

# FICHA ESTANDARIZADA DE HOTEL LETTERA

HotelesEnMedellin.com  
(Plantilla oficial VDA)

---

## 1 IDENTIDAD BÁSICA DEL HOTEL (OBLIGATORIO)

- **Nombre del hotel:** Lettera Hotel (Lettera Hotel Poblado)
  - **Marca / Cadena (si aplica):** Independiente (no se evidencia cadena en fuentes revisadas).
  - **Categoría de hotel:** ☒ Urbano ☒ Boutique ☐ Corporativo ☐ Bienestar ☐ Vacacional  
(por concepto/escala y perfil de servicios)
  - **Zona / Barrio:** Provenza / El Poblado (Calle 5F #30–73).
  - **Ciudad:** Medellín
  - **Tipo de entorno:** ☒ Mixto (zona de alta oferta gastronómica/vida urbana + hotel con sensación de “refugio”)
- 

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

- **Sensación general del hotel:** moderno, cuidado, “hotel nuevo”, con estética sobria y concepto de letras/biblioteca; se percibe como un lugar ordenado y íntimo.
  - **Ritmo del hotel:** ☒ Medio (bien para descanso urbano y también para moverse por Provenza)
  - **Nivel de silencio nocturno:** ☒ Variable (la zona puede ser activa; y aparece al menos una alerta externa de ruido por obras en un testimonio no-Booking)
  - **Tipo de huésped que más lo disfruta:** parejas, viajeros que valoran limpieza y servicio, viajes cortos de ciudad, “trabajo + descanso” sin ambiente de fiesta dentro del hotel.
- 

## 3 PERFIL DE HUÉSPED IDEAL (OBLIGATORIO)

Este hotel es ideal para:

- Quien prioriza **limpieza alta, orden y servicio amable** (patrón dominante en reseñas).
- Quien quiere estar **en El Poblado/Provenza** para moverse a pie o en trayectos cortos.

- Quien busca un hotel **moderno, sin “show”**, más de dormir bien/descansar que de entretenimiento.

**No es ideal si:**

- Buscan **ambiente familiar amplio** o infraestructura para niños (es más urbano/parejas; políticas de menores indican enfoque más controlado).
- Viajan con **mascota** (no pet friendly).
- Tienen **sensibilidad alta al ruido** y necesitan “silencio garantizado” (mejor advertir por dinámica de zona y eventualidades).
- Quieren **servicio de comida muy tarde** o vida nocturna “sin fricción” desde el hotel (hay que validar horarios reales del restaurante/room service según fecha).

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

- **Zona caminable:** ☒ Sí (*Provenza/El Poblado suele ser caminable; aun así, por seguridad/horario conviene criterio nocturno*)
- **Cercanía a:**
  - **Restaurantes:** ☒ Alta
  - **Zonas de interés:** ☒ Media–Alta (*Parque Lleras, Parque El Poblado y centros comerciales relativamente cerca*)
  - **Vida nocturna:** ☒ Alta (*área de influencia Provenza/Lleras*)
- **Nivel de actividad del entorno:**
  - **Día:** ☒ Medio
  - **Noche:** ☒ Alto

**Alertas reales del entorno:** ☒ Ruido ☒ Fines de semana activos

- En zona de alta demanda (eventos/ferias) la dinámica del sector y la ocupación cambian la experiencia: más tráfico, más movimiento y tarifas más volátiles.

#### **5 HABITACIONES — PERCEPCIÓN REAL (OBLIGATORIO)**

- **Tamaño percibido:** ☒ Cómodo (*en reseñas se repite “amplia/ cómoda” y en tipologías hay habitaciones de 25–27 m<sup>2</sup>; Deluxe 50 m<sup>2</sup>; Suite 63 m<sup>2</sup>*)
- **Enfoque principal:** ☒ Descanso ☒ Funcionalidad ☒ Diseño
- **Tipos de habitación más comunes:** ☒ Twin ☒ Doble ☐ Estándar ☐ Superior ☒ Otra (*Deluxe / Junior Suite / Suite en menor cantidad*)

