

Informe Ejecutivo
Agosto 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 AGOSTO 2025 CIFRAS EN MN

	ago-25		ago-25		ago-24		AÑO A LA FECHA					
	Actual	%	Budget	%	Prior	%	Actual	%	Budget	%	Prior 2024	%
Cuartos Ocupados	570		487		420		4,785		4,860		3,896	
Cuartos Disponibles	1,364		1,364		1,364		10,692		10,692		10,736	
Porcentaje de Ocupacion Cuartos	41.8%		35.7%		30.8%		44.8%		45.5%		36.3%	
ADR Promedio	6,163		6,370		5,894		7,134		7,434		6,482	
Ingresos Cuartos	3,513,187		3,102,223		2,475,580		34,136,913		36,127,382		25,254,016	
RevPar Promedio	2,576		2,274		1,815		3,193		3,379		2,352	
Ingreso												
Cuartos	3,513,187	66.4%	3,102,223	68.0%	2,475,580	71.1%	34,136,913	69.2%	36,127,382	72.0%	25,254,016	76.4%
Alimentos y Bebidas	1,396,588	26.4%	1,236,980	27.1%	912,911	26.2%	12,100,276	24.5%	11,895,121	23.7%	6,999,886	21.2%
SPA	156,982	3.0%	153,892	3.4%	73,264	2.1%	1,182,311	2.4%	1,457,370	2.9%	637,878	1.9%
Otros	225,109	4.3%	68,180	1.5%	20,853	0.6%	1,887,792	3.8%	680,400	1.4%	180,953	0.5%
Total Ingreso	5,291,866	100.0%	4,561,275	100.0%	3,482,608	100.0%	49,307,291	100.0%	50,160,273	100.0%	33,072,733	100.0%
Total Costos	960,101	18.1%	756,571	16.6%	537,898	15.4%	8,434,752	17.1%	7,699,684	15.4%	5,327,736	16.1%
Total Nomina & Relativos	1,244,517	23.5%	1,156,275	25.3%	957,001	27.5%	8,878,030	18.0%	9,290,920	18.5%	8,659,488	26.2%
Total Gastos Departamentales	198,035	3.7%	220,254	4.8%	142,000	4.1%	1,676,834	3.4%	1,891,891	3.8%	1,017,479	3.1%
Total Costos + Gastos Deptl.	2,402,653	45.4%	2,133,100	46.8%	1,636,899	47.0%	18,989,616	38.5%	18,882,495	37.6%	15,004,703	45.4%
Utilidad Departamental	2,889,213	54.6%	2,428,175	53.2%	1,845,709	53.0%	30,317,675	61.5%	31,277,778	62.4%	18,068,030	54.6%
Total Gastos Operación no Distr.	2,015,334	38.1%	2,063,522	45.2%	1,632,160	46.9%	19,074,577	38.7%	17,453,536	34.8%	13,480,230	40.8%
Utilidad Operativa (GOP)	873,878	16.5%	364,653	8.0%	213,549	6.1%	11,243,097	22.8%	13,824,242	27.6%	4,587,799	13.9%

Resultados del mes de Agosto 2025

Resultados Moneda Nacional

Ingresos Totales: \$ 5'291,866

GOP: \$ 873,878

Ingresos AAF: \$49'307,291

INGRESOS GLOBALES:

- Los ingresos del mes fueron \$ 5'291,866 con una diferencia al plan de \$ 730,591 que representa un +16.0%
- Con relación al año anterior un +52.0%

Las Desviaciones sobresalientes en Costos y Gastos

CUARTOS:

Gastos:

Uniformes:

- Uniformes para camaristas y áreas públicas \$ 19,650

Equipo menor:

- Paraguas con logo \$ 3,380

A&B:

Gastos:

Decoración:

- Decoración para 15 de septiembre \$ 9,918

Uniformes:

- Bordado de mandiles \$ 2,500
- Uniformes para meseros \$ 4,960

ADMINISTRACIÓN:

Gastos:

RH Head Hunter reclutamiento:

- Anticipo 30% reclutamiento de Capital humano \$ 12,600

SISTEMAS:

Nomina:

- Nomina personal de It \$ 36,156

Gastos:

Soporte de sistemas:

- Hyatt fee tecnología \$ 75,905

PROMOCIÓN Y VENTAS:

Gastos:

E-Marketing:

- Social Media \$ 20,000
- Publicidad de Medios \$ 6,000
- Koddi \$ 28'194
- Sales marketing Hyatt digital \$ 109,386

Sales/RP/Marketing servicies:

- Zapwater \$ 74,476
- Screen Pilot \$ 88,006
- Marketing fee HAMAK \$10,000

Soft Brand Hyatt:

- Provisión Franchise Fee (membresía Hyatt) \$ 138,182

MANTENIMIENTO:

Gastos:

Rep. y Mant. EQ. Aires acondicionados:

- 3 motores para Ac de habitaciones \$ 11,550
- Aceite para compresor \$ 8,260

Rep. y Mant. Planta de Emergencia:

- Mantenimiento anual se distribuye en 5 meses del año \$ 65,518

Flujo:

- [Flujo de efectivo proyectado.](#)

Cuentas por pagar

- [Cartera de cxp](#)

Cuentas por cobrar

- Sin cuentas pendientes por cobrar

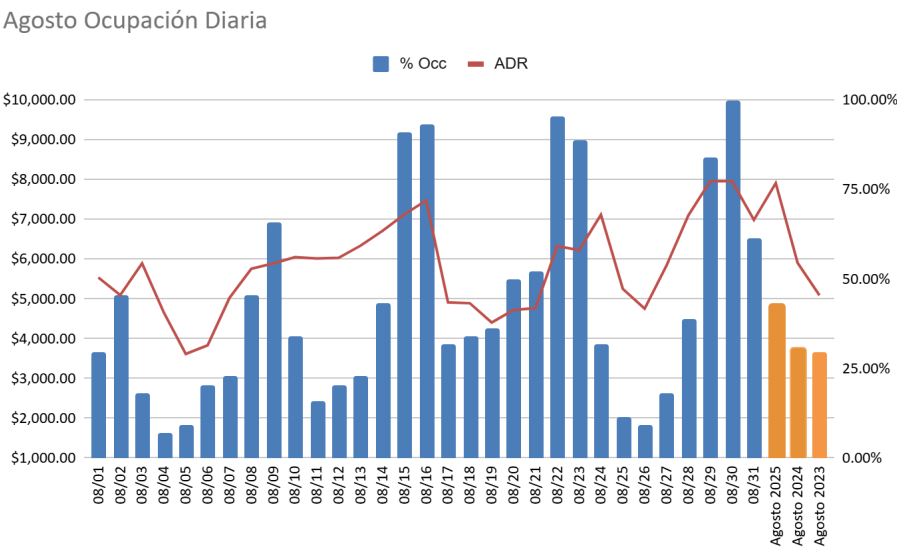
CAPEX

- [Plan anual de compras](#)

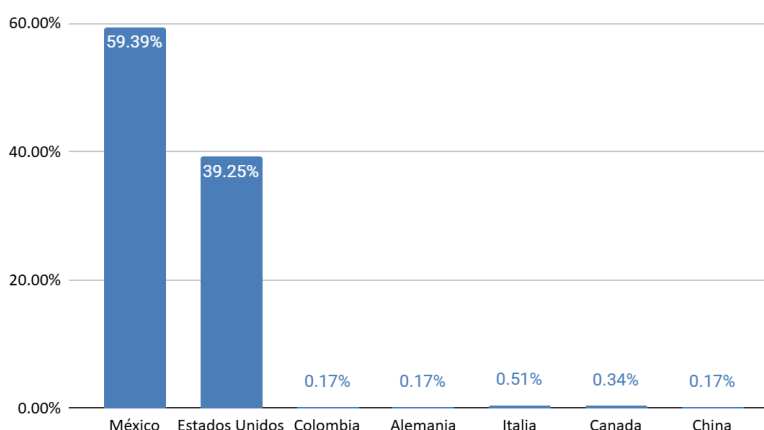
ÁREA COMERCIAL

Cierre de Agosto 2025:	41.8%
Tarifa promedio (ADR):	MXN \$6,163 pesos
Ingreso cuartos:	MXN \$3,513,187 pesos
Estancia promedio:	2.32 noches, anticipación promedio de compra de 49.63 días.
Presupuesto Agosto 2025:	35.7% Variación del +6.1%
Tarifa promedio (ADR):	MXN \$6,370 pesos. Variación de - \$207 pesos
Ingreso cuartos:	MXN \$3,102,223 pesos. Variación de + \$410,964 pesos
Cierre de Agosto 2024:	30.8% Variación del +11% YoY
Tarifa promedio (ADR):	MXN \$5,894 pesos. Variación de +\$269 pesos.
Ingreso cuartos:	MXN \$2,475,580 pesos. Aumento de ingresos YoY de +\$1,037,607 pesos.

