

PUBLICACIÓN MENSUAL DE LA UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

aula

Noviembre/ 2017  
Año 12 N° 93

# MAGNA



— FIESTA ESPÍRITU —

DRAGÓN USFQ



## El editorial

La fiesta Star Wars USFQ reunió a más de 6.000 personas disfrazadas de pies a cabeza de diversos personajes de la saga, con el fin de romper un Récord Guinness. El resultado lo sabremos en tres meses, pero la evidencia del festejo queda grabada en las fotografías. Además, una infografía explicando los 20 años de la despenalización de la homosexualidad en Ecuador. Por otro lado, los representantes de Enseña Ecuador hablaron sobre el nacimiento y desarrollo de este proyecto tan necesitado en la educación del Ecuador. En la sección "It's nutrition, baby!", las expertas te indican qué hacer con los excesos de alimentos y bebidas de las próximas festividades. Además, te contamos sobre los nuevos e interesantes clubes que tiene la USFQ como el club de 4x4 y salsa choke. También el Financial club USFQ explica sobre los influencers y el vínculo con el consumidor.

Asimismo, ex alumnos de la USFQ comparten su opinión sobre su perspectiva en el ámbito futbolero y el emprendimiento que están realizando. En esta ocasión, una Alumni graduada en fotografía en la USFQ nos cuenta sobre el lanzamiento de un libro en el que relata el proceso de creación de los sombreros de toquilla y la vida de las personas que participan en él.

Continuando con el espíritu de la U, Aula Magna es un espacio libre de prejuicios, estereotipos o discriminación de cualquier índole.

¿Tienes alguna idea o tema que te interese y quieres publicarlo?

Escríbeme: [smabaroa@usfq.edu.ec](mailto:smabaroa@usfq.edu.ec)

Honestly. Truly,

Steph A.



LA CREW	
Editora General	La web
Stephanie Abaroa	<a href="http://aulamagna.usfq.edu.ec">aulamagna.usfq.edu.ec</a>
Redactores	Fotografía
Evelin Rosas	Cynthia Guaña
Carlos Marín	
Colaboradores	Asistente Administrativa
Alejandra Castillo	Patricia Pazmiño
Juan José Rueda	
Diseño y diagramación	Coordinadora de medios
Departamento de Diseño USFQ	Sara Flores

### AULA MAGNA

Aula Magna es un periódico, democrático y liberal, sin fines de lucro, comprometido con la defensa de los derechos y libertades de los ciudadanos. Las opiniones vertidas en el medio no comprometen a la Universidad San Francisco de Quito como institución, ni a sus autoridades. Los puntos de vista de la página de opinión y el contenido de todos los artículos son exclusiva responsabilidad de sus autores y no representa necesariamente la posición del medio

NOVIEMBRE 2017



## MAESTRÍA DE INVESTIGACIÓN EN ECONOMÍA

Resolución: RCP-SO-35-No.662-2017.



TÍTULO:

Magíster en Economía

Menciones en:

- Economía del Comportamiento
- Economía Computacional

DURACIÓN: 2 años

(4 semestres ordinarios y 2 veranos).

MODALIDAD: Presencial

HORARIO:

Primer año: lunes a jueves  
de 17h30 a 20h30.

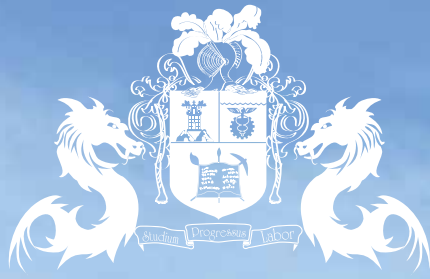
Segundo año: lunes y miércoles  
de 17h30 a 20h30.

