

FICHA ESTANDARIZADA DE ART HOTEL

1 IDENTIDAD BÁSICA DEL HOTEL (OBLIGATORIO)

- **Nombre del hotel:** The Art Hotel Medellín
 - **Marca / Cadena (si aplica):** Independiente
 - **Categoría de hotel:** Boutique Urbano Corporativo Bienestar Vacacional
 - **Zona / Barrio:** El Poblado (zona Parque Lleras / Provenza)
 - **Ciudad:** Medellín
 - **Tipo de entorno:** Mixto (cercano a zona activa, pero en calle más silenciosa según web oficial)
-

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

- **Sensación general del hotel:** hotel boutique de estética industrial/botánica, pensado para “plan urbano” (comer, salir, moverse a pie) con experiencia marcada por espacios sociales (café/rooftop).
 - **Ritmo del hotel:** Dinámico (por ubicación y peso del rooftop/zonas sociales)
 - **Nivel de silencio nocturno:** Variable (depende mucho de habitación: interior vs exterior; y del ruido natural del sector Lleras/Provenza)
 - **Tipo de huésped que más lo disfruta:** parejas y viajeros que quieren estar caminando a restaurantes/bares; viajeros de trabajo que valoran ubicación y diseño; gente que disfruta rooftop/cócteles como parte del plan.
-

3 PERFIL DE HUÉSPED IDEAL (OBLIGATORIO)

Este hotel es ideal para:

- Quien quiere **ubicación top** en El Poblado para moverse caminando (Lleras/Provenza) y no quiere depender de carro.
- Quien valora **diseño/estética** (industrial + botánico) y un hotel con identidad marcada.
- Quien tolera que la experiencia sea **urbana**: vida social cerca, tránsito de zona y “plan rooftop”.

No es ideal si:

- Buscan **descanso muy sensible** (silencio profundo garantizado). En esta zona el silencio depende de la habitación y del día.
 - Les frustra una habitación con **poca conexión al exterior**: en reseñas aparece el punto de habitaciones sin ventana exterior.
 - Viajan con expectativa de “hotel familiar flexible”: hay políticas estrictas de menores/acompañantes/visitas (visitas en habitación no permitidas; menores con documentación).
-

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

- **Zona caminable:** Sí (a una cuadra de Parque Lleras; eje gastronómico y entretenimiento alrededor)
- **Cercanía a:**
 - **Restaurantes:** Alta
 - **Zonas de interés:** Alta (por estar en El Poblado cerca a Lleras/Provenza; y conexión rápida a zonas de negocios)
 - **Vida nocturna:** Alta (por el mismo sector)
- **Nivel de actividad del entorno:**
 - **Día:** Medio–Alto
 - **Noche:** Alto

Alertas reales del entorno:

Ruido Fines de semana activos Tráfico (típico de El Poblado)

Matiz clave: la web oficial sugiere “calle silenciosa”, pero por ubicación (a 1 cuadra de Lleras) el **riesgo de ruido** existe; se debe manejar como **variable por habitación y por fecha**.

5 HABITACIONES — PERCEPCIÓN REAL (OBLIGATORIO)

- **Tamaño percibido:** Cómodo (rangos de m² reportados: aprox. 23–32 m² en varias categorías y una executive mayor)
- **Enfoque principal:** Diseño Funcionalidad (mezcla de estética industrial + confort)
- **Tipos de habitación más comunes:** Estándar Twin Superior Doble (según categorías descritas)

Observaciones importantes (lo que evita errores):

- **No todas las habitaciones “se sienten iguales”:** hay categorías orientadas a **jardines interiores** vs **vista exterior** (esto cambia luz, sensación de amplitud y ruido).
 - En reseñas aparece como “pero” el tema de **habitación sin ventana al exterior**: esto hay que preguntarlo antes si el cliente es sensible a eso.
 - Políticas fuertes de seguridad/acompañantes: **visitas en habitaciones no permitidas** (si se solicita, se registra como acompañante y cobra adicional). Esto impacta viajeros que planean “invitar amigos”.
-

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

- **Desayuno:** Destacado (incluido en tarifas corporativas; en reseñas: bueno, pero repetitivo para estancias largas)
- **Restaurante:** Sí (en último piso / rooftop con A&B; costo adicional según documento)
- **Spa / Bienestar:** No (no se evidencia como eje en los documentos analizados)
- **Gimnasio:** No / No evidenciado en fuentes adjuntas (no lo uso como argumento)
- **Rooftop / Terraza:** Sí (es un “momento” central de la experiencia: cócteles, música, vista)

Otros que sí importan operativamente:

- Recepción 24h y atención bilingüe (para extranjero).
 - Políticas claras de cancelación (72h) y no show.
 - Política estricta “no fumar” con penalidad alta (relevante para evitar conflictos).
-

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

- Ubicación / entorno inmediato:** se vive como “estar en el centro del plan” (comida, cultura, noche).
- Rooftop (The Upgarden):** parte del atractivo y energía del hotel; puede sumar o restar según el perfil del huésped (si busca calma).

