

## 1 IDENTIDAD BÁSICA DEL HOTEL (OBLIGATORIO)

- **Nombre del hotel:** ibis Medellín
  - **Marca / Cadena (si aplica):** ibis (Accor)
  - **Categoría de hotel:**  Urbano  Boutique  Corporativo  Bienestar  Vacacional
  - **Zona / Barrio:** Ciudad del Río (sector MAMM / Mercado del Río)
  - **Ciudad:** Medellín
  - **Tipo de entorno:**  Tranquilo  Activo  Mixto (zona urbana, pero con componentes residenciales y plan caminable)
- 

## 2 SENSACIÓN Y RITMO DEL HOTEL (OBLIGATORIO – lenguaje humano)

- **Sensación general del hotel:** funcional, práctico, “sin lujos”, con estándar de cadena; pensado para dormir bien y moverse fácil por la ciudad (más eficiencia que experiencia).
  - **Ritmo del hotel:**  Lento  Medio  Dinámico (flujo frecuente de viajeros de trabajo y de paso; check-in puede sentirse operativo)
  - **Nivel de silencio nocturno:**  Alto  Medio  Variable (puede variar por obra/remodelación o actividad puntual del hotel)
  - **Tipo de huésped que más lo disfruta:** viajeros de trabajo, parejas que priorizan ubicación/precio, viajeros solos, quienes salen temprano y no pasan mucho tiempo en la habitación.
- 

## 3 PERFIL DE HUÉSPED IDEAL (OBLIGATORIO)

**Este hotel es ideal para:**

- Viajes cortos de negocio o agenda urbana (reuniones, trámites, eventos).
- Personas que valoran ubicación caminable y practicidad sobre amplitud o “lujo”.
- Quien necesita desayuno temprano / logística simple (hotel de operación estandarizada).

**No es ideal si:**

- Necesitas habitación amplia, quieres “sentirte de vacaciones” dentro del hotel, o planeas pasar muchas horas en la habitación. (Se repite la percepción de cuarto pequeño/compacto).
- Buscas experiencia romántica, boutique o de bienestar (no hay señales de spa/ambiente de desconexión).

- Te afecta mucho el ruido/obra: si coincide con remodelación o alta ocupación, puede generar fricción.
- 

## 4 UBICACIÓN — LECTURA HUMANA (MAPS) (OBLIGATORIO – no técnica)

- **Zona caminable:**  Sí  No (alta oferta cercana de restaurantes y puntos de interés)
- **Cercanía a:**
  - **Restaurantes:**  Alta  Media  Baja (Mercado del Río y oferta inmediata)
  - **Zonas de interés:**  Alta  Media  Baja (MAMM a pasos)
  - **Vida nocturna:**  Alta  Media  Baja (hay bares cercanos, pero no es “zona rumba” tipo Provenza/Parque Lleras)
- **Nivel de actividad del entorno:**
  - **Día:**  Bajo  Medio  Alto
  - **Noche:**  Bajo  Medio  Alto (más calmado que zonas de rumba, con actividad puntual en restaurantes)

### Alertas reales del entorno:

Ruido  Tráfico  Fines de semana activos  Eventos frecuentes  Ninguna relevante

- **Matiz clave:** la zona es muy práctica, pero al ser corredor urbano puede sentirse con tráfico en horas pico. En eventos de ciudad (ferias/congresos), la demanda y la logística cambian.

**Nota técnica importante (fuente):** el link de Google Maps no fue accesible para extracción directa en esta revisión (limitación técnica de la herramienta). Por eso esta sección se apoya en Accor + TripAdvisor + brochure.

---

## 5 HABITACIONES — PERCEPCIÓN REAL (OBLIGATORIO)

- **Tamaño percibido:**  Pequeño  Cómodo  Amplio (formato compacto tipo ibis; en reseñas se repite “rooms are extremely small”)
- **Enfoque principal:**  Descanso  Funcionalidad  Diseño (diseño estandarizado y operativo)
- **Tipos de habitación más comunes:**  Estándar  Superior  Twin  Doble  Otra

### Observaciones importantes:

- Habitaciones pensadas para 1–2 personas; funcionan bien si la expectativa es “llegar a dormir” más que “habitar el cuarto”.

- Se menciona como ausencia: **minibar o nevera** (importante para estancias medias o quien lleva medicamentos/niños).
- 

## **6 SERVICIOS QUE REALMENTE IMPACTAN LA DECISIÓN (OBLIGATORIO – solo los relevantes)**

- **Desayuno:**  No  Básico  Destacado (se repite como positivo; y el brochure refuerza amplitud/horarios)
- **Restaurante:**  Sí  No (Ibis Kitchen; útil para logística, no para “plan gastronómico”)
- **Spa / Bienestar:**  Sí  No
- **Gimnasio:**  No  Básico  Completo (no aparece como pilar en brochure; no usarlo como argumento)
- **Rooftop / Terraza:**  Sí  No

### **Servicio operativo relevante (sí impacta):**

- **Parqueadero cubierto “sujeto a disponibilidad”** (bien para quien viene en carro, pero hay que advertir que no es garantizable).
- 

