

Informe Ejecutivo  
Junio 2025

**NUMU**  
BOUTIQUE HOTEL



HAMAK  HOTELS  
COLLECTION

## ÍNDICE

- 03 Resultados financieros
- 05 Area Comercial
  - Pick up por Origen
  - Pick up Diario
  - Pick up por mes de reservación
  - Pick up por Canal agosto
  - Ocupación y Tarifa Real y Proyecciones de agosto y septiembre, 2024
  - Puntos Relevantes del Área Comercial, Chart de Grupos
  - Plan de Accion Ventas de Revenue
- 14 Marketing Digital
- 17 Relaciones Públicas
- 19 Reputación en Línea
- 21 Operación

## RESULTADOS FINANCIEROS

**HOTEL NUMU**  
**RESUMEN OPERATIVO A JUNIO 2025**  
**CIFRAS EN MN**

	jun-25		jun-25		jun-24		AÑO A LA FECHA		Prior 2024	%
	Actual	%	Budget	%	Prior	%	Actual	%		
Cuartos Ocupados	531		492		416		3,783		3,909	3,158
Cuartos Disponibles	1,320		1,320		1,320		7,964		7,964	8,008
Porcentaje de Ocupacion Cuartos	40.2%		37.3%		31.5%		47.5%		49.1%	39.4%
ADR Promedio	6,128		6,785		5,710		7,401		7,685	6,634
Ingresos Cuartos	3,253,878		3,337,980		2,375,298		27,997,216		30,041,923	20,950,248
RevPar Promedio	2,465		2,529		1,799		3,515		3,772	2,616
<b>Ingreso</b>										
Cuartos	3,253,878	65.5%	3,337,980	69.7%	2,375,298	80.0%	27,997,216	70.5%	30,041,923	72.8%
Alimentos y Bebidas	1,212,757	24.4%	1,225,080	25.6%	502,651	16.9%	9,278,828	23.4%	9,502,781	23.0%
SPA	130,746	2.6%	155,472	3.2%	71,041	2.4%	894,648	2.3%	1,156,854	2.8%
Otros	373,119	7.5%	68,880	1.4%	20,363	0.7%	1,536,180	3.9%	547,260	1.3%
<b>Total Ingreso</b>	<b>4,970,500</b>	<b>100.0%</b>	<b>4,787,412</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,969,353</b>	<b>100.0%</b>	<b>39,706,871</b>	<b>100.0%</b>	<b>41,248,818</b>	<b>100.0%</b>
<b>Total Costos</b>	<b>970,292</b>	<b>19.5%</b>	<b>769,437</b>	<b>16.1%</b>	<b>430,653</b>	<b>14.5%</b>	<b>6,598,325</b>	<b>16.6%</b>	<b>6,227,003</b>	<b>15.1%</b>
<b>Total Nomina &amp; Relativos</b>	<b>1,142,944</b>	<b>23.0%</b>	<b>1,156,559</b>	<b>24.2%</b>	<b>1,083,044</b>	<b>36.5%</b>	<b>6,522,670</b>	<b>16.4%</b>	<b>6,979,678</b>	<b>16.9%</b>
<b>Total Gastos Departamentales</b>	<b>164,688</b>	<b>3.3%</b>	<b>220,927</b>	<b>4.6%</b>	<b>129,211</b>	<b>4.4%</b>	<b>1,340,578</b>	<b>3.4%</b>	<b>1,454,482</b>	<b>3.5%</b>
<b>Total Costos + Gastos Deptl.</b>	<b>2,277,924</b>	<b>45.8%</b>	<b>2,146,924</b>	<b>44.8%</b>	<b>1,642,907</b>	<b>55.3%</b>	<b>14,461,574</b>	<b>36.4%</b>	<b>14,661,163</b>	<b>35.5%</b>
<b>Utilidad Departamental</b>	<b>2,692,575</b>	<b>54.2%</b>	<b>2,640,488</b>	<b>55.2%</b>	<b>1,326,446</b>	<b>44.7%</b>	<b>25,245,298</b>	<b>63.6%</b>	<b>26,587,655</b>	<b>64.5%</b>
<b>Total Gastos Operación no Distr.</b>	<b>2,818,092</b>	<b>56.7%</b>	<b>2,155,457</b>	<b>45.0%</b>	<b>1,857,552</b>	<b>62.6%</b>	<b>14,943,546</b>	<b>37.6%</b>	<b>13,352,513</b>	<b>32.4%</b>
<b>Utilidad Operativa (GOP)</b>	<b>- 125,516</b>	<b>-2.5%</b>	<b>485,031</b>	<b>10.1% -</b>	<b>531,106</b>	<b>-17.9%</b>	<b>10,301,752</b>	<b>25.9%</b>	<b>13,235,142</b>	<b>32.1%</b>
									<b>5,163,949</b>	<b>19.3%</b>

### Resultados del mes de Junio 2025

#### **Resultados Moneda Nacional**

Ingresos Totales: \$ 4'970,500

GOP: \$ -125,516

Ingresos AAF: \$39,706,871

#### **INGRESOS GLOBALES:**

- Los ingresos del mes fueron \$ 4'970,500 con una diferencia al plan de \$ 183,088 representa un 3.8%
- Con relación al año anterior un más 67.4%
- Las Desviaciones sobresalientes en Costos y Gastos

#### **A&B:**

#### **Gastos:**

#### **Renta de Equipo:**

- Renta de equipo para evento Grupo Ace \$7,800

#### **ADMINISTRACIÓN:**

#### **Gastos:**

#### **RH Head Hunter reclutamiento:**

- Reclutamiento Chef Ejecutivo \$86,400

#### **SISTEMAS:**

#### **Nomina:**

- Sueldo personal de IT \$25,000 (este puesto no se tenía contemplado en presupuesto)

**Gastos:**

**Soporte sistemas:**

- Hyatt fee tecnología \$ 147,804

**PROMOCIÓN Y VENTAS:**

**Gastos:**

**E-Marketing:**

- Social Media \$ 20,000
- Publicidad de Medios \$ 6,000
- Dcmít \$ 2,597
- Koddi \$ 30,201
- Sales marketing Hyatt digital \$ 147,407

**Sales/RP/Marketing services:**

- Zapwater \$ 66,925
- Screen Pilot \$ 100,226
- Covalente \$ 40,000
- Marketing fee HAMAK \$10,000.

**Soft Bran Hyatt:**

- Provisión Franchisse Fee (membresía Hyatt) \$ 140,729

**Eventos:**

- Evento ILTM Américas octubre 2025 \$ 120,000
- Evento Torneo de golf león \$ 13,000
- Lifestyle Roadshow Hyatt Atlanta, mayo 2025 \$ 47,864
- Lifestyle Roadshow Hyatt San Francisco, mayo 2025 \$ 47,864
- Lifestyle Roadshow Hyatt Los Angeles, mayo 2025 \$ 66,829
- Lifestyle Roadshow Hyatt Dallas, mayo 2025 \$ 30,326

**MANTENIMIENTO:**

**Gastos:**

Rep. y Mant. EQ. Aires acondicionados:

- 2 motores para Ac de habitaciones \$ 8,200

Rep. Y Mant. De Bombas:

- Saldo Bomba para Jacuzzi \$ 5,975

Rep. Y Mantto. EQ Calderas/Calentadores

- Tarjeta para calentadores Rinnai \$ 11,046

Rep. y Mant. EQ. Rest/Cocina:

- Bandas para extractores \$ 4,274

Rep. Y Mant. De Plomería:

- Cambio de 3 regaderas \$ 4,857
- Manguera para mezcladora \$ 1,235

Cemento/Pintura/Albañilería:

- Zeolita para recubrimiento área de alberca \$ 5,000
- Mármol travertino para piso de baño \$ 5,350
- Paga azulejo, junta para piso \$ 4,390

Suministros generales:

- Cinta antiderrapante \$ 6,153

- Película para cristales área de restaurante \$ 5,980

#### Flujo:

- [Flujo de efectivo proyectado.](#)

#### Cuentas por pagar

- [Cartera de cxp](#)

#### Cuentas por cobrar

- Sin cuentas pendientes por cobrar

#### CAPEX

- [Plan anual de compras](#)

