

Luciana Guschmer

Lanzamiento de ALU COSMETICS

Nathalia Regge

Regge Studio en la mira

MODA

Moda Materna: vestir el embarazo con comodidad

TECNOLOGÍA

¿Qué laptop elegir este regreso a clases 2026?

SALUD Y BIENESTAR

Colágeno como aliado clave para la salud

SELECCIÓN

Merkadocom y su oferta en el ecommerce de Ecuador

MAGAZINE 001

MARZO 2026

Geovana Enríquez

Pasión, disciplina y una marca que nació desde el esfuerzo

**Especial
BACK TO**

School

NOTA EDITORIAL

Magazine #1

Marzo 2026

Hoy presentamos el primer número de Merkadocom Magazine, un proyecto que nace con una convicción clara: el comercio electrónico en Ecuador necesita un medio propio.

No solo un marketplace, no solo una vitrina digital, sino un Ecommerce Media que conecte marcas, historias y consumidores desde una visión estratégica.

Este Especial de Regreso a Clases 2026 representa mucho más que una temporada comercial. Es un punto de partida.

Las historias de Geovana Enríquez con Verde Limón, Luciana Guschmer con ALU Cosmetics y Nathalia Regge consolidando su identidad de marca, demuestran que el crecimiento sostenible nace de propósito, disciplina y visión.

Leonisa, el hogar inteligente y la planificación del regreso a clases nos recuerdan que cada decisión de compra es también una declaración de estilo de vida.

Merkadocom Magazine surge para documentar esa transformación. Para dar contexto al consumo, visibilidad al emprendimiento y profundidad al ecommerce ecuatoriano.

Este es nuestro primer número. Y también el inicio de una nueva conversación digital en el país.

Carlos Viteri

CEO.- Merkadocom



ÍNDICE

03 - Merkadocom Magazine: el nacimiento del ECOMMERCE MEDIA en Ecuador

05 - Luciana Guschmer: Todo lo necesitas saber sobre el lanzamiento de su marca de belleza

08 - Geovana Enríquez: Pasión, disciplina y una marca que nació desde el esfuerzo.

11 - Natalia Regge: el paso de creadora de contenido a diseñadora con identidad propia.

14 - Leonisa y la nueva forma de vivir la moda íntima: comodidad, seguridad y estilo en una sola prenda.

16 - Limpieza inteligente en casa: cómo elegir la aspiradora ideal para tu ritmo de vida.

18 - Moda materna: vestir el embarazo con comodidad, seguridad, pero sobre todo, estilo.

19 - Diana González: la mujer detrás de Bloomy Maternity.

20 - Colágeno: por qué se ha convertido en un aliado clave para la salud y el bienestar diario.

22 - Krysthel Chuchuca: estilo, personalidad y el nacimiento de Lolilolita

24 - Especial Back to School.

26 - Nueve Consejos para que los Útiles Escolares Duren Todo el Año.

32 - Regreso a clases: más que una lista de útiles, una nueva forma de empezar.



Merkadocom Magazine: el nacimiento del ECOMMERCE MEDIA en Ecuador

Merkadocom Magazine introduce el concepto pionero de ECOMMERCE MEDIA en Ecuador: un espacio editorial que conecta contenido, inspiración y compra inteligente dentro del marketplace, transformando la forma en que descubrimos y consumimos online.

Merkadocom Magazine nace con una idea clara: cambiar la manera en que las personas descubren productos y toman decisiones de compra dentro del comercio digital. No se trata de crear otro catálogo ni de sumar un espacio publicitario más dentro del ecosistema online.

Se trata de construir un medio editorial que funcione como puente real entre contenido y consumo, entre inspiración y acción, entre información útil y compra inteligente. Esa es la esencia del concepto que hoy presentamos oficialmente como ECOMMERCE MEDIA: una nueva categoría dentro del comercio electrónico que integra narrativa editorial, recomendaciones contextualizadas y experiencia de compra en un solo entorno.

Sobre el esquema

Durante años, el eCommerce se ha apoyado principalmente en listados de productos, promociones y anuncios directos. El usuario entra, busca algo específico, compara precios y decide. Es una dinámica funcional, pero limitada.

La compra digital moderna no comienza siempre con una intención clara; muchas veces nace de una idea, de una necesidad que aún no está totalmente definida o de una inspiración que aparece mientras exploramos contenido relevante.

Allí es donde surge Merkadocom Magazine: un espacio editorial pensado para acompañar al consumidor desde la curiosidad hasta la decisión final, sin romper la experiencia ni forzar la venta.

Cuando hablamos de ECOMMERCE MEDIA hablamos de un modelo donde el contenido no es un accesorio, sino el eje central que guía la experiencia de compra.

En lugar de presentar productos aislados, el magazine los integra dentro de historias, tendencias, guías y recomendaciones que ayudan a entender por qué algo puede ser útil, cómo se adapta a un estilo de vida o qué problema resuelve.

El producto deja de ser un simple artículo en un listado y pasa a convertirse en una solución contextualizada. Esta filosofía redefine la relación entre marcas, comercios y usuarios, porque la confianza nace primero del valor del contenido y luego de la propuesta comercial.

Ecommerce Media: Innovación en el mercado ecuatoriano

Merkadocom Magazine es el primer proyecto en Ecuador que adopta formalmente esta visión como un modelo editorial y comercial integral. No hablamos solo de publicar artículos, sino de crear una plataforma que influya en la forma en que las personas descubren lo que compran.

La innovación está en la integración: cada contenido puede conectar con productos reales dentro del marketplace Merkadocom, permitiendo que el lector pase de la idea a la compra sin fricciones. Esto transforma el acto de navegar en una experiencia más natural, más informativa y más cercana a la realidad del consumidor actual. El término **ECOMMERCE MEDIA** define una evolución que ya empieza a marcar tendencia en mercados internacionales, pero que en Ecuador aún no había sido desarrollado bajo una visión clara y estructurada. Merkadocom Magazine asume ese desafío como un hito local.

Nuestra propuesta no es competir con medios tradicionales ni reemplazar el rol de las tiendas online; es fusionar lo mejor de ambos mundos. Por un lado, el valor editorial que informa, inspira y orienta. Por otro, la capacidad transaccional que permite convertir el interés en una acción concreta dentro del mismo ecosistema digital.

Este enfoque también cambia la forma en que las marcas y vendedores se conectan con el público. En vez de depender únicamente de anuncios o promociones temporales, pueden formar parte de narrativas que expliquen tendencias, resuelvan dudas y generen confianza. El resultado es una relación más sólida con el consumidor, basada en contenido útil y no solo en mensajes comerciales.

Para los comercios afiliados a Merkadocom, el magazine representa una vitrina editorial que agrega contexto y credibilidad a sus productos, aumentando las probabilidades de conversión sin necesidad de recurrir a estrategias invasivas.

La creación de Merkadocom Magazine responde también a una realidad del consumo digital ecuatoriano. El comercio online ha crecido rápidamente, pero aún existe una oportunidad enorme para mejorar la experiencia previa a la compra. Muchos usuarios necesitan orientación, comparaciones claras, ideas prácticas y referencias reales antes de tomar una decisión.

El **ECOMMERCE MEDIA** llega precisamente para llenar ese espacio. No buscamos vender más por presión, sino vender mejor mediante información relevante y experiencias de descubrimiento más inteligentes. Este concepto tiene un impacto directo en la forma en que entendemos el marketing digital. El contenido deja de ser una herramienta secundaria para convertirse en un activo estratégico del comercio electrónico.

Cada artículo puede aportar valor SEO, atraer tráfico cualificado, posicionar categorías del marketplace y generar un ciclo continuo de descubrimiento y conversión. El magazine se transforma así en un motor de crecimiento que no depende únicamente de campañas pagadas, sino de la capacidad de construir audiencia y confianza a largo plazo.

Interacción y Resultados

Otro punto clave es que Merkadocom Magazine no está pensado solo para grandes marcas. Su estructura permite que negocios afiliados, emprendedores y vendedores dentro del marketplace participen en un ecosistema editorial que amplifica su alcance.


Cuando un producto aparece dentro de un contenido bien construido, el usuario lo percibe de manera distinta: no como publicidad, sino como parte de una recomendación relevante. Esa diferencia cambia la percepción y mejora la decisión de compra.

Hablar de **ECOMMERCE MEDIA** implica también hablar de evolución cultural en el consumo digital. Estamos entrando en una etapa donde la experiencia importa tanto como el producto mismo. Los usuarios quieren descubrir, aprender y sentirse acompañados antes de comprar.

Merkadocom Magazine responde a esa necesidad creando un espacio donde el comercio electrónico deja de ser frío o puramente transaccional para convertirse en una experiencia más humana, informada y conectada con la vida cotidiana.

Hoy marcamos un punto de partida. Merkadocom Magazine no es solo una nueva sección dentro del marketplace; es una declaración de visión sobre el futuro del comercio digital en Ecuador.

Ser pioneros en introducir la categoría **ECOMMERCE MEDIA** implica asumir la responsabilidad de elevar el estándar del contenido comercial, demostrando que se puede incentivar el consumo en línea desde el valor editorial y no únicamente desde la promoción directa.