- Habitación (diseño + luz):** clave confirmar si el huésped necesita ventana/vista exterior o prefiere interior para descanso.
 - Desayuno:** buen cumplimiento general; puede cansar si la estadía es larga (patrón de reseña).
-

8 RANGO DE TARIFA ORIENTATIVO (OBLIGATORIO – nunca final)

Valores aproximados por noche – 2 personas (COP)

(Basado en referencias de tarifa 2026 observadas en documento corporativo y lectura de categoría/ubicación; sin prometer valor final. Tarifas reales dependen de fecha, ocupación, habitación y eventos.)

- **Temporada baja: \$300.000 a \$420.000**
- **Temporada media: \$380.000 a \$520.000**
- **Temporada alta / eventos: \$520.000 a \$750.000+**

Notas tarifarias:

- **Incremento estimado por persona adicional:** puede aplicar desde 12 años (documento indica cobro por “persona adicional” para segunda persona >12 según condiciones internas; validar por caso).
 - **Variación por tipo de habitación:** interior (jardines) vs exterior/balcón/terraza suele mover la tarifa y la percepción.
 - **Fechas críticas (alerta dura):** Semana Santa, Feria de las Flores, Colombiatex, Colombiamoda (y fines de semana del sector).
 - **Impuestos:** el documento corporativo indica que el IVA se aplicaría para pasajeros colombianos (esto debe confirmarse al cerrar).
-

9 PLANES ESPECIALES / EXPERIENCIAS DEL HOTEL

¿El hotel ofrece planes especiales? Sí / No evidenciado en fuentes adjuntas

- En los PDFs analizados se habla de rooftop, café y espacios (reuniones/teatro), pero **no** se describen “noches románticas/cumpleaños/spa” como planes paquetizados.
-

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

- “Este hotel funciona bien si quieres estar a **pasos de Lleras/Provenza** y te gusta un ambiente urbano con identidad de diseño.”
 - “Hay que tener en cuenta que en esta zona el **ruido puede ser variable**; si tu descanso es sensible, confirmemos **tipo de habitación** (interior vs exterior).”
 - “Si para ti es importante **ventana o vista exterior**, lo preguntamos antes porque algunas habitaciones pueden sentirse más ‘interiores’.”
 - “En fechas de ciudad (ferias y congresos) el rango suele subir; antes de decidir, VDA valida la mejor tarifa real para tu fecha.”
-

1 1 VALIDACIÓN OPERATIVA — Viajes Destino Antioquia (OBLIGATORIO)

- **Apto para descanso sensible:** No (más bien “descanso urbano”; requiere manejo de expectativas por zona y rooftop)
 - **Requiere advertencia previa al cliente:** Sí
 - Ruido/actividad del sector (especialmente noches/fines de semana)
 - Confirmar habitación interior vs exterior
 - Política de acompañantes/visitas y no fumar (para evitar fricciones)
 - **Confirmar siempre disponibilidad con proveedor:** Sí
 - **Hotel activo para recomendación IA:** Sí (pero **no** para perfiles de descanso profundo)
-

1 2 CAMPOS OPCIONALES — VALOR AGREGADO

- **Concepto / diferenciadores reales:** hotel boutique que gira alrededor de “arte + cultura + entretenimiento” con estética industrial/botánica; rooftop como ancla social.
- **Experiencia del desayuno (detalle):** bien valorado; posible repetición en estancias largas (para quien se queda 4–6 noches esto importa).

- **Experiencia del entorno (percepción):** “cerca de todo” con calle más tranquila según web, pero sigue siendo microzona de alta actividad.
 - **Reseñas – lectura sintetizada (positivos / alertas):**
 - **Positivos que se repiten:** ubicación (muy alta), personal muy amable, limpieza/confort.
 - **Alertas que se repiten / relevantes:** desayuno “bueno pero sin novedad”, y caso de habitación sin ventana exterior (tema de expectativa).
 - **Matices entre habitaciones:** interior/jardín vs exterior (luz/ruido/sensación).
 - **Servicios adicionales relevantes:** Transporte (coordinable) Lavandería (adicional) Parqueadero (no evidenciado en fuentes adjuntas) Pet friendly (no evidenciado)
-

1 3 HISTORIAL OPERATIVO Viajes Destino Antioquia (INTERNO)

- **Nivel de satisfacción histórica:** *No hay data interna VDA en los adjuntos (pendiente).*
 - **Incidencias recurrentes:**
 - Expectativa de silencio vs realidad de zona
 - Expectativa de ventana/vista exterior
 - Fricción por políticas (acompañantes/visitas, no fumar, cancelación)
 - **Tipo de cliente más feliz:** urbano, pareja/solo, “quiero estar en el corazón del Poblado”, valora diseño + ubicación.
 - **Tipo de cliente que genera fricción:** descanso sensible, familias que esperan flexibilidad, huéspedes que quieren invitar visitas a la habitación, fumadores.
-

1 4 CONTROL DE LA FICHA

- **Estado de la ficha:** En construcción (por faltante de validación Instagram y sin lectura TripAdvisor en links aportados)
- **Fuente de información:** Hotel (PDFs) Web Booking Instagram (no accesible) TripAdvisor (no aportado)
- **Última actualización:** 2026-01-20
- **Responsable:** Analista IA (HEM/VDA)