

HOTEL NUMU

Informe Ejecutivo
Enero, 2026



HAMAK  HOTELS
COLLECTION

ÍNDICE

Finanzas

01	Resultados financieros
02	Desviaciones
03	Flujos y carteras

Comercial

04	Desempeño comercial	
	KPIs	
	Comp Set	
	Segmentación, mix de canales y mix geográfico	
	Pick up	
05	Revenue	
06	Ventas	Actividad comercial y grupos
		Activaciones ventas
07	Marketing	Relaciones Públicas
		Desempeño digital, campañas
		Plan Digital
		Newsletters

Operaciones

08	Reputación
09	Proyecciones 3 meses
10	Alimentos y Bebidas
11	SPA
12	Operaciones Corporativo
13	Inversiones y Capex
14	Mantenimiento
15	Capital Humano
16	Métricas Softbrand
17	Glosario

I. RESULTADOS FINANCIEROS

HOTEL NUMU
RESUMEN OPERATIVO A ENERO 2026
CIFRAS EN MN

ene-26		ene-26		ene-25		AÑO A LA FECHA						
Actual	%	Budget	%	Prior	%	Actual	%	Budget	%	Prior 2025	%	
657		610		570		Cuartos Ocupados	657	610		570		
1,364		1,364		1,364		Cuartos Disponibles	1,364	1,364		1,364		
48.2%		44.7%		41.8%		Porcentaje de Ocupacion Cuartos	48.2%	44.7%		41.8%		
7,152		7,300		6,955		ADR Promedio	7,152	7,300		6,955		
4,698,855		4,453,000		3,964,401		Ingresos Cuartos	4,698,855	4,453,000		3,964,401		
3,445		3,265		2,906		RevPar Promedio	3,445	3,265		2,906		
Ingreso												
4,698,855	72.5% ▲	4,453,000	69.0% ▲	3,964,401	74.6%	Cuartos	4,698,855	72.5% ▲	4,453,000	69.0% ▲	3,964,401	74.6%
1,325,563	20.5% ▲	1,615,280	25.0% ▲	1,229,519	23.1%	Alimentos y Bebidas	1,325,563	20.5% ▲	1,615,280	25.0% ▲	1,229,519	23.1%
181,828	2.8% ▲	164,090	2.5% ▲	76,532	1.4%	SPA	181,828	2.8% ▲	164,090	2.5% ▲	76,532	1.4%
272,485	4.2% ▲	218,746	3.4% ▲	43,841	0.8%	Otros	272,485	4.2% ▲	218,746	3.4% ▲	43,841	0.8%
6,478,731	100.0%	6,451,116	100.0%	5,314,293	100.0%	Total Ingreso	6,478,731	100.0%	6,451,116	100.0%	5,314,293	100.0%
1,050,737	16.2%	1,077,361	16.7%	842,928	15.9%	Total Costos	1,050,737	16.2%	1,077,361	16.7%	842,928	15.9%
1,174,799	18.1%	1,152,551	17.9%	1,072,311	20.2%	Total Nomina & Relativos	1,174,799	18.1%	1,152,551	17.9%	1,072,311	20.2%
207,293	3.2%	243,188	3.8%	221,588	4.2%	Total Gastos Departamentales	207,293	3.2%	243,188	3.8%	221,588	4.2%
2,432,828	37.6%	2,473,099	38.3%	2,136,827	40.2%	Total Costos + Gastos Departamentales	2,432,828	37.6%	2,473,099	38.3%	2,136,827	40.2%
Utilidad Departamental												
3,658,349	77.9% ▲	3,431,832	77.1% ▲	3,094,262	78.1%	Cuartos	3,658,349	77.9% ▲	3,431,832	77.1% ▲	3,094,262	78.1%
204,751	15.4% ▲	386,940	24.0% ▲	28,730	2.3%	Alimentos y Bebidas	204,751	15.4% ▲	386,940	24.0% ▲	28,730	2.3%
49,429	27.2% ▲	67,295	41.0% ▲	28,330	37.0%	SPA	49,429	27.2% ▲	67,295	41.0% ▲	28,330	37.0%
133,373	48.9% ▲	91,949	42.0% ▲	26,144	59.6%	Otros	133,373	48.9% ▲	91,949	42.0% ▲	26,144	59.6%
4,045,903	62.4%	3,978,017	61.7%	3,177,466	59.8%	Utilidad Departamental	4,045,903	62.4%	3,978,017	61.7%	3,177,466	59.8%
2,193,918	33.9%	2,497,928	38.7%	2,437,499	45.9%	Total Gastos Operación no Distribuibles	2,193,918	33.9%	2,497,928	38.7%	2,437,499	45.9%
1,851,985	28.6%	1,480,088	22.9%	739,967	13.9%	Utilidad Operativa (GOP)	1,851,985	28.6%	1,480,088	22.9%	739,967	13.9%
129,575	2.0% ▲	129,022	2.0% ▲	106,286	2.0%	Management Fee	129,575	2.0% ▲	129,022	2.0% ▲	106,286	2.0%
1,722,410	26.6%	1,351,066	20.9%	633,681	11.9%	Utilidad Antes de Gastos Fijos	1,722,410	26.6%	1,351,066	20.9%	633,681	11.9%

02.

