



## 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 OCTUBRE 2025 CIFRAS EN MN

	oct-25		oct-25		oct-24		AÑO A LA FECHA					
	Actual	%	Budget	%	Prior	%	Actual	%	Budget	%	Prior 2024	%
Cuartos Ocupados	681		739		651		6,104		6,161		5,021	
Cuartos Disponibles	1,364		1,364		1,364		13,376		13,376		13,420	
Porcentaje de Ocupacion Cuartos	49.9%		54.2%		47.7%		45.6%		46.1%		37.4%	
ADR Promedio	7,922		7,993		6,859		7,113		7,460		6,551	
Ingresos Cuartos	5,394,622		5,906,680		4,465,137		43,415,712		45,960,997		32,894,887	
RevPar Promedio	3,955		4,330		3,274		3,246		3,436		2,451	
<b>Ingreso</b>												
Cuartos	5,394,622	72.8%	5,906,680	70.3%	4,465,137	75.5%	43,415,712	69.9%	45,960,997	71.4%	32,894,887	76.1%
Alimentos y Bebidas	1,515,036	20.5%	2,157,880	25.7%	1,175,352	19.9%	14,979,645	24.1%	15,649,081	24.3%	9,142,306	21.1%
SPA	159,185	2.1%	233,524	2.8%	119,904	2.0%	1,453,711	2.3%	1,868,486	2.9%	851,215	2.0%
Otros	339,232	4.6%	103,460	1.2%	153,844	2.6%	2,304,870	3.7%	862,540	1.3%	365,421	0.8%
<b>Total Ingreso</b>	<b>7,408,075</b>	<b>100.0%</b>	<b>8,401,544</b>	<b>100.0%</b>	<b>5,914,237</b>	<b>100.0%</b>	<b>62,153,938</b>	<b>100.0%</b>	<b>64,341,104</b>	<b>100.0%</b>	<b>43,253,829</b>	<b>100.0%</b>
<b>Total Costos</b>	<b>1,142,661</b>	<b>15.4%</b>	<b>1,301,512</b>	<b>15.5%</b>	<b>805,215</b>	<b>13.6%</b>	<b>10,466,147</b>	<b>16.8%</b>	<b>9,945,266</b>	<b>15.5%</b>	<b>6,849,069</b>	<b>15.8%</b>
<b>Total Nomina &amp; Relativos</b>	<b>1,090,994</b>	<b>14.7%</b>	<b>1,170,609</b>	<b>13.9%</b>	<b>922,769</b>	<b>15.6%</b>	<b>11,058,618</b>	<b>17.8%</b>	<b>11,622,069</b>	<b>18.1%</b>	<b>10,513,869</b>	<b>24.3%</b>
<b>Total Gastos Departamentales</b>	<b>290,508</b>	<b>3.9%</b>	<b>254,201</b>	<b>3.0%</b>	<b>163,665</b>	<b>2.8%</b>	<b>2,181,592</b>	<b>3.5%</b>	<b>2,376,449</b>	<b>3.7%</b>	<b>1,334,954</b>	<b>3.1%</b>
<b>Total Costos + Gastos Deptl.</b>	<b>2,524,163</b>	<b>34.1%</b>	<b>2,726,321</b>	<b>32.5%</b>	<b>1,891,649</b>	<b>32.0%</b>	<b>23,706,357</b>	<b>38.1%</b>	<b>23,943,784</b>	<b>37.2%</b>	<b>18,697,891</b>	<b>43.2%</b>
<b>Utilidad Departamental</b>	<b>4,883,913</b>	<b>65.9%</b>	<b>5,675,223</b>	<b>67.5%</b>	<b>4,022,588</b>	<b>68.0%</b>	<b>38,447,581</b>	<b>61.9%</b>	<b>40,397,320</b>	<b>62.8%</b>	<b>24,555,938</b>	<b>56.8%</b>
<b>Total Gastos Operación no Distr.</b>	<b>2,497,588</b>	<b>33.7%</b>	<b>2,219,282</b>	<b>26.4%</b>	<b>1,969,162</b>	<b>33.3%</b>	<b>23,739,944</b>	<b>38.2%</b>	<b>21,868,419</b>	<b>34.0%</b>	<b>17,128,180</b>	<b>39.6%</b>
<b>Utilidad Operativa (GOP)</b>	<b>2,386,325</b>	<b>32.2%</b>	<b>3,455,941</b>	<b>41.1%</b>	<b>2,053,426</b>	<b>34.7%</b>	<b>14,707,636</b>	<b>23.7%</b>	<b>18,528,901</b>	<b>28.8%</b>	<b>7,427,758</b>	<b>17.2%</b>

### Resultados del mes de Octubre 2025

#### Resultados Moneda Nacional

Ingresos Totales: \$ 7'408,075

GOP: \$ 2'386,325

Ingresos AAF: \$62'153,938

#### INGRESOS GLOBALES:

- Los ingresos del mes fueron \$ 7'408,075 con una diferencia al plan de \$ -993,469 representa un -11.8%.
- Con relación al año anterior un más 25.3%.

Las Desviaciones sobresalientes en Costos y Gastos:

#### CUARTOS:

##### Gastos:

##### Cristalería:

- 48 Vasos old fashion para minibar de habitación \$8,256.

##### Decoración:

- Decoración día de muertos \$ 20,688

**Misceláneos:**

- 60 bolsas de manta para lavandería huésped \$2,638.
- Fundas para muebles de habitación presidencial \$2,220.

**Equipo Menor:**

- Compra de 1 cafetera para la habitación presidencial \$4,839.

**AYB:**

**Gastos:**

**Cristalería:**

- 72 copas champagne para evento \$5,668,

**Equipo y utensilios de A&B:**

- 5 charolas para room service \$3,950.

**Renta de equipo:**

- Renta de chafers cóctel Steffi en Noia \$3,127.
- Renta de pantalla grupo médicos en Noia \$8,800.
- Renta de audio Cóctel Steffi & George \$4,400.
- Renta de Sillas grupo Villatours \$2,006.

**Misceláneos/Varios:**

- Carrito para cava \$1,494.

**Personal eventual:**

- Personal eventual Cóctel & George \$3,200.

**ADMINISTRACIÓN:**

**Gastos:**

**RH Heat Hunter/reclutamiento:**

- Reclutamiento de gerente de Front \$37,500.

**SISTEMAS:**

**Nomina:**

- Nómina personal de IT \$34,751.

**Gastos:**

**Soporte de sistemas:**

- Hyatt fee tecnología \$106,894.
- Sixti consultores reseteo de microprocesador UPS \$26,917.

**PROMOCIÓN Y VENTAS:**

**Gastos:**

**E-Marketing:**

- Social Media \$20,000.
- Publicidad de Medios \$6,000.
- Koddi \$ 27,616
- Sales marketing Hyatt digital \$ 115,384.29.



- Lighthouse \$2,424

**Sales/RP/Marketing services:**

- Zapwater \$ 73,561
- Screen Pilot \$ 86,881
- Marketing fee HAMAK \$10,000.

**Soft Bran Hyatt:**

- Franchise Fee (membresía Hyatt) \$159,060.
- 2025 Global Quality Assurance Program \$36,850.

**Eventos/Sales Blitz:**

- Evento Trade Show Leisure CDMX 09 de septiembre \$24,000.

**Gastos de viaje:**

- Finiquito de gastos de viaje evento NY \$41,702.
- Vuelo de avión a Texas evento \$10,030.

**MANTENIMIENTO:**

**Gastos:**

**Rep. y Mant. EQ. Aires acondicionados:**

- Gas refrigerante \$8,798.
- 4 motores para a/a de habitaciones \$17,191.
- 10 bombas de drenado para a/a de habitaciones \$17,463.
- Reparación del equipo 3 de a/a de habitaciones \$17,985.

**Rep. Y Mant. Eq. Calderas/ Calentadores:**

- Reparación de bomba de calor de alberca \$18,240.

**Rep. y Mantto. Eq. Plantas Emergencia:**

- Mantenimiento mayor anual a planta de emergencia \$63,997 (se prorratea en los 3 meses restantes del año).

**Rep. y Mantto. Eq. Rest / Cocina:**

- Servicio trimestral de limpieza de trampa de grasa \$18,200 (se prorratea en los 3 meses restantes del año).