**Observaciones importantes:**

- Inventario base fuerte en **dobles y twins**, con variación por **balcón vs ventanal** (esto cambia ventilación/experiencia de “aire” y posible percepción de ruido).
  - El hotel enfatiza “vistas a ciudad” en web; en operación conviene **no prometer vista específica**: depende de piso y orientación.
- 

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

- **Desayuno:** ☒ Destacado (*en fuentes: buffet incluido; en reseñas se repite positivo*)
  - **Restaurante:** ☒ Sí
  - **Spa / Bienestar:** ☐ Sí ☒ No (*no aparece como servicio estructural en brochure/web revisada*)
  - **Gimnasio:** ☐ No / **No confirmado en fuentes proporcionadas** (no usar en recomendación sin validar).
  - **Rooftop / Terraza:** ☒ Sí (*terrazza mencionada como servicio/espacio*)
  - **Parqueadero:** ☒ Sí (brochure: “parqueadero gratis”; en otras plataformas aparece como “puede aplicar cargo”: **validar por tipo de reserva**).
  - **Políticas que afectan decisión:** libre de humo; no pet friendly; check-in 3pm / check-out 12m.
- 

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

- ☒ **Desayuno** (buffet incluido; repetición positiva)
  - ☒ **Habitaciones** (limpieza/confort como patrón)
  - ☒ **Espacios comunes** (lounge/biblioteca/jardín: “refugio urbano”)
  - ☒ **Entorno inmediato** (Provenza: movimiento nocturno/fin de semana)
- 

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

**Valores aproximados por noche – 2 personas (COP):**

- **Temporada baja: \$260.000 a \$340.000** (base en convenios netos para DOBLE/TWIN en baja, según volumen)
- **Temporada media: \$280.000 a \$350.000** (DOBLE/TWIN en media)
- **Temporada alta / eventos: \$380.000 a \$470.000** (rangos publicados para alta/alta\*\*)

**Notas tarifarias:**

- **Variación por tipo de habitación:** Deluxe y suites suben de forma sensible (Deluxe aparece muy por encima de estándar en baja/media).
- **IVA:** las tarifas del convenio **no incluyen IVA 19%**; aplica exención a residentes en el exterior bajo condiciones del decreto (validar soporte/documentación en operación).
- **Fechas críticas (eventos/ferias):** el hotel lista ventanas de alta demanda (p. ej. Colombiatex, Feria de Flores, etc.) y advierte **sujeción a disponibilidad** para “eventos de ciudad” anunciados con antelación.
- **Blackout dates:** pueden aplicar (se debe confirmar con comercial).

## 9 PLANES ESPECIALES / EXPERIENCIAS DEL HOTEL

(BLOQUE INTEGRADO – OBLIGATORIO SI EXISTEN PLANES)

¿El hotel ofrece planes especiales?

- ☒ Sí (*se evidencian “ofertas/promociones” tipo descuento/early booking en la web, pero **no** se describen planes experienciales (romántico/cumpleaños/spa) en las fuentes revisadas*).

**Tipos de planes disponibles (marcar solo los activos)**

- ☒ Otro: **Promociones comerciales (descuentos / early booking)** (*no es “plan celebración”*)

**Perfil de viaje al que aplican**

- ☒ Escapadas cortas ☒ Viajes urbanos especiales

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

- Descuento sobre la tarifa al reservar por web en condiciones definidas.
- Beneficios sujetos a disponibilidad (según se indica en la web).

**Condiciones importantes**

- Requiere reserva previa: ☒ Sí
- Depende de disponibilidad: ☒ Sí
- Aplica todos los días: ☐ No confirmado
- Aplica fines de semana: ☐ No confirmado

**Rango tarifario orientativo del plan (opcional pero recomendado)**

- **No aplica** (no hay valor adicional; es descuento/condición comercial, no plan experiencial).