A close-up portrait of a woman with dark hair and light skin, wearing a red velvet glove. She is holding a small, silver, cylindrical tube of ALU cosmetics near her eye. The background is a deep red color.

Luciana Guschmer: todo lo necesitas saber sobre el lanzamiento de su marca de belleza

ALU Cosmetics, una marca ecuatoriana que combina belleza, actitud e identidad. Un proyecto que refleja su evolución como talento de pantalla hacia el emprendimiento con visión propia.

La carrera de algunas figuras públicas evoluciona frente al público, paso a paso, hasta transformarse en algo más grande que la exposición mediática. Ese es el caso de Luciana Guschmer, un talento de pantalla que ha logrado convertir su presencia en televisión y entretenimiento en una propuesta empresarial propia dentro del mundo de la belleza.

Durante años, Luciana fue conocida por su trabajo en medios, su imagen dentro del entretenimiento ecuatoriano y su estilo personal. Sin embargo, detrás de esa faceta pública existía una intención clara: crear algo propio, duradero y con identidad. Según ha compartido en entrevistas, la idea de desarrollar una marca de cosméticos nació varios años antes del lanzamiento oficial y tomó más de dos años de trabajo para materializarse.

El resultado fue ALU Cosmetics, un proyecto que representa una nueva etapa profesional marcada por el emprendimiento, el diseño y la búsqueda de una identidad propia dentro del mercado ecuatoriano.

El nacimiento de ALU

ALU Cosmetics fue presentada oficialmente a finales de 2025 como una propuesta inspirada en la idea de realzar la belleza natural sin ocultar la esencia personal. Luciana explicó que el proyecto nació junto a su hermana Alina, y que el nombre de la marca refleja esa conexión familiar y creativa.

En su propia descripción, ALU se presenta como una marca que combina actitud, identidad y estilo, cuidando detalles desde la selección de ingredientes hasta el diseño visual.

El lanzamiento tuvo una respuesta inmediata en redes y espacios comerciales, con eventos presenciales y formatos innovadores que ayudaron a posicionar rápidamente la marca dentro del mercado local.

Productos que reflejan identidad

Dentro del universo ALU, cada detalle busca reforzar la personalidad de la marca. No solo se trata de maquillaje, sino también de accesorios diseñados para complementar la experiencia.

Un ejemplo es la cosmetiquera metálica plateada, desarrollada como una pieza funcional y estética que refleja una visión contemporánea de la belleza, además de apostar por producción local en Ecuador. La idea es clara: crear productos pensados para la vida real, fáciles de usar y conectados con el estilo cotidiano de quienes los eligen.

El caso de Luciana Guschmer refleja una tendencia cada vez más visible en Ecuador: talentos de pantalla que llevan su experiencia pública hacia el emprendimiento, apostando por marcas propias con identidad clara.

Más allá de la imagen, ALU Cosmetics representa un cambio de enfoque. La belleza se entiende como una extensión de la personalidad y no como una transformación artificial. Esa visión conecta con una generación que valora propuestas auténticas, cercanas y con historia detrás.

Hoy, ALU es más que una línea de productos. Es un proyecto que marca una transición profesional y muestra cómo la exposición mediática puede transformarse en una plataforma para construir algo propio.

Y quizás esa sea la clave detrás de esta nueva etapa: convertir la visibilidad pública en una oportunidad para crear una marca que tenga vida más allá de la pantalla.

ALU

cosmetics



ALU

cosmetics



Berries Lip Butter Strawberry

Su textura cremosa, aroma delicado y fórmula con aceite de almendras y vitamina E lo convierten en el aliado perfecto para labios nutridos, cómodos y con brillo sutil.

20 USD



Berries Lip Butter Blueberry

Gloss azul translúcido que hidrata y realza el brillo natural de tus labios. Fresco y misterioso, aporta un acabado.

20 USD



Berries Lip Butter Cherry

Aporta un brillo rojo vibrante y jugoso que roba miradas. Hidrata profundamente mientras realza tus labios con un color atrevido.

20 USD



Perfume Rose Latte

Fragancia floral y cálida

42 USD



Noir Orchid Eau de Parfum

Fragancia sofisticada y elegante

42 USD



Geovana Enríquez

Pasión, disciplina y una marca que nació desde el esfuerzo

Geovana Enríquez combina su pasión por el deporte y los maratones con el espíritu emprendedor que dio vida a Verde Limón. Una historia donde disciplina, estilo y constancia se unen para crear una marca ecuatoriana que inspira desde los pequeños detalles.

Detrás de cada marca existe una historia personal que muchas veces pasa desapercibida. En el caso de Geovana Enríquez, fundadora de Verde Limón, esa historia está marcada por la constancia, la disciplina y una visión clara: construir un emprendimiento que conecte con mujeres reales, ofreciendo accesorios que combinen estilo, calidad y accesibilidad.

Verde Limón es una marca ecuatoriana de joyas y accesorios fundada hace 15 años por Geovana Enríquez. Nació como una celebración del estilo personal y la autoexpresión, y hoy se consolida como un símbolo de fuerza femenina, elegancia y propósito. Es un homenaje al poder de las mujeres: musas, soñadoras, empresarias, madres y creadoras que brillan con autenticidad.

Los inicios de Verde Limón: construir desde cero

Como muchos emprendimientos ecuatorianos, el inicio no fue sencillo. Geovana ha contado que los primeros años estuvieron llenos de retos, desde abrir el primer punto de venta hasta lograr mantenerlo activo mientras la marca se posicionaba. El camino implicó aprendizaje constante, sacrificio y mucha perseverancia.

La experiencia adquirida durante ese proceso permitió fortalecer el proyecto y entender mejor lo que busca el público: accesorios que acompañen el día a día, piezas fáciles de combinar y propuestas que hagan sentir seguras a quienes las usan.

Con el tiempo, Verde Limón se convirtió en una marca reconocida dentro del segmento de accesorios y moda accesible en Ecuador.



Más que moda: disciplina dentro y fuera del negocio

Algo que define a Geovana no solo es su visión empresarial, sino también su estilo de vida. Quienes la conocen saben que mantiene una relación muy cercana con el deporte, siendo apasionada por las competencias de Triatlón (Natación, Bicicleta y Running), actividad que ha formado parte de su rutina personal desde hace varios años.

Esta faceta deportiva aporta una dimensión interesante a su perfil como emprendedora. El entrenamiento, la constancia y la preparación que exige correr largas distancias se reflejan también en su forma de liderar su marca: avanzar paso a paso, mantener el enfoque y entender que los resultados llegan con disciplina.

El deporte, al igual que emprender, requiere resistencia mental y capacidad de adaptación. Esa conexión entre su vida personal activa y el crecimiento de Verde Limón aporta autenticidad a la historia detrás de la marca.

Los inicios de Verde Limón: construir desde cero

En su entrevista, Geovana destacó algo clave dentro del desarrollo de Verde Limón: la importancia del ecosistema digital para impulsar el crecimiento de la marca. Si bien los puntos físicos permitieron consolidar su presencia inicial, el entorno online abrió nuevas oportunidades para llegar a más clientes y ampliar el alcance del negocio.

Las redes sociales han jugado un papel importante para mostrar colecciones, compartir estilos y fortalecer la identidad visual de la marca. Plataformas como Instagram permiten inspirar, crear comunidad y mantener un contacto cercano con quienes siguen la evolución de Verde Limón.

Sin embargo, el crecimiento digital no se limita únicamente a la visibilidad. La incorporación de espacios de venta online como [Merkadocom](https://www.merkadocom.com) ha permitido transformar ese interés en oportunidades reales de compra, facilitando que más personas accedan a los productos desde diferentes ciudades del país. Este paso representa una evolución natural para la marca: combinar la conexión que generan las redes sociales con una plataforma de comercio que respalda la experiencia de compra y expansión comercial.

La combinación entre inspiración, comunidad y canales de venta consolidados refleja cómo los emprendimientos ecuatorianos están adaptándose a una nueva forma de consumir, donde la presencia digital no solo comunica, sino que también impulsa el crecimiento sostenible del negocio.

Ese enfoque práctico es parte del éxito de la marca. La moda actual valora la versatilidad, y los accesorios se convierten en una forma accesible de expresar estilo propio sin necesidad de cambiar todo el clóset. En sus propias palabras, Geovana ha señalado que emprender puede ser complicado al inicio, pero que los sueños se alcanzan cuando existe preparación y sacrificio.

Ese mensaje resume no solo la historia de Verde Limón, sino también la experiencia de muchos emprendedores ecuatorianos que construyen sus proyectos paso a paso. La combinación entre pasión personal, disciplina deportiva y visión empresarial convierte a Geovana Enríquez en un ejemplo de cómo diferentes áreas de la vida pueden complementarse para construir algo sólido y auténtico.

Porque, al final, tanto en una maratón como en un emprendimiento, la clave no está en la velocidad, sino en la constancia.



Verde Limón

JOYAS & MODA



Escapulario Divine

moderno, accesorio espiritual elegante para uso diario. Joyería sutil que complementa tu estilo con significado.