DESVIACIONES

	ENERO		
	REAL	DESVIACION	
		Vs Plan	Vs 2025
% Ocupacion	48.2%		
RevPar	3,445		
Ingreso			
Cuartos	4,698,855	5.5%	18.5%
Alimentos y Bebidas	1,325,563	-17.9%	7.8%
SPA	181,828	10.8%	137.6%
Otros	272,485	24.6%	521.5%
Total Ingreso	6,478,731	0.4%	21.9%
Utilidad Operativa (GOP)	1,851,985	25.1%	150.3%

OTROS GASTOS RELEVANTES

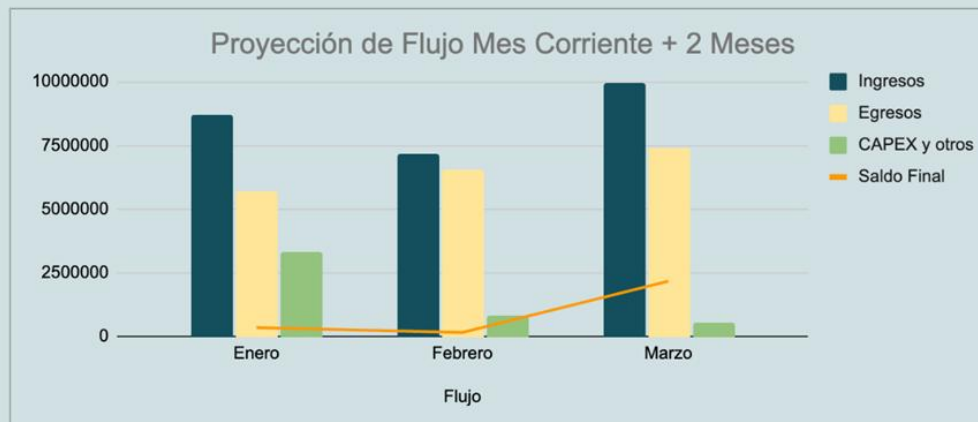
Concepto	Monto	Explicación
Comisiones agencia	\$313,934	Arriba de plan 51,207 expedia, booking, Eva Lucero (wedding planner), onyx.
Jardineria	\$19,800	Compra de 2 olivos y tierra para macetas de NOIA.

CAPEX

Concepto	Monto	Explicación
Canaletas NOIA	\$14,000	Suministro e instalación de canaletas en NOIA para desviar el agua pluvial.
Cenicero p/motor lobby	\$13,514	Cenicero para motor lobby.
Bombas Sumergibles	\$32,079	Compra de 2 bombas sumergibles para intercambio de agua.

RESUMEN DE FLUJO DE EFECTIVO

Saldo inicial	Ingresos	Egresos	Saldo Operativo	CAPEX y Otros	Saldo Final
\$652,586	\$8,676,377	\$5,672,174	\$3,656,789	\$3,307,946	\$348,843



Depósitos por Reservas Futuras

\$3,261,938

Cuentas por Pagar

Total por Pagar	\$3,677,153	Vencido	\$3,425,758
-----------------	-------------	---------	-------------

Próximos Vencimientos

0-30 días	\$251,395
31-60 días	-\$634,875
61-90 días	-\$84,955
> 91 días	\$4,145,587

Principales Acreedores	
HYATT CORPORATION	\$3,408,166

Cuentas por Cobrar

Total por Cobrar	\$0	Vencido	\$0
------------------	-----	---------	-----

Próximos Vencimientos

0-30 días	
31-60 días	
61-90 días	
> 91 días	

AREA COMERCIAL



04.

DESEMPEÑO COMERCIAL MES DE CIERRE
KPI's CLAVE

KPI	META 2026	ENE 26
Ocupación	45%	48.%
ADR	\$7,300	\$7,152
RevPAR	\$3,265	\$3,445
Estancia Promedio	2.3	3.15
Canal directo %	35%	54.%
Mercado Internacional %	55%	61%
Booking Window	61-90	74.85
Expedia Solidez Oferta	98	92

04. DESEMPEÑO COMERCIAL MES DE CIERRE

HOTEL VS COMP

SET

My Property vs. Competitive Set - Performance Set

Month of Jan 2026 | Data as of Feb 11, 2026

	January 2026								
	Occupancy			ADR			RevPAR		
	My Property	Comp Set	Index (MPI)	My Property	Comp Set	Index (ARI)	My Property	Comp Set	Index (RGI)
Current Month	50.1%	40.8%	122.9	MX\$7,004.13	MX\$9,528.84	73.5	MX\$3,512.33	MX\$3,888.19	90.3
Year to Date	50.1%	40.8%	122.9	MX\$7,004.13	MX\$9,528.84	73.5	MX\$3,512.33	MX\$3,888.19	90.3
3 Month Average	54.7%	44.6%	122.5	MX\$8,120.74	MX\$9,817.42	82.7	MX\$4,439.53	MX\$4,383.00	101.3
12 Month Average	48.9%	43.4%	112.7	MX\$7,415.46	MX\$8,910.55	83.2	MX\$3,625.08	MX\$3,865.16	93.8

	January 2026 vs. 2025 Percent Change								
	Occupancy			ADR			RevPAR		
	My Property	Comp Set	Index (MPI)	My Property	Comp Set	Index (ARI)	My Property	Comp Set	Index (RGI)
Current Month	17.4%			2.1%			19.8%		
Year to Date	17.4%			2.1%			19.8%		
3 Month Average	19.6%			-0.8%			18.7%		
12 Month Average	23.8%			2.7%			27.1%		

removed from the rolling averages (e.g. YTD, 3 Month Average) on this page due to insufficient data. See the Response tab for more details.

GLOSARIO:

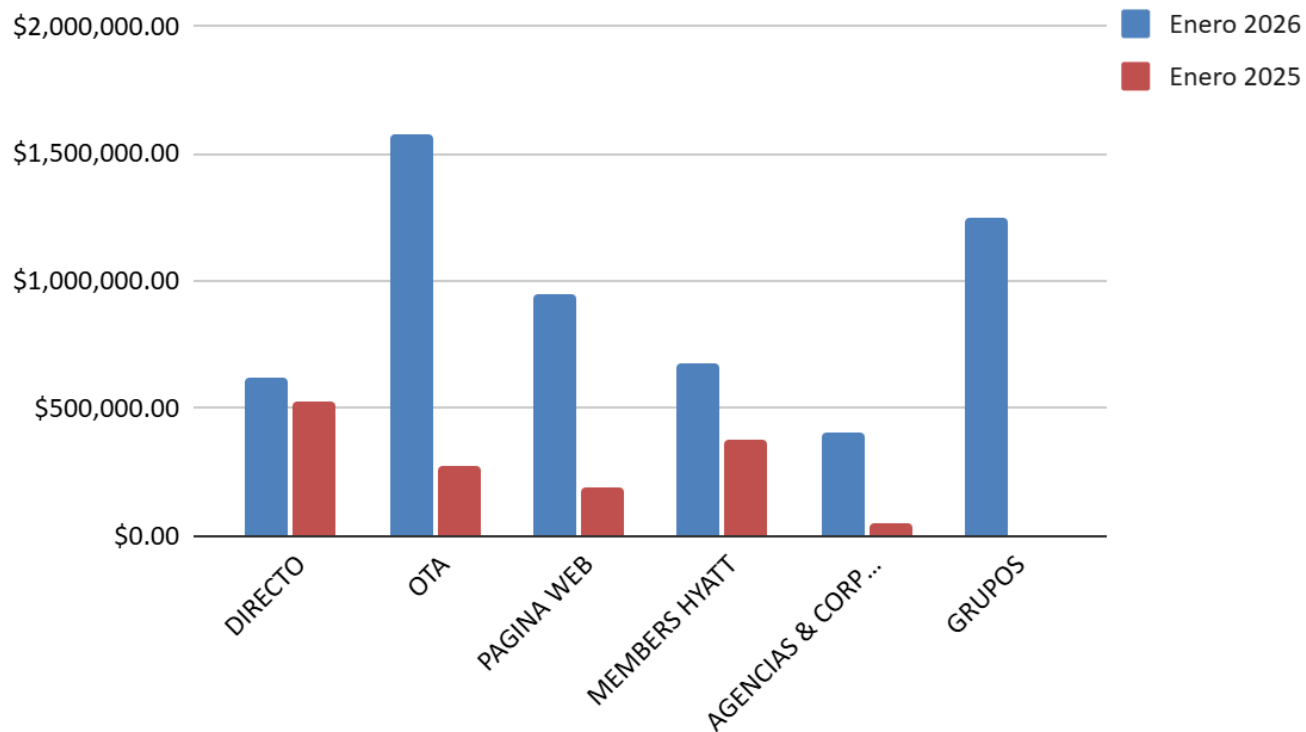
MPI: is a measure used to evaluate how well a particular hotel or brand is performing in comparison to its competitive set in terms of occupancy, revenue, and market share

ARI: The Average Rate Index (ARI) is a property management performance metric that compares Average Daily Rate (ADR) with the property's competitive set for a given period of time. A property's competitive set includes other brands and competitors with a similar target market.

RGI: (also known as the RGI and/or RevPAR Index) is a metric that evaluates how a hotel's RevPAR (revenue per available room) is performing compared to its competitive set (compset – the property's direct competitors in the destination).

04. DESEMPEÑO COMERCIAL MES DE CIERRE VARIACIONES VS PLAN

SEGMENTACIÓN

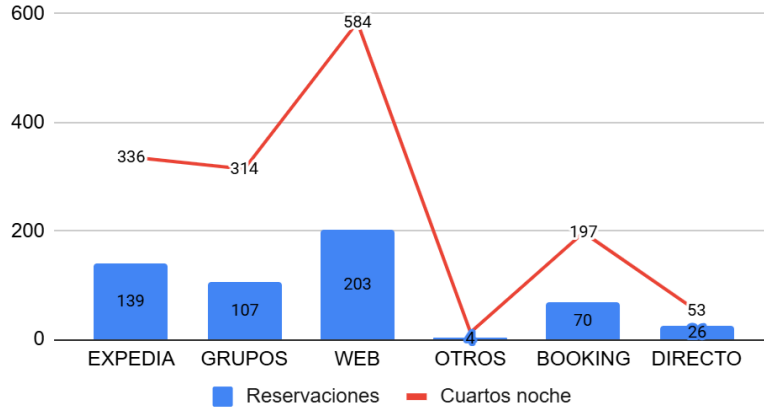


04. CANALES

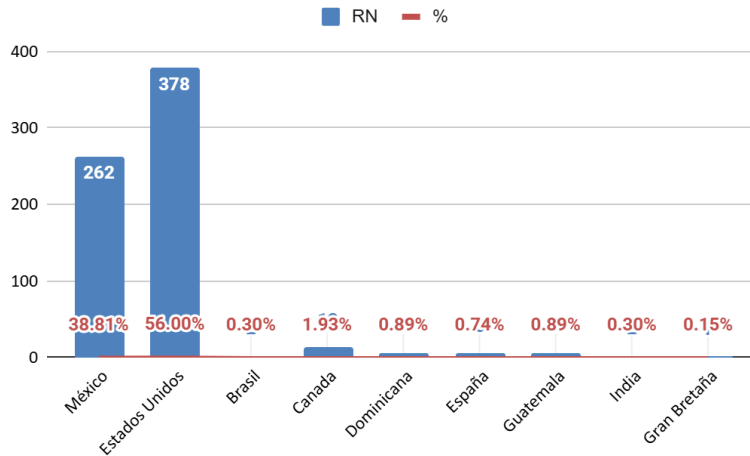
DESEMPEÑO COMERCIAL MES DE CIERRE ENERO 2026

MIX DE

Pick Up Producción Por Canal



Canal	Reservasiones	Cuartos noche
EXPEDIA	139	336
GRUPOS	107	314
WEB	203	584
OTROS	4	13
BOOKING	70	197
DIRECTO	26	53



