

1 IDENTIDAD BÁSICA DEL HOTEL (OBLIGATORIO)

- **Nombre del hotel:** Hotel Casa Laureles
 - **Marca / Cadena (si aplica):** Solar Hoteles & Resorts
 - **Categoría de hotel:** ☒ Urbano ☐ Boutique ☐ Corporativo ☐ Bienestar ☐ Vacacional
 - **Zona / Barrio:** Laureles (sector residencial con oferta gastronómica cercana)
 - **Ciudad:** Medellín
 - **Tipo de entorno:** ☐ Tranquilo ☒ Mixto ☐ Activo
-

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

- **Sensación general del hotel:** hotel tradicional de barrio, funcional y “hogareño”, con foco en servicio cercano y practicidad (más que diseño moderno).
 - **Ritmo del hotel:** ☒ Medio ☐ Lento ☐ Dinámico
 - **Nivel de silencio nocturno:** ☐ Alto ☒ Variable ☐ Medio
 - *Por qué “variable”:* huéspedes mencionan ruido por cercanía a intersección/actividad y eventos puntuales (fiestas/obras) y que depende de ubicación de habitación.
 - **Tipo de huésped que más lo disfruta:** viajeros prácticos (trabajo o turismo urbano) que valoran ubicación en Laureles + trato del personal + desayuno, y no buscan lujo contemporáneo.
-

3 PERFIL DE HUÉSPED IDEAL (OBLIGATORIO)

Este hotel es ideal para:

- Viajeros que quieren **Laureles** por caminabilidad y oferta de restaurantes cerca (sin irse a El Poblado).
- Personas que priorizan **servicio amable** y buena disposición del equipo (esto se repite como fortaleza).
- Estancias de trabajo / turismo funcional con **desayuno buffet** y logística simple (recepción 24h, lavandería).

No es ideal si:

- El cliente busca **descanso muy sensible al ruido** (sueño liviano) o “silencio garantizado”. Aquí hay reportes de ruido y depende de habitación/momento.
 - El cliente espera **hotel moderno / recién renovado**: aparecen menciones de habitaciones “pasadas de moda / desactualizadas” aunque limpias.
 - El cliente quiere experiencia tipo “full amenities” (spa, rooftop, etc.). No es el foco del producto.
-

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

- **Zona caminable:** ☒ Sí ☐ No
 - En TripAdvisor figura como “somewhat walkable” con **79/100** y alta oferta de restaurantes alrededor.
- **Cercanía a:**
 - **Restaurantes:** ☒ Alta ☐ Media ☐ Baja
 - **Zonas de interés:** ☐ Alta ☒ Media ☐ Baja (buena conexión urbana; atractivos requieren traslados)
 - **Vida nocturna:** ☒ Media ☐ Alta ☐ Baja (Laureles tiene bares/restaurantes; no es “zona de rumba pesada” tipo Provenza)
- **Nivel de actividad del entorno:**
 - **Día:** ☒ Medio ☐ Bajo ☐ Alto
 - **Noche:** ☒ Medio ☐ Bajo ☐ Alto

Alertas reales del entorno:

☒ Ruido ☐ Tráfico ☒ Fines de semana activos ☐ Eventos frecuentes ☐ Ninguna relevante

- Ruido reportado por intersección cercana y por situaciones puntuales (evento en restaurante / reparaciones temprano).
-

5 HABITACIONES — PERCEPCIÓN REAL (OBLIGATORIO)

- **Tamaño percibido:** ☒ Cómodo ☐ Pequeño ☐ Amplio
 - Matiz: se sugiere que algunas habitaciones (p. ej. las “01” por piso) serían más grandes.
- **Enfoque principal:** ☒ Funcionalidad ☐ Descanso ☐ Diseño
- **Tipos de habitación más comunes:** ☒ Estándar ☒ Doble ☒ Twin ☒ Otra (triple)

[TARIFARIO_HotelCasaLaureles2026...](#)

Observaciones importantes:

- Limpieza y trato del personal aparecen como consistentes.
 - Se reporta “look” tradicional/desactualizado en algunas experiencias (ojo con expectativas de estética).
 - Ruido: depende de ubicación de habitación y de eventos puntuales.
-

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

- **Desayuno:** ☐ No ☐ Básico ☒ Destacado
 - Se repite como “variado/muy rico” en reseñas recientes, pero también hay críticas históricas por poca variación (importante manejar expectativa).
 - **Restaurante:** ☒ Sí ☐ No (operación y horarios publicados; también puede generar ruido si hay eventos).
 - **Spa / Bienestar:** ☐ Sí ☒ No
 - **Gimnasio:** ☐ No ☒ Básico ☐ Completo
 - No es in-house: convenio con gimnasio cercano (Animal X).
 - **Rooftop / Terraza:** ☒ Sí ☐ No (terrazza/veranda para café y momentos tranquilos).
-

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

- ☒ **Desayuno** (punto fuerte, con matiz por expectativas)
 - ☒ **Habitaciones** (funcionales, tradicional vs moderno)
 - ☒ **Entorno inmediato** (Laureles caminable; posible ruido variable)
 - ☒ **Espacios comunes / terraza** (veranda/terrazza como lugar de pausa)
-

8 RANGO DE TARIFA ORIENTATIVO (OBLIGATORIO – nunca final)

Valores aproximados por noche – 2 personas (habitación doble)

