

**Anexă la Hotărârea
Consiliului de Administrație Nr16 / 25.09.2018**

**Raportul Consiliului de Administrație
privind activitatea Univers T S.A.
pe semestrul I al anului 2018**

Consiliul de Administrație al Univers T S.A. în funcție la 30.06.2018 a fost numit prin Hotărârile Consiliului Județean Cluj nr. 222/22.09.2017 și nr. 253/30.10.2017, în conformitate cu prevederile Ordonanței de Urgență nr. 109/30.11.2011 privind guvernanta corporativă a întreprinderilor publice.

1. Prezentarea societății

Complexul Hotelier Univers T este poziționat în vecinătatea Centrului Comercial Iulius Mall, a Facultății de Științe Economice și Gestiunea Afacerilor, a Universității „Dimitrie Cantemir” și a lacurilor din Cartierul Gheorgheni fiind locația ideală atât pentru călătorii de afaceri, cât și pentru cei veniți să exploreze atracțiile orașului și împrejurimile acestuia, fiind situat la doar câteva minute de centrul orașului și de Aeroportul Internațional Cluj-Napoca.

Serviciile complexului Univers T clasificat la categoria de 3 stele sunt complete și oferă clienților posibilitatea desfășurării diferitelor tipuri de evenimente: aniversări, nunți, botezuri, conferințe, întâlniri de afaceri, etc. Pentru acestea, avem la dispoziția clienților Restaurantul principal cu o capacitate de 220 locuri cu posibilitatea de compartimentare în două saloane. Pentru evenimente mai restrânse, de până la 20 de persoane, clienții pot opta pentru Salonul Mercur sau Salonul VIP, care le asigură intimitate și confort, iar cele două Terase de vară cu o capacitate de 75 de locuri, respectiv 120 de locuri oferă o vedere încântătoare către lacul din zonă.

Pe lângă serviciile de alimentație publică, complexul pune la dispoziția clienților 52 de camera single și double și 6 apartamente modern mobilate, dotate la cele mai înalte standarde hoteliere (internet gratuit, televizor LCD, telefon direct internațional, minibar, aer condiționat, zonă pentru birou, băi cu duș și uscător de păr) și cu un nivel ridicat de servicii personalizate.

De asemenea, hotelul dispune și de un Centru de conferințe compus din 4 săli cu o capacitate cuprinsă între 25 - 90 de locuri fiecare, dotate cu sisteme audio-video de ultimă generație și cabine pentru traducere simultană.

Serviciile de întreținere corporală sunt un plus pentru clienții hotelului care pot petrece timpul liber practicând sportul “alb” pe unul din cele 5 terenuri de tenis, exerciții în sala de fitness urmate de relaxare la saună, toate acestea fiind amenajate și utilate pentru a oferi confortul necesar. Ca și facilități suplimentare merită amintită parcare generoasă (circa 65 de locuri de parcare) și supravegheată video care este oferita clienților complexului hotelier în mod gratuit.

2. Situația indicatorilor economico-financiari la 30.06.2018

UNIVERS T S.A. a desfășurat în semestrul I al anului 2018 activități economice care constau în:

- Servicii de alimentație publică;
- Servicii hoteliere;
- Activități de agrement;
- Administrarea spațiilor din dotare.

Potrivit cu obiectul de activitate al societății, cu prevederile Bugetului de Venituri și Cheltuieli pe anul 2018 aprobat de Consiliul Județean Cluj, activitatea desfășurată pe parcursul semestrului I a condus la înregistrarea următoarelor rezultate economico-financiare:

-mii lei-

		INDICATORI	Nr. rd.	Propuneri an curent 2018	Realizat an curent 2018	%
0	1	2	3	Sem I	Sem I	$6 = \frac{5}{4} * 100$
I.		VENITURI TOTALE (Rd.2+Rd.22+Rd.28)	1	3,637.50	4,226.91	116.20
	1	Venituri totale din exploatare (Rd.3+Rd.8+Rd.9+Rd.12+Rd.13+Rd.14), din care:	2	3,632.00	4,223.05	116.27
	a)	din producția vândută (Rd.4+Rd.5+Rd.6+Rd.7), din care:	3	2,540.00	2,722.22	107.17
	a1)	din vânzarea produselor	4	0.00	0.00	0.00
	a2)	din servicii prestate	5	1,020.00	1,172.14	114.92
	a3)	din redevențe și chirii	6	1,520.00	1,550.08	101.98
	a4)	alte venituri	7	0.00	0.00	0.00
	b)	din vânzarea mărfurilor	8	610.00	1,000.89	164.08
	c)	din subvenții și transferuri de exploatare aferente cifrei de afaceri nete (Rd.10+Rd.11), din care:	9	0.00	0.00	0.00
	c1	subvenții, cf. prevederilor legale în vigoare	10	0.00	0.00	0.00
	c2	transferuri, cf. prevederilor legale în vigoare	11	0.00	0.00	0.00
	d)	din producția de imobilizări	12	0.00	0.00	0.00
	e)	venituri aferente costului producției în curs de execuție	13	430.00	414.57	96.41
	f)	alte venituri din exploatare (Rd.15+Rd.16+Rd.19+Rd.20+Rd.21), din care:	14	52.00	85.37	164.17
	f1)	din amenzi și penalități	15	0.00	0.00	0.00
	f2)	din vânzarea activelor și alte operații de capital	16	0.00	0.00	0.00

