

FICHA ESTANDARIZADA DE HOTEL LAURELES PLAZA

HotelesEnMedellin.com

1 IDENTIDAD BÁSICA DEL HOTEL

(OBLIGATORIO)

- **Nombre del hotel:** Hotel Laureles Plaza
 - **Marca / Cadena (si aplica):** No se evidencia cadena (operación independiente).
 - **Categoría de hotel:** Urbano Corporativo Boutique Bienestar Vacacional
 - **Zona / Barrio:** Laureles – Estadio (cerca a Primer/Segundo Parque de Laureles).
 - **Ciudad:** Medellín
 - **Tipo de entorno:** Mixto (residencial + oferta gastronómica cercana)
-

2 SENSACIÓN Y RITMO DEL HOTEL

(OBLIGATORIO – lenguaje humano)

- **Sensación general del hotel:** hotel funcional y urbano, pensado para “resolver” (dormir bien, ubicación caminable, servicios básicos + zonas húmedas simples). No se percibe como hotel de lujo; sí como opción práctica de Laureles.
 - **Ritmo del hotel:** Medio (corporativo/urbano)
 - **Nivel de silencio nocturno:** Variable (hay experiencias “tranquilo/sin ruido”, pero también reportes de “se escucha todo”).
 - **Tipo de huésped que más lo disfruta:** trabajo, estancias medias, viajeros que priorizan ubicación en Laureles y pasan poco tiempo en la habitación.
-

3 PERFIL DE HUÉSPED IDEAL

(OBLIGATORIO)

Este hotel es ideal para:

- Viajeros que quieren **Laureles caminable** (restaurantes, supermercados, vida de barrio) y no depender tanto de transporte.
- Estancias **corporativas** o de diligencias: check-in estándar, desayuno incluido, parqueadero sujeto a disponibilidad.
- Personas con expectativa **práctica**: cuarto correcto, aire acondicionado, ducha, Wi-Fi, y ya.

No es ideal si:

- Necesitas **habitación amplia**, mucho espacio de guardado o baño holgado (reporte recurrente: “habitaciones pequeñas” / “baño muy pequeño” en algunas).
- Eres **sensible al ruido** (hay reseñas que mencionan que “se escucha todo”).
- Tu decisión depende de un **desayuno sobresaliente y consistente**: hay reseñas muy buenas, pero también una queja fuerte por calidad/temperatura/experiencia después de cierta hora.

4 UBICACIÓN — LECTURA HUMANA (MAPS)

(OBLIGATORIO – no técnica)

- **Zona caminable:** Sí (Laureles es percibido como caminable; Tripadvisor lo califica “Good for walkers” con puntuación 82/100 y alta oferta cercana).
- **Cercanía a:**
 - **Restaurantes:** Alta (muchos a pocos minutos; Laureles gastronómico).
 - **Zonas de interés:** Media (fácil moverse a estadio/unidad deportiva y a otras zonas, pero no es El Poblado).
 - **Vida nocturna:** Media (hay cercanía a bares/rumba en Laureles, pero no es “zona club” tipo Lleras).

- **Nivel de actividad del entorno:**

- **Día:** Medio
- **Noche:** Medio (puede subir en fines de semana por dinámica de Laureles).

Alertas reales del entorno:

Variable (posible ruido / fines de semana activos) — no se puede prometer silencio perfecto: hay huéspedes que lo sienten “quite quiet”, y otros que reportan “se oye todo”.

5 HABITACIONES — PERCEPCIÓN REAL

(OBLIGATORIO)

- **Tamaño percibido:** Pequeño a Cómodo (depende del tipo; el patrón en reseñas apunta a “pequeñas”, aun cuando “cómodas”).
- **Enfoque principal:** Funcionalidad (escritorio, A/C, baño privado, minibar; más utilidad que diseño).
- **Tipos de habitación más comunes:** Estándar Twin Doble Familiar Otra (Junior / Suite con hidromasaje / Luxe según material del hotel).