**Rep. y Mantto. Eq. vs Incendio:**

- 5 detectores de monóxido de carbono \$14,975.

**Rep. y Mantto. Plomería:**

- 5 regaderas de plato para habitaciones \$9,300.

**Rep. y Mantto. Inst. eléctricas:**

- 4 extensiones de 20m para instalaciones de eventos.

**CAPEX**

- Luminarias Noia \$51,893.
- Puerta de sala de juntas y de habitación 210 \$28,233.
- Compra de calentador tubosol para NOIA \$59,875.
- Compra de bomba de Calor para alberca \$134,611.
- Compra de 4 anaqueles para archivo muerto \$4,824.

**Flujo:**

- [Flujo de efectivo proyectado.](#)

Cuentas por pagar

- [Cartera de cyp](#)

Cuentas por cobrar

- Sin cuentas pendientes por cobrar

CAPEX

- [Plan anual de compras](#)

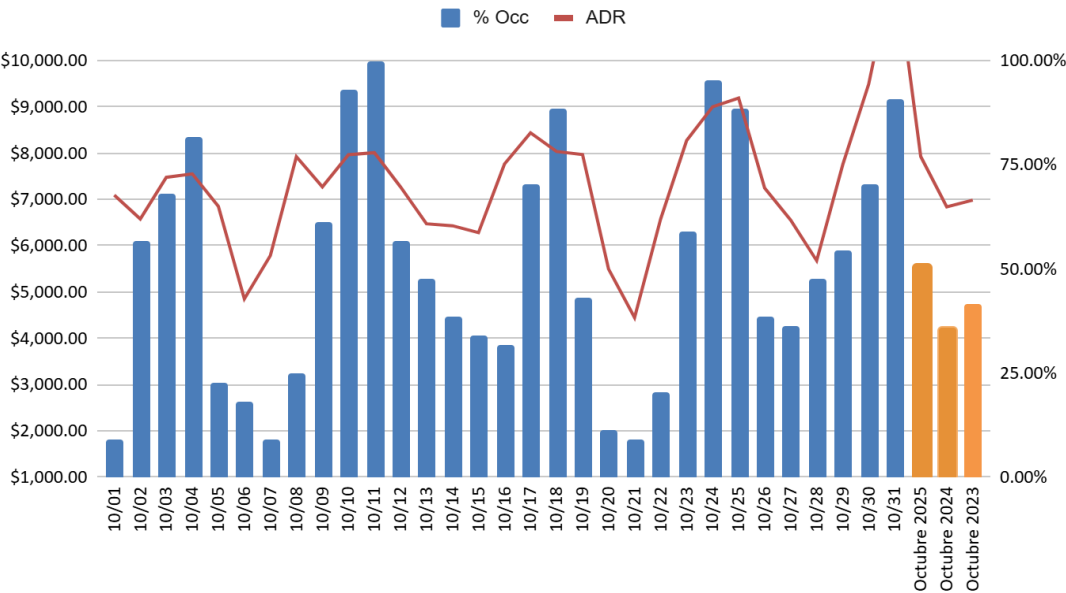
ÁREA COMERCIAL

Cierre de Octubre 2025: 49.9%  
Tarifa promedio (ADR): MXN \$7,922 pesos  
Ingreso cuartos: MXN \$5,394,622 pesos  
Estancia promedio: 2.49 noches, anticipación promedio de compra de 76.53 días.

Presupuesto Octubre 2025: 54.18% Variación del -3.23%  
Tarifa promedio (ADR): MXN \$7,993 pesos. Variación de - \$71 pesos  
Ingreso cuartos: MXN \$5,906,680 pesos. Variación de - \$512,058 pesos

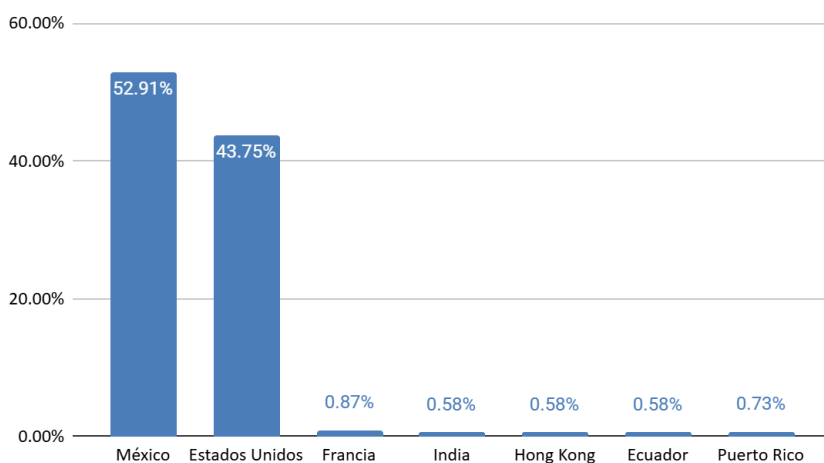
Cierre de Octubre 2024: 47.73% Variación del +3.22% YoY  
Tarifa promedio (ADR): MXN \$6,859 pesos. Variación de +\$1,063 pesos.  
Ingreso cuartos: MXN \$4,465,137 pesos. Aumento de ingresos YoY de +\$929,485 pesos.

Octubre Ocupación Diaria



## OCUPACIÓN Y TARIFA DE OCTUBRE

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.

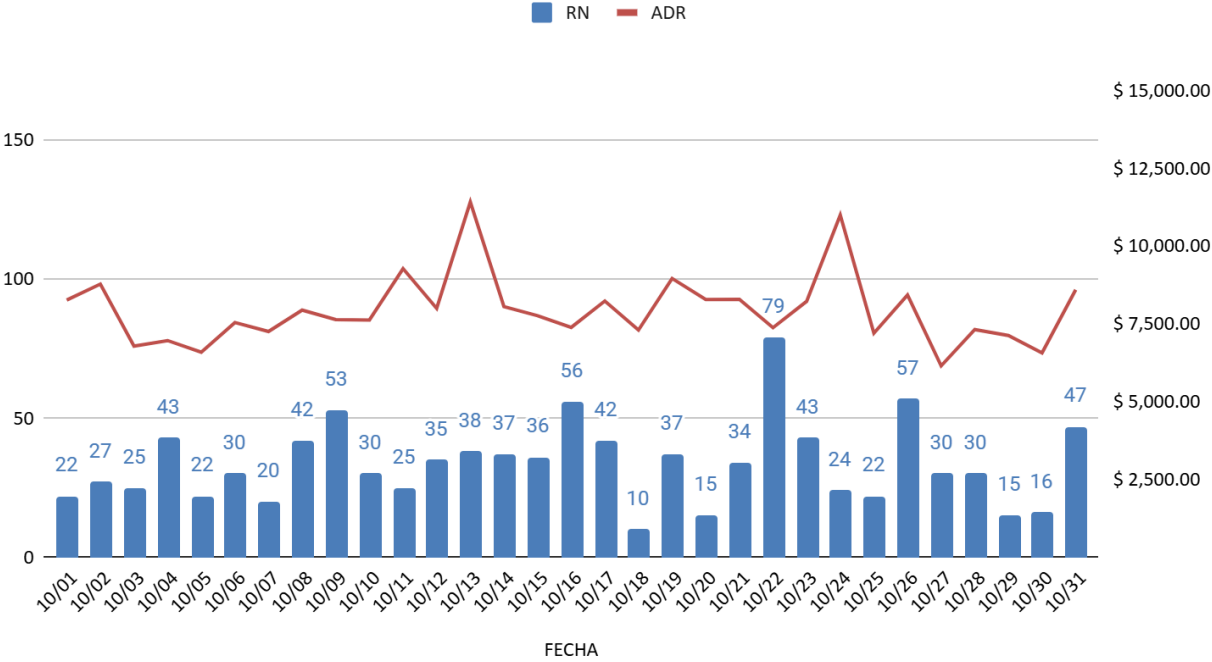
**PICK UP REGISTRADO DEL 01 AL 31 DE OCTUBRE DE 2025** (Reservaciones y cuartos noches recibidos en el mes sin importar la fecha de estancia).

En Septiembre el pick up promedio (no es la ocupación, es la venta por día hacia el futuro) es de 33.63 cuartos noche diarios sin tomar en cuenta cancelaciones. Durante el mes tuvimos días de pick up altos entre los 10 y hasta los 79 cuartos noche.