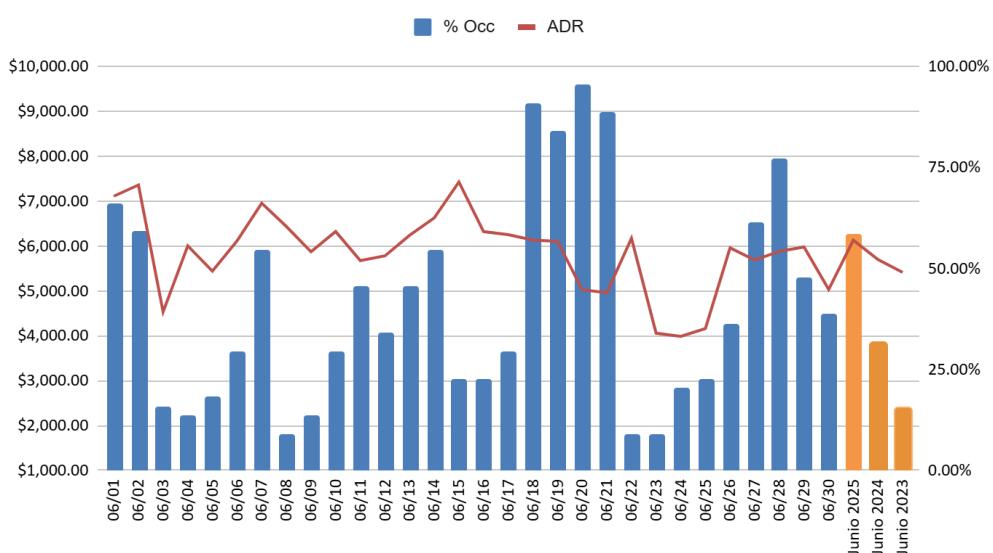
## ÁREA COMERCIAL

---

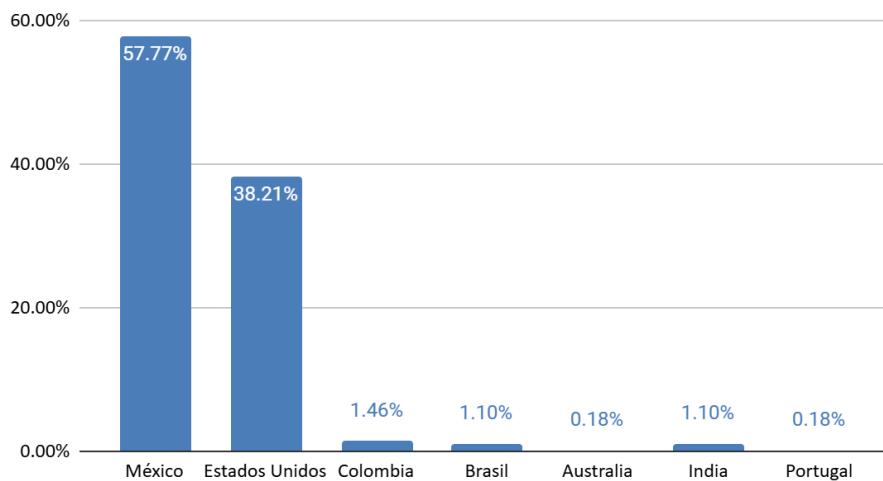
Cierre de Junio 2025:	40.2%
Tarifa promedio (ADR):	MXN \$6,128 pesos
Ingreso cuartos:	MXN \$3,253,878 pesos
Estancia promedio:	2.47 noches, anticipación promedio de compra de 49.80 días.
Presupuesto Junio 2025:	37.3% Variación del +2.9%
Tarifa promedio (ADR):	MXN \$6,784.60 pesos Variación de -857.69 pesos
Ingreso cuartos:	MXN \$3,337,980 pesos Variación de -84,102 pesos
Cierre de Junio 2024:	31.52% Variación del +10.7% YoY
Tarifa promedio (ADR):	MXN \$5,709.85 pesos Variación de +\$418 pesos.
Ingreso cuartos:	MXN \$2,375,398 pesos Aumento de ingresos YoY de +\$878,580 pesos.

## OCUPACIÓN Y TARIFA EN JUNIO

Junio Ocupación Diaria



Producción por origen geográfico %



#### GLOSARIO:

**Reservaciones:** Bloqueo individual de un cuarto garantizado, sin importar el número de noches de estancia.

**Cuartos noche:** Número de habitaciones reservadas por una noche.

**Pick Up:** Cantidad de cuartos noche vendidos en un día o periodo específico. Si en un día vendimos 2 reservaciones de 2 noches cada una, el pick up de ese día son 4 cuartos noche.

**OTB:** ON THE BOOKS Registros ya ingresados al PMS (sistema hotelero). Cuando se habla de proyecciones, OTB es lo que ya está ingresado y son números que cambiarán en la medida que entren nuevas reservaciones.

**ADR:** Average Daily Rate (Tarifa promedio) que es el resultado del total de los ingresos de cuartos entre los cuartos vendidos por día.

**RevPAR:** Revenue Per Available Room (Ingreso por habitación disponible), es el ingreso por cada habitación existente, que refleja el rendimiento por cuarto construido.

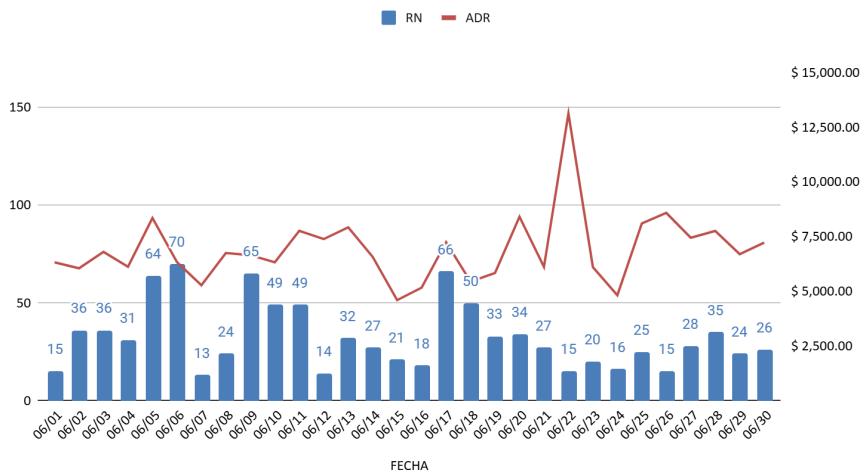
**PICK UP REGISTRADO DEL 01 al 30 DE JUNIO DE 2025** (Reservaciones y cuartos noches recibidos en el mes sin importar la fecha de estancia).

En Junio el pick up promedio (no es la ocupación, es la venta por día hacia el futuro) es de 32.6 cuartos noche diarios sin tomar en cuenta cancelaciones. Durante el mes tuvimos días de pick up altos entre los 13 y hasta los 70 cuartos noche.

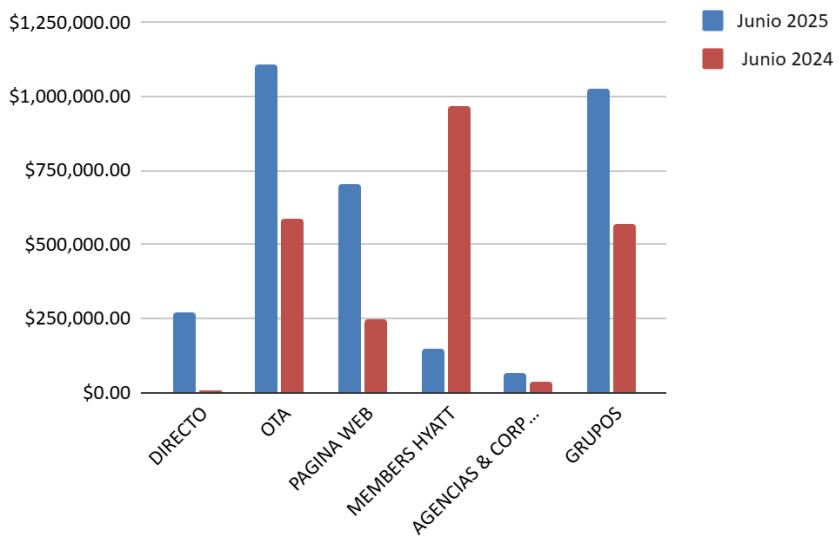
#### Pick up recolectado Junio de 2025 (Pick up sin importar fecha de estancia)

		<b>Mes anterior</b>
Total de reservaciones pick up	424 reservaciones	276 reservaciones
Total de cuartos noche pick up	978 cuartos noche	677 cuartos noche
Pick up promedio por día	32.6	21.83
ADR recolectado	\$6,827.41	\$6,331.01

### Pick up Junio



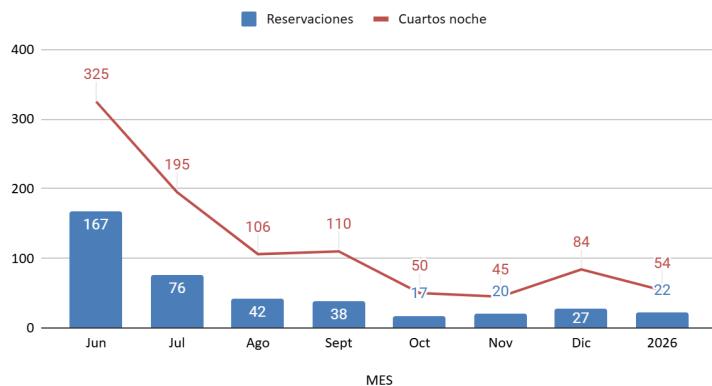
### PRODUCCIÓN PICK UP POR SEGMENTO (Ingresos en MXN)



**DIRECTO:** Individuales, llamadas y walk in / **OTA:** Expedia, Booking, Tablets Hotels / **Página Web:** Hyatt.com/BJXUB / **Agencias:** Agencias leisure / **Propietarios:** socios , F&F / **Grupos:** Grupos y convenios