39 USD



Sweet Necklace

simboliza belleza y pureza, ideal para complementar cualquier outfit con un toque especial y lleno de armonía.

39 USD



Aretes Brown

Escapulario delicado y moderno, accesorio espiritual elegante para uso diario. Joyería sutil que complementa tu estilo con significado.

24 USD



Aretes Rose

Su tono rosado y diseño delicado crean un look moderno y femenino que destaca sin esfuerzo. Dale un giro elegante y fresco a tu estilo

24 USD



Pulsera Pink

Delicada, moderna y llena de encanto, es el accesorio perfecto para destacar tu estilo con un toque femenino y sofisticado.

28 USD



Abbie Necklace

Un accesorio delicado y versátil que combina con cualquier outfit y eleva tu look al instante.

39 USD



Collar Péndulo

Su diseño sutil y delicado lo convierte en el complemento ideal para lucir estilo sin esfuerzo. ¡Perfecto para brillar todos los días!

24 USD



Pulsera Loto

Su acabado con micro circones y ajuste cómodo lo convierten en el accesorio perfecto para iluminar tu look con delicadeza.

28 USD



Pulsera Flower

Esta pieza es perfecta para elevar cualquier look con elegancia, suavidad y un brillo moderno que destaca sin exagerar.

28 USD



Heart Earrings

Su diseño en forma de corazón, con piedras azules y fondo dorado, aporta un toque fresco, romántico y elegante. Ilumina tu estilo con los Heart Earrings.

28 USD



Ring Atasi

Realza tu estilo con este anillo afluorado de circón azul vibrante. Su brillo delicado y diseño elegante lo convierten en el complemento perfecto.

24 USD



Pulsera Circón

Luce un estilo fresco y elegante todos los días con esta pulsera ajustable delicada y sutil. El complemento para realzar tu look con un toque moderno.

26 USD

Natalia Regge: el paso de creadora de contenido a diseñadora con identidad propia

Con el lanzamiento de Regge Studio, apuesta por una moda cómoda, minimalista y hecha en Ecuador, reflejando un estilo de vida real donde el confort y la autenticidad van de la mano.

Hay figuras que evolucionan frente al público sin perder autenticidad. Natalia Regge pertenece a ese grupo de creadoras que han logrado convertir su estilo personal en una narrativa sólida, construida paso a paso entre redes sociales, televisión y ahora moda. Lo que comenzó como contenido digital hoy se transforma en una propuesta más íntima y concreta: una marca que refleja su visión de vida y su forma de entender la comodidad.

En los últimos años, Natalia se consolidó como una figura reconocida en Ecuador. Su presencia en plataformas digitales, donde comparte estilo de vida, moda y experiencias personales, conectó con una audiencia que encontró en ella una voz cercana y honesta. Esa conexión creció aún más tras su participación en MasterChef Celebrity Ecuador, donde llegó a ser finalista y mostró una faceta distinta: disciplina, creatividad y una personalidad genuina fuera del formato digital.

Lejos de quedarse únicamente en el rol de influencer, Natalia comenzó a explorar nuevos caminos creativos. Y esa evolución se materializó en 2026 con el lanzamiento de su propia marca de moda, una decisión que marcó un antes y un después dentro de su trayectoria.

El nacimiento de Regge Studio

El 12 de enero de 2026, Nathalia Regge presentó oficialmente Regge Studio, una marca que resume su visión de moda cómoda, versátil y funcional.

Regge Studio nace con una idea simple pero poderosa: crear prendas pensadas para la vida real. No se trata de moda complicada ni de seguir tendencias pasajeras, sino de piezas que puedan acompañar distintos momentos del día con naturalidad.

Dentro de su propuesta destacan:

- Hoodies y crewnecks en tonos neutros.
- Medias con mensajes positivos.
- Gorras y accesorios funcionales.
- Siluetas relajadas y fáciles de combinar.

Toda la colección gira alrededor de un concepto claro: vestir cómodo sin perder estilo.

Uno de los elementos que diferencia a Regge Studio es que no nace desde una estrategia comercial tradicional, sino desde la experiencia personal de su fundadora. Natalia, formada en diseño de interiores, trasladó su sensibilidad estética al mundo de la moda, apostando por líneas limpias, cortes simples y una estética minimalista.

Las prendas buscan integrarse a un clóset real: combinables entre sí, fáciles de usar y pensadas para acompañar jornadas largas, viajes o rutinas dinámicas. La idea detrás de la marca es que vestirse no debería ser complicado, sino intuitivo.

Además, la producción local juega un papel importante dentro del proyecto. Las piezas se desarrollan en Ecuador, apostando por procesos responsables y por el trabajo de manos locales, algo que refuerza el carácter consciente de la marca.

Más allá de la moda: una marca con narrativa personal

Uno de los aspectos más interesantes del caso Natalia Regge es cómo logró transformar su presencia digital en una identidad de marca coherente. Sus seguidores ya conocían su estilo relajado, sus hábitos conscientes y su visión sobre la comodidad, y Regge Studio aparece como una extensión natural de esa narrativa.

Más que una colección de ropa, la marca proyecta un estilo de vida: prendas que fluyen con el ritmo diario, sin esfuerzo y sin pretensiones. Esa filosofía también se refleja en los nombres y mensajes de sus productos, que transmiten una sensación de bienestar y actitud positiva.

COMFY LIFESTYLE
REGGE **RS** STUDIO

La moda, en este caso, funciona como un puente entre creadora y comunidad. No es solo diseño; es una forma de compartir una visión personal convertida en algo tangible.

El lanzamiento de Regge Studio coincide con una etapa de expansión profesional para Natalia. Su paso por televisión, su presencia en redes y sus colaboraciones con marcas internacionales muestran una carrera en constante transformación.

Lo interesante es que su historia representa una nueva generación de creadoras ecuatorianas que ya no se limitan a recomendar productos, sino que los desarrollan desde su propia visión. La transición de influencer a emprendedora creativa refleja un movimiento que cada vez se vuelve más visible en el mercado local.

Regge Studio no busca imponerse como una moda efímera. Su apuesta está en construir piezas duraderas, cómodas y alineadas con una forma real de vivir.

Y quizás esa sea la clave detrás del proyecto: convertir algo tan cotidiano como vestirse en una experiencia simple, honesta y coherente con quien lo lleva.





Todo Posi Crewneck

Hoodie de fit relajado, suave y abrigado, fácil de combinar y pensado para acompañarte en días largos, viajes o momentos de pausa.

55 USD



Hoodie Gris Latina

Hoodie gris de estilo urbano y fit cómodo, ideal para un look casual moderno. Suave, versátil y perfecta para usar todos los días.

55 USD



Hoodie Latina Beige

Hoodie beige de estilo moderno y cómodo, ideal para looks casuales. Diseño versátil, suave al tacto y perfecto para cualquier ocasión.

55 USD



Gorra Comfy Lifestyle

Cómoda, minimal y fácil de combinar, se adapta a cualquier look con un estilo limpio y relajado que suma sin esfuerzo.

22 USD



Medias Todo Posi

Medias cómodas y versátiles para tu día a día. Diseño moderno, ajuste suave y estilo casual que combina fácilmente con cualquier look.