Próximas  
fecha de examen:  
Enero a junio 2018

Inicio de clases:  
Agosto 2018

Pedro Romero Alemán  
Director del Programa  
Oficina: D-319-F  
Teléfono: 2971700 ext. 1276  
Celular: 593 – 9-84193832  
E-mail: [promero@usfq.edu.ec](mailto:promero@usfq.edu.ec)  
[promeroec@gmail.com](mailto:promeroec@gmail.com)

Santiago Tapia  
Coordinación de  
Posgrados – Admisiones  
Oficina: G-100  
Teléfono: 297-1700 ext. 1824  
E-mail: [stapia@usfq.edu.ec](mailto:stapia@usfq.edu.ec)



USFQ

# Explore The University\*

Conoce la primera universidad de  
Artes Liberales del mundo hispano

Tours  
5:00 pm

Martes 5 de diciembre  
Martes 12 de diciembre

\* INSCRÍBETE

online: [campustours.usfq.edu.ec](http://campustours.usfq.edu.ec) ó  
en la oficina de Admisiones

**#1** in Ecuador, **#45** in Latin America  
by Times Higher Education

# Salsa Choke: el ritmo del pueblo

Raisa Castro

Este género musical logró posicionarse en Latinoamérica con mucha fuerza aunque ha sido despreciado por muchos.

## ¿Qué es salsa choke?

La salsa choke es un género musical que ha tomado por sorpresa a muchas personas. Yeison Ibarque, director de la orquesta de salsa choke "Integración Casanova" en Colombia, dijo a la revista "Semana" que "la salsa choke lleva un poco de la salsa tradicional, con una mezcla de instrumentos como la marimba y ritmos urbanos.

Algunos la consideran del "pueblo" o que degrada al género de la salsa, pero se ha vuelto popular entre los jóvenes. Actualmente es tocada en discotecas de la capital y en las fiestas.

## ¿Cómo nació este género musical?

El género se originó en la ciudad de Cali, Colombia, en el 2008. Antes se la conocía como "salsa urbana" pero, al ser un término confuso, salió a la luz el nombre de "salsa choke".

El género llegó a popularizarse de tal manera que varios futbolistas de la selección colombiana, en pleno mundial del 2014, comenzaron a bailar después de ganar partidos o meter goles. Incluso bailaron el tema "Ras tas tas" en su bienvenida a Colombia después de ser eliminados del último mundial.

## El club de salsa choke de la USFQ

El club nació gracias a Gabriel Voleck, estudiante de octavo semestre de administración de empresas con un minor en psicología. A Voleck, que le encanta bailar, se le ocurrió que en sus dos últimos semestres quería integrar uno de sus hobbies preferidos a su vida diaria.

"Yo quería bailar salsa choke con regularidad", dice Voleck. "Así puedo bailar y así puedo enseñar a la gente. Puedo participar con más gente".

El club tiene prácticas los lunes y miércoles, las inscripciones están abiertas y, como lo dice el propio coordinador, se trata de divertirse.



Son muchos los grupos o artistas de salsa choke, pero hay algunos que son considerados "padres" del ritmo. El grupo Cali Flow Latino es autor del tema "Ras Tas Tas", uno de los más populares del género.

El coliseo de la USFQ es el hogar del club de salsa choke

En la clase, aunque no parezca, se suda y se esfuerza para mantener el ritmo.

Las risas y la diversión son lo que más destaca de la salsa choke.

# ¿Cómo sobrellevar los excesos de comida y bebida de diciembre?

Lucía Eguiguren  
Mónica Villar  
Carrera de Nutrición y Dietética

A partir del mes de noviembre comienzan todo tipo de festividades en las cuales la comida es el punto principal de toda reunión, es en ese momento que nos preguntamos ¿Qué debo elegir?, ¿cómo me puedo cuidar y qué alimentos no me hacen tanto daño? La respuesta es fácil: no abstenerse.

En general, todas las personas deberían llevar una alimentación saludable desde pequeños has-

ta adultos mayores, sin embargo, existen diversos motivos de festejo y a muchas personas les cuesta cuidar su alimentación. Por esta razón, las nutricionistas al tener presente este factor y reconocer que los alimentos en compromisos sociales no siempre son saludables, recomendamos no abstenerse. Tomando en cuenta que, la clave es no excederse para poder mantener un equilibrio en las comidas.