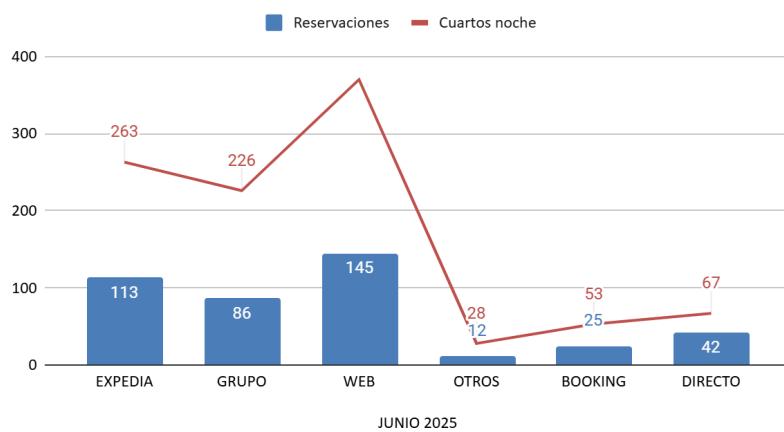
**DISTRIBUCIÓN DEL PICK UP - MES EN EL QUE SERÁN LAS ESTANCIAS EFECTIVAS (De la venta de Junio).**

#### PICK UP: Mes de estancia de reserva GENERADOS EN JUNIO



#### CANALES QUE HAN REPORTADO VENTA (venta sin importar mes de estancia)

##### PICK UP: PRODUCCION POR CANAL JUNIO



#### OCUPACIÓN Y TARIFA REAL Y PROYECTADO OTB (Ocupación futura, tomada al 02 de Junio)

##### Ocupación OTB Julio -tomada el 1ro de Julio

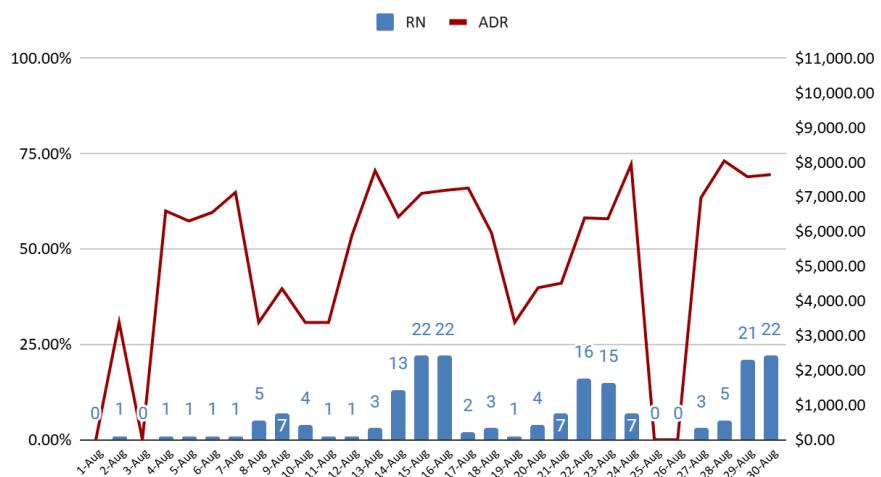
##### Julio 2025

Cuartos Noche: 295  
Ocupación: 21.63%  
Tarifa Promedio: \$6,263.51

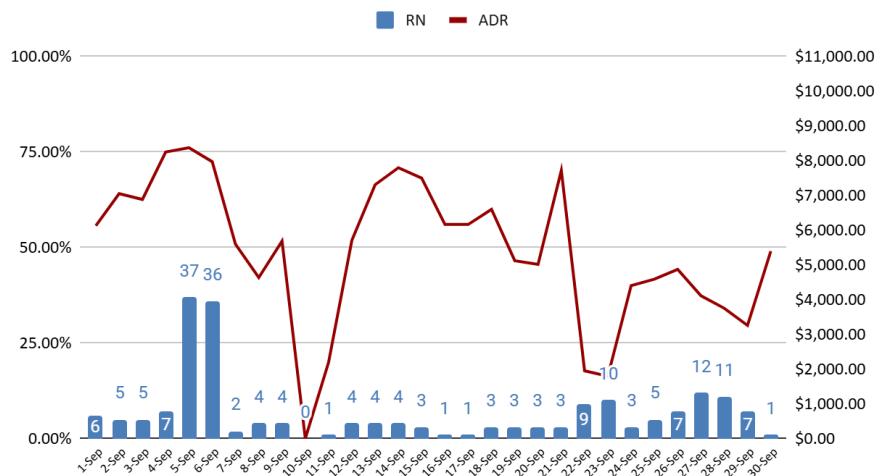


	OTB				Presupuesto			
	RN	Ocup%	ADR	Revenue	RN	Ocup%	ADR	Revenue
<b>Julio</b>	295	21.63%	\$6,263.51	\$1,847,736.68	464	34%	\$6,429	\$2,983,236
<b>Agosto</b>	207	15.18%	\$6,634.62	\$1,373,366.06	487	36%	\$6,370	\$3,102,223
<b>Septiembre</b>	201	15.23%	\$6,126.59	\$1,231,444.38	562	42.58%	\$6,987.40	\$3,926,935

Ocupación OTB Agosto -tomada el 1ro de Julio



Ocupación OTB Septiembre -tomada el 1ro de Julio



**SET COMPETITIVO (TOMADO PARA EL 19 DE JULIO)**

HOTEL	CUARTOS	CUARTOS DISPONIBLES	TARIFA PÚBLICA	PROMOCIÓN
NUMU	<b>44</b>	<b>1,364</b>	<b>\$7,240</b>	Verano en San Miguel
Matilda	<b>32</b>	<b>992</b>	<b>\$8,839</b>	Mínimo de estancia 2 noches
Belmond	<b>37</b>	<b>1,147</b>	<b>\$10,521</b>	Mexican Residents offer Room only B&B
Rosewood	<b>67</b>	<b>2.077</b>	<b>\$14,800</b>	Summer at Rosewood Tarifa flexible Escape en Rosewood

**PUNTOS RELEVANTES DEL ÁREA COMERCIAL:**

**GRUPOS:**

Reporte de Grupos y Actividades del equipo de ventas: [ENLACE](#)

43 Leads de grupos recibidos en Junio, confirmando 15 (algunos se venían arrastrando desde Mayo) con una conversión del 35%.

	<b>Junio</b>	<b>Mes anterior</b>
Grupos / Eventos confirmados:	15	8
Leads en proceso	12	16
Visitas y presentaciones:	55	125

**ACCIONES VENTAS Y REVENUE**

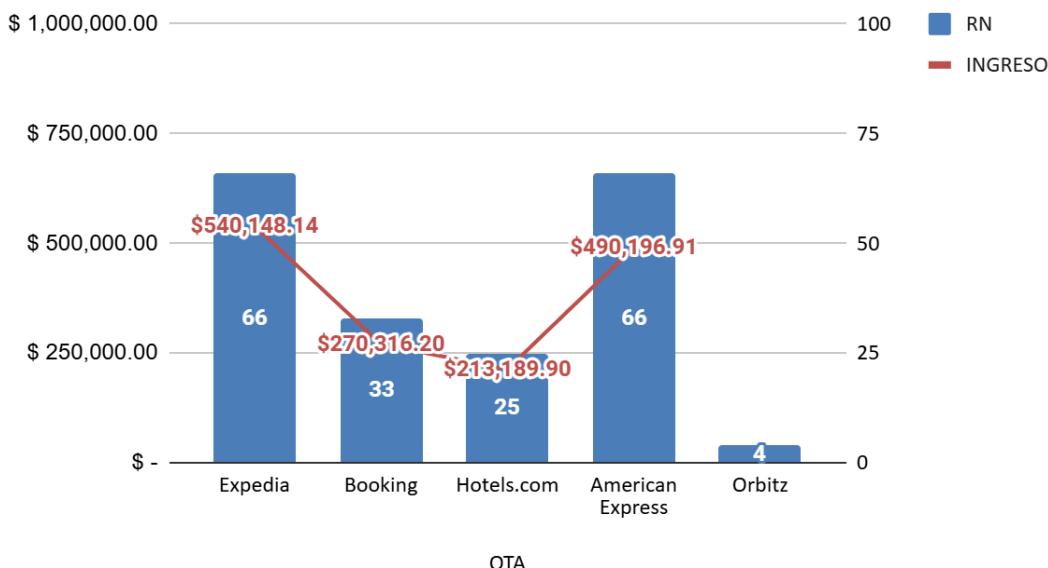
- Se envía por diferentes medios a Agencias de viajes y Meeting Planner la promoción de verano. [AGVBajío & Meetings](#)
- Se realiza visitas a zona industrial de San Miguel de Allende donde para incentivar el consumo local con la promoción de 15% off locales [Aquí](#)
- Promoción de [paquete de Aventura](#) para fomentar la visita de familias en verano (ha tenido gran éxito. Replicaremos con mayor fuerza en estos dos meses por venir)
- Promoción de tarifa "[Summer Vibes](#)" (30% de descuento en estancias entre semana y 20% off en estancias en fin de semana).
- Se enviaron contratos de tarifas netas a los siguientes mayoristas:
  - Ketzal tours
  - Enjoy Travel
  - Niutee
  - LCI-MTC
- La promoción summer vibes se pausara debido a la oferta global de Hyatt solo durante Julio, las ofertas en Expedia fueron pausadas por temas de calificación de paridad en Fournova.
- Se realiza Mailing a huéspedes con estancias en Julio y Agosto para ofrecer un 10% de descuento extra en caso de extender sus reservaciones.
- Se confirman los siguientes eventos:

- Renta de la sala de juntas por 3 horas el 6 de junio de 2025 a Luis Leura, por un monto de USD\$200.00 (Contacto que ha generado ya cinco juntas de este estilo. Estará trayendo más durante los siguientes meses.)
- Grupo a través de Innova Convenciones, 16 al 19 de junio, 2025, 14 RN, ingreso confirmado de USD \$3,400.00
- Celebración de Cumpleaños Corey Gonera, 23 de Agosto, 2025, 40 pax en Noia, USD\$10,017.00 confirmados.
- Grupo de Yoga de Mercedes Ramos, 27 – 30 Sep, 2025, 46 RN, Ingreso tentativo de USD\$6720.00
- Addendum Grupo Mujeres Rupotopia, 2 – 7 de Noviembre, 2025, 15 RN, Ingreso de USD\$6,000.00
- Convenio de Hospedaje Boda Melisa & Anuar, 21 – 23 de Noviembre, 2025, 20 RN, ingreso tentativo de USD\$10,200.00
- Convenio de hospedaje Cumpleaños Nisha Patel, 4 – 7 Diciembre, 2025, 45 RN tentativas, con un ingreso estimado de USD\$18,000.00
- Bloqueo de habitaciones Sandra & José, 5 – 7 Diciembre, 2025, 14 RN, Ingreso tentativo de USD\$5,530.00
- Convenio de hospedaje Boda Isa, 13 – 16 de febrero, 2026, 30 RN tentativas, con un ingreso estimado de USD\$10,000.00
- Bloqueo de habitaciones Denisse & Julio, 27 febrero – 1 Marzo, 2026, 21 RN, Ingreso tentativo de USD\$8,200.00
- Convenio de Hospedaje Boda Eugenia & Ezequiel, 13 – 15 de Marzo, 2026, 36 RN, ingreso tentativo de USD\$14,390.00
- Convenio de hospedaje Boda Chloe & Jett, 10 – 12 de Abril, 2026, 14 RN tentativas, con un ingreso estimado de USD\$5,600.00
- Bloqueo de habitaciones Mikaela & Mitchell, 24 – 26 Abr, 2026, 88 RN, Ingreso confirmado de USD\$35,460.00 (primer Buy-Out de la propiedad en su historia)
- Coctel de Bienvenida Mikaela & Mitchel, 24 Abril, 2026, 120 pax, ingreso confirmado de USD\$16,760.00
- Bloqueo de habitaciones Alexa & Luke, 18 – 21 Jun, 2026, 21 RN, Ingreso tentativo de USD\$7,035.00

#### **REGISTRO DE INVERSIÓN EN ANUNCIOS EN OTA's (cantidades en USD)**

	<b>Expedia</b>	<b>Booking</b>	<b>Google Hotel Ads</b>	<b>Otros</b>
Inversión	\$448	\$195	\$285	\$88
Clicks	268	208	245	48
Reservaciones generadas	6	1	4	0
Room Nights	13	1	10	0
Ingreso generado	\$4,583	\$246	\$2,792	\$0
ROA	10:1	1.27:1	9.5:1	0:001

## Ingresos por OTA's en Junio 2025



## PLAN DE ACCIÓN JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE VENTAS Y REVENUE:

### • JULIO

- Prospección con Wedding Planners regionales (Bajío).
- Sales Blitz a CDMX con cuentas claves en conjunto con HAMAK.
- Sales Mission con Hyatt a Missouri e Illinois con Agentes Privé.
- Oferta Verano: Activar campaña de verano para audiencia mexicana, ya que ha mostrado ser atractiva para estas fechas
- Llamada con account manager de Screen Pilot para revisar cambio de artes para Q3 y potenciales mejoras a la campaña de remarketing.
- Implementación de una nueva plataforma a modo de prueba ([Bookr.bio](#)) por parte de Screen Pilot. Ésta irá en perfiles de redes sociales para simplificar métodos de reservas.

### • AGOSTO

- Blitz de Meeting & Wedding Planners de Querétaro.
- Presentación de nueva ejecutiva de ventas con agencias, aprovechando acercamiento para reforzar mensaje de NUMU.
- Seguimiento al Hyatt Sales Mission de Missouri e Illinois.
- Contacto con las principales agencias que asisten a IBTM CDMX.
- Promoción de Fiestas Patrias y evento en NOIA.

### • SEPTIEMBRE

- Creación y lanzamiento de ad's para Dia de Muertos
- Creación y Ad's con miras a Temporada de Festive
- Impulsar posadas navideñas con compañías para la primera quincena de Diciembre.

## ACCIONES DE EQUIPO COMERCIAL JUNIO HAMAK HOTELS

- Reporte de visitas a agencias Receptivas- DMC's y OTA'S ;
- P Reporte Hamak Agencias Cancun Jun..pptx

- Reunión con el CEO de Inspiring México, agencia con sede en Inglaterra especializada en la promoción de México. Se están gestionando convenios tarifarios para todas las propiedades
- Visita a touroperadores y agencias para revisar los convenios 2025 y comenzar a trabajar con los convenios 2026. Megatravel, Travelshop, Regio Operadora, Viajes Fama, Julia Tours, Petra Operadora
- Presentación del portafolio con todo el equipo MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) de Villa Tours (pertenece a Virtuoso) en CDMX.
- Se da seguimiento con Aeromexico Vacations para la conectividad de los hoteles via contrato preferencial a través de Price Travel.

## REVENUE:

- Capacitación de Travel Proud en Booking para tener la insignia y así llegar al cliente LGBTQ+.
- Activación de la Oferta Global de Hyatt para el mes de julio con un descuento del 30%. Y se modifica la promoción de Verano a 20% para que la Oferta Global sea la mejor disponible.

## MARKETING

---

### Envío de Newsletters Corporativos a Base de datos B2B

- 1) Envío NEWSLETTER PRIDE ([ESPAÑOL](#) : [INGLÉS](#)): Impulso a la generación de comunidad e inclusión para nuestros destinos.



Tasa de apertura	Tasa de clics	Tasa de rebote	Tasa de cancelaciones de suscripción
<b>33.3%</b> 1483 se abrió	<b>10.5%</b> 468 se hizo clic	<b>2.2%</b> 101 se rebotó	<b>0.58%</b> 26 ha(n) cancelado la suscripción
Detalles adicionales del correo electrónico			
Entregas	4,459 (97.8%)	Clics por aperturas únicas	31.6%
Aperturas totales	2,102	Clics totales	2,708
Última apertura	Jul 08, 2025 9:47 am	Último clic	Jun 28, 2025 2:34 pm
Reenvíos	0	Denuncias de abuso	1



Tasa de apertura	Tasa de clics	Tasa de rebote	Tasa de cancelaciones de suscripción
<b>42.3%</b> 710 se abrió	<b>15.1%</b> 253 se hizo clic	<b>3.6%</b> 63 se rebotó	<b>0.24%</b> 4 ha(n) cancelado la suscripción
Detalles adicionales del correo electrónico			
Entregas	1,677 (96.4%)	Clics por aperturas únicas	35.6%
Aperturas totales	986	Clics totales	1,352
Última apertura	Jul 08, 2025 4:50 am	Último clic	Jul 02, 2025 5:44 pm
Reenvíos	0	Denuncias de abuso	0

- 2) Reenvío NEWSLETTER CORPORATIVO SUMMER VIBES ([ESPAÑOL](#) : [INGLÉS](#)): Impulso a la temporada de verano.



## SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

### Rendimiento de Redes Sociales Junio [ICM | Reporte de Social Media](#)

#### Instagram:

	<b>Junio</b>	<b>Mes Anterior</b>
Visualizaciones	120,819	177,730
Interacciones	1,830	2,332
Nuevos seguidores	692	1,400

El 42% de las visualizaciones se debieron a la inversión en anuncios (63.4% de las cuentas alcanzadas fueron usuarios que aún NO siguen a NUMU por lo que llegamos a público nuevo).

El alcance que tuvieron nuestras publicaciones dentro de la aplicación de Instagram quedaron de la siguiente manera: siendo las historias el contenido con mayor alcance con 47.6% cuentas alcanzadas seguido de los post con el 32.7% y por último los reels con el 19.7% cuentas.

Del total de cuentas que interactuaron el 43.4% fueron cuentas que ya seguían NUMU y el 56.6% fueron cuentas de usuarios externos.

Según la audiencia, nuestro público se encuentra entre las personas con edad de entre 35-44 años con un 37.1% de cuentas, seguidos de las personas entre 25-34 años con el 27.4% y posteriormente de 45-54 años con el 22.1% Lo que nos indica que nuestro target es un público ADULTO-JOVEN.