MIX GEOGRAFICO

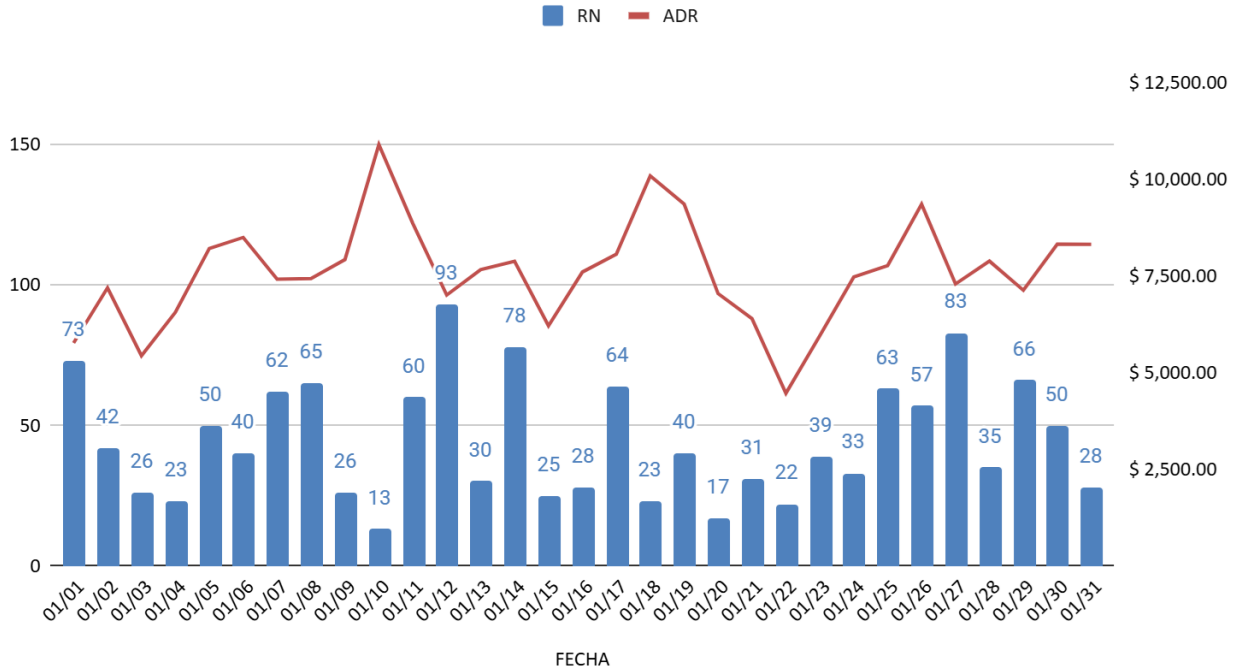
PRODUCCION RN POR ORIGEN	RN	%
México	262	38.81%
Estados Unidos	378	56.00%
Brasil	2	0.30%
Canada	13	1.93%
Dominicana	6	0.89%
España	5	0.74%
Guatemala	6	0.89%
India	2	0.30%
Gran Bretaña	1	0.15%
	675	100.00%

04.

DESEMPEÑO COMERCIAL MES DE CIERRE

	Pick up Enero 01 al 31	Mes anterior
Total de reservaciones	508	
337		
Total de cuartos noche	1385	
876		
Pick up promedio por día	44.67	
28.25		

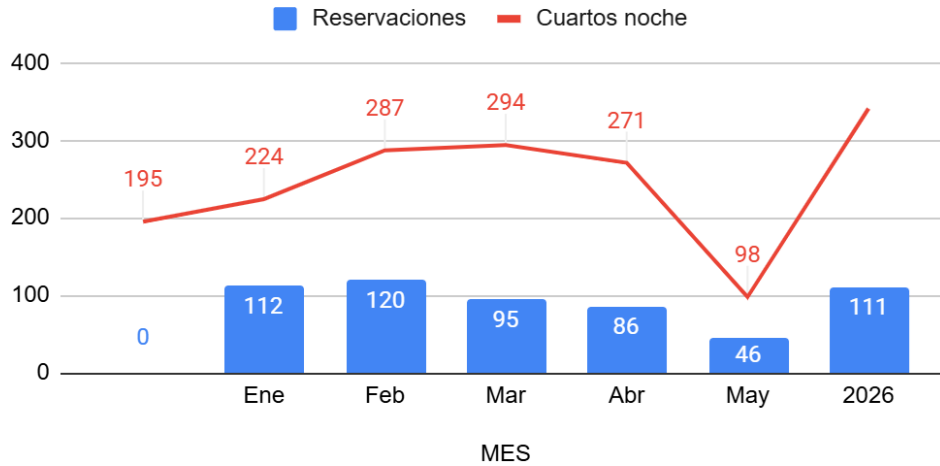
Pick up Enero 2026



04.

DESEMPEÑO COMERCIAL MES DE CIERRE

Mes de Impacto de reservaciones creadas en Enero 2026



MES	Reservaciones	Cuartos noche
Ene	112	224
Feb	120	287
Mar	95	294
Abr	86	271
May	46	98
2026	111	341

05. REVENUE

Relevantes:

- Se remueve el 15% off para estancias en fines de semana para Feb y Mar
- Se liberan 34 RN de grupos que no fueron reservados, se realiza ajuste tarifario para incentivar pick up.
- Se reduce el descuento para estancias de D-J en Marzo del 25 al 20% off, debido al ADR bajo presupuesto.

Activaciones mes entrante:

- Carga de paquetes para Verano en Hyatt.com
- Revisión y actualización de CompSet en STR debido a la salida de Our Habitas, Clevia no reporta información diaria ni semanal.

Inversión Digital	Inversión	META ROAs	ROAs	Retorno orgánico + Inversión	Retorno Mes Anterior
Expedia Travel Ads	USD \$553	20.1	20:1	US\$11,400	39.1
Booking Sponsored Listing	USD \$299	8.1	6:1	US\$6,056	5.1

06. VENTAS GRUPOS

ACTIVIDAD COMERCIAL

[ENLACE
CHART](#)[ENLACE
PLAN DE
ACCIÓN](#)

	Meta	Lograda	Xitlali Valdes	Gustavo Vidargas
Prospección	32	12	0	12
Blitz	2	1	0	1
Leads	10	60	23	43
Conversión	5	16	5	11
Conversión \$		\$3,612,459	\$1,219,520	\$2,392,939
Grupos en el mes RN	180	146	0	146
Grupos Mes \$	\$250,000	\$1,321,974	\$0	\$1,321,974

Relevantes:

- Se recibe el grupo de boda de Kate & Peter con estancias del 06 al 12 de Enero (90 RN).
- De los 16 grupos cerrados en Enero, tan solo uno fue del mes para el mes (junta en salón) y una más para el mes siguiente (Capital One en Febrero), el resto fueron para meses de Marzo hasta 2027.