OCUPACIÓN Y TARIFA EN AGOSTO



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.

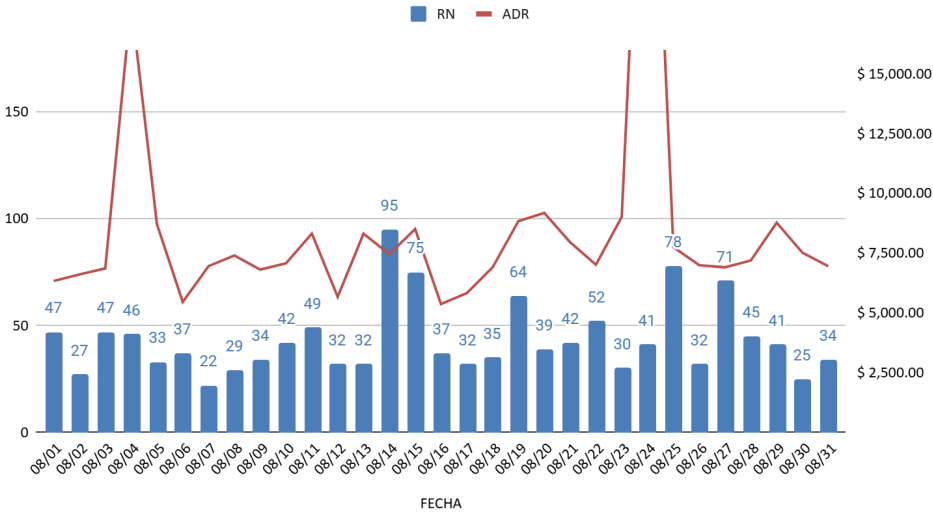
PICK UP REGISTRADO DEL 01 AL 31 DE AGOSTO DE 2025 (Reservaciones y cuartos noches recibidos en el mes sin importar la fecha de estancia).

En Agosto el pick up promedio (no es la ocupación, es la venta por día hacia el futuro) es de 43.38 cuartos noche diarios sin tomar en cuenta cancelaciones. Durante el mes tuvimos días de pick up altos entre los 22 y hasta los 95 cuartos noche.

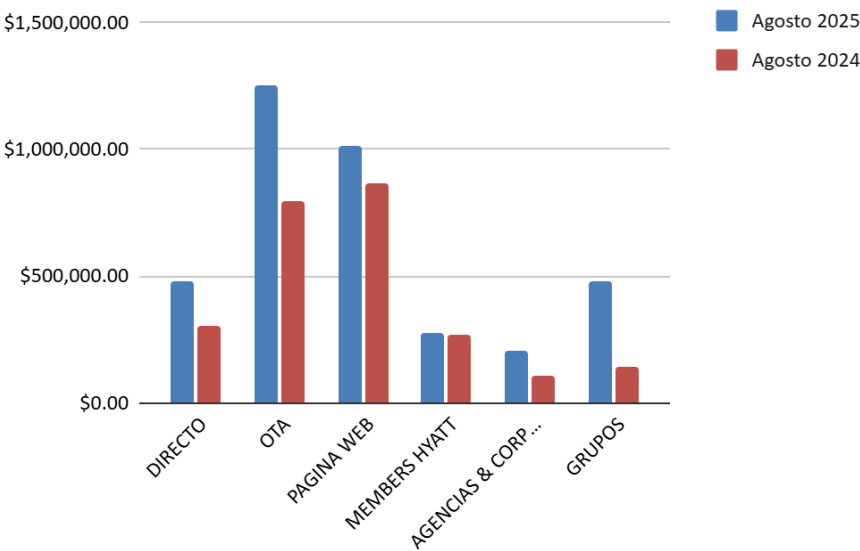
Pick up recolectado Agosto de 2025 (Pick up sin importar fecha de estancia)

		Mes anterior
Total de reservaciones pick up	567 reservaciones	437 reservaciones
Total de cuartos noche pick up	1,545 cuartos noche	1,151 cuartos noche
Pick up promedio por día	43.38	37.16
ADR recolectado	\$8,483.08	\$5,634.74

Pick up Agosto 2025



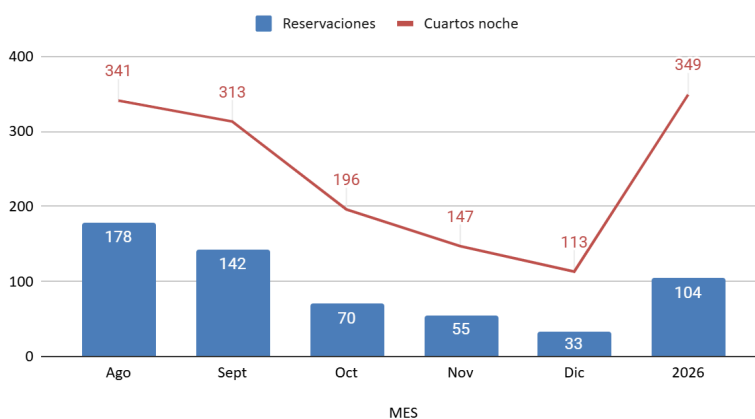
PRODUCCIÓN PICK UP POR SEGMENTO (Ingresos en MXN)



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

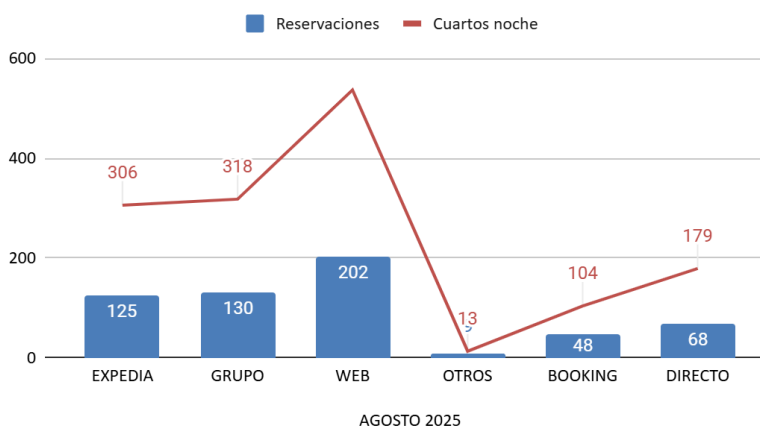
DISTRIBUCIÓN DEL PICK UP - MES EN EL QUE SERÁN LAS ESTANCIAS EFECTIVAS (De la venta de Agosto).