La cantidad de calorías en el consumo diario son 2.000, distribuidas en diferentes comidas al día. Sin embargo, es importante saber que existen alimentos con una cantidad de energía alta que pueden ofrecer solo calorías vacías, es decir alimentos sin valor nutritivo. En estas fiestas una persona podría llegar a consumir una gran cantidad de calorías ingiriendo pequeñas porciones de determinados productos. En estas fiestas el promedio de consumo puede llegar a 4.000 calorías o más. Sólo un vaso de gaseosa puede aportar más de 100 calorías extras a la dieta, más el pastel, más el brindis con alcohol, entre otros. Esto podría ocasionar

que una persona aumente hasta 3 kilos adicionales en una semana.

Cuando una persona come en exceso, lo que aumenta es la grasa corporal, pero cuando comienza a hacer dieta y pretende bajar de peso rápidamente reduce agua y músculo en un inicio. Pero si la dieta es adecuada y la persona es constante, disminuye la grasa corporal. Esto genera un desequilibrio en los componentes corporales.

Por esta razón, si la cultura de tomar ciertas bebidas con alcohol o comer platos típicos está tan arraigada en las tradiciones de diciembre, no se puede pedir que

no lo hagan. Las personas deben consumir los alimentos tradicionales, pero de forma moderada.

Por lo tanto, mantener una buena nutrición es sobre todo una cuestión de estilo de vida sosteniendo una alimentación saludable en todo momento, no es hacer una dieta por una semana o por un mes después de las celebraciones. Lo aconsejable después de estas fiestas es no hacer una dieta drástica en enero ya que puede ser perjudicial, sino se debe continuar con los hábitos alimenticios si son saludables, o si no es el caso, empezar con el consumo de alimentos saludables y modificar el estilo de vida.

# El Club de 4x4 USFQ hace correr a los fanáticos de la adrenalina



Equipo 4x4 USFQ listo para la carrera Rally Raid en Guayaquil

Pamela García

El Club 4x4 de la Universidad San Francisco de Quito debutó como ganador de la Copa USFQ el pasado cinco de abril. La empresa de accesorios de carreras en 4x4 Todoterreno auspició la carrera.

Como muchos de los clubes formados en la USFQ, este es uno de los más novedosos y diferentes. Estudiantes con afán a los deportes extremos y carreras de auto participan. Todos los que deciden asociarse con el club deben estar dispuestos a ensuciarse, sentir adrenalina y divertirse.

El club 4x4 se fundó en la universidad en mayo del 2013 a cargo de Tomas Polit. Desde entonces ha funcionado durante el periodo de clases y verano de los estudiantes. La dinámica consiste en reuniones semanales para dar una preparación previa a las prácticas con los automóviles 4x4. Una vez que conocen todas las medidas de seguridad están listos para las prácticas.

## EVENTOS PROGRAMADOS EN EL SEMESTRE

**EVENTO 1: MEET USFQLUB** Un evento de integración para todos los miembros del USFQLUB 4x4

•**EVENTO 2: 4X4 BEGINNERS** Paseo de un día para todos los integrantes del club para ir con vehículos 4x4 estándar.

•**EVENTO 3: 4X4 AMATEUR** Ruta de 4x4 de un día con vehículos con preparación básica

•**EVENTO 4: 4X4 PRO** Ruta de 4x4 de 1 o 2 días con vehículos preparados para travesías.



El Club 4x4 USFQ en una práctica a las afueras de Quito

El equipo realiza paseos a diferentes terrenos cerca de la ciudad y también a sectores de Guayaquil, Pedernales y la cumbre del Cotopaxi. Allí se realizan las prácticas para los competencias de 4x4 en el país. Ellos representan a la comunidad USFQ. El club obtiene todos los equipos y automóviles que consigue gracias a los talleres de Optimotors.

En Quito, el Ecuador Club 4x4 es el más reconocido en el país. Tiene 39 años de creación según el Ministerio de Cultura registrado como el "primer club de 4x4 en Ecuador". Está conformado por 68 personas que poco a poco se han convertido en expertos en las técnicas de manejo y en Todoterreno.