Observaciones importantes:

- Hay reportes puntuales de **aire acondicionado con desempeño irregular** en alguna habitación.
 - Se mencionan **detalles de confort a mejorar** (almohadas / cama) y casos puntuales (p. ej., presencia de hormigas).
 - Si el cliente es sensible a ruido o privacidad sonora, **recomendar pedir habitación “más silenciosa”** y recalcar que el silencio puede variar.
-

6 SERVICIOS QUE REALMENTE IMPACTAN LA DECISIÓN

(OBLIGATORIO – solo los relevantes)

- **Desayuno:** Básico a Destacado (incluido; hay comentarios positivos, pero también una crítica fuerte por consistencia/calidad).
 - **Restaurante:** Sí (Restaurante Bamboo).
 - **Spa / Bienestar:** Sí (zona húmeda: turco + jacuzzi; “Spa” en comunicación del hotel).
 - **Gimnasio:** No evidenciado claramente en las fuentes analizadas (no asumir).
 - **Rooftop / Terraza:** Sí (rooftop bar + terraza con jacuzzi).
 - **Parqueadero:** Sí, **sujeto a disponibilidad** (importante advertir).
-

7 MOMENTOS DOMINANTES DE LA EXPERIENCIA

(OBLIGATORIO – mínimo 3)

Entorno inmediato (Laureles caminable): la conveniencia de restaurantes/servicios cerca es un “ganador” constante.

Habitación (descanso funcional): comodidad correcta, pero con alerta: tamaño/ruido/detalles.

Desayuno: puede ser buen inicio del día, pero la expectativa debe ser realista (no “gourmet garantizado” todos los días/horas).

Zonas húmedas (turco/jacuzzi): valor añadido “simple” para descanso ligero, no spa de destino.

8 RANGO DE TARIFA ORIENTATIVO

(OBLIGATORIO – nunca final)

Valores aproximados por noche – 2 personas (referencia 2026 observada en material del hotel; puede variar por tipo de habitación y fechas).

- **Temporada baja:** \$190.000 a \$300.000 COP
- **Temporada media:** \$215.000 a \$320.000 COP
- **Temporada alta / eventos:** \$230.000 a \$360.000 COP (Feria/puentes/congresos: puede subir y agotarse).

Notas tarifarias:

- **Incremento estimado por persona adicional:** ~\$80.000 COP + IVA por persona/noche (según condiciones del hotel).
- **Variación por tipo de habitación:** Estándar/Twin tienden a estar en el piso del rango; Familiar/Suite con hidromasaje y superiores se van al techo.
- **Advertencia IVA:** el material del hotel indica que **a ciudadanos colombianos se les aplica IVA adicional** (validar caso a caso con VDA antes de cerrar).

9 PLANES ESPECIALES / EXPERIENCIAS DEL HOTEL

(BLOQUE INTEGRADO – OBLIGATORIO SI EXISTEN PLANES)

¿El hotel ofrece planes especiales? Sí

Tipos de planes disponibles (marcar solo los activos):

- Noche romántica / aniversario / pareja (bajo “ocasiones y decoraciones especiales”)
- Cumpleaños
- Celebración especial
- Decoración especial de habitación
- Otro: 15's / matrimonios / primeras comuniones (según brochure)

Perfil de viaje al que aplican:

- Parejas Celebraciones íntimas Escapadas cortas

Qué incluyen (lenguaje humano) (máx. 3 bullets):

- Decoración y ambientación para ocasión especial (según celebración).
- Uso/acompañamiento de espacios del hotel que soportan celebración íntima (p. ej. zonas comunes / rooftop según disponibilidad).
- Se coordina como **adicional** y no es automático: requiere gestión previa. (Inferencia operativa a partir de la naturaleza del servicio; siempre validar).

Condiciones importantes:

- **Requiere reserva previa:** Sí (recomendado)
- **Depende de disponibilidad:** Sí
- **Aplica todos los días:** No confirmado
- **Aplica fines de semana:** No confirmado

Rango tarifario orientativo del plan (opcional pero recomendado):

- **Desde:** \$80.000 COP
- **Hasta:** \$250.000 COP
(Referencial como “adicional por decoración/ocasión”. Se confirma con el hotel según lo solicitado.)