PICK UP: Mes de estancia de reserva GENERADOS EN AGOSTO



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

PICK UP: PRODUCCIÓN POR CANAL AGOSTO



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

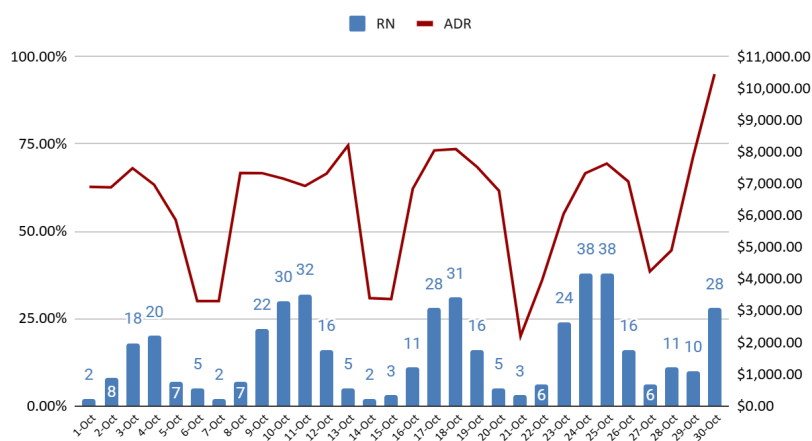
Octubre 2025

Cuartos Noche: 493

Ocupación: 36.14%

Tarifa Promedio: \$7,500.63

Ocupación OTB Octubre -tomada el 2 de Septiembre



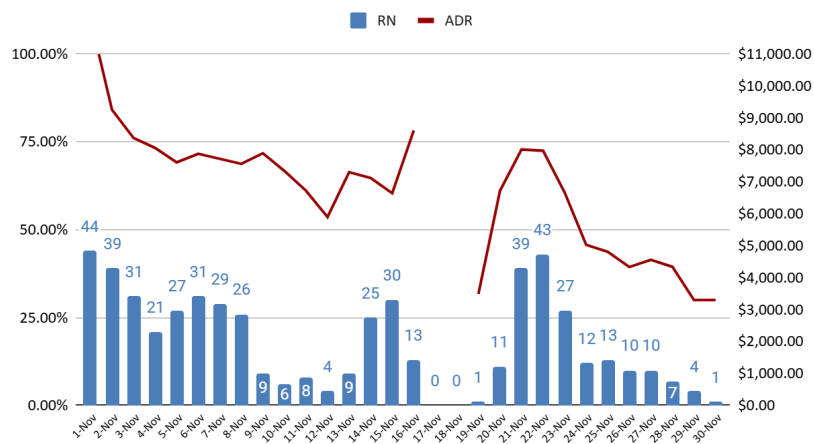
Noviembre 2025

Cuartos Noche: 530

Ocupación: 40.15%

Tarifa Promedio: \$7,757.31

Ocupación OTB Noviembre -tomada el 2 de Septiembre



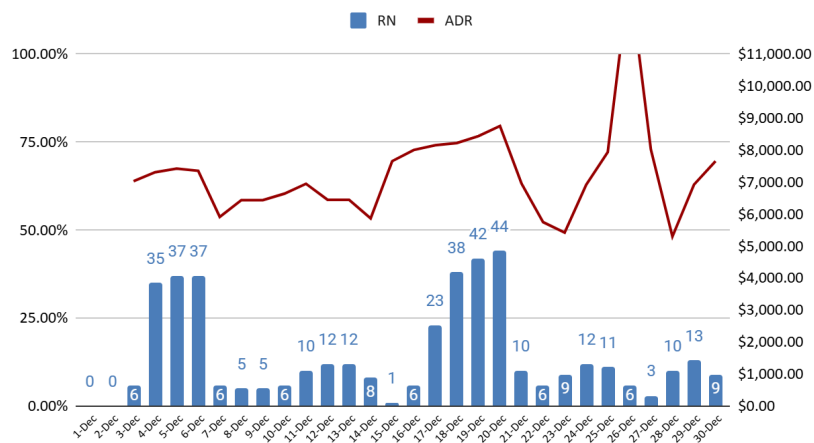
Diciembre 2025

Cuartos Noche: 431

Ocupación: 31.60%

Tarifa Promedio: \$7,562.93

Ocupación OTB Diciembre -tomada el 2 de Septiembre



SET COMPETITIVO (TOMADO PARA EL 23 DE SEPTIEMBRE)

HOTEL	CUARTOS	CUARTOS DISPONIBLES	TARIFA PÚBLICA	PROMOCIÓN
NUMU	44	1,364	\$6,600	Verano en San Miguel
Matilda	32	992	\$6,770	Tarifa con desayuno continental
Belmond	37	1,147	\$10,330	Mexican Residents offer
Rosewood	67	2,077	\$8,580	Residentes Mexicanos

PUNTOS RELEVANTES DEL ÁREA COMERCIAL:

GRUPOS:

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

43 Leads de grupos recibidos en Agosto, confirmando 13 (algunos se venían arrastrando desde Julio) con una conversión del 30%.

	Agosto	Mes anterior
Grupos / Eventos confirmados:	13	13
Leads en proceso	14	12
Visitas y presentaciones:	37	55

ACCIONES VENTAS Y REVENUE

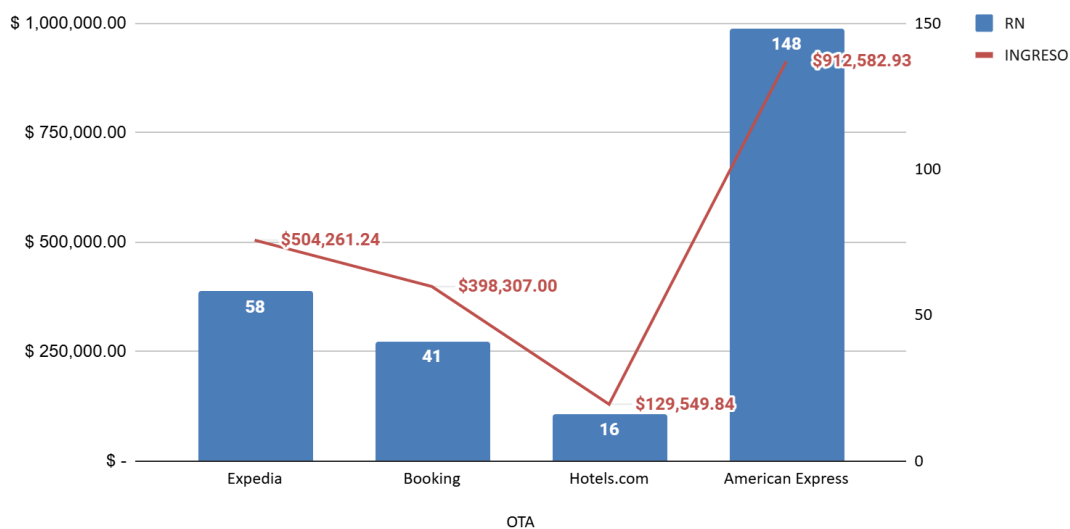
- Es de destacar la producción descomunal que American Express Fine Hotels & Resorts ha tenido. Se aplicó un 25% de descuento en la app. termina el 30 de septiembre.
- Nuevo mercado: Presentación de NUMU Centro de Peregrinaciones – Isabel Herrera; como opción para Viajes del segmento de turismo religioso. Se comparte carta de beneficios para ingreso de la propiedad en portafolio de Hoteles preferidos.
- Se logra comunicación con Grupo Taylor Farms y se “roba” grupo a Hotel Matilda. Confirman grupo de 50 RN del 13 al 23 de Agosto, así como otro para septiembre. De la misma manera, hemos obtenido estancias individuales durante agosto y una larga estancia de directivo en Septiembre.
- Se confirman los siguientes eventos:
 - Coctel Pre Callejoneada Gregory, 14 de Agosto, 2025, 72 pax, ingreso confirmado de USD\$2,808.00
 - Grupo corporativo Taylor Farms, 13 - 22 de Agosto, 2025, 50 RN, ingreso confirmado de USD\$11,000.00
 - Coctel de Bienvenida Antonio & Andrea, 150 pax, 21 de Noviembre, ingreso confirmado de USD\$11,100.00
 - Addendum viaje Grupo Mujeres Día de Muertos Rupia, se agregan 3 habitaciones del 2 al 7 de Noviembre, 2025.. Ingreso confirmado de USD\$16,500.00
 - Viaje de amigos Carolyn Banks (Contacto Hyatt Sales Mission SF), 15 RN, del 21 al 24 de Enero, 2026, ingreso confirmado de USD\$6,500.00
 - Tarifas preferenciales Boda Dvorak & Dickinson, 13 - 15 de Marzo, 2026, 20 RN, ingreso tentativo de USD\$8,350.00
 - Tarifas preferenciales Boda Arimany Grajales, 29 de Enero, 1 de febrero, 2026, 20 RN, ingreso tentativo de USD\$9,650.00
 - Tarifas preferenciales Boda Altamarina & Ayala, 17-19 de Abril, 2026, 20 RN, ingreso tentativo de USD\$8,300.00
 - Tarifas preferenciales Boda Kim & Michael, 6 -8 de Marzo, 2026, 20 RN, ingreso tentativo de USD\$11,650.00
 - Tarifas preferenciales Boda Taylor Betts, 29 de Enero - 1 febrero, 2026, 130 RN, ingreso tentativo de USD\$42,520.00
 - Grupo Texas Cavaliers, del 19 al 22 de febrero, 2026, 24 RN, ingreso confirmado de USD \$12,300.00
 - Coctel de Bienvenida V Cumbre de Turismo SMA, 03 de Septiembre, 35 pax, ingreso confirmado de USD\$3,100.00