Actualmente, comparten videos con diferentes marcas de autos modificados por sus propios mecánicos para las carreras. Este club es pionero en esta actividad en Ecuador. Ahora el país cuenta con más rutas y terrenos abiertos que les permiten subir a la cumbre de varias montañas por la falta de glaciares. Una de las rutas más constantes que recorre este grupo es la de Chalupas en la parte oriental del Cotopaxi. Cualquier persona que quiera formar parte de este grupo puede contactarlos en Facebook como 4X4 extremo en Ecuador.

El 4x4 es una actividad extrema que ha tenido acogida por muchos fanáticos de este tipo de deportes; sin embargo, es poco conocido en el país. La geografía de Quito está casi diseñada para su práctica. Estos clubes ofrecen desenvolvimiento, experiencia y equipos automovilísticos para los que se les quieran unir. Su meta es que Ecuador tenga un reconocimiento mundial en las carreras 4x4.





# Educando y cambiando el mundo

Obras de arte, conciertos musicales, campañas de esterilización canina, entre otros, son los proyectos que niños y jóvenes en las escuelas de Ecuador han logrado junto al programa Enseña Ecuador.

Carlos Marín

El proyecto busca empoderar a los niños de comunidades marginales mediante una educación de calidad, enfocada en el liderazgo y el emprendimiento. Los graduados universitarios, de todas las carreras y niveles de título, son los agentes de cambio.

**“La educación no cambia el mundo, cambia a las personas que van a cambiar el mundo”**, dijo Paulo Freire, destacado teórico de la educación del siglo pasado. Y, no solo cambia y amplía el mundo de los estudiantes, sino también el de los educadores. Es, sin duda, un enriquecedor proceso de retroalimentación. Así lo demuestran proyectos generados desde el aula de clase en los últimos años, en los que han participado los Alumni de **Enseña Ecuador**. Quienes recién se han graduado de la universidad, o están por graduarse, pueden aprovechar la oportunidad

de cambiar el mundo y a sí mismos a través de la educación, mediante este proyecto. Para llevar a cabo tan visionaria empresa, la organización trabaja durante más de dos años con sus “profesionales”, desde el cuidadoso proceso de selección, hasta la vinculación con organizaciones públicas y privadas para quienes han terminado el programa.

**Lo primero para formar parte de esta iniciativa, es pasar por el proceso de selección. El registro, postulación, los días de dinámicas y prueba de aptitudes, y finalmente la entrevista,** buscan conservar dentro del programa a quienes estén dispuestos a desarrollar sus capacidades de liderazgo. La dedicación es una condición importante dentro de este programa, pues entregar el 110% es el principal ingrediente del éxito en la educación.

**Posteriormente, los participantes reciben 4 semanas de entrenamiento que les permitirán desarrollar herramientas y técnicas para desenvolverse frente al aula,** y a las problemáticas que puedan darse. Finalmente, los “profesionales” son colocados en una institución educativa pública o privada. Aquí, enseñarán, aprenderán, y participarán en la creación de proyectos durante dos años. **El trabajo es remunerado, de acuerdo a las políticas de la institución anfitriona.** El primer año transcurre, básicamente, en el desarrollo de “habilidades blandas”, es decir, capacidades de liderazgo, relaciones interpersonales, actitud positiva, entre otros. El segundo año está marcado por el desarrollo de un proyecto comunitario o investigación, basados en problemáticas de la comunidad y planteamiento

de soluciones. De aquí han surgido ideas tales como una campaña de esterilización canina y la socialización de una campaña en la cual los vecinos se responsabilizan por los animales callejeros del vecindario, en el sur de Quito. La campaña fue realizada por Giuliana Ollana, actual Alumni de Enseña Ecuador, y los estudiantes de Octavo de Básica B de la Unidad Educativa New Life, y se llamó **“Voces Caninas”**. En una

Finalmente, el programa vincula a sus Alumni, con redes nacionales e internacionales en las cuales ellos podrán vincularse y trabajar, reproduciendo las estrategias adquiridas en el trabajo educativo.

Enseña Ecuador es un programa que forma parte de la red internacional Teach For All, presente en más de 40 países.





# EL MAYOR EVENTO DE LA GALAXIA

Miles de personas (se rumorea que más de 6000) asistieron a una de las más grandes eventos de Star Wars en el mundo y la historia: La Fiesta Temática Star Wars en la Universidad San Francisco de Quito. Además de cientos de disfraces diferentes, hubo música, representaciones teatrales de la película, videojuegos, y más.