TIPO DE ACTIVIDAD	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
HAMAK	WP Ev. Sales Call Colaborativo o CDMX	Sales Call GDL	Sales Call M MTY Booking Ev.	Sales Call Mice CDMX	Sales Call Recep. MBTA	Meeting Place Sales Call CUN	Sales Call CDMX Lujo Sales Call QTO	IBTM CNIR	Evento Neextt Sales Call León	CTM Torneo PCO's Expedia Ev.	Sales Call MTy WMF	Evento Cuentas Tops
SALES BLITZ		Monterrey	Merida	Cancún		Cancún		Monterrey	Querétaro			
DESARROLLO CDMX	Receptivas	Minoristas	Meeting	Wedding	Minorista	Receptivas	Meeting	Wedding	Minorista	Receptivas	Meeting	Wedding
DESARROLLO MTY	Receptivas	Minoristas	Meeting	Wedding	Minorista	Receptivas	Meeting	Wedding	Minorista	Receptivas	Meeting	Wedding
FERIAS				LE MIAMI						IAWP Americas		

HAMAK - EQUIPO DE VENTAS NUMU EN COLABORACIÓN VENTAS HAMAK

Activaciones del mes entrante:

- Reunión con Aeroméxico, para revisión de promociones, participación en revista, webinar y presentación Call Center
- Reunión con Hotelbeds para creación de contratos Select
- Participación en desayuno con 20 destination wedding planners. [Reporte desayuno Wedding planners - Ene.pdf](#)
- Se llevaron a cabo sales calls estratégicos en la Ciudad de México, visitando 27 organizadores de eventos. Algunos de ellas ya cuentan con experiencia previa trabajando con algunas propiedades de Hamak Hotels, buscando de fortalecer relaciones existentes y generar nuevas oportunidades comerciales, promoviendo integralmente las propiedades del portafolio. [Sales calls colaborativo Enero, 26.xlsx](#)
- Se realizó presentación a más de 40 agentes de puntos de venta de PriceTravel

Activaciones Hamak mes entrante:

- Sales call en la ciudad de GDL.
- Presentacion Call Center Aeromexico
- Seguimiento al contrato select de HBX
- Presentacion Agencias Leisure

KPIs	Mes actual
Publicaciones target	8
Publicaciones top-tier	0
Creación de contenido visual	1.4 USM
KOL's valor digital	
Nominaciones clave	N/A

Relevantes:

- Se lograron ocho (08) notas digitales en medios de comunicación (Travel Age West, Medium, Probe Globe, MSN, Travel Dreams Magazine entre otros).
- Reach estimado alcanzado de 111,195,505. PR value de USD\$3,085,675.
- Se realizaron dos (02) pitches destacando a San Miguel de Allende y NUMU como destino predilecto para San valentín.

Activaciones mes entrante:

- Lanzar anuncio de nuevo Chef Ejecutivo para NUMU: Guillermo González
- Promover: “Primavera en SMA y NUMU”
- **Del 12 al 14 febrero:** Estancia [Jon Bailey](#) | Colaborador freelancer [MSN](#).
- **Del 16 al 17 febrero:** Estancia [Jenny Hart](#) | Colaborador freelancer [Fodors](#).

07.

MARKETING



DESEMPEÑO DIGITAL

[ENLACE
RSS](#)
[ENLACE
MKT](#)

Inversión Digital	Retorno esperado 2025	Inversión Mes	Retorno
Paid Social	Min 20:1	USD \$1,936	USD \$4,620
Google Paid Search	Min 20:1	USD \$2.005	USD \$0
Sojern (comisión fija)	13:1	-	USD\$29,609
Direct (Hyatt Top-Up)	Min 20:1	USD \$1,750	USD \$11,644
TOTALES	Min 20:1	USD\$5,258	USD\$45,873

Comportamiento RRSS	Seguidores Meta 2026	Seguidores Enero	Engagement Meta 2026	Engagement Enero
Instagram	20,400	15,812	65	97.48
Facebook	5,205	3,305	65	34.64

Tráfico Web y Conversión	Meta 2026	Otenido Mes
Sesiones	418,800	15,800
CTR campañas	25.6	
Conversiones	11,859	449
Clicks a motor de reservaciones	20,067	2,400

Campaña	Medio	Imagen	Conversión Ingresos	Otros resultados
Google Paid Search (US & MX)	Google Paid Search (US & MX)		USD \$776	23,000 impresiones (más de la mitad para el mercado mexicano). Keywords clave: “ <i>hoteles en San Miguel de Allende</i> ”, “ <i>hoteles San Miguel de Allende</i> ”
Prospecting & Remarketing	Facebook & Instagram		USD \$3,009	430,000 impresiones (más de la mitad a LATAM) pero quién convirtió fue US (Website visitors Social Engagers).

Relevantes:

- Dividimos las campañas en un Funnel:
 - Awareness: A través de Screen Pilot se emplean las tácticas de Google Paid Search con un ROAS de 0:1
 - Consideration: A través de ScreenPilot y Sojern, se emplean las tácticas de Display Prospecting/Remarketing & Paid Social con un ROAS de 10:1
 - Conversion: A través de Koddi con tácticas de Metasearch, branded paid Search (google + bing), expedia Travel Ad's y [Booking.com](https://www.booking.com). ROAS: 30:1

- **Impulso cena 14 de febrero | Segmento local**
Activación dirigida al mercado local para posicionar la cena del 14 de febrero.
- **Alinear campaña al paquete San Miguel de Allende - Verano**
Integración de mensajes y piezas creativas alineadas al paquete, resaltando sus beneficios diferenciales — alojamiento, experiencias y gastronomía— para impulsar la conversión.