		- active corporale	17	0.00	0.00	0.00
		- active necorporale	18	0.00	0.00	0.00
	f3)	din subvenții pentru investiții	19	0.00	0.00	0.00
	f4)	din valorificarea certificatelor CO2	20	0.00	0.00	0.00
	f5)	alte venituri	21	52.00	85.37	164.17
2		Venituri financiare (Rd.23+Rd.24+Rd.25+Rd.26+Rd.27), din care:	22	5.50	3.86	0.00
	a)	din imobilizări financiare	23	0.00	0.00	0.00
	b)	din investiții financiare	24	0.00	0.00	0.00
	c)	din diferențe de curs	25	0.00	0.29	0.00
	d)	din dobânzi	26	0.50	1.16	0.00
	e)	alte venituri financiare	27	5.00	2.41	0.00
3		Venituri extraordinare	28	0.00	0.00	0.00
II	CHELTUIELI TOTALE (Rd.30+Rd.136+Rd.144)		29	3,618.86	3,612.20	99.82
1	Cheltuieli de exploatare (Rd.31+Rd.79+Rd.86+Rd.120), din care:		30	3,507.86	3,519.25	100.32
	A. Cheltuieli cu bunuri și servicii (Rd.32+Rd.40+ Rd.46), din care:		31	1,152.00	1,365.61	118.54
A1	Cheltuieli privind stocurile (Rd.33+Rd.34+Rd.37+Rd.38+Rd.39), din care:		32	852.00	1,110.71	130.37
a)	cheltuieli cu materiile prime		33	250.00	414.57	165.83
b)	cheltuieli cu materialele consumabile, din care:		34	142.00	142.52	100.37
	b1)	cheltuieli cu piesele de schimb	35	8.00	1.71	21.38
	b2)	cheltuieli cu combustibilii	36	69.45	84.77	122.06
c)	cheltuieli privind materialele de natura obiectelor de inventar		37	70.00	26.99	38.56
d)	cheltuieli privind energia și apa		38	120.00	110.18	91.82
e)	cheltuieli privind mărfurile		39	270.00	416.45	154.24
A2	Cheltuieli privind serviciile executate de terți (Rd.41+Rd.42+Rd.45), din care:		40	47.00	23.10	49.15
a)	cheltuieli cu întreținerea și reparațiile		41	22.00	11.23	51.05
b)	cheltuieli privind chiriile (Rd.43+Rd.44) din care:		42	0.00	0.00	0.00
	b1)	- către operatori cu capital integral/majoritar de stat	43	0.00	0.00	0.00
	b2)	- către operatori cu capital privat	44	0.00	0.00	0.00
c)	prime de asigurare		45	25.00	11.87	47.48
A3	Cheltuieli cu alte servicii executate de terți (Rd.47+Rd.48+Rd.50+Rd.57+Rd.62+Rd.63+Rd.67+Rd.68+Rd.69+Rd.78), din care:		46	253.00	231.80	91.62
a)	cheltuieli cu colaboratorii		47	133.20	141.95	106.57
b)	cheltuieli privind comisioanele și onorariul, din care:		48	8.00	11.64	145.50
	b1)	cheltuieli privind consultanța juridică	49	8.00	11.64	145.50
c)	cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate (Rd.51+Rd.53), din care:		50	49.00	25.46	51.96
	c1)	cheltuieli de protocol, din care:	51	4.00	1.91	47.75
		- tichete cadou potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	52	0.00	0.00	0.00
	c2)	cheltuieli de reclamă și publicitate, din care:	53	45.00	23.55	52.33
		- tichete cadou ptr. cheltuieli de reclamă și publicitate, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	54	0.00	0.00	0.00
		- tichete cadou ptr. campanii de marketing, studiul pieței, promovarea pe piețe existente sau noi, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	55	0.00	0.00	0.00
		- ch.de promovare a produselor	56	45.00	23.55	52.33
d)	Ch. cu sponsorizarea, potrivit OUG nr.2/2015 (Rd.58+Rd.59+Rd.60+Rd.61), din care:		57	0.00	0.00	0.00
	d1)	ch. de sponsorizare in domeniul medical și sănătate	58	0.00	0.00	0.00
	d2)	ch. de sponsorizare in domeniile educație, învățământ, social și sport, din care:	59	0.00	0.00	0.00
	d3)	- pentru cluburile sportive	60	0.00	0.00	0.00