Desde las 8:30 de la mañana, este jueves 16 de noviembre, una enorme pero ágil fila avanzaba con estudiantes listos para registrar sus disfraces y su participación. Habían 5000 papeletas para quienes se registrasen, pero no fueron suficientes. Toda clase de personajes, jedís, siths, senadores, reinas, y demás, llenaron los patios de la USFQ. Minutos antes del mediodía, un drone fotografiaba desde el aire el inédito evento. Mientras tanto, los validadores que entregarán la información del evento a World Guinness Records, ultimaban los detalles finales que confirmarán el récord: La mayor reunión de personas vestidas de Star Wars de pies a cabeza. El proceso de confirmación es largo, así que aún tendremos

que esperar unos pocos meses para obtener la confirmación. Como no podía faltar, se tomaron las fotos oficiales en este momento. Luego de esto, comenzó el evento. La música fue uno de los más especiales ingredientes en este ambiente de ficción. En una destacada actuación, un coro conformado por estudiantes cantó uno de los más icónicos temas de la película, "The Imperial March".

La creación de Darth Vader, la mítica pelea entre Anakin y Obi Wan, o la Cantina de Mos Eisley con música en vivo, fueron algunos de los escenarios que sin duda quedarán grabados en la memoria de los asistentes.





## Lo doloroso de no ir al mundial

El hecho de que Ecuador no vaya al mundial significan varias cosas. Primero, perder una gran cantidad de dinero por parte de la FIFA, la no participación implica una pérdida de 2 millones de dólares. Ahora, si Ecuador, en un hecho hipotético, hubiese clasificado al mundial y dentro del certamen superaba la fase de grupos se embolsaba 12 millones dólares y la cifra aumentaba si continuaba avanzando en la competición. Por otro lado, si repetía su actuación del anterior mundial, donde quedó eliminado de la fase de grupos, ganaba 10 millones de dólares.

En total, Ecuador perdió 12 millones de dólares sin contar los ingresos extras por sponsors, proveedores, comerciales de tv, etc. En un informe de Mkt Registrado se especifica que una selección sudamericana puede aumentar esa cifra a 20 millones, debido a los elementos mencionados previamente. Es lógico pensar que ese dinero hubiese beneficiado en varias formas a la Federación Ecuatoriana de Fútbol.

En segundo lugar, Ecuador perdió la oportunidad de que sus figuras disputen su último mundial. Nuestro máximo referente y mejor jugador de todos los tiempos, Antonio Valencia, no disputará un nuevo mundial con la camiseta de la tri pues estará cerca de los 37 años cuando el 2022 llegue.

En tercer lugar, Ecuador está perdiendo valioso tiempo al esperar hasta el 2019 para elegir al nuevo DT. La FEF debió sentarse con los dirigentes de los equipos para elegir un nuevo estratega y acelerar el proceso de renovación. Esto es de carácter urgente, pues el nuevo técnico deberá elegir sus jugadores dentro de un grupo muy joven que tiene un promedio de edad de 24 años y casi sin experiencia en eliminatorias.

El directorio de la FEF debe tener su cierre tras permanecer poco más de diez años en el poder. Su salida debió ser inminente tras el caso Fifa Gate en 2015 y aún más cuando al presidente Chiriboga se lo condenó a una sentencia de 10 años por lavado de activos.

Ya no se puede llorar sobre la leche derramada. El combinado ecuatoriano debe dar vuelta a la página y empezar su preparación para el próximo mundial que se disputará en Qatar 2022.

# Un homenaje a las manos que tejen



Evelin Rosas

Los sombreros de paja toquilla son reconocidos como los sombreros más finos del mundo y son un orgullo para el Ecuador. Elaborar estas piezas de arte, es un trabajo minucioso que involucra a muchas manos. Senderos de Toquilla, el último libro de María Emilia Moncayo, fotógrafa Alumni de la Universidad San Francisco de Quito plasma el laborioso trabajo de cientos de artesanos que trabajan con la toquilla.

