

Minimalismo cálido y biofilia: tendencias que transforman los hogares colombianos

Diseño que conecta bienestar, identidad y naturaleza en espacios cotidianos.



El hogar se ha convertido en el epicentro del bienestar y la identidad para millones de colombianos. De acuerdo con el estudio **Life at Home de IKEA**, el 46% de las personas considera su casa como su lugar favorito, por encima de cualquier otro entorno. Esta nueva forma de habitar se refleja en tendencias de diseño que priorizan la funcionalidad, la personalidad y

la calidez.

Dos enfoques resumen esta evolución: el **minimalismo cálido** y la **biofilia**. El primero reinterpreta el minimalismo tradicional, dejando atrás la frialdad para abrazar una estética simple y acogedora. Espacios despejados, tonos arena, beige y terracota, junto con materiales como lino, bouclé y madera natural, crean ambientes serenos que transmiten confort emocional. “Diseñar no es llenar; es elegir con intención. Cuando cada elemento cumple una función y aporta calidez, el espacio respira”, afirma María Rosario Jaramillo, gerente de

Diseño de Mobiliario para el Hogar en IKEA.

Por su parte, la **biofilia** propone reconectar los espacios interiores con la naturaleza. Más allá de incluir plantas, integra materiales orgánicos, luz natural y texturas que evocan frescura y vitalidad. “Colombia es un país profundamente diverso y verde. La nostalgia es una herramienta poderosísima: cuando un espacio logra activar una memoria positiva, automáticamente se siente más acogedor”, explica Manuela De Matos, consultora de arquitectura.

Estas tendencias demuestran que el diseño no responde únicamente a la estética, sino a la manera en que las personas viven y sienten sus hogares. Desde IKEA, esta visión se traduce en soluciones accesibles que permiten incorporar el minimalismo cálido y la biofilia en espacios de diferentes tamaños y estilos, reforzando la idea de que el hogar es, ante todo, un refugio emocional.

Aria Vega x Falabella: una colección ‘Chévere’ que enciende la temporada de festivales

Moda y música se fusionan para expresar autenticidad juvenil.



La moda juvenil encuentra una nueva forma de expresión en la música. Falabella presenta su más reciente colaboración junto a la cantante **Aria Vega**, una colección de 32 piezas que promete convertirse en protagonista de la temporada festivalera.

Aria Vega, una de las voces emergentes más frescas del país, proyecta autenticidad y energía luminosa. Su estilo desenfadado y cercano conecta con una generación que entiende la moda como extensión de su identidad. Esta esencia se traduce en una propuesta que mezcla tendencia y espontaneidad, capturando las dinámicas culturales de quienes buscan brillar en escenarios como el Estéreo Picnic o en su día a día.

La colección incluye camisetas gráficas, tops llamativos, faldas, chaquetas y vestidos con detalles en mesh, ilustraciones exclusivas y acabados brillantes. Más que replicar el estilo de la artista, cada prenda invita a reinterpretarlo, ofreciendo versatilidad y frescura para looks dinámicos.

“Para mí la moda y la música van de la mano. Esta colección con Falabella refleja y celebra esa energía libre y alegre que tenemos las costeñitas, y la idea de que cada persona pueda expresarse y brillar a su manera”, afirma Aria Vega.

Con esta colaboración, Falabella reafirma su compromiso de impulsar el talento colombiano y consolidarse como plataforma de creatividad local. En los últimos años, la compañía ha desarrollado más de 20 colecciones junto a artistas y diseñadores nacionales, fortaleciendo iniciativas como

Colombia Diseña y celebrando la diversidad cultural del país.

La colección estará disponible en Falabella.com y en nueve tiendas de ciudades principales como Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín, convirtiéndose en un símbolo de autenticidad y libertad para la nueva generación.

Impuesto al patrimonio: un desafío crítico para la liquidez e inversión del sector autopartista

El nuevo gravamen presiona márgenes y limita la modernización tecnológica de una industria clave.

La decisión del Gobierno Nacional de establecer el impuesto al patrimonio mediante decreto en el marco de la emergencia económica ha generado preocupación en el sector autopartista colombiano. El gremio advierte que la medida impactará directamente la inversión, la liquidez empresarial y la competitividad de una industria que factura \$21 billones anuales y articula más de 65.000 establecimientos entre fabricantes, comercializadores y servicios especializados.

El tributo, dirigido a personas jurídicas con patrimonios superiores a 200.000 UVT, busca recaudar cerca de \$8,3 billones. Sin embargo, al gravar el patrimonio y no la utilidad, la carga fiscal afecta la estructura financiera de las compañías independientemente de su desempeño operativo,

reduciendo su capacidad de reinversión y expansión.

“Este impuesto puede erosionar los márgenes operativos en un sector que ya enfrenta alta presión por importaciones y fenómenos como el contrabando. Gravar el patrimonio limita la liquidez necesaria para modernización tecnológica, innovación y generación de empleo formal”, afirmó Carlos Andrés Pineda Osorio, presidente de Asopartes.