## **7 MOMENTOS DOMINANTES DE LA EXPERIENCIA (OBLIGATORIO – mínimo 3)**

- Desayuno** (punto fuerte repetido)
  - Habitaciones** (punto crítico por tamaño/expectativa)
  - Entorno inmediato** (MAMM, Mercado del Río, caminabilidad)
  - Espacios comunes** (lobby/bar como apoyo funcional)
- 

## **8 RANGO DE TARIFA ORIENTATIVO (OBLIGATORIO – nunca final)**

### **Valores aproximados por noche – 2 personas**

- **Temporada baja:** \$300.000 a \$360.000 COP
- **Temporada media:** \$360.000 a \$460.000 COP
- **Temporada alta / eventos:** \$460.000 a \$650.000 COP (*referencia por comportamiento típico en ferias/congresos; se confirma con VDA + hotel*)

#### Notas tarifarias:

- **Incremento estimado por persona adicional:** en general el producto está pensado 1–2 pax; para 3 pax suele ser configuración específica (niño) y cambia la ecuación. Validar caso a caso.
  - **Variación por tipo de habitación:** Twin vs Doble y disponibilidad (no se vende como “categorías superiores”, sino como variaciones estándar).
  - **Fechas críticas (ferias, congresos, eventos):** Colombiatex, Colombia Moda, Feria de Flores, Expocamacol, Feria de las 2 Ruedas (entre otros).
- 

## 9 PLANES ESPECIALES / EXPERIENCIAS DEL HOTEL (BLOQUE INTEGRADO – OBLIGATORIO SI EXISTEN PLANES)

¿El hotel ofrece planes especiales?

Sí  No (con la información revisada en brochure + web, no aparecen planes tipo celebración/romance/bienestar como producto; lo diferencial aquí es ubicación + operación práctica).

---

## 10 FRASES GUÍA GENERALES PARA EL AGENTE IA (OBLIGATORIO – mínimo 3)

- “Este hotel funciona bien si tu prioridad es **ubicación práctica y logística simple**, y vas a usar la habitación principalmente para dormir.”
  - “Hay que tener en cuenta que las habitaciones son **compactas**: si necesitas amplitud o vas a pasar mucho tiempo en el cuarto, te puede frustrar.”
  - “Si tu viaje coincide con **eventos de ciudad** (ferias/congresos), el rango puede subir y conviene confirmar con VDA antes de decidir.”
  - “Si vienes en carro: hay parqueadero, pero es **sujeto a disponibilidad**; te lo confirmamos en la validación operativa.”
- 

## 1 1 VALIDACIÓN OPERATIVA — Viajes Destino Antioquia (OBLIGATORIO)

- **Apto para descanso sensible:**  Sí  No (por tamaño de habitación + posible variabilidad por operación/obra)

- **Requiere advertencia previa al cliente:**  Sí  No (expectativa de tamaño/ambiente y posibles ruidos operativos)
  - **Confirmar siempre disponibilidad con proveedor:**  Sí
  
  - **Hotel activo para recomendación IA:**  Sí  No (con “filtro de encaje”: excelente para funcionalidad/ubicación; no para experiencia de descanso profundo).
- 

## 1 2 CAMPOS OPCIONALES — VALOR AGREGADO

- **Concepto / diferenciadores reales:** ubicación Ciudad del Río + caminabilidad (MAMM / Mercado del Río), estándar confiable de cadena, desayuno valorado.
  - **Experiencia del desayuno (detalle):** aparece como punto consistentemente positivo en reseñas; el brochure lo plantea como buffet amplio y con opción temprana bajo solicitud.
  - **Experiencia del entorno (percepción):** zona práctica, con buena oferta inmediata; más “vida urbana” que “zona turística de rumba”.
  - **Reseñas – lectura sintetizada (positivos / alertas):**
    - **Positivos repetidos:** ubicación, limpieza, desayuno, relación valor.
    - **Alertas repetidas:** habitación pequeña/compacta; falta de nevera/minibar; fricciones de servicio puntuales y posible ruido/obra (según momento).
  - **Matices entre habitaciones:** Twin vs Doble (mismo concepto, cambia cama); familiar orientada a niño.
  - **Servicios adicionales relevantes:**  Parquero  Pet friendly  Accesibilidad  Transporte (transporte al aeropuerto aparece como servicio ofrecido en web; validar condiciones)
- 

## 1 3 HISTORIAL OPERATIVO Viajes Destino Antioquia (INTERNO)

- **Nivel de satisfacción histórica:** (sin dato operativo interno en los adjuntos)
  - **Incidencias recurrentes:** (sin dato operativo interno en los adjuntos)
  - **Tipo de cliente más feliz:** viajero práctico / corporativo / agenda urbana corta.
  - **Tipo de cliente que genera fricción:** quien espera amplitud, detalles premium, o descanso tipo “hotel para desconectar”.
- 

## 1 4 CONTROL DE LA FICHA

- **Estado de la ficha:**  En construcción  Activa  En revisión
- **Fuente de información:**  Hotel  Web  Instagram  Booking  TripAdvisor

- **Nota de acceso:** Instagram, Booking y Google Maps (links entregados) no fueron accesibles para extracción directa en esta revisión por limitación técnica de la herramienta; por eso la ficha cruza **brochure + web oficial + TripAdvisor + cartas tarifarias.**
- **Última actualización:** 2026-01-28
- **Responsable:** Agente IA (Analista hotelero senior)