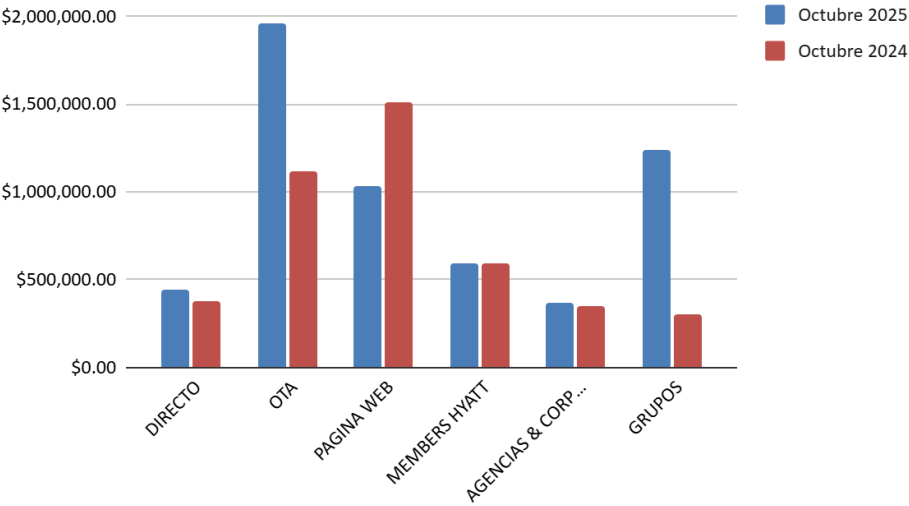
### Pick up recolectado Octubre de 2025 (Pick up sin importar fecha de estancia)

		Mes anterior
Total de reservaciones pick up	426 reservaciones	410 reservaciones
Total de cuartos noche pick up	1042 cuartos noche	952 cuartos noche
Pick up promedio por día	33.63	31.73
ADR recolectado	\$5,841.77	\$8,083.40

Pick up Octubre 2025



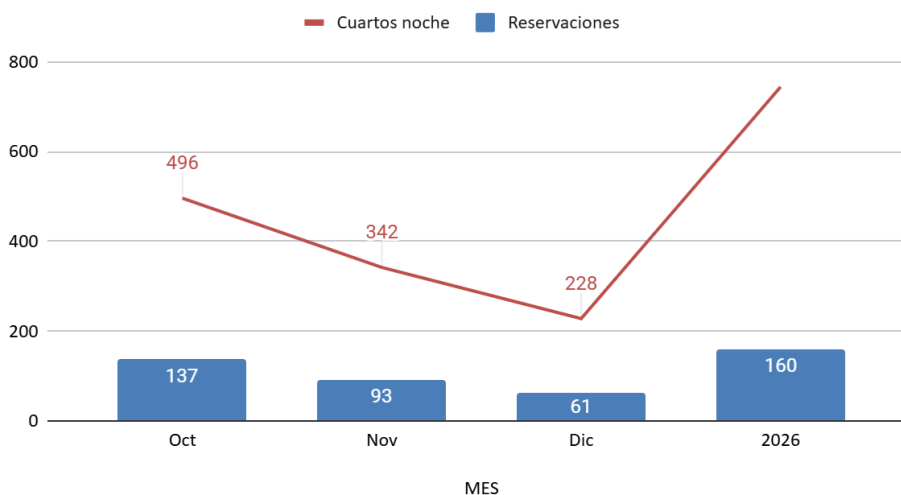
PRODUCCIÓN PICK UP POR SEGMENTO (Ingresos en MXN)



**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

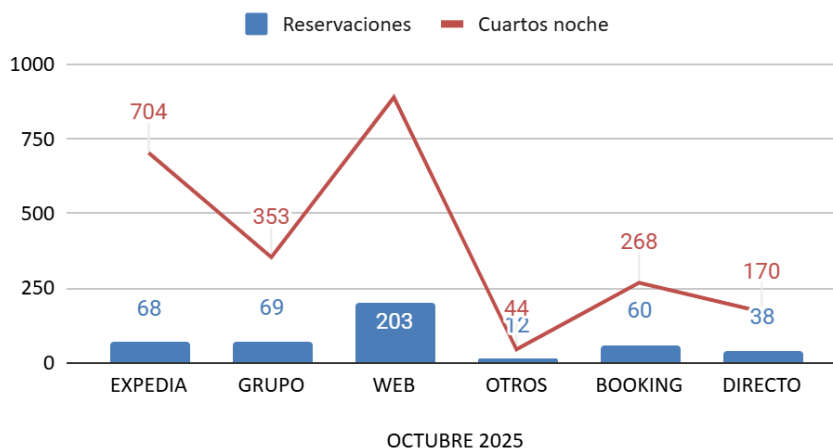
**DISTRIBUCIÓN DEL PICK UP - MES EN EL QUE SERÁN LAS ESTANCIAS EFECTIVAS (De la venta de Octubre).**

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



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

#### PICK UP: PRODUCCION POR CANAL OCTUBRE 2025



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

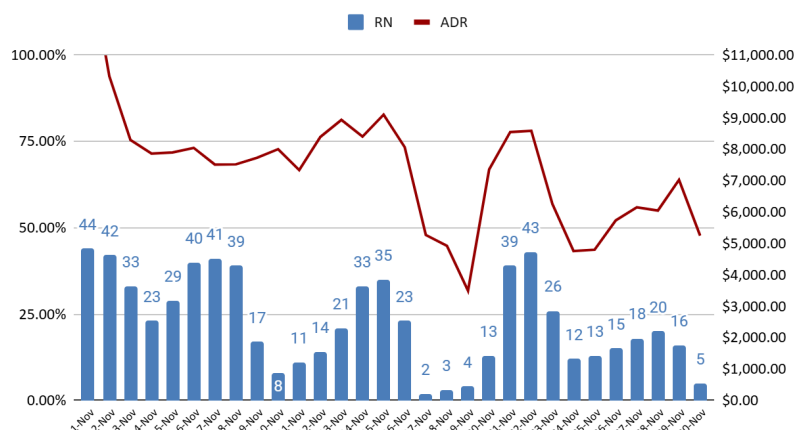
#### Noviembre 2025

Cuartos Noche: 682

Ocupación: 51.52%

Tarifa Promedio: \$8,238.84

#### Ocupación OTB Noviembre -tomada el 02 de Noviembre





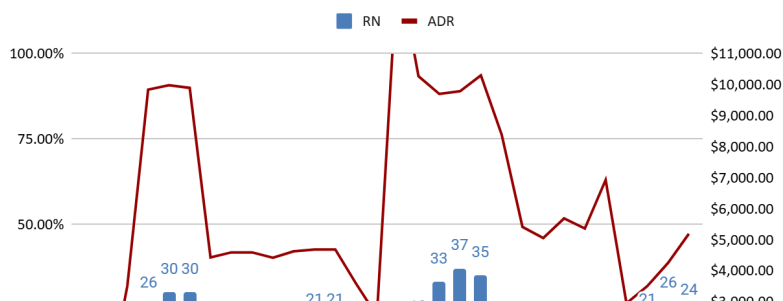
## Diciembre 2025

Cuartos Noche: 529

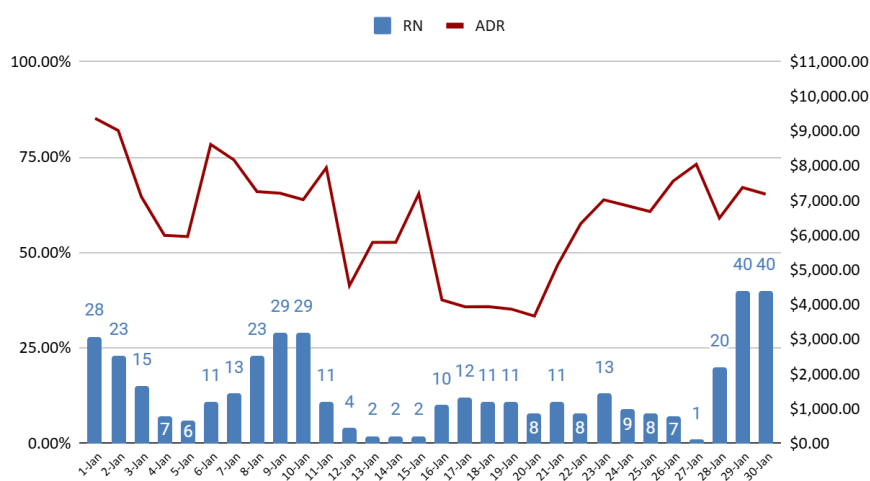
Ocupación: 37.9%

Tarifa Promedio: \$7,831.09

Ocupación OTB Diciembre -tomada el 2 de Noviembre



Ocupación OTB Enero -tomada el 2 de Noviembre



## Enero 2026

Cuartos Noche: 453

Ocupación: 33.21%

Tarifa Promedio: \$6,991.83

## SET COMPETITIVO (TOMADO PARA EL 19 DE NOVIEMBRE)

HOTEL	CUARTOS	CUARTOS DISPONIBLES	TARIFA PÚBLICA	PROMOCIÓN
NUMU	44	1,364	\$6,180	15% off
Matilda	32	992	\$7,203	Design Hotels Advance purchase
Belmond	37	1,147	\$22,118	Room Only (Solo cuentan con Suites)
Rosewood	67	2,077	\$8,620	Oferta Residentes mexicanos