El gremio subraya que la medida llega en un momento crítico, cuando la industria avanza hacia la electromovilidad, la digitalización y el fortalecimiento de estándares técnicos para competir en mercados regionales. La nueva carga fiscal podría frenar decisiones de inversión en activos productivos, infraestructura logística y desarrollo tecnológico, afectando la transición hacia un modelo más competitivo y sostenible.

Asopartes reiteró su disposición a participar en espacios de diálogo técnico con el Gobierno para evaluar alternativas que permitan atender la emergencia sin comprometer la competitividad de los sectores productivos. El gremio insiste en que la sostenibilidad fiscal debe equilibrarse con políticas que preserven la inversión, la formalización y la productividad, pilares estratégicos para el desarrollo industrial colombiano.

**Reduzca el desperdicio de
comida con sistemas**

inteligentes de refrigeración.

Innovación tecnológica que prolonga la frescura y optimiza la canasta familiar.

El desperdicio de alimentos en los hogares colombianos continúa siendo una problemática silenciosa que impacta directamente la economía familiar y la seguridad alimentaria. Según la FAO, el 25,5 % de los hogares enfrenta inseguridad alimentaria, y una parte significativa de la pérdida ocurre dentro de los refrigeradores, donde la conservación inadecuada acelera la maduración y deterioro de frutas y verduras.

La innovación tecnológica se presenta como una respuesta concreta a este desafío. LG ha desarrollado sistemas que optimizan la conservación doméstica, integrando funciones avanzadas de purificación de aire y estabilidad térmica. **Hygiene Fresh+**, por ejemplo, es un sistema de filtración de cinco etapas que elimina hasta el 99,999 % de bacterias y neutraliza olores, redistribuyendo aire limpio en toda la cavidad del refrigerador. Este proceso prolonga la frescura, textura y sabor de los alimentos, reduciendo la carga bacteriana y el desperdicio.

A esta solución se suma **DoorCooling+**, una tecnología que genera una “cascada de frío” en la parte superior frontal del equipo. Al estabilizar rápidamente la temperatura, especialmente en los compartimentos de la puerta, se evita que los cambios bruscos afecten la composición celular de vegetales, frutas y lácteos. El resultado es una conservación más uniforme y confiable, incluso en los espacios más vulnerables del refrigerador.

“Al integrar soluciones que estabilizan la temperatura y purifican el ambiente interno, buscamos que las familias gestionen mejor sus recursos y puedan consumir productos frescos por más tiempo, sin preocupación constante por su deterioro”, señala Catherin Ospina, gerente de mercadeo de LG Colombia.

El impacto de estas tecnologías trasciende la comodidad. Al extender la vida útil de los alimentos, disminuye la frecuencia de compra de productos perecederos y se optimiza la inversión en alimentación. En un contexto donde la eficiencia del gasto familiar y la sostenibilidad son prioridades, la innovación en refrigeración deja de ser un lujo tecnológico para convertirse en una herramienta concreta contra el desperdicio y en favor del ahorro.

Credibanco fortalece su liderazgo con Daniel García Quiroga como nuevo vicepresidente de Negocios.

Un perfil con experiencia global en tecnología y data se suma al ecosistema de pagos digitales.

Credibanco, red pionera en soluciones de pago electrónico en Colombia, anuncia la incorporación de **Daniel García Quiroga** como su nuevo vicepresidente de Negocios. Con más de 15 años de experiencia en compañías globales de tecnología y servicios en la nube, García asume el liderazgo comercial con el

propósito de consolidar la posición de la compañía en un ecosistema de pagos cada vez más dinámico y competitivo.

Ingeniero Industrial de la Universidad Nacional de Colombia y con un MBA del INALDE Business School, García ha desarrollado una sólida trayectoria en empresas como **Google** e **IBM**, donde lideró equipos de ventas, expansión de mercado y desarrollo de soluciones basadas en nube, analítica y tecnologías cognitivas. Su paso por estas organizaciones le permitió adquirir una visión estratégica sobre la transformación digital y la gestión de grandes cuentas en América Latina.

En su etapa más reciente, se desempeñó como cofundador de **Harmony**, una empresa de data e inteligencia artificial, experiencia que le permitió profundizar en el desarrollo de productos basados en datos y en la creación de agentes de inteligencia artificial. Estas capacidades se integran ahora a Credibanco para fortalecer los procesos de innovación, especialmente en las etapas de *Discovery* y *Design*.

“Asumo este nuevo reto con el propósito de potenciar la propuesta de valor de Credibanco y consolidar relaciones de largo plazo con nuestros clientes y aliados. El mercado de pagos en Colombia está viviendo una transformación acelerada, y nuestra prioridad será fortalecer la cercanía con los comercios, habilitar soluciones tecnológicas que impulsen su crecimiento y ampliar el alcance de nuestros servicios en todo el país”, afirmó García.

Con esta incorporación, Credibanco reafirma su estrategia de atraer el mejor talento de la industria para robustecer su liderazgo comercial. Como vicepresidente de Negocios, García liderará la estrategia de crecimiento, la relación con aliados estratégicos y la expansión de la base de comercios, consolidando la propuesta de soluciones transaccionales en línea con las nuevas dinámicas del mercado.