Activaciones mes entrante:

- Se continua con plan de Funnel de marketing. Se revisarán y ajustarán los targets geográficos.
- Se aprueban artes para campaña Midweek en Social media.
- Se activa promoción a través de Expedia Travel Ads para incentivar estancias entre semana en Enero y febrero.
- Se activa campaña digital con descuento exclusivo del 25% de descuento sobre BAR con estancias del 01 de Junio al 30 de Septiembre, 2026.

OPERACIONES



08. REPUTACION

PLATAFORMA	COMENTARIOS META POR MES 2026 (16 en total)	PUNTAJE OBJETIVO 2026	MES ENERO		MES -DICIEMBRE		MES -NOVIEMBRE	
			CANT	PUNT	CANT	PUNT	CANT	PUNT
Trip Advisor	3	No. 10	3	4.3	1	5	5	4.8
Google	3	4.8	9	4.4	1	5	1	4.7
Booking	3	9.5	2	10	2	10	2	8.9
Expedia	3	9.2	6	10	3	9.6	3	9.6
Open Table	1	4.7			4	5	7	4.7

10/10 Excelente

Zarna

Viaje familiar y viaje familiar con niños pequeños

26 ene. 2026

👍 Le gustó: limpieza, servicios y condiciones de la propiedad

[Traducir con Google](#)

Our trip and time spent at the hotel were amazing. The staff were lovely and made us feel so welcome. Me and my kids have several food allergies and they were so accommodating. It was the first time I didn't have to go to a self catered place. They also brought surprise toys for the kids and were located right next to the park. It was wonderful and we will be back.

Fecha del comentario: 7 de enero de 2026

Excelente opción para San Miguel

10

😊 La amabilidad del personal, la ubicación es muy buena porque todo está caminando, son PET friendly

🗨️ Respuesta del hotel:

Estimada Srta. Martínez, Agradecemos el tiempo que ha...

[Seguir leyendo](#)

ENERO							
NUMU	Guests	External	Total	Cheque Promedio Total	Ingresos	% Guests Ratio	% External Ratio
ENRIQUE ALL DAY	680	252	932	367.64	342,647.63	72.96	27.94
NOIA ALL DAY	199	745	944	875.58	826,556.34	20.76	79.24
IN ROOM DINING	123	-	123	413.25	50,829.98	-	-
TOTAL	967	1032	1999	552.15	1,325,563.00	46.86	53.59

DICIEMBRE							
NUMU	Guests	External	Total	Cheque Promedio Total	Ingresos	% Guest sRatio	% External Ratio
ENRIQUE ALL DAY	825	206	1031	461.95	476,274.15	80	20
NOIA ALL DAY	162	1084	1246	951.01	1,184,964.10	13	87
IN ROOM DINING	212	0	212	487.39	103,327.58	100	0
TOTAL	1199	1290	2489	708.95	1,764,565.83	48	52

NOIA

Datos Open Table Mkt & Guests

NOIA

944 (100%)

Origen principal de reservas:

Walkin

64% de comensales

Tiempo de anticipación de reserva
más habitual

24 horas

37% de comensales

Tamaño de grupo más habitual

1-2 Clientes 58% de reservas

Popularidad de Productos top 3 / -3

NOIA +

Gorditas Enrique

Hamburguesa

Mezze Degustacion

NOIA -

Boquerones

Anchoas

Sardinas

Activaciones del mes

Keep Calm & Sparkle on : Vино
espumoso

Tres Raices para maridar

Locales 15 % off

ENRIQUE LATE BREAKFAST

Datos Open Table Mkt & Guests

ENRIQUE

932 (100%)

Comensales sentados

Cliente sin reserva

Origen principal de reservas

93% de comensales

4-7 días

Tiempo de anticipación de reserva

más habitual

37% de comensales

1-2 Clientes

Tamaño de grupo más habitual

71% de reservas

Popularidad de Productos top 3 / -3

ENRIQUE +

Huevos San Miguel

Bowl de frutas

Tazon de avena

ENRIQUE -

Breakfast sandwich

Chilaquiles Rojos

Canasta de Pan

Activaciones del mes

Tro de Enero especiales de Enrique

Mimosas Unlimited fines de semana

Locales 15% off

Activaciones mes entrante:

- The Match experience: Cena romántica en la alberca , montaje especial, trago de bienvenida , fee \$1000.00 menú de alimentos y bebidas a la carta , no incluido en el precio del fee

CAPACITACIÓN /PRÁCTICAS OPERATIVAS

- Cuchareo en servicio
- Servicio de room service
- Tipos de paquete de desayunos
- Vino Monte Xanic Gran Ricardo

Ingresos		
Concepto	Ppto	Mes
Servicios	78	97
Cheque Promedio	2,0001	1,874.51
Huéspedes	80%	79.3%
Externos	20%	20.6%
Ingresos	160,090	181,828.

Popularidad de Productos | Servicios

1. Masaje de tejido profundo.
2. Masaje de Aromaterapia.
3. Servicios de estética (Peinados, maquillaje).

Activaciones del mes

- Todos los Sábados clase de yoga de 9:00am a 10
- 20% Facial de Sandia.
- Voucher de \$400 pesos por habitación para tratamientos corporales para huéspedes por estancia.

Activaciones mes entrante:

- Promocion de Febrero: Envoltura de Romero y Salvia de 80 min 20% off
- Activacion de retail SPA
- Refuerzo de promociones locales en coordinacion con Proyecto Bendita.