	d4)	ch. de sponsorizare pentru alte acțiuni și activități	61	0.00	0.00	0.00
	e)	cheltuieli cu transportul de bunuri și persoane	62	2.20	0.18	8.18
	f)	cheltuieli de deplasare, detașare, transfer, din care:	63	1.20	0.00	0.00
		- cheltuieli cu diurna (Rd.65+Rd.66), din care:	64	1.20	0.00	0.00
		-interna	65	1.20	0.00	0.00
		-externa	66	0.00	0.00	0.00
	g)	cheltuieli poștale și taxe de telecomunicații	67	17.00	15.68	92.24
	h)	cheltuieli cu serviciile bancare și asimilate	68	21.00	18.58	88.48
	i)	alte cheltuieli cu serviciile executate de terți, din care:	69	21.40	18.31	85.56
	i1)	cheltuieli de asigurare și pază	70	2.40	0.60	25.00
	i2)	cheltuieli privind întreținerea și funcționarea tehnicii de calcul	71	12.00	14.47	120.58
	i3)	cheltuieli cu pregătirea profesională	72	4.00	3.24	81.00
	i4)	cheltuieli cu reevaluarea imobilizărilor corporale și necorporale, din care:	73	3.00	0.00	0.00
		-aferente bunurilor de natura domeniului public	74	0.00	0.00	0.00
	i5)	cheltuieli cu prestațiile efectuate de filiale	75	0.00	0.00	0.00
	i6)	cheltuieli privind recrutarea și plasarea personalului de conducere cf. Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 109/2011	76	0.00	0.00	0.00
	i7)	cheltuieli cu anunțurile privind licitațiile și alte anunțuri	77	0.00	0.00	0.00
	j)	alte cheltuieli	78	0.00	0.00	0.00
	B Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate (Rd.80+Rd.81+Rd.82+Rd.83+Rd.84+Rd.85), din care:		79	93.70	93.43	99.71
	a)	ch. cu taxa pt.activitatea de exploatare a resurselor minerale	80	0.00	0.00	0.00
	b)	ch. cu redevența pentru concesionarea bunurilor publice și resursele minerale	81	0.00	0.00	0.00
	c)	ch. cu taxa de licență	82	0.00	0.00	0.00
	d)	ch. cu taxa de autorizare	83	0.00	0.00	0.00
	e)	ch. cu taxa de mediu	84	0.00	0.00	0.00
	f)	cheltuieli cu alte taxe și impozite	85	93.70	93.43	99.71
	C. Cheltuieli cu personalul (Rd.87+Rd.100+Rd.104+Rd.113), din care:		86	1,822.16	1,647.37	90.41
	C0	Cheltuieli de natură salarială (Rd.88+ Rd.92)	87	1,384.56	1,339.05	96.71
	C1	Cheltuieli cu salariile (Rd.89+Rd.90+Rd.91), din care:	88	1,192.00	1,162.36	97.51
		a) salarii de bază	89	902.00	878.74	97.42
		b) sporuri, prime și alte bonificații aferente salariului de bază (conform CCM)	90	290.00	283.62	97.80
		c) alte bonificații (conform CCM)	91	0.00	0.00	0.00
	C2	Bonusuri (Rd.93+Rd.96+Rd.97+Rd.98+ Rd.99), din care:	92	192.56	176.69	91.76
		a) cheltuieli sociale prevăzute la art. 25 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal*), cu modificările și completările ulterioare, din care:	93	50.00	31.79	63.58
		- tichete de creșă, cf. Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	94	0.00	0.00	0.00
		- tichete cadou pentru cheltuieli sociale potrivit Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	95	0.00	0.00	0.00
		b) tichete de masă;	96	82.56	89.55	108.47
		c) vouchere de vacanță;	97	60.00	55.35	92.25
		d) ch. privind participarea salariaților la profitul obținut în anul precedent	98	0.00	0.00	0.00
		e) alte cheltuieli conform CCM.	99	0.00	0.00	0.00
	C3	Alte cheltuieli cu personalul (Rd.101+Rd.102+Rd.103), din care:	100	0.00	0.00	0.00
		a) ch. cu plățile compensatorii aferente disponibilizărilor de personal	101	0.00	0.00	0.00
		b) ch. cu drepturile salariale cuvenite în baza unor hotărâri judecătorești	102	0.00	0.00	0.00