REGISTRO DE INVERSIÓN EN ANUNCIOS EN HYATT TOP- UP (DIRECTO & OTA's) (cantidades en USD)

	Expedia	Booking	Google Hotel Ads	Otros
Inversión	\$464	\$4	\$457	\$50
Clicks	457	0	527	22
Reservaciones generadas	13	0	4	0
Room Nights	35	0	7	0
Ingreso generado	\$17,012	\$0	\$2,187	\$0
ROA	36:1	0:1	8:1	0:001

EN TOTAL SE GENERARON USD\$19,198 CON UNA INVERSIÓN DE USD\$977, UN ROI DE 19:1

Ingresos por OTA's en Agosto 2025



PLAN DE ACCIÓN SEPTIEMBRE, OCTUBRE y NOVIEMBRE VENTAS Y REVENUE:

● SEPTIEMBRE

- En conjunto con Hamak, Sales Blitz CDMX para Agencias de Lujo y visita a Hyatt Sales Force. [Solicitud de fondos \\$20,543](#). [Cotización de Bus, hotel y viáticos](#).
- Creación y lanzamiento de ad's para Día de Muertos
- Visita a principales empresas regionales para promoción de posadas navideñas con compañías para la primera quincena de Diciembre.
- Creación y Ad's con miras a Temporada de Festive

● OCTUBRE

- Asistencia al LLL Sales Mission de Hyatt para agencias de Viajes de Lujo en Nueva York, Long Island, New Jersey & Westchester. [USD\\$4,500](#) costo de evento por Hyatt. [Fondeo solicitado de viaje: MX\\$76,008](#). [Cotización](#).
- Lanzamiento de la oferta especial para inicios de año cupon descuento especial.
- Lanzamiento de descuento para FHR para inicios de año.

● NOVIEMBRE

- Asistencia al LLL Sales Mission de Hyatt para agencias de Viajes de Lujo en Texas (Houston, Dallas - Fort-Worth, Austin). [USD\\$3,000](#) costo de evento por Hyatt. Fondeo solicitado de viaje: MX\$55,00 tentativo.

ACCIONES DE EQUIPO COMERCIAL AGOSTO HAMAK HOTELS

- Presentación del portafolio de Hamak a Trip 2 México, enfocado en el mercado ruso e hindi, interesado en todas las propiedades de Mexico.
- Desayuno con Native Trails, enfocado en el mercado europeo, pendiente revisar con propiedades que hotel está pendiente de envío de tarifas 2026.
- Se confirma participación de presentación en Call Center de Aeromexico Vacations para el día 10 Sep. 25 pax.
- Se realiza llamada con DOS y GM para presentar los reportes de revenue para el budget 2026. Se comparten archivos y se da el deadline de entrega de la primera fase para el 01 Sep.
- Participación en IBTM donde tuvimos la oportunidad de conectar con diversos compradores, lo que nos permitió reforzar alianzas estratégicas existentes y generar nuevas oportunidades de negocio [IBTM 2025.xlsx](#)
- Asistimos a la inauguración de la oficina de First in Service en México, una empresa global de gestión de viajes que se destaca por ofrecer soluciones personalizadas tanto para clientes corporativos como para el sector del entretenimiento y lujo.
- Se realiza sales calls en Monterrey con 23 citas en total [Reporte sales calls MTY - Ago.pdf](#)
- Seguimiento al Fam Trip de Brasil/ Agencia Balam. Top producers de lujo en Brasil.

REVENUE:

- Inscripción en la campaña de Septiembre en Expedia, la cual va dirigida a más de 168 millones de socios del programa de lealtad (como paquete para evitar disparidades con Hyatt)
- Oferta Local con un 30% de descuento con una ventana de reserva del 01 ago al 30 sep y una venta de viaje del 08 ago al 4 oct.
- Llamada con Market Manager de Expedia para ver resultados del mes de julio y ver áreas de oportunidad en los próximos meses.
- Se activa la categoría de habitación Premium en Expedia y Booking para la venta con el fin de ofrecer más inventario por estos canales.

MARKETING

Envío de Newsletters Corporativos a Base de datos B2B

- 1) Envío NEWSLETTER CORPORATIVO [HAMAK CELEBRA A MÉXICO](#): Impulso a temporada patria en México.



Entregas	4,778 (97.4%)
Aperturas totales	2,103
Última apertura	Sep 10, 2025 3:52 pm
Reenvíos	0

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

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

Instagram:

	Agosto	Mes Anterior
Visualizaciones	207,185	144,725
Interacciones	2,162	1,965
Cuentas alcanzadas	41,950	34,263
Nuevos seguidores	455	645

El 37.7% de las visualizaciones se debieron a la inversión en anuncios (66.37% 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 publicaciones en feed el contenido con mayor alcance con 59.27% cuentas alcanzadas seguido de los historias con el 28,8% y por último los reels con el 12,2% cuentas. este mes, la importancia de los posts sube por primera vez al primer lugar y las historias quedaron en segundo lugar.

Del total de cuentas que interactuaron el 39.9% fueron cuentas que ya seguían NUMU y el 60.1% fueron cuentas de usuarios externos.

Según la audiencia, nuestro público se encuentra entre las personas con edad de entre 35-44 años con un 37.31% de cuentas, seguidos de las personas entre 25-34 años con el 26.1% y posteriormente de 45-54 años con el 22.8% Lo que nos indica que nuestro target es un público ADULTO-JOVEN, siendo México el país con mayor número de cuentas seguidoras con el 58.2%

Facebook:

	Agosto	Mes Anterior
Visualizaciones	1,000,000	971,298
Interacciones	22,981	22,981
Nuevos seguidores	44	51

¡Es la primera vez que alcanzamos un millón de visualizaciones! Tan solo el 1% de los usuarios son seguidores activos de la cuenta, lo que nos indica perfectamente la importancia de la inversión publicitaria así como la importancia de la plataforma y de no dejarse guiar solo por el numero de seguidores que la cuenta tiene.

Los enlaces en el contenido es lo que genera mayor interacción con el 58%, seguido por los videos con 27%.

Resultados de inversión digital y rendimiento en Agosto – Hotel NUMU

ScreenPilot - Google Paid Search & META

- Inversión total Paid media (Screen Pilot): USD\$4,071
- Impresiones: 562,985
- Clicks: 21,558
- Visitas al sitio: 1,125
- Bookings: 1

- Revenue: USD\$1,840

SOJERN (Commision Campaign)

- Spend: USD\$254
- Bookings: 3
- Revenue: USD\$5,102

SOJERN (Video Campaign)

- Spend: USD\$505
- Bookings: 3
- Revenue: USD\$689

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

NUMU / Hyatt Website Performance:

	Agosto	Mes Anterior
Visitas:	10,999	10.057
Calidad de Tráfico:	23.3%	24.6%
Bookings:	86	74
Room Nights:	251	207
ADR:	\$428	\$428
Revenue Total:	\$107,548	\$88,500

En Agosto, observamos que los ingresos de Hyatt.com aumentaron con respecto al mes anterior 21,5 %, lo que refleja un mejor rendimiento digital general. Las visitas al sitio web aumentaron lo que indica un mayor flujo de tráfico, aunque la calidad del mismo disminuyó ligeramente (-1,3 % frente a LM).

Las reservas crecieron un 16,2 % frente a LM, alcanzando las 86, impulsadas por una mayor tasa de conversión. Las noches de habitación aumentaron un 21,3 % frente a LM (251 en total), impulsando la mayor parte del crecimiento de los ingresos. El precio medio de llegada (ADR) se mantuvo estable en 428 \$, un aumento del 1 % frente a LM, lo que confirma que el crecimiento se debió principalmente al volumen.