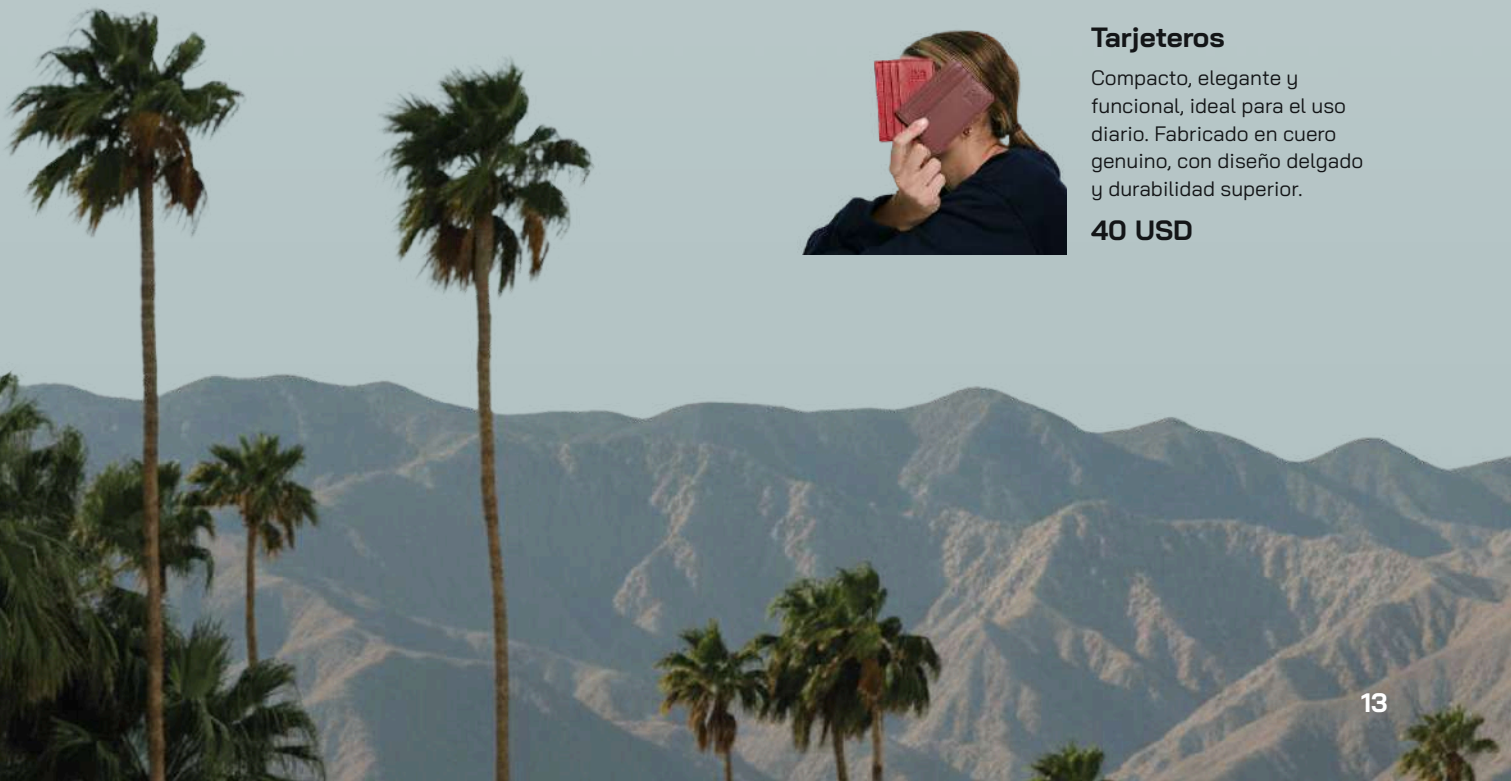
11 USD



Medias Always Comfy

Medias cómodas y suaves para uso diario, con ajuste perfecto y diseño versátil que brinda confort y estilo en cada paso.


11 USD



Tarjeteros

Compacto, elegante y funcional, ideal para el uso diario. Fabricado en cuero genuino, con diseño delgado y durabilidad superior.

40 USD



Leonisa y la nueva forma de vivir la moda íntima: comodidad, seguridad y estilo en una sola prenda

La ropa interior evoluciona hacia la comodidad y el bienestar diario. Descubre cómo Leonisa combina soporte, diseño y tecnología para crear prendas que se adaptan al cuerpo, aportando seguridad, confianza y estilo desde la base de cada look.

La ropa interior cambió de significado. Ya no se elige únicamente por estética ni se limita a ser una capa invisible debajo de la ropa. Hoy forma parte del bienestar diario, influye en la postura, en la seguridad personal y en cómo se siente cada mujer a lo largo del día. Elegir el brasier correcto puede transformar no solo un look, sino también la comodidad con la que se vive cada momento.

La moda femenina actual apuesta por prendas que se adapten a diferentes estilos de vida. Hay días que requieren soporte firme, otros buscan ligereza y algunos piden ese toque especial que realza la silueta sin perder naturalidad. Dentro de esta evolución, Leonisa se ha consolidado como una marca que entiende que la ropa interior debe acompañar el cuerpo y no limitarlo.

El brasier perfecto cambia según la ocasión

Una de las grandes tendencias en moda íntima es entender que no existe un solo tipo de brasier ideal para todo. Cada outfit, cada momento y cada necesidad requieren algo distinto. Por ejemplo, el Bra Escote Único – Leonisa responde a esas prendas con escotes pronunciados que muchas veces generan dudas al vestirse. Su diseño permite usar ropa más abierta sin sacrificar soporte ni comodidad, logrando un acabado limpio y elegante.

En contraste, hay días donde la prioridad absoluta es la comodidad. En esos casos, piezas como el Bralette Liso Encaje – Leonisa se convierten en favoritas. Su estructura más suave y el uso de encaje aportan ligereza y un toque femenino ideal para looks relajados o para quienes prefieren una sensación más natural durante largas jornadas. La clave está en tener opciones que acompañen diferentes momentos sin perder estilo ni funcionalidad.

Strapless: soporte real sin renunciar a la libertad

Uno de los mayores retos en moda interior siempre ha sido encontrar un strapless que realmente funcione. Muchas mujeres evitan este tipo de prendas por miedo a que se deslicen o no ofrezcan suficiente soporte. Sin embargo, el diseño actual ha cambiado radicalmente esa percepción.

El Brasier Strapless Antigraedad – Leonisa surge precisamente para responder a esa necesidad. Pensado para brindar máximo soporte sin tirantes, busca mantenerse firme incluso en movimientos constantes, convirtiéndose en un aliado para vestidos o tops descubiertos donde la confianza es esencial.

Para quienes buscan además un efecto de realce, el Brasier Strapless Magic Up Doble Realce – Leonisa añade volumen y definición de forma natural, logrando una silueta más armónica sin que la prenda pierda comodidad.

Y si el objetivo es combinar sensualidad y estructura, el Bustier Strapless Sutilmente Sexy – Leonisa aporta un diseño que mezcla soporte con estética, funcionando tanto como ropa interior como pieza protagonista dentro de ciertos looks modernos. Estas opciones reflejan cómo la moda íntima actual busca resolver problemas reales, ofreciendo soluciones prácticas sin sacrificar el diseño.

Moda íntima que empodera

Más allá de la funcionalidad, la ropa interior tiene un impacto emocional importante. Una prenda que se ajusta bien cambia la postura, mejora la seguridad y permite que la ropa exterior se vea mejor. Esa sensación de comodidad silenciosa se traduce en confianza.

Leonisa apuesta precisamente por esa idea: crear prendas que acompañen la vida cotidiana real, donde cada mujer pueda moverse con libertad, sentirse cómoda y al mismo tiempo mantener su estilo personal.

La evolución de la moda íntima demuestra que las mujeres ya no quieren elegir entre comodidad o diseño. Ahora buscan ambas cosas al mismo tiempo. Brasieres que se adaptan a escotes especiales, bralettes ligeros para el día a día o strapless que realmente sostengan forman parte de un guardarropa inteligente y versátil.

Al final, la ropa interior no es solo una base invisible. Es el primer paso para construir un look que se sienta bien desde adentro hacia afuera. Y cuando esa base funciona, todo lo demás fluye con mayor naturalidad.

LEONISA 70 AÑOS



Brasier tipo bralette en encaje y transparencias
32.99 USD



Bralette Liso + Encaje
22.50 USD



Bra Escote Único
38.99 USD




Bralette con arco en encaje liviano y suave
21.99 USD



Brasier de Doble Realce
36.99 USD



Brasier con arco Natural Look
34.99 USD



Limpieza inteligente en casa: cómo elegir la aspiradora ideal para tu ritmo de vida

La limpieza del hogar evoluciona hacia soluciones más prácticas y eficientes. Descubre cómo elegir la aspiradora ideal según tu estilo de vida y conoce opciones que combinan potencia, tecnología ciclónica y comodidad para mantener tus espacios siempre impecables.

La limpieza del hogar cambió. Ya no se trata solo de mantener los espacios ordenados, sino de hacerlo de manera más práctica, rápida y eficiente. El ritmo actual deja menos tiempo para tareas largas, por lo que los electrodomésticos dejaron de ser un lujo para convertirse en aliados cotidianos que simplifican la rutina.

Dentro de ese nuevo enfoque, las aspiradoras han evolucionado mucho más de lo que parece. Hoy no solo eliminan polvo; ayudan a mejorar la calidad del aire, facilitan la limpieza en diferentes superficies y permiten mantener el hogar en orden sin esfuerzo excesivo. Elegir la adecuada ya no depende únicamente del precio o del diseño, sino de comprender cómo se adapta al estilo de vida y al tipo de espacio que se desea mantener limpio.

Una de las principales tendencias actuales es apostar por modelos con tecnología ciclónica. Este sistema mantiene la succión constante separando el polvo del aire, evitando que el rendimiento disminuya con el uso continuo. Esto se traduce en limpiezas más eficientes y menos interrupciones, algo que muchas familias valoran cuando buscan resultados rápidos y efectivos.

También aparece otro factor clave: la calidad del aire dentro del hogar. Los filtros HEPA, presentes en varios modelos modernos, ayudan a retener partículas finas y alérgenos, algo especialmente importante en hogares con niños, mascotas o personas sensibles al polvo.

Más que un detalle técnico, se convierte en una característica que influye directamente en el bienestar diario.

Potencia, practicidad y capacidad: tres formas de limpiar mejor

Cuando hablamos de aspiradoras, no todas cumplen exactamente la misma función. Hay modelos diseñados para limpiezas intensivas y otros pensados para el mantenimiento diario. La clave está en identificar qué necesita cada hogar.

Para quienes buscan rendimiento superior y sesiones de limpieza más largas, la Aspiradora Black and Decker V CBD8090 ofrece una propuesta potente gracias a sus 2200W y su depósito de 3 litros. Este tipo de capacidad permite limpiar áreas amplias sin vaciar el recolector constantemente, algo ideal para casas grandes o rutinas más exigentes. Además, su tecnología ciclónica y filtro HEPA ayudan a mantener un ambiente más limpio mientras se aspira.