**Frases guía para el agente IA (planes)**

- “El hotel maneja promociones por canal directo; si te interesa, lo validamos por fechas porque cambia por temporada.”
- “Ojo: esto no es un plan de celebración; es una condición comercial de reserva.”
- “Cualquier beneficio está sujeto a disponibilidad y reglas de la tarifa.”

#### Validación operativa VDA – Planes

- Planes activos actualmente: ☒ Sí (promos web)
  - 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 muy bien si priorizas **limpieza, servicio amable y un lugar moderno** para dormir cómodo en El Poblado.”
  - “Hay que tener en cuenta que el entorno es **Provenza/El Poblado**: muy bien ubicado, pero **los fines de semana puede sentirse más activo**.”
  - “Si eres sensible al ruido, te recomiendo **pedir habitación alta y, si es posible, validar orientación** (balcón/ventanal cambia la percepción).”
  - “En fechas de eventos (ferias/conciertos), el rango sube y la disponibilidad cambia; **se confirma con comercial** antes de prometer tarifa.”
- 

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

- **Apto para descanso sensible:** ☐ Sí ☒ No *(por ubicación en zona activa + posibilidad de variabilidad de ruido; se recomienda para descanso urbano, no para silencio profundo garantizado)*
  - **Requiere advertencia previa al cliente:** ☒ Sí *(zona + eventos + políticas de pago/no reembolsos)*
  - **Confirmar siempre disponibilidad con proveedor:** ☒ Sí
  - **Hotel activo para recomendación IA:** ☒ Sí *(con advertencias claras de encaje)*
- 

### 1 2 CAMPOS OPCIONALES — VALOR AGREGADO

- **Concepto / diferenciadores reales:** hotel de estética “letras/biblioteca”, espacios como lounge, jardín y biblioteca; sensación de “refugio urbano” dentro de una zona dinámica.
- **Experiencia del desayuno (detalle):** buffet incluido; repetición positiva en reseñas por variedad/sabor.

- **Experiencia del entorno (percepción):** ubicación fuerte para quien quiere Provenza; para familias/noches tranquilas, se recomienda criterio nocturno y movilidad segura.
  - **Reseñas – lectura sintetizada (positivos / alertas):**
    - Positivos dominantes: **limpieza muy alta, personal muy amable, confort y buena ubicación** (patrón consistente).
    - Alertas: casos puntuales en fuentes externas sobre **ruido por obras** y quejas operativas específicas; y un testimonio aislado en TripAdvisor sobre **dinámica social del sector** (no concluyente como patrón, pero sí amerita “pregunta filtro” al cliente si viaja en familia y qué espera del entorno).
  - **Matices entre habitaciones:** balcón vs ventanal; Deluxe/Suite son categorías muy limitadas (pocas unidades) → se agotan primero.
  - **Servicios adicionales relevantes:**
    - ☒ Parqueadero (*validar condiciones*)
    - ☐ Pet friendly (*NO*)
    - ☐ Accesibilidad (*no confirmado en fuentes*)
    - ☒ Transporte (*aparece en plataformas como shuttle con costo; validar por operación VDA*)
- 

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

- **Nivel de satisfacción histórica:** Sin dato interno VDA (pendiente alimentar).
  - **Incidencias recurrentes:** a vigilar: claridad de políticas de pago/no reembolso, ventanas de cancelación y validación de parqueadero/servicios por tarifa.
  - **Tipo de cliente más feliz:** parejas y viajeros que valoran servicio, limpieza y hotel moderno.
  - **Tipo de cliente que genera fricción:** familias que esperan “ambiente familiar” o viajeros que necesitan silencio total y/o comida disponible muy tarde sin depender del entorno.
- 

### **1 4 CONTROL DE LA FICHA**

- **Estado de la ficha:** ☒ En revisión (*por bloqueo de acceso directo a Instagram/TripAdvisor completo en esta corrida; se usaron fuentes indexadas y PDFs adjuntos*)
- **Fuente de información:** ☒ Hotel (brochure) ☒ Web ☒ Booking ☒ TripAdvisor (parcial indexado)
- **Última actualización:** 2026-01-26
- **Responsable:** Analista IA (HEM/VDA)