## PUNTOS RELEVANTES DEL ÁREA COMERCIAL:

### GRUPOS:

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

29 Leads de grupos recibidos en Octubre, confirmando 11 (algunos se venían arrastrando desde Agosto Septiembre) con una conversión del 38%.

Grupos / Eventos confirmados:

Leads en proceso

Visitas y presentaciones:

**Octubre**

**Mes anterior**

11

12

9

19

138

85

## ACCIONES VENTAS Y REVENUE

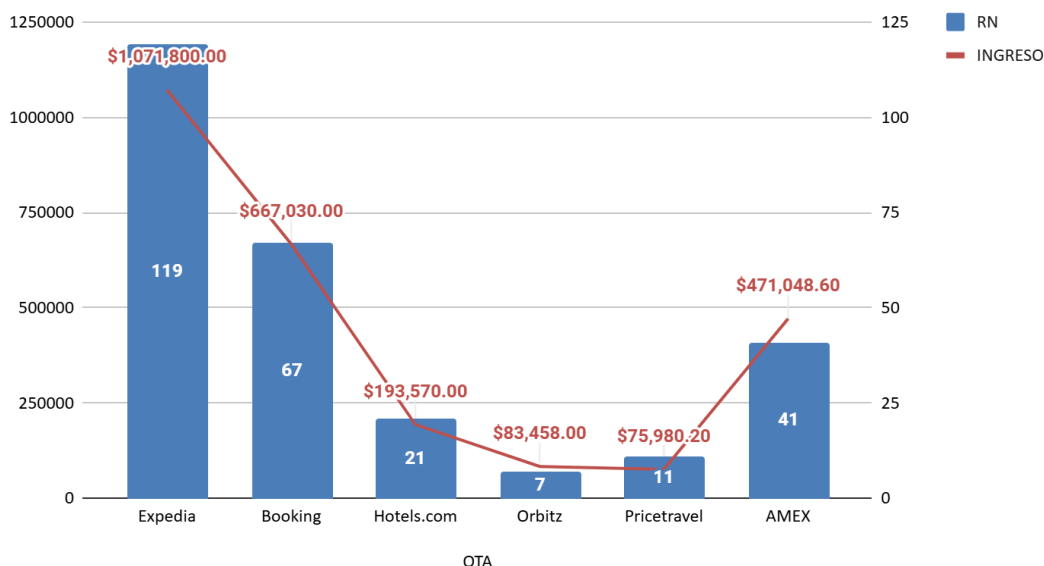
- Presentación NUMU a Ifahto - Yazmin Calvo; como opción para Viajes de Segmento Leisure e Incentivos. Se comparten detalles de beneficios a agencia para ingreso de la propiedad en portafolio de Hoteles preferidos en el destino.
- Se define mínimo de estancia para día de muertos del siguiente año y así asegurar una base.
- Se actualiza el modificador de B & B a 20USD en tarifa rack.
- Se activaron en toolbox las promociones de fin de año.
- Presentación NUMU a RSD Meetings – David Vilchis- como opción para Viajes de Segmento Leisure e Incentivos. Se comparten detalles de beneficios a agencia para ingreso de la propiedad en portafolio de Hoteles preferidos en el destino.
- Se asiste al 2025 Fall Hyatt Roadshow New York & Upstate del 13 al 17 de Octubre, 2025. A través de dicho evento, se contactan a más de 80 agentes de lujo del destino, quienes muestran el interés para su clientes.
- Se confirman los siguientes eventos:
  - INFINITE - 2-3 Octubre, 2025. 14 RN, Ingreso Tentativo de USD \$5,740.00
  - Jaunt – 16-22 Enero, 2025. 18 RN, Ingreso Tentativo de USD \$7,110.00
  - INTER – Villa Tours – 29-30 Octubre, 5 RN, Ingreso Tentativo de USD \$2,050.00
  - Boda Pau y Manuel 15-17 Mayo, 14 RN, Ingreso Tentativo de USD \$5,460.00
  - Coctel Pre-Callejoneada Sara & Weston, 30 enero, 2026, 50 pax, ingreso confirmado de USD\$3,600.00
  - Boda Fernanda y Bruno - 13 - 15 de Marzo, 2026, 20 RN, ingreso tentativo de USD\$9,300
  - Boda Familia Díaz - 29 - 31 de Mayo, 2026, 40 RN, ingreso tentativo de USD\$15,740
  - Extras de Grupo kellanova, 11 pax, Ingreso confirmado de USD\$1,845
  - Boda Emma & Tanner, 16 -18 de octubre, 2026, 45 RN, Ingreso tentativo de USD\$19,395
  - Boda Allison & Richard, del 10 al 12 de Abril, 2026, 30 RN, Ingreso tentativo de USD\$ 12,360
  - Boda Grace & Frank, el 7 al 9 de Marzo, 2026, 50 RN, ingreso tentativo de USD\$18,675
  - Sesión Forward Global, 07 de Noviembre, 8 pax, ingreso confirmado de USD\$450

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

	Expedia	Booking	Google Hotel Ads	Direct	Otros
Inversión	\$531	\$196	\$244	\$92	\$18.88
Clicks	525	200	202	70	14
Reservaciones generadas	6	3	1	3	0
Room Nights	14	13	2	5	0
Ingreso generado	\$6,203	\$5,142	\$1,021	\$702	\$0
ROA	11:1	26:1	3:1	7:1	01

EN TOTAL SE GENERARON **USD\$13,070** CON UNA INVERSIÓN DE **USD\$1,063**, UN ROI DE 12:1

Ingresos por OTA's Octubre 2025



## PLAN DE ACCIÓN NOVIEMBRE, DICIEMBRE VENTAS Y REVENUE:

### ● 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.
- Contacto a base de datos de HAMAK de ILTM presentando a la propiedad y poniéndonos a sus órdenes.

### ● DICIEMBRE

- Lanzamiento de la oferta especial para inicios de año cupon descuento especial. 25% de descuento sobre BAR de Domingo a Jueves. Full-prepayment
- Lanzamiento de mínimo de estancia de 2 noches con tarifa preferencial.
- Lanzamiento de descuento para FHR para inicios de año.

## ACCIONES DE EQUIPO COMERCIAL OCTUBRE HAMAK HOTELS

- De acuerdo al plan comercial se participó en el evento ILTM North America Bahamas, donde se logró un alcance de 70 citas con potenciales travel advisor enfocados en el segmento de Lujo. [ILTM North America 25](#)
- Participación en el evento Explore Expedia en Cancún, donde compartieron datos sobre el compartimiento del viajero para el 2026. Comparto información para su consulta.