#### Facebook:

	<b>Junio</b>	<b>Mes Anterior</b>
Visualizaciones	350,414	703,795
Interacciones	21,695	20,519
Nuevos seguidores	17	-38

Con respecto a las visualizaciones, aunque bajaron en número es importante destacar que solo el 5% fueron seguidores de Numú y el 95% restante, fueron usuarios que no siguen la cuenta y que aún con menos visualizaciones, crecimos en el número de interacciones.

## Resultados de inversión digital y rendimiento en Junio – Hotel NUMU

### ScreenPilot - Google Paid Search & META

- Inversión total Paid media (Screen Pilot): USD\$4,019
- Impresiones: 584,432
- Clicks: 19,641
- Visitas al sitio: 1,312
- Bookings: 3
- Revenue: USD\$2,868

### SOJERN (Commission Campaign)

- Spend: USD\$264
- Bookings: 5
- Revenue: USD\$1,760

### SOJERN (Video Campaign - Launched April 13th)

- Spend: USD\$507
- Bookings: 2
- Revenue: USD\$349

**HYATT SOURCES:** [Reporte Junio Field Marketing Performance](#)

### NUMU / Hyatt Website Performance:

	<b>Junio</b>	<b>Mes Anterior</b>
Visitas:	8,576	8,637
Calidad de Tráfico:	25.6%	26.5%
Bookings:	75	53
Room Nights:	205	176
ADR:	\$394	\$415
Revenue Total:	\$80,776	\$73,080

En Junio, observamos un aumento de visitas de +55%, reservas de +53% y 45% más room nights, esto nos dio más ingresos con un aumento de +34% vs LY.

Vimos un aumento en los principales mercados con nuevas ciudades como Charlotte, Alpina, Miami, Austin, Querétaro y SMA, que no produjeron el año pasado.

### SEO Performance:

	<b>Junio</b>	<b>Mes Anterior</b>
Visitas:	2,184	2,496
Check Availability:	780	797
Bookings:	25	20
Revenue:	\$25,663	\$30,664

Booking Window con mayor producción: 61-90 días. 91-180 y +180 (seguimos teniendo bw a largo plazo en nuestros tres principales, pero en comparación con el último año, las ventanas de reserva aumentan en RN)

- **Ciudades con mayor producción:**

- Charlotte, Carolina del Norte, EEUU
- Houston, Texas, EEUU

- Alpine, Utah, EEUU
- Valencia, España
- Ciudad de México, México

- **Principal fuente de tráfico por ciudad:**

- Ciudad de México, México
- Houston, Texas, EEUU
- San Miguel de Allende, Guanajuato, México
- Santiago de Querétaro, Querétaro, México
- León de los Aldama, Guanajuato, México

- **Planes de tarifas más reservados:**

- **EE. UU:**
  - 30OFF (Descuento directo en página del 30%)
  - MYHI30 (Tarifa para Miembros con 30% de descuento)
  - MYHI (Tarifa para Miembros)
  - SRDS (Senior Citizen Account)
  - LONG (estancias largas)
- **MX:**
  - PRM7 (Paquete especial de Verano)
  - 30OFF (Descuento directo en página del 30%)
  - MYHI30 (Tarifa para Miembros con 30% de descuento)
  - MYHI15 (tarifa para miembros 15%)
  - RACK
  - PRM2 (Tarifa especial para Bodas)

## RELACIONES PÚBLICAS

---

### ACCIONES AGENCIA EE.UU. - [ZAPWATER](#)

[REPORTE JUNIO 2025](#)

[REPORTE MAYO 2025](#)

[REPORTE ABRIL 2025](#)

Junio obtuvo un total de diez (10) notas en medios, alcanzando aproximadamente 142,228,584 espectadores generando un ad value aproximado de USD \$3,919,092.

- Acciones del mes:
  - Gestión de respuestas para entrevistas con la periodista Claire Volkman para Parade Magazine.
  - Se distribuyeron tres (03) pitches a medios de comunicación:
    - Hoteles pet-Friendly en el marco del Día Internacional del perro
    - Las piscinas más atractivas durante este verano
    - Mejores ofertas para verano: San Miguel de Allende y NUMU Boutique Hotel.
- Visitas del mes:
  - **11 al 14 jun:** [Dan Tom](#) | Fotógrafo
- Estrategia [Julio 2025](#).

**RESIDENT**  
A LUXURY LIFESTYLE MAGAZINE

Locations ▾ Interviews ▾ Luxury Home ▾ Luxury Lifestyle ▾ Luxury Travel ▾ Luxury News ▾ Events ▾ More ▾ Magazine Contact

**7. NUMU Boutique Hotel | San Miguel de Allende**

"Cheers" in Jacuzzi at NUMU Boutique Hotel. Photo Courtesy of NUMU Boutique Hotel.

A Culture-Filled Stay in the Heart of San Miguel

Few towns in Mexico match the artistic energy of San Miguel de Allende, and **NUMU Boutique Hotel** puts you in the center of it all. Just steps from the main plaza and the iconic Parroquia, this chic retreat offers cooking classes, rooftop milongas, and guided walks—plus easy access to local galleries and historic landmarks. With seasonal festivals like Desfile de los Locos and the International Jazz and Blues Festival lighting up the city, summer is one of the best times to visit.

**Elevated Escapes Made for the Season**

Each of these properties offers a distinct way to experience Mexico this summer, from oceanfront indulgence to city chic and vineyard serenity. With thoughtful design, locally inspired amenities, and a sense of place that extends far beyond the walls of the resort, these destinations are made for travelers who seek luxury with depth—and memories that go well beyond the view.

Discover More Elevated Destinations Across the World

Destinations | Accommodations | travel | Caribbean | Insider News

Golden Gate and Times Square from The Ritz-Carlton Chicago. Photo Courtesy of The Ritz-Carlton, Chicago.

Related Stories

**recommend**  
Travel travel awards and more

SIGN UP NOW FOR PALLADIUM PRO \$25 WELCOME BONUS

Home ▾ Destinations ▾ NEWS & TOOLS ▾ GET INSPIRED ▾ WEBINARS/REPORTS ▾ AWARDS ▾ COUPONS

Hotel Offers for Pride Season—and Beyond

My City Strategy - June 16, 2024

Share on: Facebook X LinkedIn Print PDF Email

These three hotels across North America offer **Pride** season packages that extend beyond pride day celebrations, featuring property credits, discounted rates and cultural programming from June through September in Mexico City, San Miguel de Allende and Los Angeles.

Orgullo—Mexico City Pride

Andaz Mexico City Condesa has a privileged location just 1.5 miles from the starting point of Mexico City's June 28 Pride Parade. The property offers your clients a \$100 credit applicable to on-site dining and amenities when bookings are made by June 30 for stays through Sept. 12, 2025, with the offer code **148091**. Beyond the oasis, the hotel has created Pride-themed rainbow pastries at its **Dorita Matcha Café**, designed by award-winning pastry chef Aaron Sandoval. And there's a Pride programming extension to cultural elements with a photo exhibition in the lobby running throughout June, featuring local LGBTQ+ personalities, including Gala Vare from Drag, Taca Mexico and Isela ELE, a fashion stylist who has worked with Puma and Nike.

**Colonial Canines**

NUMU Boutique Hotel (Photo by SEMU Boutique Hotel)

NUMU Boutique Hotel's comprehensive pet program in San Miguel de Allende is preparing to celebrate International Dog Day (August 26) with your clients and their furry "plus-ones." This Mexican destination is renowned for its dog-friendly atmosphere, which is evident throughout local restaurants, parks and streets.

Pancho & friend (Photo by SEMU Boutique Hotel)

NUMU offers specialized pet amenities including plush dog beds, personalized food and water bowls, gourmet treats and dog-specific refreshments. At the hotel's rooftop restaurant **NQ3A**, where guests enjoy Mexican-Mediterranean cuisine, dogs can sample natural "Doggy Cocktails" like Snoopy's Frutal Mix or Pancho's Cocktail.

The hotel actually has its own canine ambassador, Pancho, who has developed a following among guests and on social media (check him out at [@pancho\\_numu](#)). His presence provides an additional connection for those missing their own pets during their stay.

For more information, visit [hyatt.com](#)

Share on: Facebook X LinkedIn Print PDF Email

NAME Business | [About Hotel Status Key](#) | [NUMU Boutique Hotel's](#)

**RELATED ARTICLES** **MORE FROM AUTHOR**

HT Expeditions Launches Biggest-Ever Travel Advisor Incentive

Carnival Sets Record for Largest Cruise Ship

Saint Vincent and the Grenadines Recognizes Booking Excellence

Crysalis Secures Financing for Two New Luxury Ships

Europe Soars Under Record Headwinds

Lamangata Luxury Surf Retreat Debuts in Costa Rica

## ACCIONES AGENCIA MÉXICO. - [COVALENTE](#)

### [REPORTE JUNIO 2025](#)

Junio obtuvo un total de una (1) nota print, once (11) notas Online, ciento cinco (5) en redes sociales, dieciséis (16) posteos de influencers alcanzando en total 7,530,550 impactos aproximadamente, generando un ad value aproximado de MXN \$1,248,000 de pesos.