Felipe Acevedo, presidente de Credibanco, destacó: “El

ecosistema de pagos evoluciona a gran velocidad y exige una visión comercial cada vez más sofisticada. Daniel aporta una combinación sólida de liderazgo, entendimiento de la data, conocimiento tecnológico y enfoque en generación de valor que fortalecerá nuestra capacidad de competir, innovar y construir relaciones estratégicas de largo plazo dentro del ecosistema financiero y fintech.”

Cenco Malls potencia experiencias con la llegada de Andrés Carne de Res a Cali.

Un ícono cultural y gastronómico se integra al ecosistema de Cenco Limonar.

El emblemático restaurante colombiano **Andrés Carne de Res** aterriza en Cali como parte de su estrategia de expansión nacional e internacional, eligiendo a **Cenco Limonar** como escenario ideal para su nueva sede. Este centro comercial, reconocido por su apuesta en experiencias memorables, se convierte en el punto de encuentro donde gastronomía, entretenimiento y vida urbana confluyen en un solo lugar.

La llegada de Andrés Carne de Res fortalece el propósito de Cenco Limonar de consolidarse como un referente comunitario. Con su propuesta que fusiona sabores colombianos, música y un ambiente festivo inigualable, la marca se integra a una oferta

robusta de más de 140 marcas, entre las que destacan Jumbo, Cinépolis VIP, Bodytech y Arkadia.

Ubicado en una de las zonas más dinámicas del sur de Cali, Cenco Limonar se ha consolidado como un espacio de referencia local gracias a sus 28.000 m² distribuidos en tres niveles, más de 1.200 estacionamientos y una propuesta que integra comercio, servicios y experiencias. La nueva sede de Andrés Carne de Res ocupará más de 1.200 m² en el tercer nivel, en la zona conocida como *La Sucursal*, ofreciendo su formato más completo: restaurante, bar y bailadero.

Este movimiento refleja el compromiso de **Cenco Malls** con su pilar estratégico de experiencias, impulsando centros comerciales que enriquecen el día a día de las personas y fortalecen su vínculo con las comunidades. La integración de Andrés Carne de Res no solo dinamiza la vida urbana de Cali, sino que reafirma la visión de Cenco Malls de liderar proyectos que generan valor y consolidan espacios de bienestar y cercanía.

Con esta apertura, Cenco Limonar suma un nuevo capítulo a la vibrante escena de experiencias de la ciudad, posicionándose como un destino que inspira y conecta a través de propuestas culturales y gastronómicas de alto impacto.

Automatizar para vivir mejor: la tecnología que reduce la

carga operativa del hogar.

Conectividad inteligente redefine productividad doméstica y libera tiempo.

Las labores domésticas continúan siendo una de las principales fuentes de desgaste físico y mental en los hogares modernos. Entre jornadas laborales extendidas y responsabilidades familiares, la gestión de electrodomésticos suele convertirse en una carga adicional que consume tiempo y energía. En este escenario, la tecnología emerge como un aliado estratégico: los ecosistemas de conectividad ofrecen soluciones que permiten delegar procesos repetitivos y recuperar el control del tiempo personal.

LG ha consolidado un portafolio de dispositivos interconectados que transforman la rutina diaria en un sistema más eficiente y menos demandante. La plataforma **ThinQ** actúa como centro de control, integrando lavadoras, refrigeradores, sistemas de climatización y televisores en una sola aplicación móvil. Desde el celular, el usuario puede programar ciclos de lavado, ajustar la temperatura del refrigerador o monitorear el consumo energético en tiempo real, eliminando la necesidad de supervisión constante.

La propuesta va más allá de la comodidad: se trata de productividad aplicada al hogar. Las lavadoras de carga frontal y las torres de lavado/secado WashTower, por ejemplo, ofrecen diagnósticos remotos y ajustes personalizados según el uso. Los refrigeradores Side by Side permiten modificar parámetros de conservación de alimentos incluso a distancia. En climatización, los aires acondicionados DualCool incorporan sensores que analizan la temperatura ambiente y ajustan automáticamente el flujo de aire, garantizando confort con eficiencia energética.

La función **kW Manager**, integrada en ThinQ, añade un componente de control financiero: el usuario puede establecer límites de consumo, recalcular la energía disponible y proyectar el gasto eléctrico acumulado. Este nivel de detalle convierte la gestión del hogar en un proceso estratégico, alineado con la necesidad contemporánea de optimizar recursos.

Más allá del ahorro energético, el verdadero valor está en la liberación de tiempo y en la reducción de la carga mental. Delegar tareas técnicas a sistemas automatizados permite que las personas se concentren en actividades de mayor impacto personal o profesional. La conectividad deja de ser un lujo para convertirse en una herramienta de bienestar.

En una economía donde el tiempo es tan valioso como la energía, la automatización doméstica se posiciona como un factor diferenciador. La integración de dispositivos inteligentes redefine la experiencia tecnológica en casa y abre paso a un modelo de vivienda más funcional, adaptable y alineado con las exigencias de la vida contemporánea.