REV Programa Anual de Mantenimiento Preventivo	División Cuartos	2026-01	Terminado	1/1/2026
REV Calendario anual de Compras	División Cuartos	2026-01	Terminado	1/1/2026
Calendario de Sábana de Cuartos Programa Ama de Llaves	Capital Humano	2026-01	Terminado	1/1/2026
REV Programa Anual de Capacitacion y Actividades de Capital Huma...	División Cuartos	2026-01	Terminado	1/1/2026
REV Programa Trimestral de Actividades		2026-01		1/1/2026
REV Check List Permisos y Licencias 2025-2026		2026-01		1/1/2026
REV Presupuesto 2026		2026-01	Terminado	1/1/2026

Relevantes:

- Actualización de Programas de mantenimiento | Sabanas de cuartos a 2026
- Implementación Plan de Acción de Alimentos y Bebidas
- Puesta en marcha de plan de capacitación y actividades de capital humano institucional
- Puesta en marcha de Balanced Scorecard Hamak Hotel KPI's

Activaciones mes entrante:

- Reforzamiento de proceso de check in - contacto al día siguiente - proceso de reservaciones, itinerarios
- Secuencia de servicio Room Service
- Auditoria de Practicas Operativas | Controles de Produccion

Aplicados este mes

CAPEX:

- Compra de cenicero para motor lobby \$13,514.
- Instalación de canaletas para agua en NOIA \$14,000
- 2 Bombas para intercambio de agua \$32,079

REPOSICIONES:

- Cristalería: habitaciones: 60 capelos para amenidad \$2,906
- Cerámica/Madera: 50 cubos de madera con QR \$11,649
- Uniformes Hab: 8 ponchos \$4,000.
- Equipo menor: 5 secadoras \$1,508
- Uniformes Ayb \$3,651.

Reposiciones y CAPEX por Aplicar

Reposición de Blancos \$82,500

Equipo menor habitaciones \$17,150

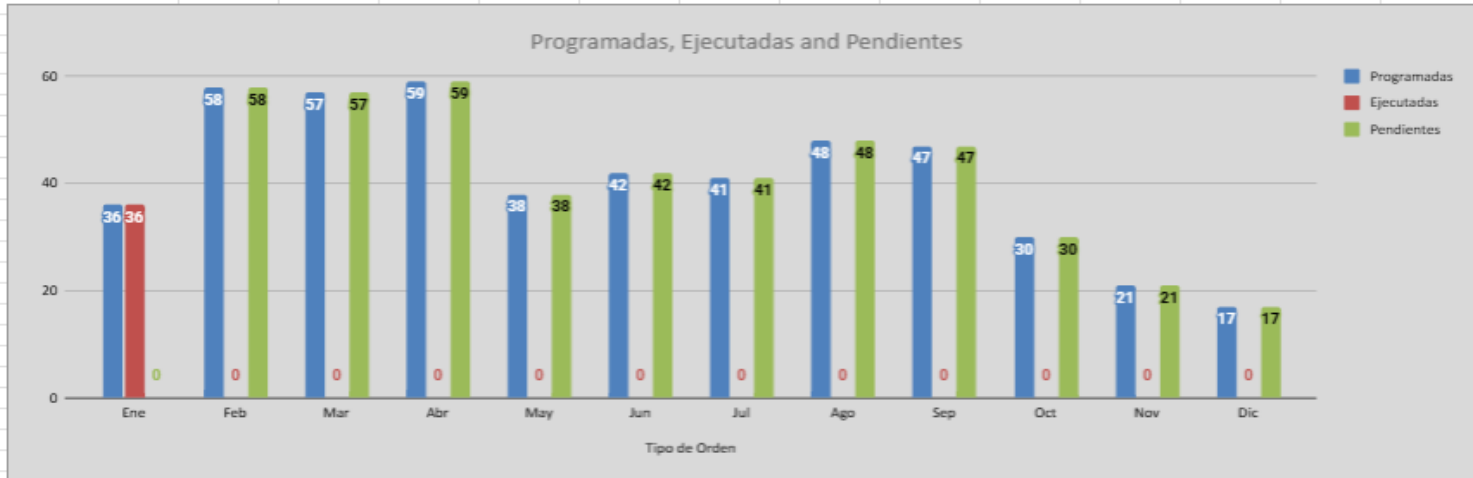
1 Cava 48 botellas \$25,000

Necesidades

Se anexa el [Plan anual de compras 2026](#).

2026

Tipo de Orden	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total AÑO
Programadas	36	58	57	59	38	42	41	48	47	30	21	17	494
Ejecutadas	36	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	36
Pendientes	0	58	57	59	38	42	41	48	47	30	21	17	458
% Ejecución	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	93%



Relevantes:

- Aplicación de tinta y cera a madera en balcones de habitaciones con vista a Enrique
- Siembra de olivos con maceta en Noia, se les instala base para fácil manejo en eventos
- Instalación de luminaria led con atenuador independiente a mueble de sala de descanso de Noia.

Activaciones mes entrante:

- Cambio de canteras dañadas en entrada principal y rampa de acceso a estacionamiento
- Instalación de bomba multietapas de traspaso de cisterna agua cruda a cisterna potable

Capacitaciones | Avance programa de capacitación y actividades CH (Marco Legal)

- Se aplican programas de inducción para personal de nuevo ingreso
- Desarrollo y aplicación de Clima Laboral a todos los colaboradores
- Atención a la auditoría de la STPS

Bajas Relevantes | Heads up!

- Ejecutivo de ventas
- Agente de recepción
- Bellboy
- Mesero

Vacantes Clave:

- Ejecutivo de ventas (en proceso de entrevistas)
- Agente de recepción (ingreso el 09/02/2026)
- Bellboy (En proceso de recepción de CV´s)

15.

CAPITAL HUMANO

2/2

STAFFING

Departamento	Empleados		Nómina Mes		Desviación	
	Ppto	Mes	Presupuesto		Empleados	Nómina
Administración	11	11	\$309,361	\$286,997	0%	-7%
IT	1	1	\$25,000	\$25,000	0%	0%
Ventas	4	3	\$110,500	\$88,500	-25%	-20%
Cuartos	23	21	\$273,950	\$243,586	-9%	-11%
Cocina	16	16	\$237,328	\$227,808	0%	-4%
AyB	16	18	\$210,504	\$202,140	13%	-4%
SPA	3	3	\$31,728	\$31,728	0%	0%
Mantenimiento	6	7	\$99,650	\$99,650	17%	0%
Totales	80	80	\$1,298,021	\$1,257,408	0%	-3%