Si el objetivo es encontrar un equilibrio entre potencia y versatilidad, la Aspiradora Black and Decker V CBD8530 se presenta como una alternativa muy práctica. Sus 2000W, recipiente lavable y accesorios como cepillo 2 en 1 para pisos y alfombras facilitan el uso diario, especialmente en hogares donde se combinan diferentes superficies. Su cable retráctil y diseño funcional también apuntan a una experiencia más cómoda.

Para espacios más pequeños o quienes buscan una opción funcional y sencilla, la Aspiradora Black + Decker 1800 W Rojo V CBD603 ofrece potencia de 1800W y bolsa de tela lavable, manteniendo una limpieza constante sin complicaciones. Es un modelo pensado para el uso cotidiano, donde la practicidad pesa más que las funciones avanzadas.

El hogar moderno busca eficiencia, no complicaciones

Más allá de las especificaciones técnicas, existe algo importante: la limpieza moderna se enfoca en ahorrar tiempo. Ruedas que protegen los pisos, cables retráctiles, cepillos adaptables y depósitos fáciles de vaciar son elementos que marcan una diferencia real cuando se usan a diario.

Este cambio de mentalidad también influye en cómo descubrimos los productos. Ya no basta con ver una oferta; las personas buscan entender cómo un electrodoméstico mejora su rutina y qué beneficio real aporta.

Cuando un usuario comprende qué tipo de aspiradora necesita según su espacio, su tiempo disponible y su estilo de vida, la compra deja de sentirse impulsiva y se vuelve una decisión informada. El producto pasa a ser una solución concreta, no solo un artículo más dentro del catálogo.

Hoy la limpieza eficiente no significa dedicar más horas, sino elegir herramientas que trabajen mejor. Y en esa evolución, las aspiradoras modernas cumplen un papel clave: permitir que el hogar se mantenga fresco, limpio y cómodo sin complicar la rutina diaria.



Aspiradora Black and Decker V CBD8090

Su tecnología ciclónica y filtro HEPA aseguran un aire más limpio, mientras que sus ruedas de goma brindan un uso seguro en cualquier superficie.

203 USD



Aspiradora Black and Decker V CBD8530

Equipada con recolector de plástico lavable, filtro HEPA, cable retráctil y cepillo 2 en 1 para pisos y alfombras, ofrece practicidad, eficiencia y el mejor precio del mercado.

153 USD



Aspiradora Black and Decker V CBD603

Con potencia de 1800W, bolsa de tela lavable, cable retráctil y cepillo 2 en 1 para pisos y alfombras, combina practicidad y eficiencia.

130 USD

BLACK+DECKER



Moda materna: vestir el embarazo con comodidad, seguridad y estilo

La moda materna evoluciona para acompañar el embarazo con comodidad y estilo. Descubre cómo Bloomy Maternity, fundada por Diana González, impulsa una nueva visión en Ecuador: prendas funcionales, femeninas y pensadas para que cada mujer viva esta etapa sintiéndose auténtica.

El embarazo transforma muchas cosas, y una de ellas es la relación con la ropa. El cuerpo cambia, las necesidades evolucionan y lo que antes era cómodo deja de funcionar de la misma manera. Por eso la moda materna dejó de ser una categoría limitada para convertirse en una forma de acompañar cada etapa con prendas que se adaptan, se sienten bien y ayudan a mantener la identidad personal durante todo el proceso.

Hoy la mujer embarazada no busca simplemente ropa amplia; busca diseño, funcionalidad y versatilidad. Quiere sentirse cómoda, segura y femenina, sin dejar de reconocerse frente al espejo. Esa evolución ha dado paso a marcas especializadas que entienden que la maternidad no significa renunciar al estilo, sino reinterpretarlo.

Dentro de este nuevo escenario surge Bloomy Maternity, una propuesta ecuatoriana enfocada en crear prendas pensadas para acompañar el embarazo y el posparto combinando diseño, comodidad y funcionalidad. Según su historia, la marca nació en Guayaquil con el objetivo de ofrecer ropa materna realmente adaptada a los cambios del cuerpo y a las necesidades reales de las mujeres.


Cuando la moda se adapta a la maternidad

Durante años, la moda para embarazadas estuvo asociada a prendas básicas y poco favorecedoras. Hoy la tendencia apunta hacia diseños que puedan utilizarse antes, durante y después del embarazo. El objetivo es invertir en piezas que evolucionen junto al cuerpo. Por eso vemos cada vez más:

- Vestidos cruzados tipo wrap que se adaptan al crecimiento del vientre.
- Telas suaves y ligeras.
- Prendas con ajuste flexible.
- Diseños funcionales para lactancia.

Un ejemplo son los vestidos wrap, diseñados con cortes cruzados y cintas ajustables que permiten adaptar la prenda a distintas etapas del embarazo y posteriormente al posparto.

La clave está en crear un guardarropa que acompañe sin limitar, donde la comodidad se combine con un diseño actual y femenino.



Diana González: la mujer detrás de Bloomy Maternity

Detrás de Bloomy está Diana González, fundadora de la marca y protagonista de una historia que conecta emprendimiento, sensibilidad y visión. La idea nació luego de escuchar a amigas cercanas que compartían una misma dificultad: encontrar ropa materna cómoda, estilizada y realmente pensada para los cambios físicos del embarazo.

A partir de esa observación, Diana decidió convertir la necesidad en una propuesta concreta. Para dar forma a su idea, se formó en diseño de modas en la academia Chiolecca en Guayaquil, con el objetivo de crear una línea que acompañara a las mujeres durante todo el proceso de maternidad, haciéndolas sentir seguras, libres y atractivas.

Bloomy no nació solo como una marca de ropa. Su visión fue crear una propuesta humana y cercana, donde cada prenda simbolizara una etapa de transformación. Incluso el nombre tiene un significado especial: "Bloomy" viene de la idea de florecer, reflejando el crecimiento y cambio natural que vive cada mujer durante el embarazo.

Además, la marca apuesta por confección local en Ecuador, apoyando talleres y costureras nacionales dentro de un modelo responsable que busca generar impacto positivo en la economía local.


Moda maternal que acompaña cada etapa

Uno de los aspectos que más valoran las futuras mamás es encontrar prendas que no queden relegadas después del embarazo. Bloomy Maternity trabaja justamente esa versatilidad, desarrollando piezas que pueden seguir usándose en la etapa de lactancia o incluso mucho después.

Vestir la maternidad como una experiencia positiva

Hablar de moda materna también es hablar de bienestar emocional. Una prenda cómoda puede cambiar cómo se vive el día, cómo se camina, cómo se enfrenta una reunión o cómo se disfruta un momento cotidiano.

Cuando la ropa se adapta al cuerpo y no al revés, la confianza crece. Ese es uno de los pilares que muchas marcas especializadas comienzan a entender: la moda durante el embarazo no es un lujo, es una herramienta de comodidad y autoestima.



Colágeno: por qué se ha convertido en un aliado clave para la salud y el bienestar diario

El colágeno se ha convertido en un aliado del bienestar integral. Más allá de la belleza, estudios muestran beneficios en hidratación y elasticidad de la piel, además de apoyo para la salud articular.

Hablar de bienestar hoy ya no significa solo cuidar la apariencia. Cada vez más personas buscan hábitos que favorezcan la salud desde adentro, entendiendo que la piel, las articulaciones y la energía general del cuerpo están conectadas. En ese contexto, el colágeno se ha convertido en uno de los suplementos más populares dentro de las rutinas de cuidado personal.

El motivo es simple: el colágeno es una proteína esencial que forma parte de la estructura de la piel, los músculos, tendones y articulaciones. Con el paso del tiempo, su producción natural disminuye, lo que puede reflejarse en cambios visibles en la piel o en la sensación de rigidez articular. Por eso muchas personas empiezan a incorporar suplementos que ayuden a complementar esa reducción natural.

Colágeno y salud de la piel: lo que dice la ciencia

Uno de los beneficios más estudiados del colágeno está relacionado con la piel. Diversos estudios clínicos han observado que el consumo regular de péptidos de colágeno puede contribuir a mejorar la hidratación y la elasticidad cutánea cuando se usa de manera constante durante varias semanas.

Estas mejoras no ocurren de un día para otro. Generalmente los cambios se observan tras un uso continuo de entre 8 y 12 semanas, lo que confirma que el colágeno funciona más como un proceso acumulativo que como una solución inmediata.

Además, revisiones científicas que analizaron múltiples estudios concluyen que los suplementos de colágeno pueden aportar beneficios estadísticamente significativos en hidratación y elasticidad, aunque siempre se recomienda acompañarlos con hábitos saludables como una buena alimentación e hidratación diaria.

Más allá de la belleza: articulaciones y bienestar general

Aunque muchas personas lo asocian únicamente con el cuidado estético, el colágeno también ha sido estudiado por su relación con la salud articular.

