la Presidenta de FENALCO.

*“Con esta campaña, comprobamos que Cali es una ciudad dinámica y participativa. Tuvimos gran afluencia de público en la Misa de Mi Pueblo en la Iglesia La Merced; en la procesión del Perdón, la Reconciliación y la Paz; y en el Mercado Divino que hicimos en el Peñón el jueves y viernes santo.”* afirma la señora Jaluf de Castro.

A lo que añade *“La Noche de Luz en el Centro de Eventos, con la mejor gastronomía y la mejor música; y el Stabat Mater Dolorosa, concierto lírico dirigido por la soprano Zorayda Salazar, fueron momentos memorables en esta Semana Santa”*.

*“Sin duda, uno de los espectáculos más esperados fue el show de Delirio que presentamos en el Hotel Intercontinental. Con ese espectáculo quedó evidenciado que turistas y locales están ávidos de este tipo de presentaciones, que destacan el virtuosismo de nuestros bailarines y que transmiten la alegría, el sabor y el ritmo de la “salsa” caleña”*. Explicó la señora Rosa Jaluf de Castro.

A toda esta programación se sumaron los conciertos de la Orquesta Filarmónica de Cali, la Cantata “Réquiem para Don Cualquiera”, la programación artística y cultural en los Centros Comerciales, las exposiciones de arte, el ciclo de cine religioso y la programación del Zoológico de Cali y del Tren Turístico “Café y Azúcar”, para hacer de Cali un destino divino, cultural, gastronómico y comercial.

*“El balance es muy positivo. Nos queda la enseñanza de que unidos podemos más, y la confirmación de que el Valle es una tierra fértil para el turismo. Cali seguirá siendo “Ciudad Divina”, por este Semana Santa y todas las que vendrán”*, concluye la Presidenta de FENALCO, Rosa Jaluf de Castro.