<https://partner.expediagroup.com/en-us/resources/research-insights/unpack-26-travel-trends>

<https://partner.expediagroup.com/en-us/resources/blog/new-study-win-big-sports-tourism>

- Capacitación Hamak / Aeroméxico, se realizó la presentación virtual a los agentes de ventas de las oficinas Aeromexico Vacations, donde mostraron mucho interés en las propiedades. Está pendiente el envío de la presentación, fotos y videos, para poder compartirlo con los agentes. En total se realizó la presentación a 84 agentes de viajes.
- Sales Call: a las Oficinas Aeromexico. Sucursales: Patriotismo, WTC, Parque Lindavista, Once Corporativo, Tecamachalco, Interlomas, Santa Fe 27-28 Oct. Queda pendiente citas al área sur de la CDMX.
- Se lleva a cabo un blitz a agencias receptoras con el objetivo de activar los convenios 2026: Viajes Fama, Julia Tours, Travel shop, Viajes Gala, VB Travel Group, DMS, Tropical Incentives, Vive México, BTA [Reporte Receptivos OCT 25.pdf](#)
- Participación en el Torneo de PCO's (Asociación que reúne a las principales empresas mexicanas del segmento MICE) Este espacio permitió interactuar con los 20 CEOs participantes y consolidar nuestras relaciones comerciales e informar de updates de la cadena. [Reporte Torneo PCO.pdf](#)

## REVENUE:

- Llamada con Market Manager de Expedia para ver tendencias de mercado y nos recomienda participar en la campaña de Buen Fin. Pero debido al mínimo descuento del 30% no nos fue posible participar porque causa disparidad con la oferta de Hyatt.
- Se coloca mínimo de estancia de 3 noches para Día de Muertos 2026.
- Se modifica la tarifa "techo" de la habitación presidencial a \$1040 USD.
- Se verifican políticas de cancelación para ser más restrictivos.

MARKETING

Envío de Newsletters Corporativos a Base de datos B2B

1) Reenvío NEWSLETTER CORPORATIVO [ENTRE OFRENDAS](#): Impulso a temporada de día de Muertos en México.




Hamak Hotels

Segmento: Non-Ope...  
2095 destinatarios

14.1 %	1.4 %
Aperturas	Clics

2) Reenvío NEWSLETTER CORPORATIVO [FROM THE SOUL](#): Impulso a tarifas especiales o de temporada, alrededor de la celebración de Thanksgiving pero con un enfoque solo de agradecimiento.



Hamak Hotels

Segmento: Non-Ope...  
611 destinatarios

17.5 %	1.9 %
Aperturas	Clics

3) Envío NEWSLETTER [CORPORATIVO POSADAS NAVIDEÑAS](#): Impulso a temporada navideña para fiestas y celebraciones corporativas.



Hamak Hotels

Segmento: Agencias,...  
4261 destinatarios

46.8 %	12.9 %
Aperturas	Clics

## SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

---

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

#### Instagram:

	Octubre	Mes Anterior
Visualizaciones	355,715	318,895
Interacciones	3,689	2,740
Cuentas alcanzadas	65,418	65,418
Nuevos seguidores	577	562

Se tuvo un alcance de 104,223 cuentas. 59.3% de las visualizaciones se debieron a la inversión en anuncios (76.5% 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 70.68% cuentas alcanzadas seguido de los historias con el 21.6% y por último los reels con el 7.8%.

Del total de cuentas que interactuaron el 29.4% fueron cuentas que ya seguían NUMU y el 70.6% 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% de cuentas, seguidos de las personas entre 25-34 años con el 25.9% y posteriormente de 45-54 años con el 23.3%. Lo que nos indica que nuestro target es un público ADULTO-JOVEN, siendo México el país con mayor número de cuentas seguidoras con el 60%.

#### Facebook:

	Octubre	Mes Anterior
Visualizaciones	670,686	318,430
Interacciones	20,208	22,632
Nuevos seguidores	28	64

Las visualizaciones volvieron a subir en este mes de octubre a más de medio millón, un incremento del 19% con respecto al mes anterior.

Tan solo el 2% 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 número de seguidores que la cuenta tiene.

Este mes, los reels fueron el contenido que genera mayor interacción con el 66.3%, seguido por los enlaces a la página con el 19%, Carruseles de imágenes con el 8%.

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

#### ScreenPilot - Google Paid Search

- Inversión total Paid media (Screen Pilot): USD\$1,2361
- Impresiones: 16,222
- Clicks: 1,150
- Visitas al sitio: 9031
- Bookings: 0
- Revenue: USD\$0








### Screen Pilot - META

- Inversión total Social (Screen Pilot): USD\$1,911
- Impresiones: 606,985
- Clicks: 18,033
- Check Availability: 206
- Bookings: 10
- Revenue: USD\$11,265

### SOJERN (Commision Campaign)

- Spend: USD\$898
- Bookings: 6
- Revenue: USD\$6,892

CHANNEL	GOAL	YTD SPEND	KEY RESULTS YTD
 <b>Hyatt Top-up:</b> Google, Tripadvisor, Trivago & Kayak + BRAND PAID SEARCH	Lower Funnel: <u>Conversion</u> on Direct Channels	\$4.2K	Room Nights: 98 Revenue: \$35,395 <b>ROAS: 8.2:1</b>
 <b>Hyatt Top-up:</b> OTAS	Mid Funnel: <u>Awareness</u> and <u>conversion</u> in Expedia & Booking	\$6.5K	Room Nights: 249 Revenue: \$113,077 <b>ROAS: 17.3:1</b>
 <b>ScreenPilot:</b> Paid Social	Upper & Mid Funnel: <u>Awareness</u> and <u>consideration</u>	\$19.8K	Impressions: 6,153,320 Link Clicks: 188,387 Bookings: 38 Revenue: \$ 32,827 <b>ROAS: 1.7:1</b>
 <b>ScreenPilot:</b> Google Paid Search	Upper Funnel: <u>Awareness</u> for searches with non-branded keywords.	\$20.8K	Impressions: 159,683 Visits: 9,748 Bookings: 5 Revenue: \$7,047 <b>ROAS: 0.3:1</b>
 <b>Sojern:</b> Display Ad Campaigns	Mid Funnel: <u>Awareness</u> and <u>conversion</u>	\$2.9K	Revenue: \$88,200 Bookings: 66 <b>ROAS: 29:1</b>

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

### NUMU / Hyatt Website Performance:

	Octubre	Mes Anterior
Visitas:	9,914	8,750
Calidad de Tráfico:	20.22%	24.25%
Bookings:	157	115
Room Nights:	406	283
ADR:	\$414	\$216
Revenue Total:	\$109,732	\$61,338

## Revenue by Channel

Monthly, last 13 months, materialized

Total Room Revenue...	Monthly Stay Date													Total Room Revenue USD
Channel Category	Oct 2024	Nov 2024	Dec 2024	Jan 2025	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	May 2025	Jun 2025	Jul 2025	Aug 2025	Sep 2025	Oct 2025	Total Room Revenue USD
Internet	\$51.93K	\$40.36K	\$62.96K	\$35.21K	\$51.66K	\$69.45K	\$50.15K	\$69.66K	\$48.53K	\$59.24K	\$70.96K	\$83.82K	\$121.92K	\$815.87K
Hyatt.com	\$114.85K	\$130.99K	\$101.02K	\$67.1K	\$100.87K	\$100.12K	\$67.07K	\$70.86K	\$43.31K	\$55.36K	\$60.16K	\$62.23K	\$79.88K	\$1.05M
Hotel	\$41.84K	\$80.11K	\$87.47K	\$67.58K	\$66.79K	\$57.12K	\$107.92K	\$114.36K	\$63.02K	\$18.14K	\$59.01K	\$53.23K	\$61.84K	\$878.23K
Global Contact Center	\$3.77K	\$7.32K	\$7.94K	\$5.59K	\$18.55K	\$6.76K	\$10.9K	\$8.55K	\$6.41K	\$4.75K	\$7.09K	\$2.96K	\$4.29K	\$94.87K
GDS	\$9.22K	\$1.63K	\$9.88K	\$8.16K	\$5K	\$4.22K	\$917.95	\$4.38K	\$0	\$2.47K	\$1.59K	\$3.36K	\$2.33K	\$53.16K
Electronic Rooming List	\$5.49K	\$19.87K		\$5.38K	\$5.92K	\$1.6K	\$36.28K	\$22.46K	\$8.9K	\$5.66K	\$3.46K	\$15.41K	\$32.35K	\$162.78K
Total Room Revenue USD	\$226.9K	\$280.28K	\$269.28K	\$189.01K	\$248.8K	\$239.27K	\$273.23K	\$290.27K	\$170.18K	\$145.62K	\$202.29K	\$221.01K	\$302.62K	\$3.06M

En Octubre, observamos que los ingresos totales alcanzaron los USD\$109,732, un incremento sustancial vs mes pasado trayendo además un incremento también en la tarifa promedio. Comparado con el año pasado hubo un incremento del revenue también teniendo un decremento en directo, obteniendo esa diferencia en OTA.