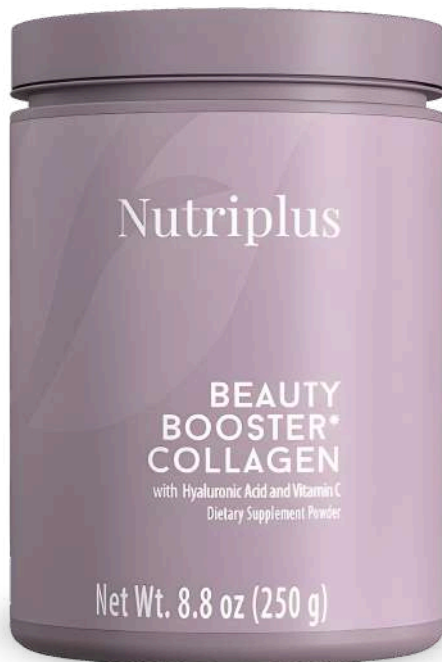
Metaanálisis recientes muestran que la suplementación podría ayudar a mejorar el confort y la movilidad en personas con molestias articulares, especialmente en casos relacionados con el desgaste natural de las articulaciones. Esto explica por qué el colágeno ha comenzado a integrarse en rutinas de bienestar más amplias: no solo para verse bien, sino también para sentirse bien en el día a día.

El enfoque actual ya no se centra únicamente en combatir signos de la edad, sino en mantener la calidad de vida, la movilidad y el equilibrio general del cuerpo.

Un aliado fácil de incorporar a la rutina diaria

Uno de los puntos más valorados por quienes consumen colágeno es su facilidad de uso. Las versiones sin sabor permiten integrarlo fácilmente en la rutina diaria, mezclándolo con agua, café, jugos o batidos sin alterar el gusto de las bebidas.

En esta línea, el Beauty Booster Collagen Unflavored 250gr – Farmasi se presenta como una opción práctica para quienes buscan incorporar este tipo de suplemento en su día a día. Su formato neutro facilita el consumo y permite adaptarlo a diferentes estilos de vida.



a clave siempre está en la constancia. El colágeno funciona mejor cuando se convierte en un hábito sostenido, acompañado de descanso adecuado, buena alimentación y movimiento físico regular.

Bienestar que se construye desde adentro


El interés creciente por el colágeno refleja un cambio importante en la forma en que las personas entienden la salud. Ya no se trata solo de soluciones rápidas o cambios externos, sino de construir hábitos que apoyen el bienestar de forma integral.

Piel más hidratada, mejor sensación de elasticidad y mayor confort diario son algunos de los motivos por los que este suplemento ha ganado protagonismo en la conversación sobre cuidado personal.

Al final, la verdadera transformación no viene de un solo producto, sino de pequeñas decisiones cotidianas que, sumadas, pueden marcar una diferencia real. Y allí es donde el colágeno se convierte en un aliado más dentro de una rutina enfocada en sentirse bien, por dentro y por fuera.

FARMASI





Krysthel Chuchuca: estilo, personalidad y el nacimiento de Lolilolita

Krysthel Chuchuca da un nuevo paso en su carrera con Lolilolita, una marca que refleja su estilo fresco y femenino. Una propuesta de moda que combina autenticidad, cercanía y actitud, pensada para mujeres que quieren expresar su personalidad con naturalidad.

Hay figuras que logran transformar su presencia pública en algo más personal y creativo. Ese es el caso de Krysthel Chuchuca, talento ecuatoriano que ha construido una identidad propia combinando moda, entretenimiento y estilo de vida. Su evolución profesional no solo se refleja en la pantalla o en redes, sino también en su incursión dentro del mundo emprendedor a través de una marca que representa su esencia: [Lolilolita](#).

Con una imagen fresca, femenina y cercana, Krysthel se ha ganado un espacio dentro del entretenimiento ecuatoriano gracias a su carisma y autenticidad. Pero más allá de su exposición mediática, su interés por la moda siempre estuvo presente. Ese gusto personal por los detalles, el diseño y la forma en que la ropa comunica personalidad terminó convirtiéndose en una propuesta concreta que hoy toma forma como marca.

Lolilolita nace precisamente desde esa visión: crear piezas que reflejen actitud, frescura y una feminidad moderna, conectando con mujeres que buscan sentirse cómodas sin dejar de expresar su estilo.

Una marca que refleja identidad

Cuando una marca surge desde la experiencia personal de quien la crea, el resultado suele sentirse más auténtico. En el caso de Lolilolita, la propuesta parte de una idea simple pero poderosa: prendas y accesorios pensados para acompañar el día a día con un toque especial, sin complicaciones.

La esencia de la marca se mueve entre lo casual y lo femenino, con piezas que pueden adaptarse fácilmente a diferentes momentos. No se trata de seguir tendencias pasajeras, sino de crear un estilo reconocible y cercano, donde cada detalle conecte con la personalidad de quien lo usa.

Ese enfoque responde a una realidad actual: las mujeres buscan prendas versátiles, cómodas y con carácter propio. La moda deja de ser algo rígido para convertirse en una extensión del estado de ánimo y del estilo de vida.

El paso del talento mediático al emprendimiento

Cada vez es más común ver a figuras del entretenimiento dando el salto hacia proyectos propios. En el caso de Krysthel, la creación de Lolilolita representa una evolución natural de su carrera. Pasar de ser imagen pública a desarrollar una marca implica una nueva forma de contar historias, esta vez a través del diseño y la moda.

El proceso detrás de una marca no solo involucra estética; también requiere visión, constancia y una conexión real con el público. Lolilolita surge como resultado de esa búsqueda: crear algo que trascienda la pantalla y se convierta en una experiencia tangible para su comunidad.

La propuesta se enfoca en prendas que acompañen la rutina diaria, fáciles de combinar y con una energía juvenil que refleja la personalidad de su fundadora. Esa coherencia entre imagen y producto es justamente lo que permite que la marca se sienta genuina.

Moda con actitud y cercanía

Uno de los valores que más se destacan dentro de esta nueva generación de marcas ecuatorianas es la cercanía. Las personas ya no solo compran ropa; buscan historias, inspiración y autenticidad detrás de lo que eligen.

Lolilolita conecta con esa tendencia a través de una estética ligera, moderna y femenina, pensada para mujeres que disfrutan expresar su estilo sin esfuerzo. La intención no es imponer un look específico, sino ofrecer piezas que puedan adaptarse a distintas personalidades.

Además, el hecho de que la marca nazca desde una figura conocida genera una conexión inmediata con quienes han seguido su trayectoria. El público siente que conoce la historia detrás del proyecto, y eso convierte la experiencia de compra en algo más emocional y cercano.

Una nueva etapa que apenas comienza

El lanzamiento de Lolilolita marca un momento importante dentro del recorrido profesional de Krysthel Chuchuca. No solo representa una nueva faceta creativa, sino también un paso hacia el emprendimiento y la construcción de una identidad que va más allá de la imagen pública.

En un mercado donde la moda cambia constantemente, las marcas que logran conectar son aquellas que cuentan algo real. Y en este caso, la historia es clara: una mujer que transforma su estilo personal en una propuesta que busca inspirar a otras a sentirse seguras, cómodas y auténticas.

El crecimiento de proyectos como Lolilolita demuestra que la moda ecuatoriana vive una etapa interesante, donde nuevas voces y talentos empiezan a construir marcas propias con identidad local.

Quizás lo más interesante es que esta historia recién comienza. Porque cuando una marca nace desde la pasión y la personalidad, su evolución se vuelve tan dinámica como las personas que la inspiran.



Todo lo que buscas, al mejor
precio solo en

merkadocom

BACK TO *School*

Ctaálogo de Temporada NO.001 2026



merkadocom

BACK TO

School

Costa 2026



En Merkadocom creemos que cada regreso a clases representa una nueva oportunidad para crecer, aprender y construir futuros llenos de posibilidades. Por eso presentamos nuestra campaña "Back to School con Merkadocom", una edición especial creada para acompañar a familias, estudiantes y docentes en esta importante temporada escolar en la Costa 2026.

Hemos reunido una selección estratégica de productos que combinan calidad, innovación y precios accesibles, pensados para facilitar el aprendizaje dentro y fuera del aula.

Desde tecnología y útiles escolares hasta accesorios y soluciones prácticas para el día a día, nuestro objetivo es ofrecer todo en un solo lugar, con la comodidad y confianza de comprar en un marketplace que impulsa el comercio local.