La consulta de disponibilidad aumentó un 3,6 % frente a LM, mientras que la búsqueda de reservas se mantuvo estable en un 3,36 % (+0,4 % frente a LM), lo que indica una intención de reserva constante entre los visitantes del sitio web.

SEO Performance:

	Agosto	Mes Anterior
Visitas:	2,560	2,514
Check Availability:	764	823
Bookings:	25	30
Revenue:	\$24,419	\$33,141

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:**
 - Ciudad de México, México
 - Houston, Texas, EEUU
 - Los Angeles, California, EEUU

- Dallas, Texas, EEUU
- Chicago, Illinois, EEUU
- **Principal fuente de tráfico por ciudad:**
 - Ciudad de México, México
 - San Miguel de Allende, Guanajuato, México
 - Santiago de Querétaro, Querétaro, México
 - Houston, Texas, EEUU
 - Dallas, Texas, EEUU
- **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)
 - RACK
 - PRM2 (Tarifa especial para Bodas)

RELACIONES PÚBLICAS

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

[REPORTE AGOSTO 2025](#)

[REPORTE JULIO 2025](#)

[REPORTE JUNIO 2025](#)

Agosto obtuvo un total de siete (07) notas en medios, alcanzando aproximadamente 17,585,030 espectadores generando un ad value aproximado de USD \$487,984.

- Acciones del mes:
 - Se distribuyeron tres (03) pitches a medios de comunicación:
 - Retiro de vino de otoño en el corazón de Guanajuato
 - NUMU Boutique Hotel nombra a Jorge Alejandro González como chef ejecutivo
 - Día de Muertos en el Corazón de San Miguel de Allende en NUMU Boutique Hotel
- Gestión avanzada de visitas 2026:
 - **13 al 16 ene 2026:** [Daniel Scheffler](#) | Colaborador New York Times y Forbes
- Estrategia [Septiembre 2025](#)

NUMU Boutique Hotel Names Jorge Alejandro Gonzalez as Executive Chef

AUG 25 2025

Industry News

SHARE:

NUMU Boutique Hotel, one of the most recent hotel additions to historic downtown San Miguel de Allende, is pleased to introduce the appointment of Chef Jorge Alejandro González Hurtado as Executive Chef, ushering in an exciting new chapter for the hotel's culinary program. With nearly 20 years of global experience and a creative philosophy grounded in authenticity, sustainability, and refined technique, Chef Alejandro brings a fresh and thoughtful perspective.

A native of Guadalajara and now based in San Miguel de Allende, Chef Alejandro is known for his ability to celebrate regional Mexican ingredients through elevated yet approachable cuisine. Now as Executive Chef at NUMU Boutique Hotel, Chef Alejandro spearheads the culinary concepts for its rooftop restaurant, NOIA, blending modern innovation with deep respect for tradition to create menus that are both artful and rooted in place.

"Joining NUMU is an opportunity to not only celebrate the rich culinary heritage of San Miguel de Allende, but to push the boundaries of how we express it," said NUMU Boutique Hotel Executive Chef Jorge Alejandro González Hurtado. "My goal is to create meaningful experiences rooted in local ingredients, guided by a sense of responsibility to the land, to tradition, and to the future of Mexican cuisine."

Chef Alejandro joins NUMU from Hilton La Romana in the Dominican Republic, where he led the property's culinary team, and previously played a key role in the openings of Hilton Monterrey and JW Marriott Guadalajara. His formal training at the Corbuse Institute and the University of the Valley of Mexico, paired with hands-on experience in some of the world's most demanding kitchens, has shaped a culinary style that is both technically precise and deeply soulful.

With expertise in advanced techniques like molecular gastronomy and kitchen deconstruction, Chef Alejandro's arrival marks a bold evolution for NUMU's culinary offerings. His commitment to sourcing from local producers, mentoring young chefs, and crafting menus with meaning promises to leave a lasting imprint on San Miguel de Allende's dynamic food scene.

Guests can look forward to seasonal menus, new dining concepts, and immersive culinary experiences that reflect Chef Alejandro's vision in the months ahead. This Día de Muertos, he will debut a specially curated tasting menu inspired by ancestral Mexican flavors and ingredients, featuring dishes such as aguachile de acociles from Pátzcuaro with chiltepin tepache and maguery ice cream with roasted maguery pineapple compote. Each course blends tradition with innovation in a celebration of the holiday's rich culinary heritage.

A UNESCO World Heritage Site, San Miguel de Allende is one of the most iconic of Mexican cities but is also renowned for its architectural and stylistic connections to Europe's most charming places. Keeping with this cross-cultural identity, the hotel's very name, NUMU, is drawn from the region's indigenous Otomi language and means "crossroads." NUMU embodies this blend of cultural influences through its diverse culinary offerings, rich artistic heritage, and architectural splendor, creating a unique and distinctive character all its own.

Home Me Latest News Opinion World Panel HNTV More -

Jorge Alejandro González Hurtado has been appointed Executive Chef at Numu Boutique Hotel in San Miguel de Allende

Hyatt 3 min read · 26 August 2025

NUMU Boutique Hotel, one of the most recent hotel additions to historic downtown San Miguel de Allende, is pleased to introduce the appointment of Chef Jorge Alejandro González Hurtado as Executive Chef, ushering in an exciting new chapter for the hotel's culinary program. With nearly 20 years of global experience and a creative philosophy grounded in authenticity, sustainability, and refined technique, Chef Alejandro brings a fresh and thoughtful perspective.

A native of Guadalajara and now based in San Miguel de Allende, Chef Alejandro is known for his ability to celebrate regional Mexican ingredients through elevated yet approachable cuisine. Now as Executive Chef at NUMU Boutique Hotel, Chef Alejandro spearheads the culinary concepts for its rooftop restaurant, NOIA, blending modern innovation with deep respect for tradition to create menus that are both artful and rooted in place.

Chef Alejandro joins NUMU from Hilton La Romana in the Dominican Republic, where he led the property's culinary team, and previously played a key role in the openings of Hilton Monterrey and JW Marriott Guadalajara. His formal training at the Corbuse Institute and the University of the Valley of Mexico, paired with hands-on experience in some of the world's most demanding kitchens, has shaped a culinary style that is both technically precise and deeply soulful.

With expertise in advanced techniques like molecular gastronomy and kitchen deconstruction, Chef Alejandro's arrival marks a bold evolution for NUMU's culinary offerings. His commitment to sourcing from local producers, mentoring young chefs, and crafting menus with meaning promises to leave a lasting imprint on San Miguel de Allende's dynamic food scene.

Guests can look forward to seasonal menus, new dining concepts, and immersive culinary experiences that reflect Chef Alejandro's vision in the months ahead. This Día de Muertos, he will debut a specially curated tasting menu inspired by ancestral Mexican flavors and ingredients, featuring dishes such as aguachile de acociles from Pátzcuaro with chiltepin tepache and maguery ice cream with roasted maguery pineapple compote. Each course blends tradition with innovation in a celebration of the holiday's rich culinary heritage.

A UNESCO World Heritage Site, San Miguel de Allende is one of the most iconic of Mexican cities but is also renowned for its architectural and stylistic connections to Europe's most charming places. Keeping with this cross-cultural identity, the hotel's very name, NUMU, is drawn from the region's indigenous Otomi language and means "crossroads." NUMU embodies this blend of cultural influences through its diverse culinary offerings, rich artistic heritage, and architectural splendor, creating a unique and distinctive character all its own.

For more information on NUMU, please visit: <https://www.hyatt.com/unbound-collection/en-US/bjxub-numu>

- View Jorge Alejandro González Hurtado's LinkedIn Profile ↗
- Numu Boutique Hotel ↗

Home / Regional News / Central & South America / NUMU Boutique Hotel appoints

NUMU Boutique Hotel appoints Jorge Alejandro Gonzalez as Executive Chef

Tatiana Rakov 26.08.2025 600

NUMU Boutique Hotel, one of the most recent hotel additions to historic downtown San Miguel de Allende, introduces the appointment of Chef Jorge Alejandro González Hurtado as Executive Chef, ushering in an exciting new chapter for the hotel's culinary program. With nearly 20 years of global experience and a creative philosophy grounded in authenticity, sustainability, and refined technique, Chef Alejandro brings a fresh and thoughtful perspective.