- Acciones del mes:
  - Se distribuyeron (02) boletines a medios de comunicación:
    - NUMU Boutique Hotel: El destino ideal para celebrar a papá en SMA.
    - NUMU Boutique Hotel presenta "Colores Espontáneos" una inmersión en la expresión visual del artista Java.
- Estancias del mes:
  - **27 - 29 de Junio:** Jimena Paulsen | Fotógrafo | [my own perspective](#)  
Entregables: 25 fotografías libres de uso. Reel para redes sociales
- Gestión avanzada de visitas para Q3 2025:
  - W Radio y Warp

# M

## NUMU: una pausa contemporánea en San Miguel de Allende

JUNIO 24, 2012

PODCASTS | CRÍTICAS DEL HOTEL

PHOTOGRAPH BY LORENA CORTEZ



En una ciudad donde la historia se respira en cada calle y la estética colonial se impone con naturalidad, **NUMU Boutique Hotel** prepara algo distinto: una mirada contemporánea al lujo, en diálogo constante con el paisaje y la cultura de **San Miguel de Allende**.

Ubicado a pasos del Jardín Principal, **NUMU** no es un hotel que se impone, sino que se integra. Su arquitectura sobria, el uso de materiales sólidos y sus terrazas abiertas al cielo guanajuatense crean un espacio donde la calma es parte del diseño.

### Gastronomía en las alturas

En la azotea, el restaurante **NOIA** ofrece vistas abiertas de la ciudad, con un menú que reinterpretará los sabores mediterráneos desde una perspectiva contemporánea. Cada plato —elaborado con ingredientes frescos y técnicas limpias— apuesta por la sencillez y el detalle. Más que un espectáculo culinario, es una experiencia de hospitalidad bien entendida: atenta, suave, sin exageraciones.

## VANIDADES

ENTRETENIMIENTO | REALEZA | MODA | BELLEZA | HORÓSCOFO

### 2. San Miguel de Allende: arte, aventura y vino para papás con alma creativa



San Miguel no necesita presentación, pero si hace tiempo que no lo visitas, te sorprenderás con su vibrante escena cultural, sus hoteles boutique de autor y su propuesta gastronómica. Hospítate en lugares como Casa Hoyos, **NUMU** Boutique Hotel o Albor, donde cada rincón cuenta una historia.



Pro tip: **NUMU** tiene un rooftop espectacular con música en vivo y vistas icónicas a la Parroquia.



Para un plan más activo, puedes montar a caballo por los paisajes del Bajío con **Coyote Canyon Adventures** o visitar viñedos como **San Lucas** y **San José la Vista** para una tarde de cata entre brindis y burradas. Si tu papá le apasiona el arte, déjalo a **Fábrica La Aurora**, un espacio único de galerías, talleres y diseño.



Reportes | México | CDMX | Estados | Nación | Deportes | Lifestyle | Opinión

HOME | 2022 | JUNIO | 24 | **NUMU BOUTIQUE HOTEL, EL DESTINO IDEAL PARA CELEBRAR A PAPÁ EN SAN MIGUEL DE ALLENDE**

### NUMU Boutique Hotel, el destino ideal para celebrar a papá en San Miguel de Allende

0 4 semanas ago Editorial Staff

NUMU Boutique Hotel presenta experiencias exclusivas para celebrar el Día del Padre, con propuestas gastronómicas de alto nivel.



San Miguel de Allende, 24 de junio de 2022. En el corazón de una de las ciudades más encantadoras de México, **NUMU Boutique Hotel** presenta experiencias exclusivas para celebrar el Día del Padre. Con propuestas gastronómicas de alto nivel, momentos de profundo bienestar y una ubicación privilegiada en el centro histórico de San Miguel de Allende, **NUMU** se esfuerza por ofrecer una experiencia perfecta para consentir a papá como se merece.

#### Un brindis por papá en **NOIA**

Durante el fin de semana del Día del Padre, el 14 y 15 de junio, el restaurante **NOIA**, ubicado en el rooftop de **NUMU**, ofrecerá una cena especial para todos los padres: una bebida de bienvenida a elegir entre cerveza, tecuilo o mezcal. El menú se servirá a la carta, pensando en que cada uno disfruta de una experiencia cultural personalizada, en un ambiente que evita la calidez familiar y la alta cocina.

Inspirado en la cocina mediterránea, **NOIA** honra los sabores clásicos de la región con una propuesta contemporánea. Cada platillo es elaborado con ingredientes frescos y de primera calidad, cuidando cada detalle para ofrecer una experiencia gastronómica única e inolvidable.

#### Bienestar con esencia del campo mexicano

Para quienes buscan regular su momento de renovación total, el spa de **NUMU** ofrece durante todo el mes de junio un tratamiento exclusivo de **Romero y Sálvia**, diseñado para revitalizar cuerpo y mente. Esta experiencia de 80 minutos combina técnicas antiguas con ingredientes naturales mexicanos.



Reportes | México | CDMX | Estados | Nación | Deportes | Lifestyle | Opinión

HOME | 2022 | JUNIO | 24 | **NUMU BOUTIQUE HOTEL PRESENTA "COLORES ESPONTÁNEOS", UNA INMERSIÓN EN LA EXPRESIÓN VISUAL DEL ARTISTA JAVA**

### NUMU Boutique Hotel presenta "Colores espontáneos", una inmersión en la expresión visual del artista Java

0 4 semanas ago Editorial Staff

NUMU Boutique Hotel en colaboración con CamíArte, celebra sus avances al talento, con la exposición «Colores espontáneos», de

artista Java



San Miguel de Allende, 24 de junio de 2022. Por segunda ocasión, **NUMU Boutique Hotel** en colaboración con CamíArte, se complace en abrir sus puertas al talento emergente con la exposición «Colores espontáneos» del artista Java. La muestra, que estará disponible a partir del 1º de julio, invita al público a immergirse en una propuesta visual que fusiona forma, color y textura desde una mirada libre, intuitiva y genuina.

Nacido en la Ciudad de México en 1992, Java ha desarrollado un lenguaje artístico que trasciende entre la abstracción y la figuración. Su obra, inspirada con la cultura maya y olmeca, así como con la mitología griega, persigue la belleza, el color y la fuerza. Sus piezas están realizadas con óleo, acrílico y óxido ferroso.

Durante 2022, Java participó en diversas exhibiciones colectivas en el marco de la Semana del Arte en la Ciudad de México, y actualmente exhibe su trabajo en La Aurora, uno de los espacios de arte más emblemáticos de San Miguel de Allende. Su estilo se distingue por una libertad comprensiva y constante y una búsqueda entre lo equilibrado y el impulso creativo y el control intelectual.

En una evolución reciente, el artista ha incorporado también en la escultura, utilizando la técnica de fundición a la cera perdida con bronce y otros metales. Esta incursión tridimensional le ha permitido trasladar su universo pictórico al volumen, ampliando los límites de su lenguaje visual.

Colores espontáneos es un recorrido por la sensibilidad artística de Java, donde cada obra es una exploración honesta al color, el gesto y la materia. Con esta exposición, **NUMU** Boutique Hotel reafirma su compromiso con la promoción del arte contemporáneo y el impulso a

## REPUTACIÓN

### TRIPADVISOR

#### Datos relevantes

Opiniones nuevas

Rating (calificación promedio)

**JUNIO**

2

4.7

**MAYO**

2

4.8

**ABRIL**

4

4.8

### OPENTABLE

#### Datos relevantes

Comensales

Opiniones nuevas:

Rating

224

3

4.5

193

7

4.7

129

8

4.9

## EXPEDIA

### Datos relevantes

Opiniones nuevas	1	6	7
Rating (calificación promedio)	10	9.6	9.4

## BOOKING

### Datos relevantes

Opiniones nuevas	0	1	3
Rating (calificación promedio)	8.6	8.6	8.5

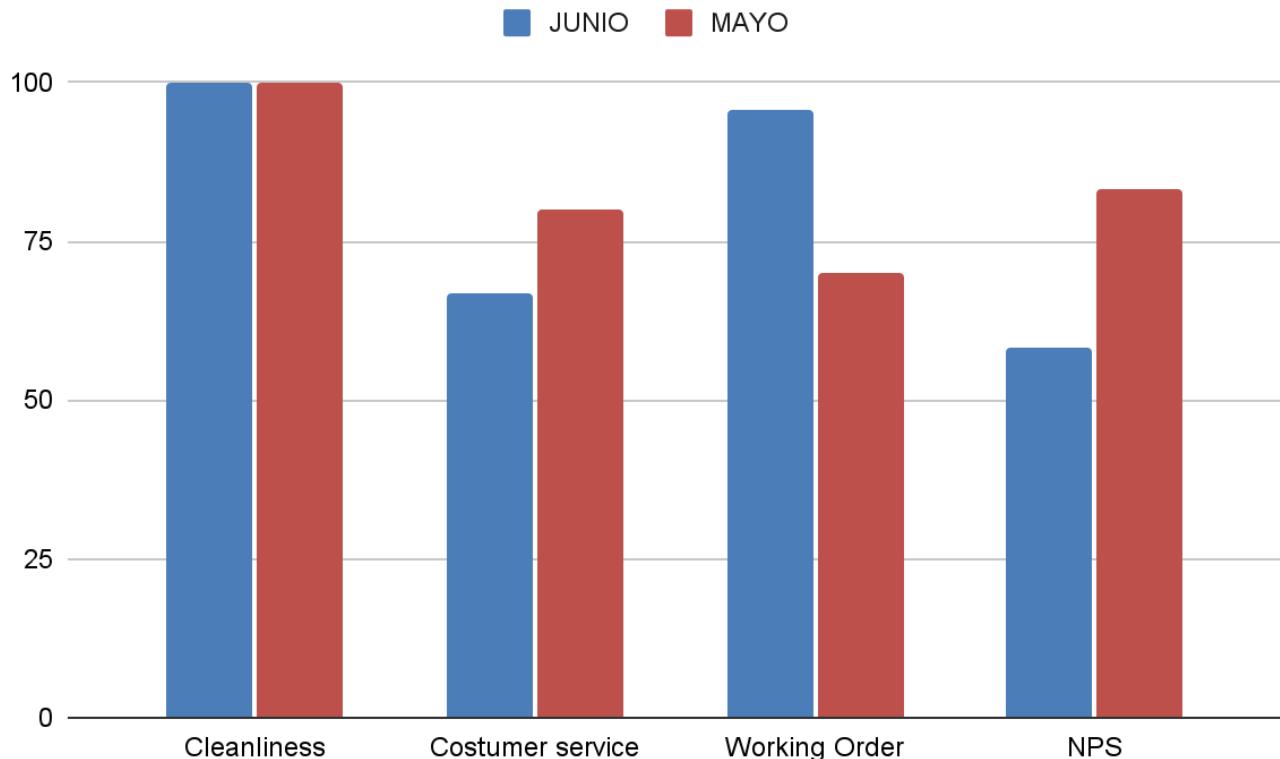
## GOOGLE

### Datos relevantes

Opiniones nuevas	3	3	7
Rating (calificación promedio)	4.7	4.7	4.8

## MEDALLIA MES JUNIO

### MEDALLIA JUNIO



## OPERACIONES

---

### Recursos Humanos

Se adjunta tabla de rotación por mes y por departamento, cerrando Junio con porcentaje en:

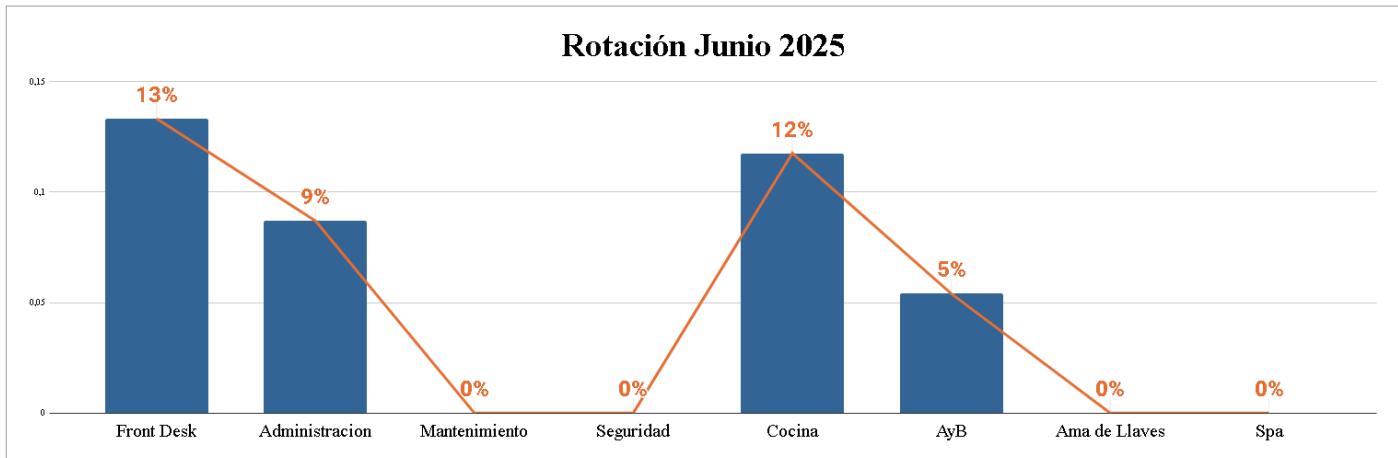
[Tablas de Rotación](#)

- Front desk: 13%
- Administración: 9%
- Cocina: 12%
- Ayb: 5%

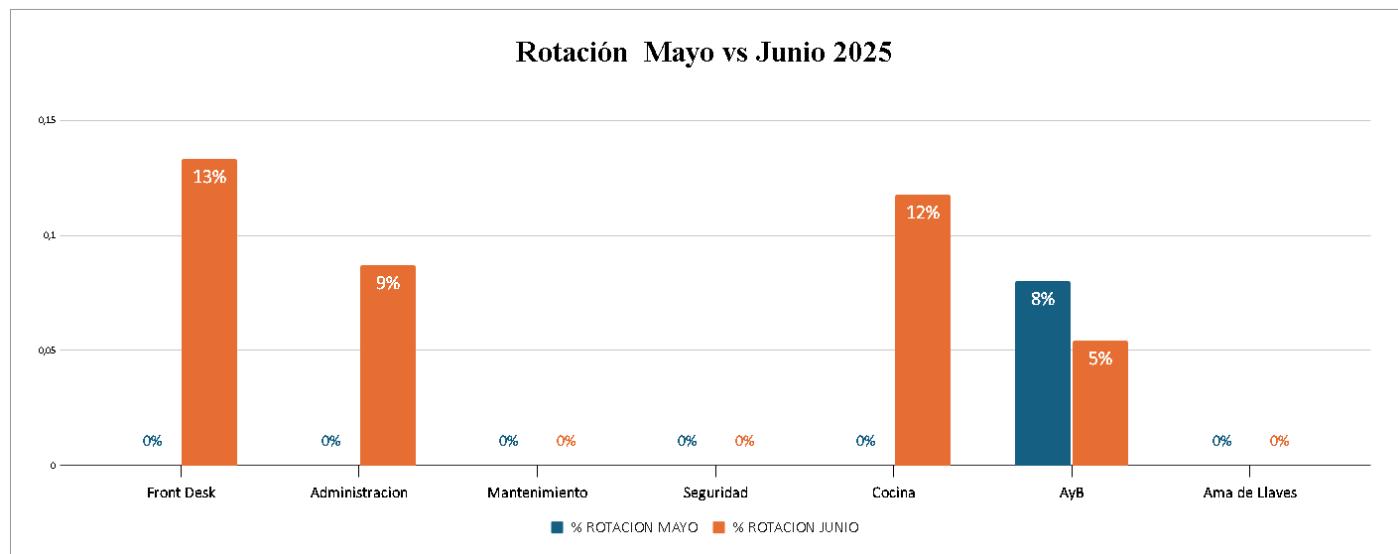
Motivos de rotación del mes de Junio:

- Front Desk: 1 Recepcionista-Renuncia voluntaria
- Administración: 1 Gerente de RH- Renuncia Voluntaria.
- Cocina: 1 Chef de partie-Renuncia Voluntaria,  
1 Chef de Partie: Ausentismo.
- AYB: 1 Mesero-Rescisión de contrato por ingerir bebidas alcohólicas.

### Gráfica de Rotación Junio



### Gráfica de Rotación Mayo vs Junio 2025



### Vacantes Clave:

- **Gerente de Recursos Humanos:** En proceso de entrevistas.
- **Chef de Partie:** Entrada programada 07 de Julio.
- **Supervisor de areas publicas:** En proceso de entrevistas
- **Mesero:** Entrada programada 02 de Julio.
- **Agente de seguridad:** Entrada programada 10 de Julio.