Este catálogo es más que una guía de productos: es una invitación a comenzar el año escolar con energía, organización y las mejores herramientas. Bienvenidos a una nueva temporada, donde aprender también significa avanzar juntos

www.merkadocom.com

9 Consejos para que los Útiles Escolares Duren Todo el Año

por Ma. Fernanda Jara

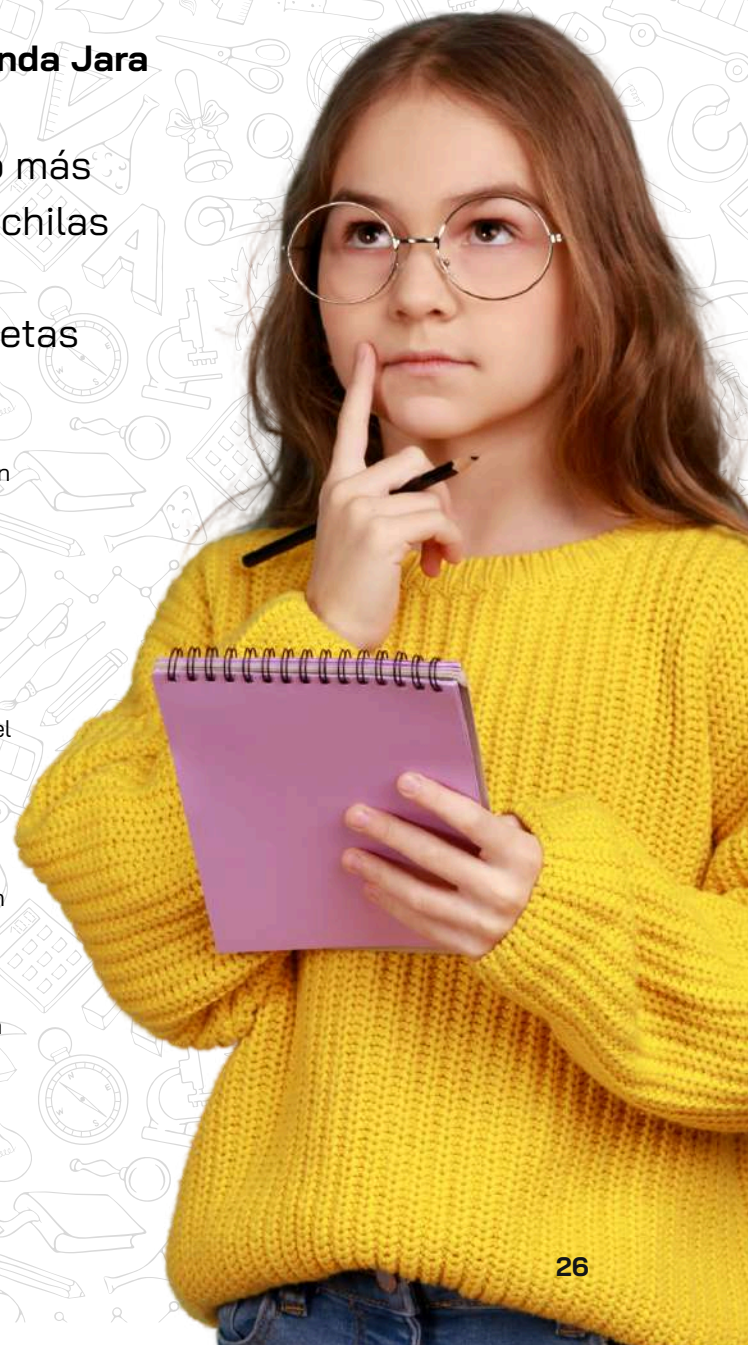
El regreso a clases representa mucho más que comprar cuadernos, lápices o mochilas nuevas; es el inicio de una etapa de aprendizaje, organización y nuevas metas para estudiantes y familias.

Cada año, miles de padres realizan una inversión importante en útiles escolares con la esperanza de que estos acompañen a sus hijos durante todo el ciclo lectivo. Sin embargo, muchas veces los materiales se dañan, se pierden o se desgastan rápidamente por falta de hábitos simples de cuidado y planificación.

La buena noticia es que con pequeñas acciones diarias es posible extender la vida útil de los útiles escolares, optimizar el presupuesto familiar y, al mismo tiempo, enseñar a niños y jóvenes valores como el orden, la responsabilidad y la autonomía.

Cuidar los materiales no solo es una forma de ahorrar, también ayuda a crear rutinas positivas que influyen en el rendimiento académico y en la experiencia escolar.

Por eso, en Merkadocom queremos compartir contigo una guía práctica con recomendaciones fáciles de aplicar, pensadas para que los útiles se mantengan en buen estado desde el primer día hasta el cierre del año escolar.



1 Forra y protege cuadernos y libros

Usar forros plásticos o protectores evita que las portadas se dañen y ayuda a mantener el material limpio por más tiempo.

2 Etiqueta todo desde el primer día

Colocar nombres en cuadernos, estuches y loncheras reduce pérdidas y facilita la organización dentro del aula.

3 Usa un estuche organizado

Separar lápices, colores, borradores y marcadores evita que se dañen o se pierdan en la mochila.

4 Enseña a guardar después de usar

Un hábito simple como guardar cada útil en su lugar prolonga su vida útil y evita extravíos.

5 Elige mochilas resistentes y cómodas

Una mochila con costuras reforzadas y buen soporte protege los útiles y mejora la ergonomía del estudiante.

6 Evita cargar peso innecesario

Llevar solo lo necesario para cada día reduce el desgaste de cuadernos, carpetas y la propia mochila.

7 Limpia periódicamente los útiles

Borrar manchas, sacar restos de papel y limpiar estuches mantiene los materiales en mejor estado y más higiénicos.

8 Revisa y repón a tiempo

Hacer una revisión semanal permite detectar lo que falta o está por acabarse antes de que se convierta en un problema.

9 Involucra a los niños en el cuidado

Cuando los estudiantes participan en la organización y cuidado de sus cosas, desarrollan responsabilidad y valoran más sus materiales.

Aplicar estos consejos no requiere grandes esfuerzos, pero sí constancia. Con pequeños hábitos diarios, los útiles escolares pueden durar mucho más y acompañar a los estudiantes durante todo el año con el mismo entusiasmo del primer día.

merkadocom



BACK TO *School*

Este año escolar empieza con las mejores ofertas



Catálogo

Nuestra selección de productos para que este regreso a clases sea el mejor



Lápices acuarelables x48 colores Faber Castell
148.79 USD
Vendedor: Todoescolar



Set de lápices clásicos Faber Castell
8.98 USD
Vendedor: Todoescolar



Cuaderno Universitario Cuadros Minnie Moving
8.58 USD
Vendedor: Todoescolar



Caja de pegante líquido transparente X12
6.30USD
Vendedor: Todoescolar



Regla T de aluminio 20, 50 y 60 CM
3.70 USD
Vendedor: Todoescolar



Flauta Clásica de varios colores
1.25 USD
Vendedor: Todoescolar



Lonchera Disney - Barbie con envase y tomatodo
5.75 USD
Vendedor: Todoescolar



Mochila de ruedas premium Pato Donald
23.55 USD
Vendedor: Todoescolar



Cuadernos Disney Mickey de 100 hojas
1.40 USD
Vendedor: Todoescolar



Calculadora Científica CASIO FX82LA CW
24 USD
Vendedor: Todoescolar



Bolígrafo 2 en 1 tita Azul Jeff - Pack X3
2.50 USD
Vendedor: Todoescolar



Bolígrafo BIC Cristal punta media caja X12
4.10 USD
Vendedor: Todoescolar



DISCOVER



Set de Compás, lapicero, borrador y escuadras

1.90 USD

Vendedor: Todoescolar



Bolígrafo BIC cristal punta media caja X24

7.38 USD

Vendedor: Todoescolar



Juego Geométrico 30 CM Jeff de 5 piezas

0.80 USD

Vendedor: Todoescolar



Set a Acuarelas Lancer con Pincel

0.90 USD

Vendedor: Todoescolar



Crayones Jumbo Triangulares Lancer

1.70 USD

Vendedor: Todoescolar



Set de 6 Temperas 22ML Lancer con Pincel

1.30 USD

Vendedor: Todoescolar



Caja de Lápices Grafito 2B Faber Castell

2.15 USD

Vendedor: Todoescolar



Block de Cartulinas Iris A4 colores neones

2.35 USD

Vendedor: Todoescolar



Foamy moldeable 50G Lancer

0.60 USD

Vendedor: Todoescolar



Planificador Mensual Magnético Lancer

12.50 USD

Vendedor: Todoescolar



Marcador para pizarra Petikan caja X10

6.50 USD

Vendedor: Todoescolar



Cuaderno Universitario 200H Disney Pasta Dura

10.72 USD

Vendedor: Todoescolar





Lápices de colores súper blando X12 Faber Castell

4.10 USD

Vendedor: Todoescolar



Cuaderno Universitario Disney Pasta Dura 100H

6.10 USD

Vendedor: Todoescolar



Tijera Escolar Confort Pelikan

2.65 USD

Vendedor: Todoescolar



Caja de borradores blanco Lancer

4.08 USD

Vendedor: Todoescolar



Calculadora EATES de 12 dígitos

5.72 USD

Vendedor: Todoescolar



Pack Escolar Faber Castell

15.15 USD

Vendedor: Todoescolar



Estilote pequeño JEFF varios colores

1.25 USD

Vendedor: Todoescolar



Lápices Policromáticos 24 colores Faber Castell

41.86 USD

Vendedor: Todoescolar



Pistola de Silicon de 10W JEFF

4.75 USD

Vendedor: Todoescolar



Goma en Barra Lancer de 115G

3.50 USD

Vendedor: Todoescolar



Mochila Lightyear Puff Printing

11.10 USD

Vendedor: Todoescolar



Bolígrafo 12 colores Faber Castell

3.60 USD

Vendedor: Todoescolar




*Todo lo que necesitas para regresar
a clases este 2026 encuéntralo en*

todo
escolar

Envío Gratis

por compras iguales o superiores a 100 USD



A young girl with a large, colorful backpack is being hugged by a woman in a blue dress. The girl is wearing a white shirt with a heart pattern and light-colored shorts. The woman is wearing a blue sleeveless top and a watch. The background is a blurred outdoor setting.