A native of Guadalajara and now based in San Miguel de Allende, Chef Alejandro is known for his ability to celebrate regional Mexican ingredients through elevated yet approachable cuisine. Now as Executive Chef at NUMU Boutique Hotel, Chef Alejandro spearheads the culinary concepts for its rooftop restaurant, NOIA, blending modern innovation with deep respect for tradition to create menus that are both artful and rooted in place.

"Joining NUMU is an opportunity to not only celebrate the rich culinary heritage of San Miguel de Allende, but to push the boundaries of how we express it," said NUMU Boutique Hotel Executive Chef Jorge Alejandro González Hurtado. "My goal is to create meaningful experiences rooted in local ingredients, guided by a sense of responsibility to the land, to tradition, and to the future of Mexican cuisine."

Chef Alejandro joins NUMU from Hilton La Romana in the Dominican Republic, where he led the property's culinary team, and previously played a key role in the openings of Hilton Monterrey and JW Marriott Guadalajara. His formal training at the Corbuse Institute and the University of the Valley of Mexico, paired with hands-on experience in some of the world's most demanding kitchens, has shaped a culinary style that is both technically precise and deeply soulful.

With expertise in advanced techniques like molecular gastronomy and kitchen deconstruction, Chef Alejandro's arrival marks a bold evolution for NUMU's culinary offerings. His commitment to sourcing from local producers, mentoring young chefs, and crafting menus with meaning promises to leave a lasting imprint on San Miguel de Allende's dynamic food scene. Guests can look forward to seasonal menus, new dining concepts, and immersive culinary experiences that reflect Chef Alejandro's vision in the months ahead. This Día de Muertos, he will debut a specially curated tasting menu inspired by ancestral Mexican flavors and ingredients, featuring dishes such as aguachile de acociles from Pátzcuaro with chiltepin tepache and maguery ice cream with roasted maguery pineapple compote. Each course blends tradition with innovation in a celebration of the holiday's rich culinary heritage.

A UNESCO World Heritage Site, San Miguel de Allende is one of the most iconic of Mexican cities but is also renowned for its architectural and stylistic connections to Europe's most charming places. Keeping with this cross-cultural identity, the hotel's very name, NUMU, is drawn from the region's indigenous Otomi language and means "crossroads." NUMU embodies this blend of cultural influences through its diverse culinary offerings, rich artistic heritage, and architectural splendor, creating a unique and distinctive character all its own.

NUMU Boutique Hotel, part of The Unbound Collection by Hyatt, offers a luxurious retreat with breathtaking views in the historic downtown of San Miguel de Allende, a UNESCO World Heritage site. Featuring the only rooftop pool in downtown, the hotel provides panoramic vistas that encompass the iconic Parroquia de San Miguel Arcángel, colonial-style buildings, galleries, and markets. This contemporary interpretation of Mexican architecture houses 44 stylish guest rooms, including four chic suites that seamlessly blend comfort and elegance. The newly rebranded rooftop restaurant NOIA offers Mediterranean fare with a Mexican flair and 360-degree views while Enrique located in the courtyard, serves culinary delights with Mexican and Spanish influence. Both dining concepts are helmed by executive chef Alejandro Gonzalez with a farm-to-table approach, sourcing fresh, locally grown ingredients. To embrace San Miguel de Allende's culture of the arts, NUMU hosts dynamic rotating art exhibitions that celebrate the city's vibrant artistic legacy. Showcasing works by both local talents and international artists, the exhibits invite guests to immerse themselves in the city's cultural tapestry and engage directly with its creative community. With its prime location, exceptional amenities including two versatile meeting spaces, and breathtaking views, NUMU Boutique Hotel stands out as a premier destination for travelers seeking an unforgettable experience in San Miguel de Allende.

NOTA 1: La ausencia de presupuesto destinado al traslado de medios de comunicación hacia la propiedad limita significativamente su interés en generar publicaciones editoriales. Se recomienda considerar este rubro dentro de la planeación presupuestal 2026 para asegurar mayor visibilidad en medios.

NOTA 2: Sin servicio de Relaciones Públicas en México (COVALENTE) a partir del 01 de agosto de 2025. Lo que impactará directamente en la estrategia de comunicación de la propiedad.

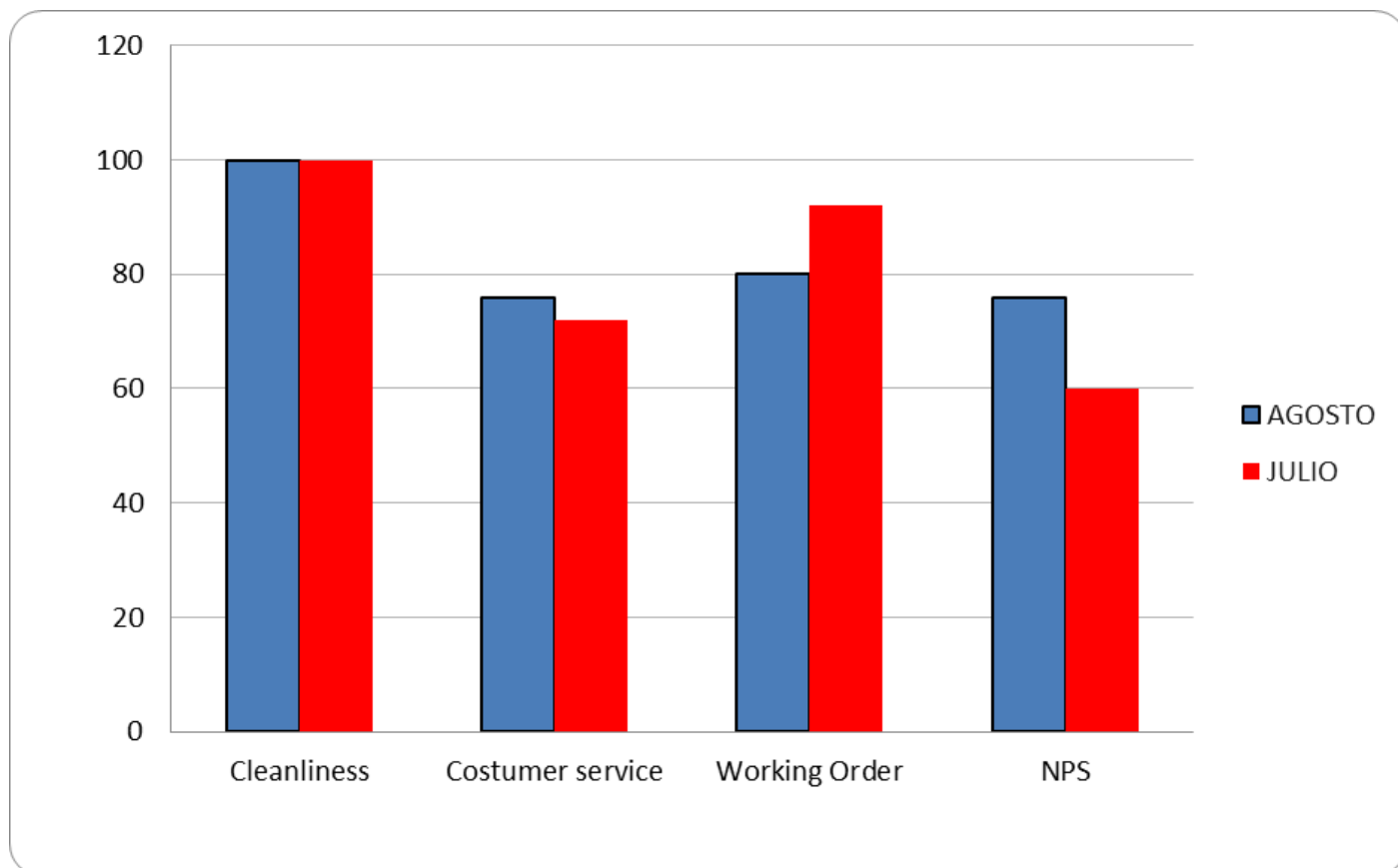
OPERACIONES

REPUTACIÓN

TRIPADVISOR			
Datos relevantes	AGOSTO	JULIO	JUNIO
Opiniones nuevas	1	2	2
Rating (calificación promedio)	4.7	4.7	4.7
EXPEDIA			
Datos relevantes			
Opiniones nuevas	7	5	1
Rating (calificación promedio)	9.6	9.6	10
BOOKING			
Datos relevantes			
Opiniones nuevas	1	6	0
Rating (calificación promedio)	8.9	8.8	8.6
GOOGLE			
Datos relevantes			
Opiniones nuevas	1	3	3
Rating (calificación promedio)	4.7	4.7	4.7
OPENTABLE			
Datos relevantes			
Comensales	749	819	224
Opiniones nuevas:	2	3	3
Rating	4.6	4.6	4.5