Hyatt.com generó USD\$79.88K en ingresos, y OTAS USD\$121,92K. De destacar la aportación de grupos con un incremento YoY de USD\$27K

Las visitas al sitio web totalizaron 9,914, un incremento del 13 % con respecto al mes anterior.

La calidad del tráfico decreció 4% con respecto al mes anterior, sin embargo tuvimos un mayor número de reservaciones (157) con mayor número de RN (406) y un incremento sustancial en el Average daily rate (USD\$414).

## SEO Performance:

	Octubre	Mes Anterior
Visitas:	2,598	2,358
Check Availability:	719	648
Bookings:	25	20
Revenue:	\$24,860	\$20,000

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
- Chicago, Illinois, EEUU
- Nueva York, NY, EEUU
- Toronto, Canadá
- Miami, Florida, EEUU

### • Principal fuente de tráfico por país:

- México
- EEUU
- Colombia
- Argentina
- India

## RELACIONES PÚBLICAS

---

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

#### [REPORTE OCTUBRE 2025](#)

#### [REPORTE SEPTIEMBRE 2025](#)

#### [REPORTE AGOSTO 2025](#)

Octubre obtuvo un total de cuatro (04) notas en medios, alcanzando aproximadamente 11,755,673 espectadores generando un PR value aproximado de USD \$326,219.93.

- Acciones del mes:
  - Se distribuyeron tres (03) pitches a medios de comunicación:
    - Aquí te contamos adónde van las novias más elegantes de 2026 para sus despedidas de soltera.
    - Paquete "Viaje de despedida de Soltera con amigas" del Hotel Boutique NUMU: Día de spa para chicas, brunch privado y más
    - Menú especial de Acción de Gracias en el Hotel Boutique NUMU en San Miguel de Allende
  - Visitas del mes:
    - **23 oct:** Cena en NOIA | [Nils Bernstein](#) | Colaborador de [Wine Enthusiast Magazine](#) y del portal [Eater.com](#).
- Acciones Q4:
  - A la espera de confirmación de presupuesto por parte de la propiedad para poder coordinar visita de [Bethany Platanella](#), colaboradora del Blog de la Guía Michelin y Mexico News Daily.
- Estrategia [noviembre 2025](#)

**NOTA:** 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.

TRAVEL+LEISURE


SUBSCRIBE

Mexico

18 Best Places to Travel in November


Here are the best places to visit in November in the U.S. and around the world.

By Patricia Doherty | Updated on October 11, 2025



A group of people on a secluded beach on Sicily.  
Credit: Maremagnum/Getty Images

November brings shoulder-season prices, food festivals, and mild weather in many destinations. Why not treat yourself to a vacation or weekend getaway so you'll be refreshed and ready for the year-end holidays—and maybe even get a head start on your gift shopping? Here are our top picks for where to go in November.



Colorful buildings in San Miguel de Allende.  
Credit: Taylor McIntyre/Travel + Leisure

Throughout Mexico—in all of T+L readers' favorite cities—Día de los Muertos (November 1 to 2) celebrations honor deceased loved ones. Families prepare *ofrendas* (altars) adorned with photographs, flowers, and the deceased's favorite foods. The atmosphere is one of remembrance, marked by parades, music, cemetery visits, colorful facial makeup, costumes, and family gatherings. Mexico City hosts large parades, Oaxaca displays elaborate altars, and San Miguel de Allende is known for marigold-lined cobblestone streets and the Catrina Parade. In Todos Santos, art galleries put on displays, and residents walk through the town at night with candles and music. Giant catrinas, altars, face painting, mariachis, and a parade mark Día de los Muertos in Los Cabos.

Where to Stay: We've rounded up the best resorts in Mexico. Numu Boutique Hotel is a new property in San Miguel de Allende. Villa Santa Cruz is in Todos Santos, and Rosewood Mandarin is on Riviera Nayarit.

Travee TRAVEL

BOOK NOW


Select Destination

SAN MIGUEL DE ALLENDE  
HOTEL UNVEILS LUXE  
BACHELORETTE PACKAGE

by Mary Melnick  
OCT 21, 2024

BACHELORETTE PARTIES


San Miguel de Allende is quickly becoming one of Mexico's most popular destinations for weddings and bachelorette parties. In 2024 alone, San Miguel de Allende welcomed nearly 2 million visitors, setting a record high.



© NUMU Boutique Hotel

The destination offers colonial cobblestone streets, rooftop bars, a beautiful art scene, UNESCO sites and more. This is a setting where food, culture and nightlife perfectly mix in one walkable historic center. Easy to get to from major U.S. cities, the destination is perfect for brides looking for an authentic getaway.


NUMU Boutique Hotel welcomes brides and their tribe with a new Bachelorette Bliss Package available until March 3, 2026. The package goes beyond the typical suite and Champagne offerings, including a stay in the Presidential Suite, an in-suite brunch, a spa day, sunset cocktails with delicious treats and a photographer to capture every moment. With this package, bachelorette groups get a taste of everything San Miguel has to offer while enjoying a comfortable home base.



© NUMU Boutique Hotel

Additionally, bridal parties staying at the hotel can also spend the day relaxing by the rooftop pool and unwinding under the Mexican sun while sipping refreshing cocktails. The rooftop also offers small bites and stunning views of the surrounding city.

SHARE THIS



TropixTraveler


Best Travel Inspiration

Tropix Traveler > Destinations > Mexico

Top Resorts Celebrating Mexico's Day Of The Dead

These upscale properties elevate the experience with special dining experiences, themed entertainment and immersive cultural activities

BY PIERCE HOOVER • OCTOBER 13, 2025



Street parade in San Miguel de Allende near the Casa de Sierra Nevada.  
Photo: CHUCHOPOTTS/Casa de Sierra Nevada


From modest village observances to lavish municipal spectacles, The Day of the Dead is celebrated across Mexico. In addition to public events, select resorts stage bespoke programs that allow guests to enter the spirit of the season with curated on-property activities, themed entertainment and cultural culinary adventures. This is a sampling of the premier properties hosting Day of the Dead programs.

San Miguel De Allende

NUMU Boutique Hotel

Set in San Miguel de Allende's historic arts district, Numu provides a luxurious personal haven in the epicenter of the town's Day of the Dead events and exhibitions. The hotel is a member of the Hyatt Unbound Collection of unique and historic properties, with 44 luxury rooms, a private garden, spa and a rooftop pool with sweeping views of the colonial district. Guests seeking to fully immerse in the spirit of the weekend can participate in bespoke Catrina makeup sessions featuring the festival's signature skeletal visages. The hotel's public spaces are adorned with marigold floral arrangements and ceremonial ofrenda displays. The NÓIA rooftop restaurant is known for elevated gastronomy. For the Day of the Dead, guests can take part in a two-day culinary journey showcasing authentic regional cuisines.