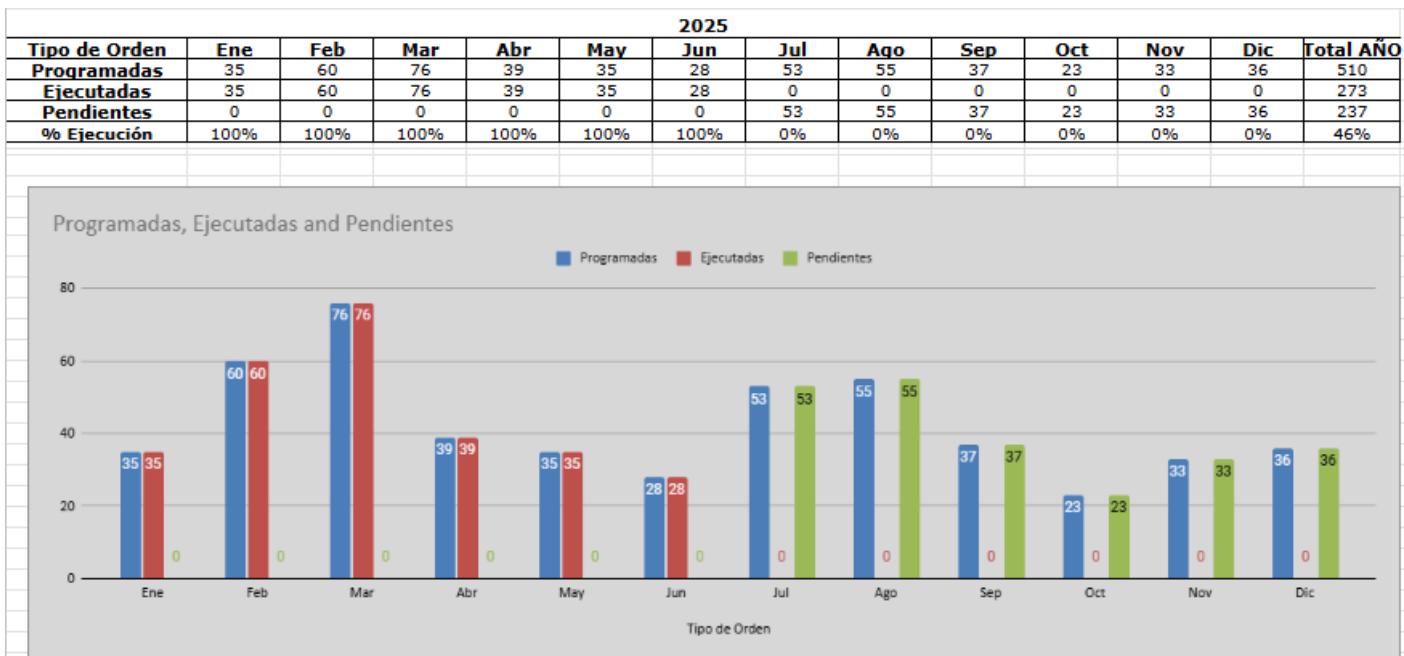
### **Vacantes Cubiertas:**

- **Auditor Nocturno:** 30 de junio 2025.
- **Chef ejecutivo:** 23 de Junio.
  
- Se atiende visita de Sindicato: 25/06/2025 reunión con sindicato para seguimientos de requerimientos del personal.
- Pendiente firma de contrato colectivo con CROM.

### **Mantenimiento**

- Se repara muro de cava frente a recepción dañado por grietas [REPARACIÓN MURO DE CAVA](#)
- Se da mantenimiento correctivo a sillas de barra Noia [REPARACION DE SILLAS BARRA NOIA](#)
- Se hace revisión de equipos de sistema 2 de aire acondicionado en azotea piso 4 para detectar posible fuga de gas refrigerante, se revisan 23 equipos de habitaciones que corresponden al sistema 2 para detectar posible fuga de gas refrigerante
- Se Sube de nivel de tierra jardineras de Noia y se reubican plantas, y se siembran nuevas plantas para repoblar [JARDINERAS NOIA](#)
- Se sellan filtraciones de agua pluvial a cristales de Noia y cristales piso 3<https://FILTRACIONES CRISTALES>
- Reparacion de plafón de habitación 316 por filtración de agua pluvial en pie de cama y ventanal proveniente de azotea área de tanques de gas [FILTRACIONES HABITACION 316](#)
- Se cambia la impermeabilización de cristales de sala de juntas ya que presentaban bastante daño [IMPERMEABILIZACION SALA DE JUNTAS](#)
- Se juntea piso de Noia por filtraciones hacia habitaciones de piso 4<https://JUNTEO DE PISO NOIA>
- Se impermeabiliza azotea de área tanques de gas y equipos LG<https://IMPERMEABILIZACION AZOTEA TANQUES DE GAS>
- Se realiza mantenimiento preventivo a 13 equipos de acuerdo al plan anual 2025
- Se realiza mantenimiento preventivo a 15 habitaciones de acuerdo al plan anual 2025

[Programa Anual de Mantenimiento 2025.xlsx](#)



### Actividades para mes de Julio

- Cambio de piso de regaderas de habitaciones dañadas.
- Mantenimiento correctivo a calentadores de alberca
- Construcción de bodega para archivo muerto en sótano
- Cambio de bomba recirculadora dañada para jacuzzi, no se realizó en junio ya que se tiene que modificar el tren, hay 2 válvulas con daños.
- Fabricación de puerta para la estética en Spa

### Area de LLaves

- Se realizan limpiezas profundas en áreas públicas de acuerdo al programa y urgencia de las mismas, Se lavó cojinería de Noia y Enrique, Estacionamiento, Pulido de piso de Enrique y Fuente de Jardín, lavado de escaleras de emergencia y jardín, limpieza de vidrios continua, orden en bodegas [Evidencias Áreas públicas Junio](#)
- Se da seguimiento a la sabana de trabajos profundos en habitaciones, se realizaron limpiezas profundas en 207, 209, 315, 104, 402, 405 [Evidencias Cuartos Junio](#)
- Se compraron 13 letreros de piso mojado para el plan de acción de temporada de lluvias

[SABANA DE TRABAJOS PROFUNDOS HABITACIONES 2025 NUMU.xlsx](#)

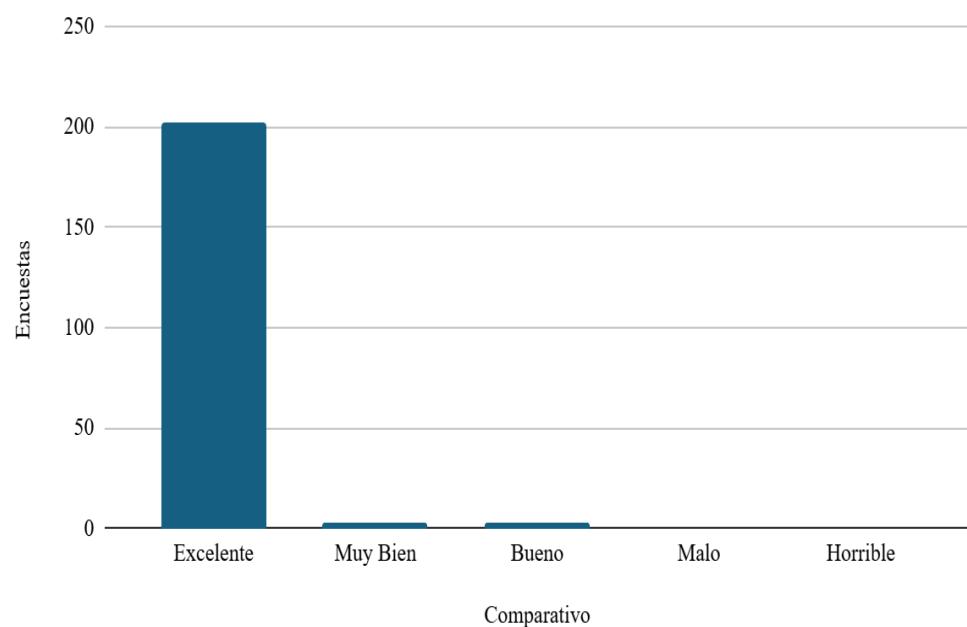
### Actividades para mes de Julio

- Se programó el pulido de pasillo piso 3 y 2
- Se trabajará en letrero de uso de termo Numu
- Se dará seguimiento a programa de limpiezas áreas públicas
- Se dará seguimiento a programa de limpieza Habitaciones
- Se lavará cojinería de Lobby y recepción

## Spa Numu

- Promoción del Mes de Junio “Dia del [Padre](#)”
- Ingresos del mes \$130,745.72
- Se realizaron 61 servicios del mes de Junio
- Tarifa promedio \$2,702 por persona.
- Se sumó el Hotel Maison Mexique para comisionar la promoción de los Day Pass.

## Encuesta de Satisfacción



	GUEST RECORD			% Guest Ratio	% Ext Guest Ratio
	GUEST IN HOUSE	EXTERNAL GUEST	TOTAL		
SPA	54	7	61	88.52	11.47

## Alimentos y Bebidas

- Se Realiza Cena Maridaje Wine Series Tres Raíces muy buenos comentarios
- Se confirma Cena con Casa Dragones para Julio y Guste bartending para agosto
- Se atiende eventos de Grupo Ace
- Se atiende evento Torneo de Golf
- Se implementa menú de cafés de especialidad y smoothies en Enrique
- Depuración de vinos fuera de carta
- Implementación de musica en enrique de 10 a 12 violinista 2 sábados de cada mes

	GUEST RECORD				
	GUEST IN HOUSE	EXTERNAL GUEST	TOTAL	% Guest Ratio	% Ext Guest Ratio
ENRIQUE	482	207	689	69.96	30.04
NOIA	150	224	374	40.11	59.89
	632	431	1063	100	40.55

### Actividades para mes de Julio

- Realización evento 4 de Julio
- Guest bartending Martes
- Realización Cena Casa Dragones
- Creacion de catalogo de amenidades
- Proyecto de Temáticas de cenas románticas

### GENERALES

- En proceso arreglo de calentadores Rinai
- Terminar trabajos de calefacción de alberca
- Pendiente resolución demanda laboral

**GRACIAS**



HAMAK  HOTELS

*Hospitalidad con alma.*