MEDALLIA MES AGOSTO

MEDALLIA AGOSTO



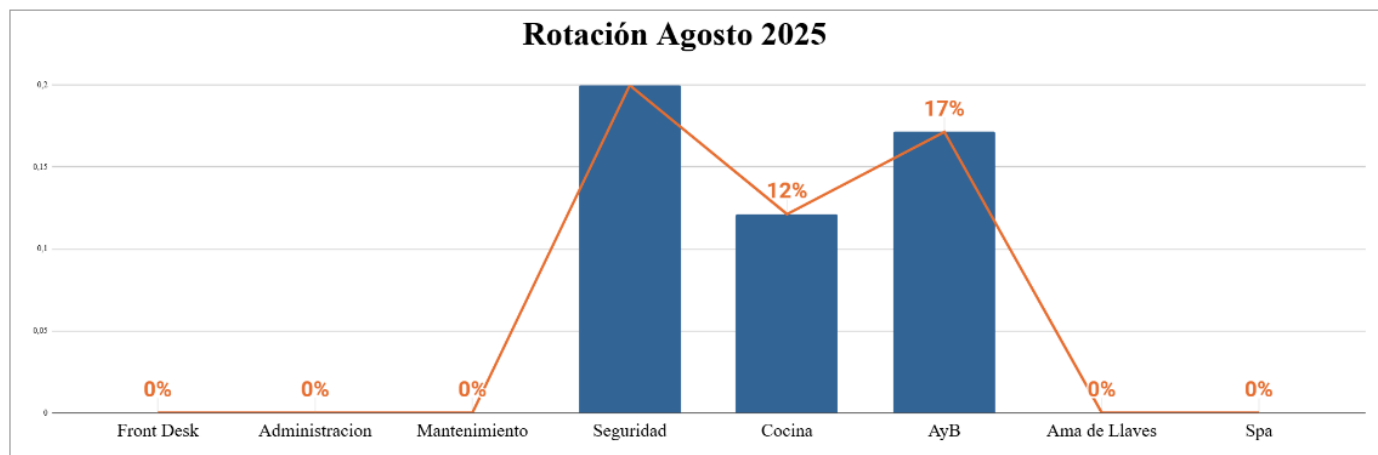
Hyatt Scorecard de AGOSTO

HySat Survey Health					World of Hyatt					
Property Status							Inspections			
R6 Property Status (MAR-AUG)	R6 Room Cleanliness (MAR-AUG)	R6 Working Order (MAR-AUG)	R6 Customer Service (MAR-AUG)	FIP Status	MTD ESR Variance to Goal (AUG)	YTD RN Loyalty Penetration (JUL)	Total Inspection Count (AUG)	12-PT Inspections (AUG)	% 12-PT Distinct (AUG)	RMI Inspections (AUG)
Gold	99.3	86.7	79.0		13%	39.1%	292	116	91%	176

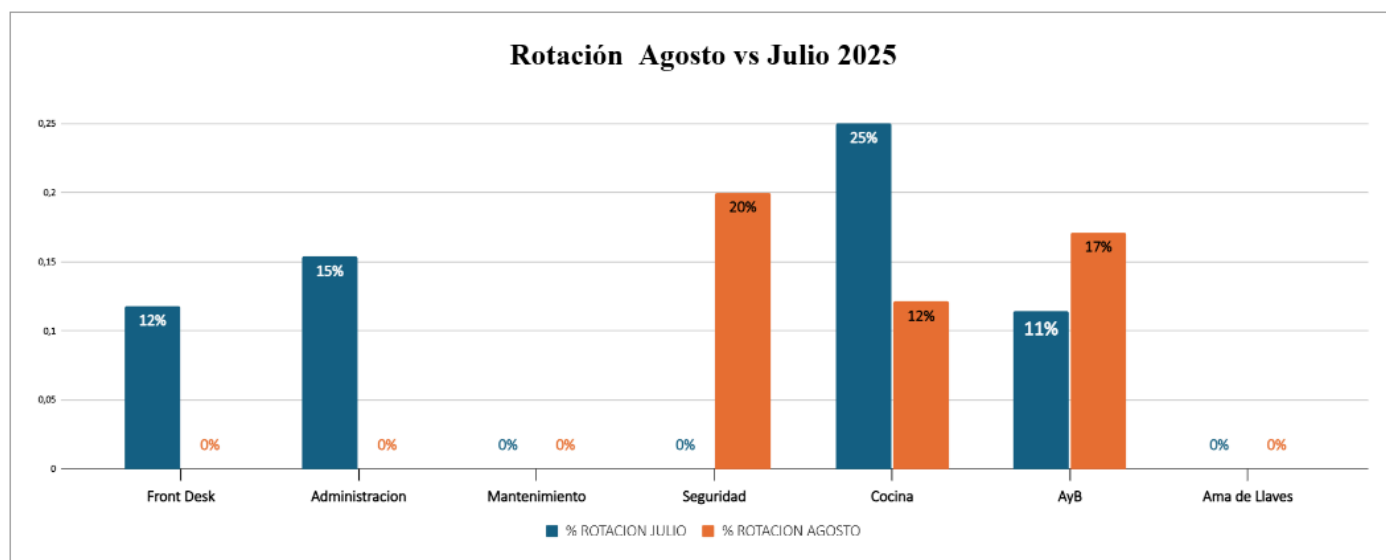
Recursos Humanos

Se adjunta tabla de rotación por mes y por departamento, cerrando Agosto con porcentaje en:
[Tablas de Rotación](#)

Gráfica de Rotación Agosto



Gráfica de Rotación Agosto vs Julio 2025



Vacantes Clave:

- **Gerente de Recursos Humanos:** En proceso de reclutamiento con head hunter.
- **Supervisor de áreas públicas:** promoción interna, en proceso de capacitación.
- **Hostess:** En proceso de entrevistas.
- **Agente de recepción:** En proceso de entrevista.
- **Auxiliar contable:** En proceso de entrevista.

Vacantes Cubiertas:

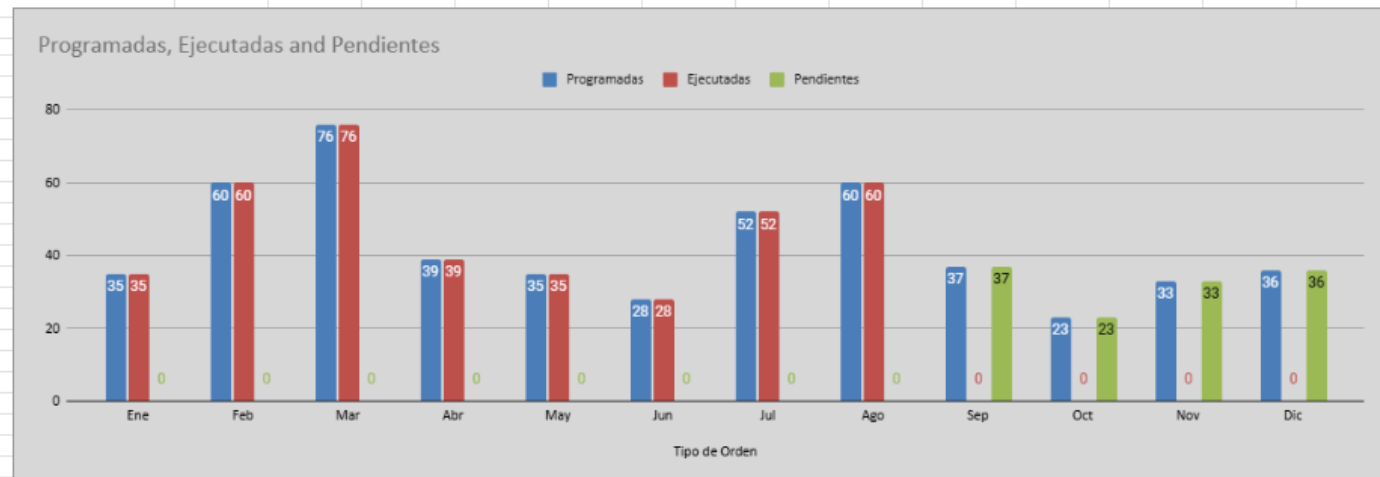
- Chef de Partida
- Meseros 2
- Agente de seguridad
- Cocinero
- Steward