For more information: <https://www.hyatt.com/unbound-collection/en-US/bjxub-numu>



Entrance to lobby at NUMU in San Miguel de Allende. Photo: NUMU

18

## OPERACIONES

---

### REPUTACIÓN

#### TRIPADVISOR

Datos relevantes	OCTUBRE	SEPTIEMBRE	AGOSTO
Opiniones nuevas	3	3	1
Rating (calificación promedio)	4.8	4.7	4.7

#### EXPEDIA

Datos relevantes	OCTUBRE	SEPTIEMBRE	AGOSTO
Opiniones nuevas	6	7	7
Rating (calificación promedio)	9.6	9.6	9.6

#### BOOKING

Datos relevantes	OCTUBRE	SEPTIEMBRE	AGOSTO
Opiniones nuevas	2	4	1
Rating (calificación promedio)	9.0	9.0	8.9

#### GOOGLE

Datos relevantes	OCTUBRE	SEPTIEMBRE	AGOSTO
Opiniones nuevas	1	1	1
Rating (calificación promedio)	4.7	4.7	4.7

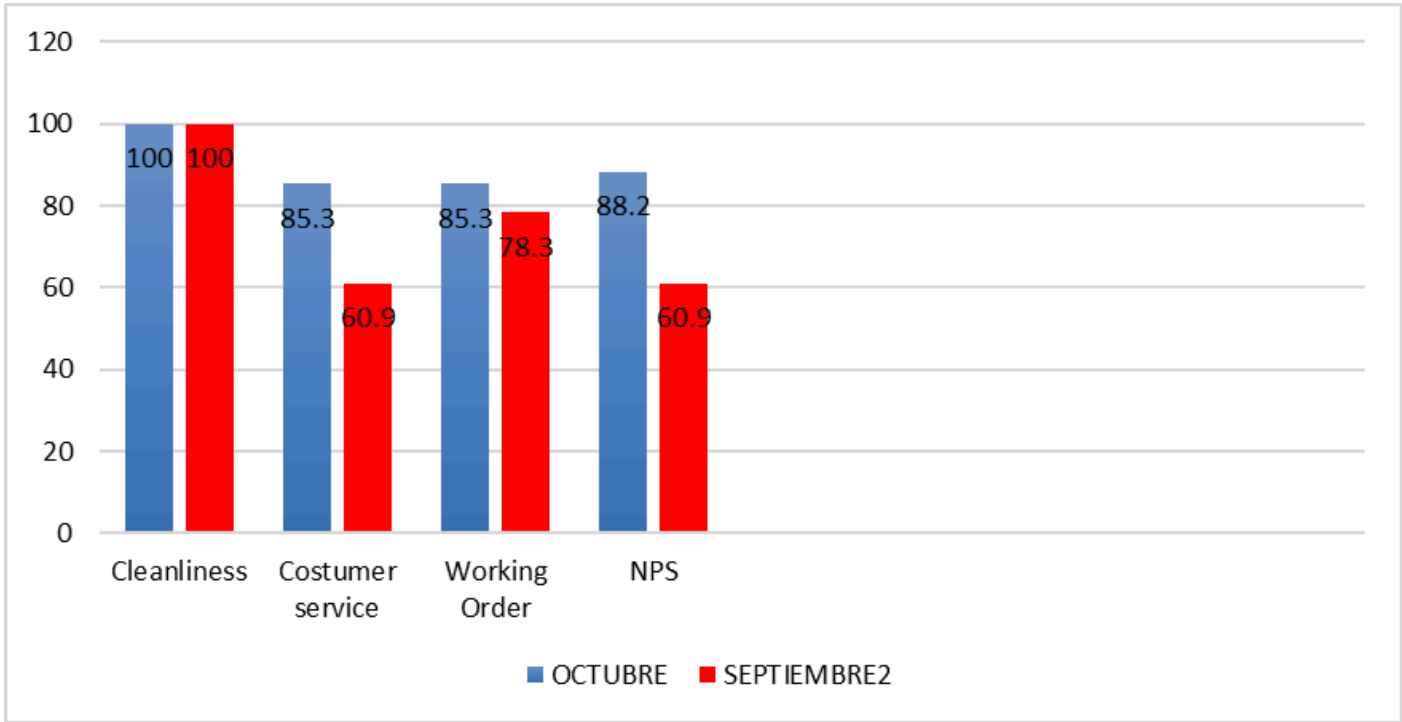
#### OPENTABLE

Datos relevantes	OCTUBRE	SEPTIEMBRE	AGOSTO
Comensales	798	701	749
Opiniones nuevas:	7	7	2
Rating	4.6	4.7	4.6



MEDALIA MES OCTUBRE

MEDALIA OCTUBRE

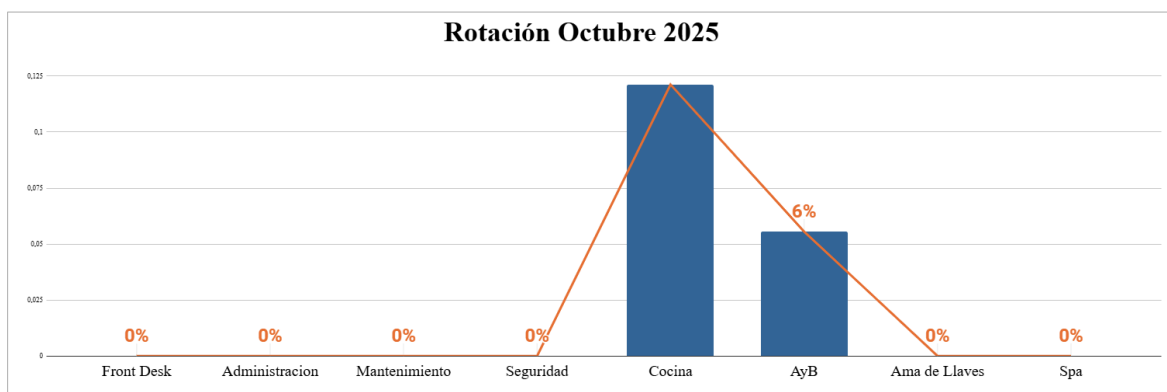


Hyatt Scorecard de Octubre

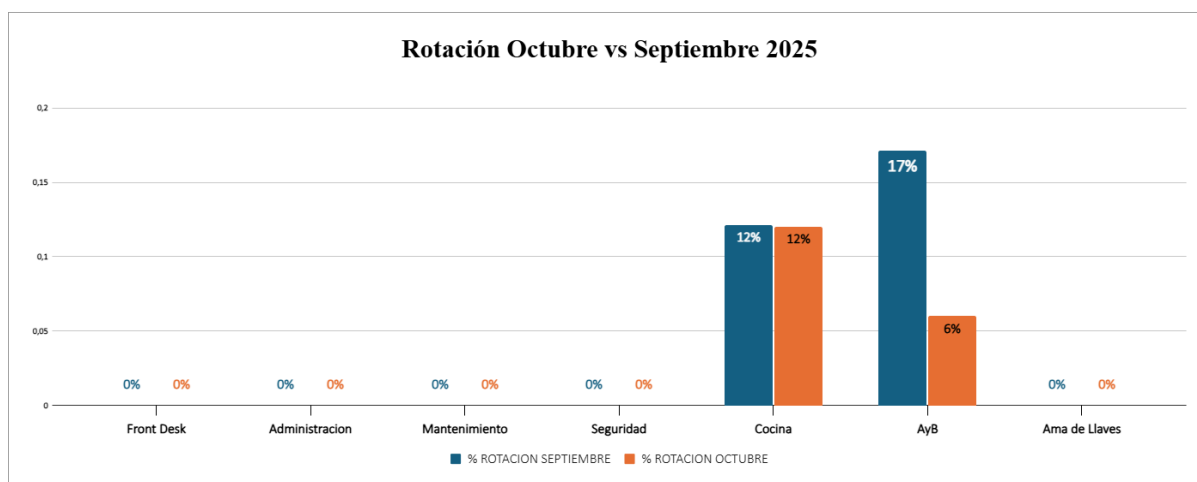
## Recursos Humanos

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

**Gráfica de Rotación Octubre**



**Gráfica de Rotación Septiembre vs Octubre 2025**



### Vacantes Clave:

- **Cocinero B:** En proceso de entrevistas
- **Poolboy:** Ingresa lunes 3 de noviembre
- **Chef:** En proceso de entrevista por medio de agencia