María Emilia inició su carrera de fotógrafa en 2004. Es autora y productora de los libros "Cuatro Andares, Caballos de Crianza en Ecuador" (2010) y "Tierra de Chagras" (2013). Ahora lanza "Senderos de Toquilla", un homenaje a los artesanos que producen estos sombreros.

La idea surgió cuando María Rosa Troya, productora de campo del libro, pidió a María Emilia que le ayudara a registrar en fotografías el proceso de producción de los sombreros, pues al ser un producto tan fino necesita explicarse para venderse. Al conocer el mundo de la toquilla María Emilia quedó fascinada y le propuso la creación del libro.

El trabajo de campo empezó en septiembre de 2016. En seis meses la fotógrafa recorrió las provincias de Manabí, Azuay y Cañar. Luego vino el trabajo de posproducción y el lanzamiento oficial se hizo en octubre de este año. El libro está en inglés y español, puede encontrarse en todas las librerías a nivel nacional, también está en aeropuerto tanto en salidas nacionales como internacionales.

Senderos de Toquilla es un libro de fotografía acompañado de textos. "Para que sea una

obra completa era indispensable que alguien experto en el tema escribiera los textos", asegura María Emilia. La encargada de darle voz a las fotografías fue Libertad Regalado historiadora ecuatoriana que ha estudiado diez años los procesos detrás de la toquilla y también ha escrito libros de historia en el tema.

El libro se puede leer de principio a fin o aleatoriamente. Cada fotografía lleva un pie de foto donde se describen procesos técnicos mientras que los textos a cargo de Libertad son líneas introductorias que ayudan al viaje del lector por la obra. "Con este libro me inicié como poeta, cuando me encontré con fotografías tan artísticas sobre el mundo del tejido de sombrero, quedé fascinada", comenta Libertad Regalado.

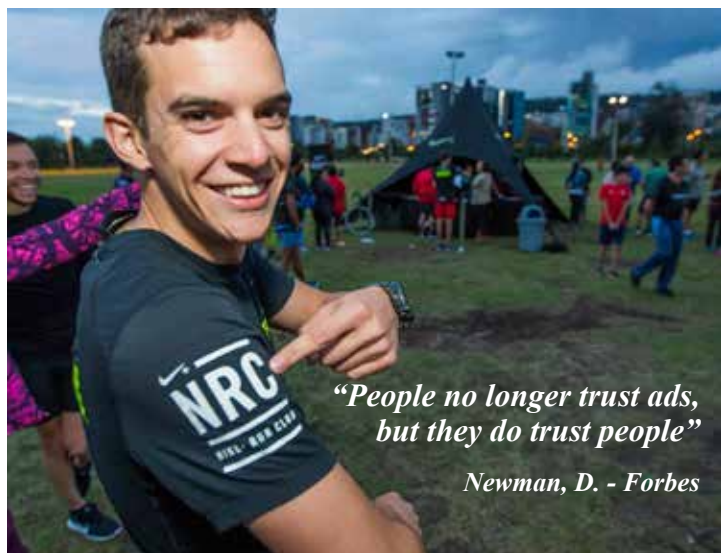
El texto está compuesto por fotografías que cuentan el proceso que vive la toquilla hasta convertirse en finos sombreros. Son miles de manos que existen atrás de un sombrero terminado. "Están las personas que siembran y cortan la toquilla, los que preparan las fases del blanqueado, el inicio de la corona. El libro es una contribución tanto para los artesanos y para todas las personas que usan sombreros de toquilla", explica Libertad.

El libro busca envolver al lector dentro de este proceso de producción tan genuino que se da al interior de nuestro país. "Conocí pueblos, caseríos y comunidades de un Ecuador profundo que muy poco se sabe. Los artesanos aman su trabajo están muy orgullosos de su labor y viven en paisajes espectaculares", agrega María Emilia.