MANTENIMIENTO

- Mantenimiento correctivo a calentadores de alberca, bomba y filtro [MANTENIMIENTO A CALENTADORES DE ALBERCA](#)
- Reparación de fábrica de hielo cocina comisariato [REPARACIÓN DE FABRICA DE HIELO](#)
- Reparación de filtración pluvial a comisariato (retirar plantas de jardinera Enrique para rastrear la filtración y sellar) [REPARACION DE FILTRACION A COCINA COMISARIATO](#)
- Reparación de muro alto de jardín de Enrique dañado por grieta importante [REPARACION DE MURO ALTO DE ENRIQUE](#)
- Cambio de motores de aire acondicionado de habitaciones 102 y 306 [CAMBIO DE MOTORES DE AIRE ACONDICIONADO](#)
- Reparación mayor a sistema 3 equipos LG cambio de aceite, barrido con nitrógeno, carga de gas y puesta en marcha con chequeo de parámetros [MANTENIMIENTO A SISTEMA 3 EQUIPOS LG](#)
- Reparación de calentador número 6 Rinnai con error 54, cambio de válvula de gas y mantenimiento preventivo a componentes [REPARACION DE CALENTADOR RINNAI #6](#)
- Se retira sello en piso de terraza y aplica nuevo sellador para evitar filtración pluvial hacia habitación 302 [SELLADO DE PISO TERRAZA 401](#)
- Se realiza mantenimiento preventivo a 46 equipos de acuerdo al plan anual 2025
- Se realiza mantenimiento preventivo a 14 habitaciones de acuerdo al plan anual 2025

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

2025													
Tipo de Orden	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total AÑO
Programadas	35	60	76	39	35	28	52	60	37	23	33	36	514
Ejecutadas	35	60	76	39	35	28	52	60	0	0	0	0	385
Pendientes	0	0	0	0	0	0	0	0	37	23	33	36	129
% Ejecución	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	25%



Actividades para mes de Septiembre

- Mantenimiento mayor a sistema contra incendios (maquina de combustion interna)
- Reparación de muros de fachada principal dañados por lluvias
- Reparación de muro alto de jardineras Enrique dañados por lluvias
- Instalacion electrica e hidraulica para habilitar sillón de pedicure y lavado de cabello en estetica spa en la última etapa y puesta en marcha
- Reparación de junta constructiva muro vecino y reconstrucción de muro de vecino dañado por lluvias provocadas por caída de agua de Noia

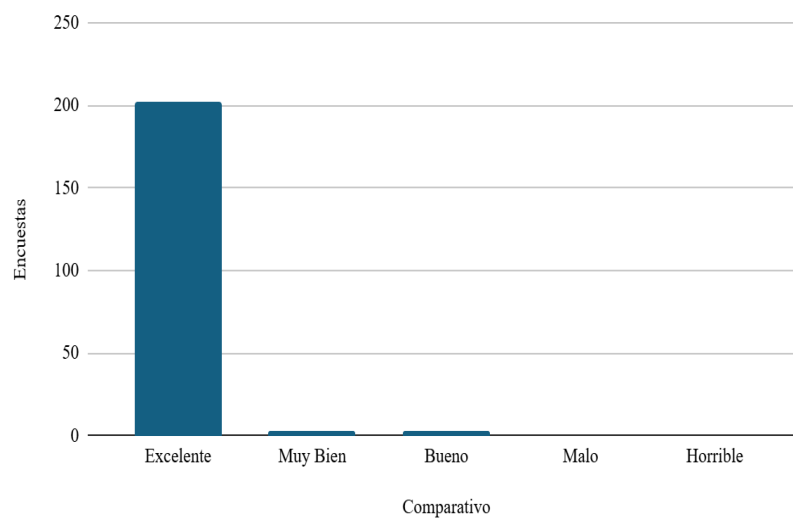
Ama de LLaves

- Se dio seguimiento al programa de limpiezas de áreas públicas
- [Evidencias Areas Publicas Agosto](#)
- Se da seguimiento al programa de limpieza profundas de habitaciones
- [X Sabana de trabajos profundos Habitaciones 2025 NUMU.xlsx](#)
- Se cotizan nuevas bolsas de carritos de lavandería, se revisan cotizaciones y ya se enviaron a elaborar para su entrega en el mes de Septiembre

Spa Numu

- Promoción del Mes de Agosto "Envolvente de palo santo"
- Ingresos del mes \$170,633.11
- Se realizaron 80 servicios del mes de Agosto
- Tarifa promedio \$2,726 por persona.
- Se colocaron un muro y una puerta para reactivar la sala de [estética](#).
- Prácticas [Operativas](#).

Encuesta de Satisfacción



	GUEST RECORD				
	GUEST IN HOUSE	EXTERNAL GUEST	TOTAL	% Guest Ratio	% Ext Guest Ratio
SPA	62	18	80	77.5	22.5

Alimentos y Bebidas

- Cóctel Sharon Gregoy
- Cena Kellanova
- Cena Cindy Peck
- Corey Birthday
- Grupo Taylor Farms
- Coffee sessions

	GUEST RECORD				
	GUEST IN HOUSE	EXTERNAL GUEST	TOTAL	% Guest Ratio	% Ext Guest Ratio
ENRIQUE	703	174	877	81.25	19.79
NOIA	379	515	894	27.01	74.27
			1994	54.13	46.99

Actividades para mes de Septiembre

- Cena Mexicana
- Guest Bartending
- Wine Series Viñedos San Miguel

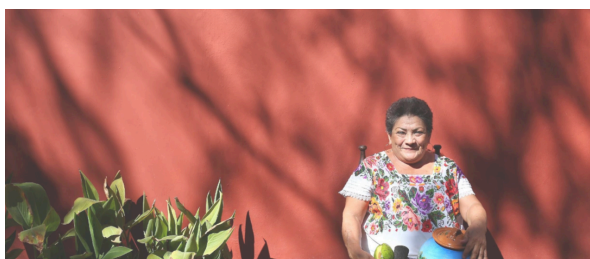
COCINA

- Elaboración, Revisión y Vo Bo Menús Octubre, Noviembre, Diciembre y Cena de Año Nuevo
- Actualización de Archivos Administrativos de Cocina
- Capacitación y Elaboración Eventos
- Capacitación del equipo de cocina con nuevas técnicas y tendencias de cocina
- Lineamiento de canapés, amenidades y nuevas prácticas
- Menús Maridaje Viñedos San Miguel - Cena Especial de 4 Tiempos Octubre
- Reducción de inventario activo en bodegas, cámaras de refrigeración y congelación
- Integración de equipo de cocina completo para la temporada alta

GENERALES

- Pendiente la resolución de la demanda laboral de colaboradores. se entregaron documentos en conciliación..
- Pendiente firma contrato colectivo de trabajo CROM.
- Ver posibilidad de visita del Chef Rafael Zaga.
- Cotización de mobiliario de Suite Presidencial
- Sin respuesta sobre aviso de contra cargos
- Solicitud de terminal bancaria para reservaciones.

GRACIAS



HAMAK  HOTELS
Hospitalidad con alma