Frases guía para el agente IA (planes):

- “Este hotel puede apoyar celebraciones íntimas con decoración/ocasion especiales; no es automático, hay que coordinarlo.”
- “Si estás celebrando, te propongo validar qué incluye el plan exacto y el valor adicional antes de confirmar.”
- “Lo dejamos como solicitud al hotel (según disponibilidad) para evitar malentendidos.”

Validación operativa Viajes Destino Antioquia – Planes:

- **Planes activos actualmente:** Sí (hay sección de Planes + brochure de ocasiones).
- **Confirmar siempre con el hotel antes de ofrecer:** Sí
- **Ofrecer solo si el cliente lo menciona:** Sí

10 FRASES GUÍA GENERALES PARA EL AGENTE IA

(OBLIGATORIO – mínimo 3)

- “Este hotel funciona bien si tu prioridad es estar en Laureles caminable y usar la habitación como base práctica.”
- “Hay que tener en cuenta que algunas reseñas reportan habitaciones pequeñas y sensibilidad al ruido; si eso te afecta, lo advertimos y pedimos habitación lo más silenciosa posible.”
- “El desayuno está incluido, pero la experiencia puede variar; si para ti el desayuno es decisivo, lo validamos con el hotel (horarios y formato).”

- “Para fechas de alta demanda (como Feria de las Flores), el rango sube y la disponibilidad se mueve rápido: VDA lo confirma antes del cierre.”
-

1 1 VALIDACIÓN OPERATIVA — Viajes Destino **Antioquia**

(OBLIGATORIO)

- **Apto para descanso sensible:** No (solo si el cliente no es sensible a ruido/tamaño; si lo es, requiere advertencia).
 - **Requiere advertencia previa al cliente:** Sí (tamaño de habitación, posible ruido, consistencia del desayuno).
 - **Confirmar siempre disponibilidad con proveedor:** Sí (políticas y reservas sujetas a disponibilidad).
 - **Hotel activo para recomendación IA:** Sí (con encaje claro: corporativo/urbano; y con advertencias estándar).
-

1 2 CAMPOS OPCIONALES — VALOR AGREGADO

- **Concepto / diferenciadores reales:** Laureles “a pie”, hotel práctico con valor añadido de turco/jacuzzi y rooftop.
- **Experiencia del desayuno (detalle):** incluido; hay huéspedes que destacan que se puede pedir huevos/omelet aunque no siempre lo informan; también hay crítica por calidad/temperatura después de cierta hora (esto se debe advertir si el cliente baja tarde).
- **Experiencia del entorno (percepción):** “seguro/agradable” y con muchos servicios cerca; vida de barrio.
- **Reseñas – lectura sintetizada (positivos / alertas):**
 - Positivos: ubicación excelente, personal amable, estancias largas “bien”, percepción de seguridad, limpieza “bien” en promedio.

- Alertas: tamaño de cuarto/baño, ruido (en algunas), A/C irregular (caso), confort de almohadas/cama (casos), desayuno inconsistente (caso fuerte).
 - **Matices entre habitaciones:** pedir confirmación de **tamaño y nivel de ruido** por tipo (Estándar/Twin vs Familiar/Suite). No asumir que todas se sienten igual.
 - **Servicios adicionales relevantes:**
 - Parqueadero (sujeto) Pet friendly (NO) Accesibilidad (no confirmado) Transporte (mencionado por huésped como oferta del hotel; validar).
-

1 3 HISTORIAL OPERATIVO Viajes Destino Antioquia

(INTERNO)

- **Nivel de satisfacción histórica:** No hay data interna VDA adjunta (no inventar).
 - **Incidencias recurrentes:** A partir de reseñas: tamaño/ruido/desayuno variable.
 - **Tipo de cliente más feliz:** corporativo, parejas de ciudad, viajeros que pasan el día fuera y vuelven a dormir.
 - **Tipo de cliente que genera fricción:** quien espera amplitud, silencio garantizado o desayuno “premium” constante.
-

1 4 CONTROL DE LA FICHA

- **Estado de la ficha:** En construcción (por limitación de acceso a Booking/Instagram/Maps en esta ejecución)
- **Fuente de información:** Hotel (brochure) Web TripAdvisor Booking Instagram Experiencia Viajes Destino Antioquia
- **Última actualización:** 2026-01-26
- **Responsable:** IA — HEM.COM (para VDA)