### Vacantes Cubiertas:

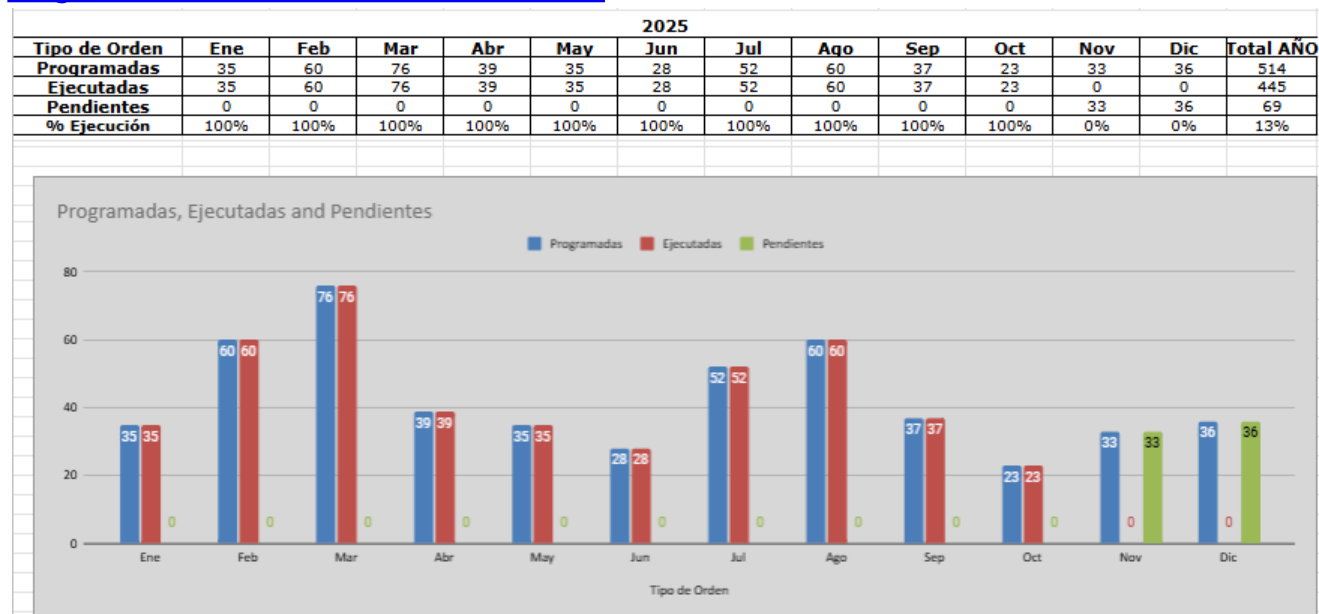
- Capitán de meseros
- Capitan de meseros
- Mesero

- Áreas públicas
- Cuentas por pagar
- Camarista
- Capitán de meseros
- Mesero

## MANTENIMIENTO

- Creación de mojigangas para fachada principal [CREACIÓN DE MOJIGANGAS](#)
- Cambio de tornillería en barandal de alberca por óxido [CAMBIO DE TORNILLERÍA ALBERCA](#)
- Instalación Eléctrica y de gas para la instalación de calentador tubosol en Noia [COLOCACIÓN DE TUBOSOL](#)
- Instalación y creación de adornos para festividades día de muertos y colocación de ofrenda [ADORNOS EN FACHADA Y OFRENDA](#)
- Cambio de bombas de dren de aire acondicionado de habitaciones 401, 205, 303, 209 y 103 [BOMBAS DE DREN DE HABITACIONES](#)
- Reparación de UPS por falla en interruptor en banco de baterías y microprocesador [REPARACIÓN DE UPS](#)
- Reparación de tubería con fractura en línea de agua caliente piso 3 (carácter urgente) [REPARACIÓN DE FUGA EN PISO 3](#)
- Cambio de puerta de baño habitación 210 [CAMBIO DE PUERTA DE BAÑO DE HABITACION 210](#)
- Se realiza mantenimiento preventivo a 9 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](#)





### Actividades para mes de noviembre

- Montaje de decoración navideña lobby, motor lobby, Enrique y Noia
- Colocación de canal en vidrios de Noia para desviar lluvia
- Reparación de fachada principal dañada por humedad
- Cambio de filtro de jacuzzi en habitación 401 con daño considerable
- Reparación de junta constructiva muro vecino y reconstrucción de muro de vecino dañado por lluvias provocadas por caída de agua de Noia (continuación)

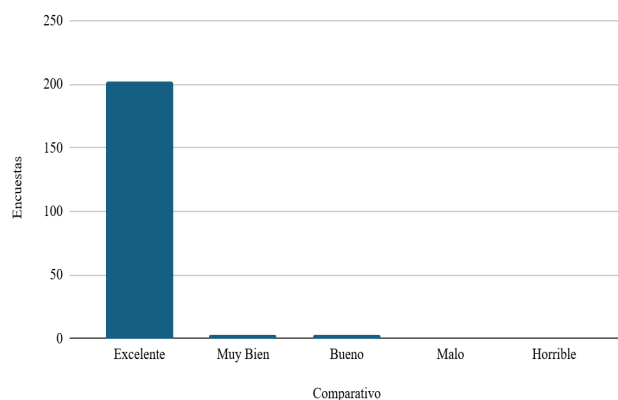
## Ama de LLaves

- Se dio seguimiento al programa de limpiezas de áreas públicas
- **□ Limpiezas profundas**
- Lavado de cojineria de Noia
- Lavado de toldos de Enrique
- Lavado profundo piso de jardín de motor lobby , con apoyo de la pulidora para disminuir residuos de aceite de carros.
- Se inicia pulido de piso 3 con un avance del 50%
- Limpieza de vidrios de techo de alberca / noia
- Lavado de cojineria de Jardín y se realizó rotación de forros de cojines para mejorar la vista de los mismos
- Lavado profundo piso de pasillo oficinas de sótano , motor lobby
- Se da seguimiento al programa de limpieza profundas de habitaciones
- [Sabana de trabajos profundos Habitaciones 2025 NUMU.xlsx](#)
- Se termina con la rotación trimestral de colchones en habitaciones
- Se tuvo la visita de un proveedor para el mantenimiento de duelas de habitaciones , nos encontramos en espera de la cotización y en busca de más proveedores.
- Se encuentra en proceso de elaboración los forros de los muebles de la terraza de la presidencial
- Gestión del cambio de menú y productos de servirar de acuerdo a su popularidad en la propiedad
- Se realizan cotizaciones para la reposición de cristalería en habitaciones , planchas , burros de cama , pulidora para el mantenimiento de escritorios de habitaciones.

## Spa Numu

- Promoción del Mes de Octubre "Ritual de amor sublime"
- Ingresos del mes \$171,221.59
- Se realizaron 81 servicios en el mes de Octubre.
- Ticket promedio \$2,812 por persona.
- Prácticas Operativas: .  

Encuesta de Satisfacción



	GUEST RECORD				
	GUEST IN HOUSE	EXTERNAL GUEST	TOTAL	% Guest Ratio	% Ext Guest Ratio
SPA	66	15	81	81.48	18.51

### Alimentos y Bebidas

- Se atendió Sesión en Sala de juntas Grupo Inter
- Se realizó Cena Maridaje con Viñedos San Miguel
- Se realizó Coctel en Noia 101 pax de Steffy & George
- Se atendió Grupo Kellanova con desayunos y box lunch
- Atención a grupo Infinite

	GUEST RECORD				
	GUEST IN HOUSE	EXTERNAL GUEST	TOTAL	% Guest Ratio	% Ext Guest Ratio
ENRIQUE	517	126	643	80.40	19.59
NOIA	291	452	743	39.16	60.83

### Actividades para mes de Noviembre

- La última cena de las catrinas 1 y 2 de Noviembre
- Cena Thanksgiving

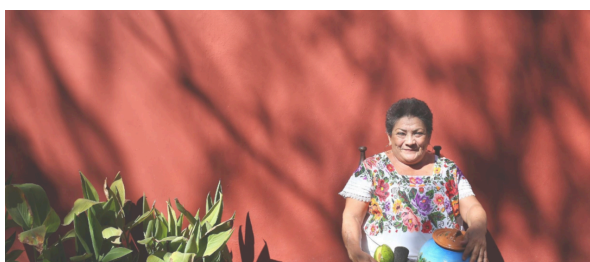
### COCINA

- Cambio de re-etiquetados de todo el mes.
- Vacaciones de colaboradores, steward y cocinero A.
- Se hizo Photoshoot de navidad con platillos de Noia.
- Anticipamos pedidos y previas para la llegada del grupo infinite..
- Se realizaron clases de cocina.
- Se hizo limpieza profunda de cámaras de Enrique y comisariato.
- Lineamiento de canapés, y amenidades.
- Menús Maridaje Viñedos San Miguel - Cena Especial de 4 Tiempos Octubre.
- Coffee break y box lunch de kellanova 11px.
- Coffee break de inter villa tours 15px.
- inventario mensual de noia, enrique, comisariato, y panaderia y reposteria.

### GENERALES

- En proceso de reclutamiento de Chef Ejecutivo
- En proceso la instalación de luminarias de NOIA
- Ver posibilidad de visita del Chef Rafael Zaga.
- En revisión compra de toallas de habitaciones para el hotel

### GRACIAS



HAMAK  HOTELS  
*Hospitalidad con alma*