

1 IDENTIDAD BÁSICA DEL HOTEL

(OBLIGATORIO)

- **Nombre del hotel:** Holiday Inn Express & Suites Medellín (by IHG)
 - **Marca / Cadena (si aplica):** IHG – Holiday Inn Express
 - **Categoría de hotel:** Urbano Corporativo Boutique Bienestar Vacacional
 - **Zona / Barrio:** El Poblado (sector La Strada / Milla de Oro – referencia comercial)
 - **Ciudad:** Medellín
 - **Tipo de entorno:** Mixto (comercial + corporativo)
-

2 SENSACIÓN Y RITMO DEL HOTEL

(OBLIGATORIO – lenguaje humano)

- **Sensación general del hotel:** funcional, consistente, “de negocios”, con foco en comodidad práctica (suites) más que en diseño boutique.
 - **Ritmo del hotel:** Medio (fluye como hotel corporativo; picos en desayunos y llegadas).
 - **Nivel de silencio nocturno:** Variable (hay reportes de habitaciones “quiet”; pero al estar integrado a un centro comercial/restaurantes, puede depender de la ubicación de la suite y del día).
 - **Tipo de huésped que más lo disfruta:** negocios, viajeros que priorizan ubicación + logística simple, estadías medias por la “suite” (espacio y kitchenette).
-

3 PERFIL DE HUÉSPED IDEAL

(OBLIGATORIO)

Este hotel es ideal para:

- Viaje de trabajo que necesita **ubicación estratégica** y acceso fácil a restaurantes/servicios sin salir lejos.
- Viajeros que valoran **suite amplia + kitchenette** (más “vivable” que una estándar).

- Quien quiere **desayuno incluido** como base operativa (y suele ser un momento fuerte por la vista/piso alto).

No es ideal si:

- El objetivo principal es “hotel con encanto / experiencia boutique / diseño”. (Aquí manda lo funcional).
- El viajero es **muy sensible al ruido o al movimiento** y necesita entorno 100% residencial: el contexto es comercial/activo y depende de habitación/día.

4 UBICACIÓN — LECTURA HUMANA (MAPS)

(OBLIGATORIO – no técnica)

- **Zona caminable:** Sí (alta oferta alrededor; “walkability” alta reportada en la zona).
- **Cercanía a:**
 - **Restaurantes:** Alta (muchos en el mismo complejo/entorno inmediato).
 - **Zonas de interés:** Media–Alta (centros comerciales y oferta urbana cercana).
 - **Vida nocturna:** Media (hay bares/ambiente cerca, no es Provenza “en la puerta”, pero sí zona activa).
- **Nivel de actividad del entorno:**
 - **Día:** Alto
 - **Noche:** Medio (puede subir fines de semana, según dinámica del sector).

Alertas reales del entorno:

Tráfico Fines de semana activos Eventos frecuentes

- Está en una zona que se presiona con eventos de ciudad (ferias, conciertos, congresos). Esto impacta disponibilidad y tarifa, y puede aumentar movimiento.

5 HABITACIONES — PERCEPCIÓN REAL

(OBLIGATORIO)

- **Tamaño percibido:** Amplio (por concepto “suites”; aparece repetido en comentarios).
- **Enfoque principal:** Funcionalidad Descanso
- **Tipos de habitación más comunes:** Estándar (tipo suite/estándar según canal) Doble Otra (suites)

Observaciones importantes:

- Repetición fuerte: **camas cómodas + limpieza + staff resolutivo.**
 - Diferencia típica de expectativa: algunos huéspedes aman el desayuno, otros lo sienten “mejorable”; no asumir que es “wow” para todos.
 - La experiencia de vista (ventanales / piso alto) aparece como un “plus” frecuente.
-

6 SERVICIOS QUE REALMENTE IMPACTAN LA DECISIÓN

(OBLIGATORIO – solo los relevantes)

- **Desayuno:** Destacado (incluido; el lugar/altura/vista se repite como gran momento).
 - **Restaurante:** No (no es el foco del hotel; la solución real es la oferta del complejo/entorno).
 - **Spa / Bienestar:** No
 - **Gimnasio:** Básico (presente como amenidad, pero no es “hotel fitness”).
 - **Rooftop / Terraza:** Sí (en la práctica, el “momento” es el desayuno en piso alto con vista, más que rooftop social).
-

7 MOMENTOS DOMINANTES DE LA EXPERIENCIA

(OBLIGATORIO – mínimo 3)

- Desayuno:** buffet incluido; repetición de “vista” y espacio amplio (piso alto).
 - Habitaciones:** sensación de suite “vivable” (espacio + kitchenette).
 - Entorno inmediato:** estar dentro/pegado a un centro comercial con restaurantes simplifica decisiones (y evita traslados cortos).
 - Check-in / logística:** estacionamiento gratuito y controlado en La Strada (punto operativo clave).
-

8 RANGO DE TARIFA ORIENTATIVO

(OBLIGATORIO – nunca final)

Valores aproximados por noche – 2 personas (referencia neta, sin impuestos).