# Influencer Marketing: El Rol de los embajadores e influencers en la creación de un vínculo con el consumidor

Sophia Chiriboga (estudiante de marketing), Cinthya Zurita (estudiante de finanzas y marketing), Paola Valencia (Coordinadora de la carrera de Marketing)



Martín Pérez influencer para Nike

En un día regular, una persona está expuesta a aproximadamente 5.000 mensajes publicitarios, según el New York Times. Por lo tanto, resulta una verdadera “pelea de ingenios” obtener la atención de los consumidores frente a esta sobreexposición de información. En la actualidad, son cada vez más las marcas que han apostado por una nueva estrategia de referencia Boca a Boca llamada “Influencer marketing”. Pero, ¿En qué consiste esta estrategia? Se trata de una técnica compuesta mayormente por un testimonio combinado con una publicidad sutil, en la que una figura pública es la encargada de difundir su experiencia con el producto o servicio a sus seguidores.

Taylor Swift, Antonio Valencia y Lionel Messi son algunas de las tantas celebridades que se han transformado en figuras aspiracionales para los consumidores potenciales de las marcas que representan. Esto ha generado un vínculo emocional con los consumidores que va más allá del ámbito publicitario. Los rasgos de personalidad y aptitudes de los *influencers* y embajadores han tenido una simbiosis con las marcas, lo que ha causado que los mismos incluso sean asociados como una misma identidad. Esta realidad es tan clara en nuestro medio que, hoy



Andrea Jativa embajadora de GREYD Dental Center.

en día, resulta utópico pensar en Adidas sin asociarlo con el jugador argentino, o incluso Nike sin recordar a los campeones olímpicos estadounidenses.

Ahora, ¿Qué está pasando en el ámbito ecuatoriano? ¿Se aplica esta tendencia también en nuestro país? De hecho, esta estrategia ha estado presente en nuestro medio más de lo que pensamos, o ¿quién no conoce Enchufe TV? Al hablar de *influencers* en el Ecuador se destacan principalmente *youtubers*, *fashion bloggers*, y embajadores de marcas; quienes durante los últimos años han ido construyendo un nuevo terreno que permite un acercamiento con el público objetivo a través de la identificación de realidades. Enchufe TV, por ejemplo, logró captar la atención de la población de 18 a 24 años mediante una sátira de las situaciones a las que, como ecuatorianos, nos vemos expuestos en el día a día. Tanto así, que marcas como Produbanco han identificado el alto impacto e influencia de estos personajes, por lo que, hoy en día, recurren a varios de estos *youtubers* como plataforma para llegar a su público objetivo. De igual manera, Nike llevó a cabo el reto “VaporMax”, en el que gracias a la participación de la embajadora de la marca Mónica Crespo, se incrementó el involucramiento del público, especialmente femenino

Mónica Crespo influencer para Nike.



CONECTADOS SIEMPRE  
A LO QUE NOS GUSTA  
LA TECNOLOGÍA QUE CONECTA AL ECUADOR  
PARA QUE DISFRUTES CON LA MAYOR VELOCIDAD.



PLAN  
CONEXIÓN 20  
+ CELULAR

TODO POR  
**\$36,50**  
+ IVA/ MES  
CUOTA MENSUAL FINAL: +40,88  
CUOTA INICIAL: +120

SAMSUNG J710



150 MINUTOS A TODAS LAS OPERADORAS

2500 MEGAS\*

50 MINUTOS AL EXTERIOR

f \* WhatsApp GRATIS

Claro música y Claro video

GRATIS POR 3 MESES

f t i Mi claro claro.com.ec

Claro la única red del Ecuador 4G LTE Advanced



Servicio prestado por Conecel S.A. Válido del 20 de noviembre hasta el 31 de diciembre del 2017. Minutos LDI aplican a los siguientes destinos: USA, Colombia, España, Perú, Venezuela, Chile, China, México, y Canadá. Bono de 500 MB aplica adicional al paquete de megas incluido en el plan por 24 meses consecutivos. \*Promoción 250 megas para facebook y ahatsapp gratis: Válido desde la aplicación oficial luego de consumidos los megas incluidos en el plan, Claro Video y Claro Música: Suscripción gratis incluida o promocional por tres meses según plan contratado. Precios incluyen tarifa mensual del plan, cuota de equipo financiada a 18 meses y garantía extendida. Aplica en zonas con cobertura 4G LTE y 4G LTE Advanced. Consulta equipos compatibles, condiciones e información en claro.com.ec