ROTACION

Departamento	Empleados					Rotación %
	Iniciales	Altas	Bajas	Finales	Promedio	
Administración	13	-	2	11	12	17%
IT	1	-	0	1	1	0%
Ventas	4		0	4	4	0%
Cuartos	23	0	2	21	22	9%
Cocina	17	0	0	17	17	0%
AyB	18	0	1	17	17.5	6%
SPA	3		0	3	3	0%
Mantenimiento	7	-	0	7	7	0%
Totales	87	3	6	84	86	7%

HYATT Performance Scorecard

HySat Survey Health					World of Hyatt		Inspections			
Property Status					MTD ESR Variance to Goal (JAN)	YTD RN Loyalty Penetration (DEC)	Total Inspection Count (JAN)	12-PT Inspections (JAN)	% 12-PT Distinct (JAN)	RMI Inspections (JAN)
R6 Property Status (AUG-JAN)	R6 Room Cleanlines (AUG-JAN)	R6 Working Order (AUG-JAN)	R6 Customer Service (AUG-JAN)	FIP Status	-3%	39.4%	303	127	84%	176
Platinum	98.8	90.1	79.7							

Métricas Comerciales

HYATT® Home

Portfolio Properties

Primary Dates

Comp Year

Benchmark

Currency

All ▾

1 Property ▾

Last Month ▾

2025 ▾

Brand & Region ▾

MXN (\$) ▾

Brand: The Unbound Collection By Hyatt | Division: Americas | Region: Americas

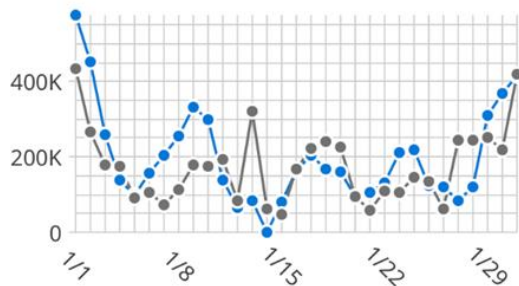
Total Revenue ⓘ



Jan 2026

Primary:
2026 •VS Comp Year:
2025 •

\$6.14M

↑ +12.9%
(vs \$5.44M)Benchmark and Benchmark Rank not available
for this metric / controllable.

RevPAR Index ⓘ

No results

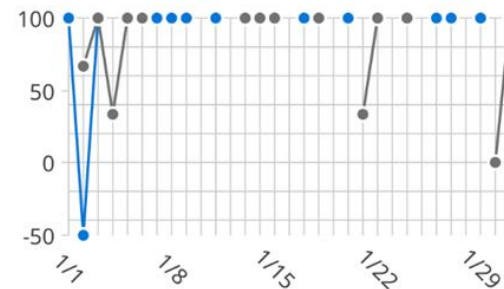
[VIEW INSIGHTS](#)

Customer Service ⓘ

Jan 2026

Primary:
2026 •VS Comp Year:
2025 •

89.3

↑ +2,005 bps
(vs 69.2)Benchmark Average:
2026Benchmark Rank:
2026↑ +2,321 bps
(vs 66.1)↑ +45.45% (1/22)
(vs 10/20)

Métricas Comerciales

WOH Room Night Penetration ⓘ

Jan 2026

Primary: 2026 • VS Comp Year: 2025 •

41.4%

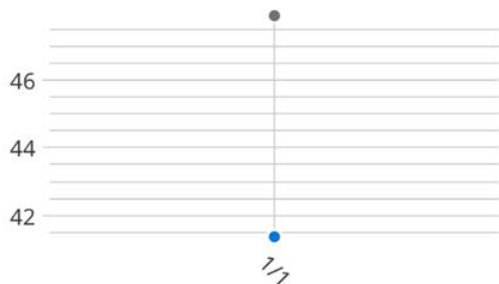
↓ -652 bps
(vs 47.9%)

Benchmark Average:
2026

Benchmark Rank:
2026

↓ -1,513 bps
(vs 56.5%)

↓ -11.82% (18/22)
(vs 14/20)



Direct Channel Revenue Mix ⓘ

Jan 2026

Primary: 2026 • VS Comp Year: 2025 •

64.9%

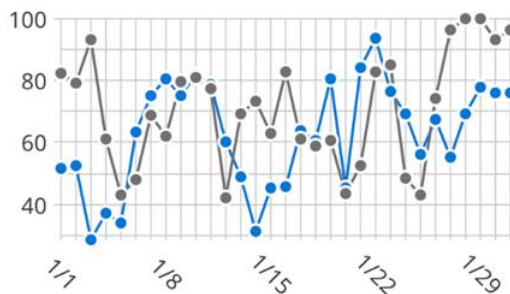
↓ -1,151 bps
(vs 76.5%)

Benchmark Average:
2026

Benchmark Rank:
2026

↑ +642 bps
(vs 58.5%)

↓ -25% (11/22)
(vs 5/20)



Segment Mix ⓘ

Jan 2026

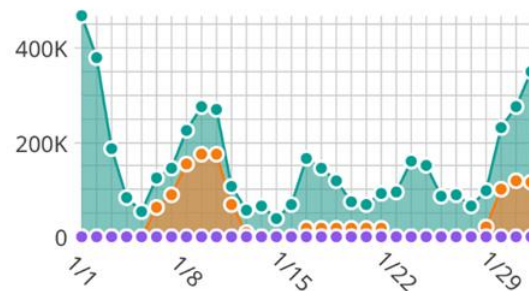
Super Segments Primary: 2026 • Comp Year: 2025

Transient **\$3.6M** (75.1%) • **\$2.9M** (75.4%)

Group **\$1.2M** (24.9%) • **\$932.8K** (24.6%)

Contract **\$0** (0%) • **\$0** (0%)

All (Total) **\$4.8M** (100%) **\$3.8M** (100%)



Enlace a cobro members - ajustes tarifa

Room Nights en Ene 2026	Tarifa World of Hyatt	\$ 347,047.43	\$ 103,316.68	\$ 450,364.11
107	170.83	Tarifa WOH	Comp A Aplicado	TOTAL MXN

[01 - Enero 2026 - LP Rates WOH Reconciliation.xlsx - Hojas de cálculo de Google](#)

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.



Hospitalidad con alma