Regreso a clases: más que una lista de útiles, una nueva forma de empezar

El regreso a clases es más que comprar útiles: es preparar un nuevo comienzo. Descubre cómo elegir productos funcionales, organizar mejor tus compras y transformar esta temporada en una experiencia más práctica, inteligente y motivadora para toda la familia.

El regreso a clases siempre representa un nuevo comienzo. No importa la edad del estudiante ni el nivel educativo; existe una sensación compartida de renovación, organización y expectativas nuevas. Para muchas familias, esta temporada va mucho más allá de comprar útiles escolares. Se trata de preparar el entorno que acompañará meses de aprendizaje, crecimiento personal y desarrollo diario.

Durante años, la dinámica fue simple: cumplir con una lista y resolver la compra lo más rápido posible. Hoy el escenario cambió. Padres y estudiantes buscan productos que no solo cumplan una función básica, sino que aporten comodidad, durabilidad y practicidad en el día a día escolar. La experiencia importa tanto como el producto.

El entorno educativo también evolucionó. Las aulas se complementan con herramientas digitales, las actividades requieren creatividad y la organización personal se volvió una habilidad clave. Esto hace que la preparación para clases ya no sea una tarea mecánica, sino una decisión estratégica donde cada elección influye en la rutina futura del estudiante.

Elegir mejor, no es comprar mucho más

Uno de los principales cambios en la forma de consumir durante esta temporada es la búsqueda de productos funcionales. Un cuaderno resistente, una mochila ergonómica o accesorios que faciliten la organización pueden marcar una diferencia real a lo largo del año escolar. Son decisiones que ayudan a evitar reemplazos constantes y hacen más cómoda la experiencia diaria.

La compra inteligente no significa gastar más, sino seleccionar productos pensados para durar y adaptarse a diferentes situaciones. La tendencia actual está enfocada en la versatilidad: artículos que funcionen tanto en el aula como en casa, materiales que soporten el uso constante y diseños que conecten con el estilo personal de los estudiantes.

Además, cada vez más familias optan por planificar sus compras con anticipación. Esto permite comparar opciones, analizar características y evitar el estrés típico de última hora. La organización previa transforma la temporada de regreso a clases en una experiencia más tranquila y eficiente, donde las decisiones se toman con mayor claridad.

Otro aspecto importante es la motivación. Estrenar materiales nuevos genera entusiasmo. Preparar el espacio de estudio, elegir colores y organizar los útiles ayuda a crear una mentalidad positiva frente al inicio del año escolar. El producto deja de ser un objeto aislado y se convierte en parte del ambiente que impulsa el aprendizaje.

El regreso a clases como experiencia de consumo inteligente

El crecimiento del comercio online también ha cambiado la forma en que las familias se preparan para esta temporada. Poder explorar categorías completas desde un solo lugar, comparar alternativas y organizar compras con comodidad facilita mucho el proceso. Ya no se trata solo de ahorrar tiempo, sino de tomar decisiones mejor informadas.

Las campañas actuales de regreso a clases buscan justamente eso: ofrecer soluciones integrales que incluyan útiles escolares, mochilas, loncheras, tecnología educativa y accesorios de organización. Cuando todo está conectado dentro de una misma experiencia de compra, el proceso se vuelve más simple y natural.

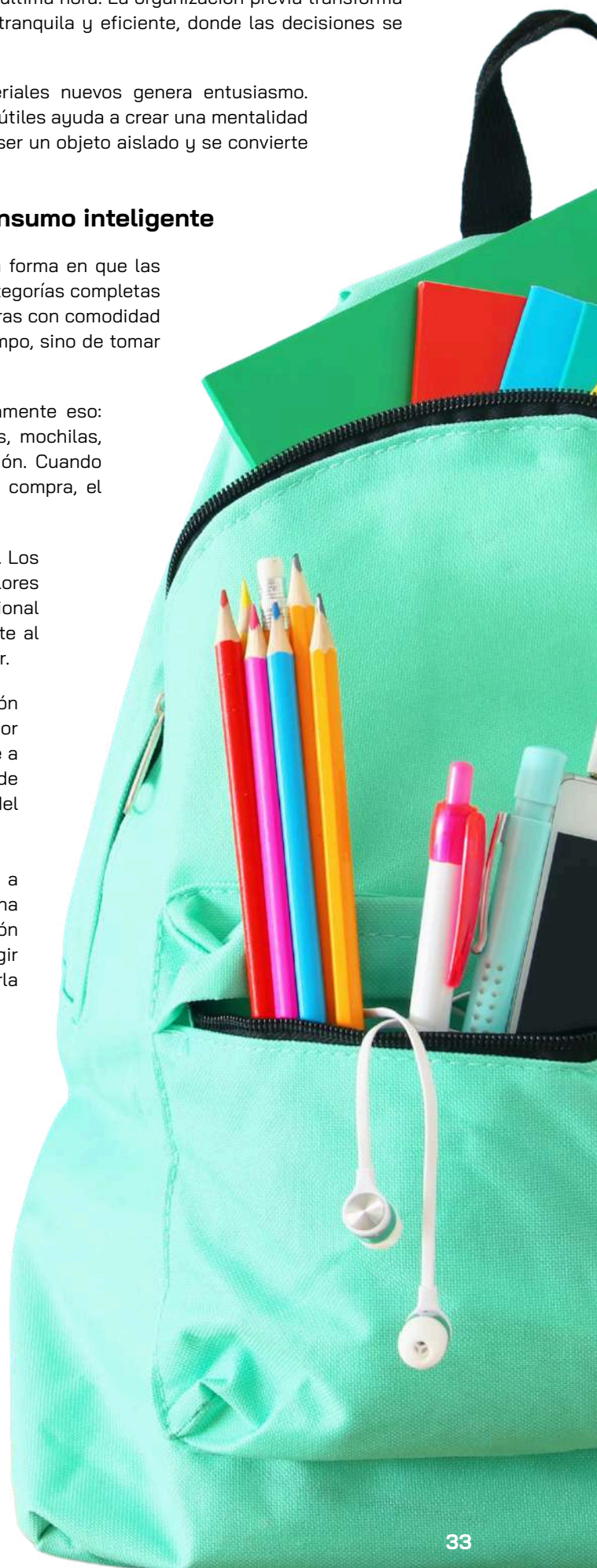
También existe una tendencia clara hacia la personalización. Los estudiantes buscan objetos que reflejen su personalidad, colores favoritos o estilos que los representen. Esta conexión emocional con sus materiales influye positivamente en la actitud frente al aprendizaje y hace que el regreso a clases sea más motivador.

La tecnología juega otro papel relevante. Hoy la educación combina métodos tradicionales con herramientas digitales, por lo que los productos escolares evolucionaron para adaptarse a nuevas necesidades. Accesorios tecnológicos, soluciones de organización y artículos multifuncionales forman parte del nuevo concepto de preparación académica.

Desde la mirada editorial del Ecommerce Media, el regreso a clases no es únicamente una campaña comercial. Es una oportunidad para acompañar al consumidor con información útil, ideas prácticas y recomendaciones que ayuden a elegir mejor. El objetivo no es presionar la compra, sino facilitarla mediante contenido que aporte valor real.

Cuando las familias comprenden qué necesitan y por qué lo necesitan, la decisión surge de forma natural. Esa es la diferencia entre un catálogo tradicional y una experiencia que conecta contenido, inspiración y compra inteligente.

El regreso a clases es, al final, una oportunidad para iniciar el año con energía renovada. Prepararse bien no significa acumular más productos, sino elegir aquellos que realmente contribuyan a una rutina más organizada, cómoda y motivadora. Porque empezar bien siempre marca el ritmo de todo lo que viene después.



Cobra al instante y como tu negocio lo necesite.

Empieza a cobrar ahora 

Desde la caja con un QR, a distancia con un link
o en tu web con un botón. Sin código y sin suscripciones.



Cobra simple, vende más

Crece tu negocio y cobra sin fricciones.

Sin datáfono ni letras chiquitas

Empieza a cobrar 

Conoce más 



La tarifa más competitiva del mercado

Solo 5% + el IVA sobre ese porcentaje que pagas solo cuando cobras. Sin mensualidades.



Todo tu negocio en 1 solo lugar

Controla todos tus locales y cajas desde un solo lugar.



Recibe tu dinero en ese momento

Cada que recibas pagos en línea, los verás en tu saldo en segundos.



Sin necesidad de saber programar

Soluciones simples de usar que protegen cada cobro con máxima seguridad.

Más de 50.000 negocios
ya cobran con Payphone.



merkadocom
an e-commerce company