- **Temporada baja:** \$230.000 a \$280.000 COP
[TARIFARIO_HotelCasaLaureles2026...](#)
- **Temporada media:** \$280.000 a \$340.000 COP (depende de día de semana y tipo de habitación)
[TARIFARIO_HotelCasaLaureles2026...](#)

- **Temporada alta / eventos: \$340.000 a \$430.000 COP**

[TARIFARIO HotelCasaLaureles2026...](#)

Notas tarifarias:

- **Incremento estimado por persona adicional:** suele moverse alrededor de **\$100.000–\$130.000 COP** por noche.
[TARIFARIO HotelCasaLaureles2026...](#)
- **Variación por tipo de habitación:** sencilla vs doble vs triple cambia de forma sensible; la triple sube más en alta.
[TARIFARIO HotelCasaLaureles2026...](#)
- **Fechas críticas (ferias, congresos, eventos):** el hotel marca como alta (entre otras) **Colombiatex, Semana Santa, Expobelleza, Colombiamoda, Feria de Flores y temporada dic–ene**. *En estas ventanas el rango tiende a irse a la parte alta y la disponibilidad se aprieta.*

9 PLANES ESPECIALES / EXPERIENCIAS DEL HOTEL (BLOQUE INTEGRADO)

¿El hotel ofrece planes especiales? ☒ No ☐ Sí

- *Nota interna:* En las fuentes revisadas (tarifarios + web oficial + TripAdvisor) no aparece un “plan romántico/cumpleaños” claramente estructurado como producto. Si el cliente lo pide, se valida caso a caso con el hotel.

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

- “Este hotel funciona bien si quieres Laureles por caminabilidad y un ambiente más residencial que El Poblado.”
 - “Hay que tener en cuenta que el silencio puede ser **variable**: si eres de sueño liviano, pidamos habitación más retirada del ruido y confirmemos condiciones.”
 - “Si tu expectativa es hotel moderno y de diseño, este es más tradicional y funcional; te va a gustar más por el servicio y la ubicación.”
 - “En fechas de feria/eventos, el rango suele moverse hacia temporada alta; lo validamos con Viajes Destino Antioquia antes de cerrar.”
[TARIFARIO HotelCasaLaureles2026...](#)
-

1 1 VALIDACIÓN OPERATIVA — Viajes Destino Antioquia (OBLIGATORIO)

- **Apto para descanso sensible:** ☒ No ☐ Sí (*por ruido variable reportado*)
 - **Requiere advertencia previa al cliente:** ☒ Sí ☐ No
 - **Confirmar siempre disponibilidad con proveedor:** ☒ Sí
[TARIFARIO_HotelCasaLaureles2026...](#)
 - **Hotel activo para recomendación IA:** ☒ Sí ☐ No (*con filtro de “sueño sensible” y expectativa de estética*)
-

1 2 CAMPOS OPCIONALES — VALOR AGREGADO

- **Concepto / diferenciadores reales:** ubicación Laureles + servicio amable + desayuno buffet + terraza/veranda como espacio de pausa.
 - **Experiencia del desayuno (detalle):** suele gustar por variedad; no prometer “súper gourmet”, sí “cumplidor y agradable” (y advertir que hay opiniones históricas de poca variación).
 - **Experiencia del entorno (percepción):** residencial y caminable; actividad media; ruido puede subir por intersección/eventos puntuales.
 - **Reseñas – lectura sintetizada (positivos / alertas):**
 - **Positivos repetidos:** personal amable/servicial, limpieza, buena ubicación, desayuno bien valorado.
 - **Alertas repetidas:** ruido (variable), estética “outdated” en algunas habitaciones, variación del desayuno no siempre consistente (histórico).
 - **Matices entre habitaciones:** pedir “más grande” (ej. habitaciones “01”) y/o solicitar alejadas de ruido; confirmar con hotel según disponibilidad.
 - **Servicios adicionales relevantes:** ☒ Parqueadero (*sujeto a disponibilidad*) ☐ Pet friendly ☒ Accesibilidad (*según info pública de listados; validar siempre*) ☒ Transporte (*traslados con costo; validar*)
-

1 3 HISTORIAL OPERATIVO Viajes Destino Antioquia (INTERNO)

- **Nivel de satisfacción histórica:** Sin dato interno Viajes Destino Antioquia en fuentes adjuntas (*pendiente de alimentar con operación real*).
- **Incidencias recurrentes:** ruido variable / expectativa de modernidad.
- **Tipo de cliente más feliz:** quien prioriza Laureles + servicio + desayuno (viaje urbano práctico).
- **Tipo de cliente que genera fricción:** sueño liviano / búsqueda de hotel moderno / cero tolerancia a ruido.

1 4 CONTROL DE LA FICHA

- **Estado de la ficha:** ☒ En construcción ☐ Activa ☐ En revisión
- **Fuente de información:** ☒ Hotel (tarifario) ☒ Web ☒ TripAdvisor ☐ Instagram ☐ Booking ☐
Experiencia Viajes Destino Antioquia
 - *Nota técnica:* no fue posible acceder a contenido de **Instagram** (bloqueo de acceso) ni a **Booking** (verificación JS/anti-bot) desde este entorno, por lo que los patrones de esas dos fuentes quedan pendientes de completar cuando se disponga de captura/exports.
- **Última actualización:** 2026-01-20
- **Responsable:** Analista IA (HEM.COM) / Validación final: equipo Viajes Destino Antioquia