- **Temporada baja: \$320.000 a \$485.000 COP** (variación por día semana vs fin de semana y tipo de ocupación).
- **Temporada media (intermedia): \$535.000 a \$595.000 COP**

- **Temporada alta / eventos: \$590.000 a \$645.000 COP**

Notas tarifarias:

- **Incremento estimado por persona adicional:** aprox. **\$68.000–\$80.000** (baja), **\$93.000** (intermedia), **\$110.000** (alta).
- **Variación por tipo de habitación:** la diferencia práctica es Sencilla vs Doble (y temporadas).
- **Fechas críticas (eventos):** (impactan tarifa y presión de demanda)
 - **Temporada alta Medellín:** 23–25 ene (Bad Bunny), 27–29 ene (Colombiatex), 25 abr 2026 (Ryan Castro), 21–24 may (Feria 2 Ruedas), 29–31 jul (Colombiamoda), 1–9 ago (Feria de las Flores), 26–29 ago (Expocamacol), 4–6 nov (Territorio Aguacate).
 - **Temporada intermedia Medellín:** 5–7 feb (Oftalmología pediátrica), 17–18 feb (Cxperience Congress), 20–21 feb (Tomorrowland Core), 21–22 feb (ExpoFitness), 4 mar (Rüfüs Du Sol), 13–15 mar (Expo Stetic), 26–28 mar (Educación médica), 28–30 abr (Heimtextil), 20–22 may (Alsepeño), 18–21 jun (Expobelleza), 24–26 jun (Autopartes), 8–10 jul (Industria lechera), sept (ExpoRunners), 6 sept (Maratón), 23–25 sept (Estudios de diversidad), 22–24 sept (Nextech), oct (EDC), 16–18 oct (Effix), 29–31 oct (AMWC).

Advertencia dura (para evitar errores): estos valores **no incluyen IVA 19% ni seguro hotelero** (según condiciones del proveedor).

9 PLANES ESPECIALES / EXPERIENCIAS DEL HOTEL

(BLOQUE INTEGRADO – OBLIGATORIO SI EXISTEN PLANES)

¿El hotel ofrece planes especiales?

Sí No (No se evidencian planes específicos en las fuentes consultadas para este ejercicio; si el cliente lo pide, se valida con el hotel).

10 FRASES GUÍA GENERALES PARA EL AGENTE IA

(OBLIGATORIO – mínimo 3)

- “Este hotel funciona bien si vienes por trabajo o quieres una estadía práctica en El Poblado, con todo cerca y suites cómodas.”

- “Hay que tener en cuenta que en fechas de ferias y conciertos la tarifa sube fuerte y se llena rápido; en esos días el rango cambia.”
 - “El punto más repetido de la experiencia es el desayuno incluido en piso alto con vista; si eso te importa, aquí suma.”
 - “Si eres muy sensible al ruido, lo importante no es ‘sí o no’: es validar ubicación de la habitación y el tipo de noche (fin de semana / evento).”
-

1 1 VALIDACIÓN OPERATIVA — Viajes Destino Antioquia

(OBLIGATORIO)

- **Apto para descanso sensible:** Sí No (descanso “correcto”, pero no es un hotel de silencio/aislamiento; el entorno es mixto y con presión de eventos).
 - **Requiere advertencia previa al cliente:** Sí No (por eventos/temporadas y por expectativa de “experiencia boutique” vs hotel funcional).
 - **Confirmar siempre disponibilidad con proveedor:** Sí
 - **Hotel activo para recomendación IA:** Sí No (como opción segura para corporativo/urbano).
-

1 2 CAMPOS OPCIONALES — VALOR AGREGADO

- **Concepto / diferenciadores reales:** “All suites” + kitchenette (habitabilidad) + desayuno con vista (momento ancla) + ubicación dentro de La Strada.
 - **Experiencia del desayuno (detalle):** suele percibirse como completo y con vista; aun así, hay comentarios de “podría mejorar” (no prometer excelencia universal).
 - **Experiencia del entorno (percepción):** muy conveniente, con restaurantes y servicios cerca; sensación de “resolver fácil” la ciudad.
 - **Reseñas – lectura sintetizada (positivos / alertas):**
 - **Positivos repetidos:** ubicación, amplitud/limpieza, trato del personal, camas cómodas, vistas.
 - **Alertas repetidas:** expectativas divididas sobre desayuno (no siempre “wow”); entorno puede ser activo según fechas.
 - **Matices entre habitaciones:** vista/altura y orientación parecen influir en percepción (cuando se menciona, es un plus).
 - **Servicios adicionales relevantes:** Parqueadero Accesibilidad Pet friendly Transporte
 - Parqueadero gratuito y controlado; no hay shuttle local/aeropuerto reportado.
-

1 3 HISTORIAL OPERATIVO Viajes Destino Antioquia

(INTERNO)

- **Nivel de satisfacción histórica:** *(por diligenciar con data VDA)*
 - **Incidencias recurrentes:** *(por diligenciar)*
 - **Tipo de cliente más feliz:** corporativo / estadias prácticas / viajeros que comen fuera y valoran ubicación.
 - **Tipo de cliente que genera fricción:** quien espera “hotel boutique” o descanso ultra silencioso; viajeros que se sorprenden por alzas en eventos.
-

1 4 CONTROL DE LA FICHA

- **Estado de la ficha:** En construcción Activa En revisión
- **Fuente de información:** Hotel Web Instagram Booking TripAdvisor
 - Nota: Instagram no fue accesible desde la fuente proporcionada en este entorno (sin evidencias para extraer patrones).
- **Última actualización:** 2026-01-21
- **Responsable:** Analista IA – HEM / VDA