	c) cheltuieli de natură salarială aferente restructurării, privatizării, administrator special, alte comisii și comitete	103	0.00	0.00	0.00
C4	Cheltuieli aferente contractului de mandat și a altor organe de conducere și control, comisii și comitete (Rd.105+Rd.108+Rd.111+ Rd.112), din care:	104	399.60	273.48	68.44
	a) pentru directori/direktorat	105	324.00	197.88	61.07
	-componenta fixă	106	216.00	131.92	61.07
	-componenta variabilă	107	108.00	65.96	61.07
	b) pentru consiliul de administrație/consiliul de supraveghere, din care:	108	75.60	75.60	100.00
	-componenta fixă	109	75.60	75.60	100.00
	-componenta variabilă	110	0.00	0.00	0.00
	c) pentru AGA și cenzori	111	0.00	0.00	0.00
	d) pentru alte comisii și comitete constituite potrivit legii	112	0.00	0.00	0.00
C5	Cheltuieli cu contribuțiile datorate de angajator	113	38.00	34.84	91.68
	D. Alte cheltuieli de exploatare (Rd.121+Rd.124+ Rd.125+Rd.126+Rd.127+Rd.128), din care:	114	440.00	412.84	93.83
	a) cheltuieli cu majorări și penalități (Rd.122+Rd.123), din care:	115	0.00	0.00	0.00
	- către bugetul general consolidat	116	0.00	0.00	0.00
	- către alți creditori	117	0.00	0.00	0.00
	b) cheltuieli privind activele imobilizate	118	0.00	0.00	0.00
	c) cheltuieli aferente transferurilor pentru plata personalului	119	0.00	0.00	0.00
	d) alte cheltuieli	120	0.00	4.58	0.00
	e) ch. cu amortizarea imobilizărilor corporale și necorporale	121	440.00	408.26	92.79
	f) ajustări și deprecieri pentru pierdere de valoare și provizioane (Rd.129-Rd.131), din care:	122	0.00	0.00	0.00
	f1) cheltuieli privind ajustările și provizioanele	123	0.00	0.00	0.00
	f1.1) -provizioane privind participarea la profit a salariaților	124	0.00	0.00	0.00
	f1.2) - provizioane în legătură cu contractul de mandat	125	0.00	0.00	0.00
	f2) venituri din provizioane și ajustări pentru depreciere sau pierderi de valoare, din care:	126	0.00	0.00	0.00
	f2.1) din anularea provizioanelor (Rd.128+Rd.129+Rd.130), din care:	127	0.00	0.00	0.00
	- din participarea salariaților la profit	128	0.00	0.00	0.00
	- din deprecierea imobilizărilor corporale și a activelor circulante	129	0.00	0.00	0.00
	- venituri din alte provizioane	130	0.00	0.00	0.00
2	Cheltuieli financiare (Rd.132+Rd.135+Rd.138), din care:	131	111.00	92.95	83.74
	a) cheltuieli privind dobânzile, din care:	132	110.00	91.79	83.45
	a1) aferente creditelor pentru investiții	133	110.00	91.79	83.45
	a2) aferente creditelor pentru activitatea curentă	134	0.00	0.00	0.00
	b) cheltuieli din diferențe de curs valutar, din care:	135	0.00	0.00	0.00
	b1) aferente creditelor pentru investiții	136	0.00	0.00	0.00
	b2) aferente creditelor pentru activitatea curentă	137	0.00	0.00	0.00
	c) alte cheltuieli financiare	138	1.00	1.16	116.00
3	Cheltuieli extraordinare	139	0.00	0.00	0.00
III	REZULTATUL BRUT (profit/pierdere) (Rd.1-Rd.29)	140	18.64	614.71	3,297.81

Pe sectoare de activitate, veniturile și cheltuielile defalcate se prezintă astfel:

Indicator economic	Prevederi Sem II 2018	Realizări Sem II 2018	%
Venituri -Restaurant	610,000.00	1,000,892.00	164.08
Venituri-Hotel și săli de conferință	990,000.00	1,135,989.00	114.75
Venituri -Activitati de Agreement	30,000.00	36,149.00	120.50
Venituri -Cota de asociere cu SC Iulius Mall Cluj SRL	1,520,000.00	1,550,083.00	101.98
Venituri din variatia stocurilor	430,000.00	414,568.00	96.41
Alte venituri din servicii prestate	-	-	-
Alte venituri din exploatare	52,000.00	85,371.00	164.18
Venituri financiare	5,500.00	3,862.00	70.22
Total venituri	3,637,500.00	4,226,914.00	116.20
I. Cheltuieli de exploatare, din care:	3,507,860.00	3,519,250.00	100.32
1. Cheltuieli materiale, din care	1,103,000.00	1,340,149.00	121.50
a) cheltuieli cu materiale consumabile	142,000.00	142,520.00	100.37
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	70,000.00	26,988.00	38.55
c) cheltuieli cu costul marfii	270,000.00	416,451.00	154.24
d) cheltuieli cu utilitatile	120,000.00	110,180.00	91.82
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terti	251,000.00	229,440.00	91.41
f) cheltuieli cu materia prima	250,000.00	414,570.00	165.83
2. Cheltuieli cu personalul	1,822,160.00	1,647,370.00	90.41
3. Cheltuieli cu amortizarile	440,000.00	408,260.00	92.79
4. Cheltuieli de protocol	4,000.00	1,910.00	47.75
5. Cheltuieli de reclama si publicitate	45,000.00	23,550.00	52.33
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	93,700.00	93,430.00	99.71
7. Alte cheltuieli de exploatare	-	4,581.00	-
II. Cheltuieli financiare	111,000.00	92,950.00	83.74
Total cheltuieli	3,618,860.00	3,612,200.00	99.82
Rezultatul brut	18,640.00	614,714.00	3,297.82

Veniturile totale realizate în semestrul I 2018 reprezintă 116,20% din veniturile totale prevăzute. Din veniturile totale realizate, cifra de afaceri este de 3,723,113 lei, adică 88,08 % din veniturile totale.

Cheltuielile înregistrate sunt aferente veniturilor realizate și s-au încadrat în prevederile bugetare pentru semestrul I. Precizăm că depășirile pentru unele elemente sunt rezultatul direct al depășirii veniturilor rezultate, creșterea veniturilor fiind mai mare decât creșterea cheltuielilor (ex. materia primă și veniturile din restaurant – alimentație publică) . La o analiză structurală a cheltuielilor în perioada analizată, se constată că cea mai mare pondere în cadrul cheltuielilor o au cheltuielile cu personalul (salarii și protecția socială), în proporție de 45,60% din cheltuielile totale urmate de cheltuielile materiale și pentru servicii în procent de 37,10%. Alte cheltuieli importante sunt cele cu amortizările și cele financiare privind dobânzile pentru creditele aferente investițiilor, în proporție de 11,30% și respectiv 2,57% din cheltuielile totale.

Rezultatul brut realizat în semestrul I 2018 este în valoare de 614,71 mii lei, ceea ce reprezintă o depășire de 33 ori din prevederile din buget și a fost influențat direct de depășirea veniturilor prognozate și încadrarea în cheltuielile prevăzute.

În cursul semestrului I 2018 numărul mediu de personal angajat a fost de 59, iar productivitatea muncii raportată la veniturile obținute din activitatea de bază a societății a fost de 71,643 lei /angajat/semestru.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent. în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății semestrul I 2018.

Indicatori economici	Sem. I 2017 -lei-	Sem I 2018 -lei-	Procent (%) Sem. I 2018/ Sem. I 2017
Venituri totale	4,138,590	4,226,914	102.13
Cifra de afaceri	3,658,210	3,723,113	101.77
Cheltuieli totale	3,751,760	3,612,200	96.28
Profit brut	386,830	614,714	158.91

2. Modul de îndeplinire a obiectivelor și criteriilor de performanță la 30.06.2018

În tabelul de mai jos sunt prezentate obiectivele și criteriile de performanță anexă la contractele de mandat ale conducerii societății. obiective și criterii care au fost depășite fiecare în parte. iar *gradul global de îndeplinire a obiectivelor și criteriilor de performanță la 30.06.2018 a fost de 1.34.*

Nr. Crt	Criteriu	U.M.	01.01-30.06.2018			Coeficient de pondere	Gradul de îndeplinire ponderat
			Criterii aprobate	Criterii realizate	Gradul de îndeplinire %		
1	Gradul de ocupare al camerelor pe hotel	%	52.00	68.30	131.35	0.25	0.33
2	Realizarea veniturilor din activitatea hoteliera si de alimentatie publica pentru 2018	lei	1,550,000	2,031,497	131.06	0.15	0.20
4	Rata profitului net	%	5.71	9.16	160.39	0.20	0.32
5	Productivitatea muncii	lei	58,351.49	75,411.68	129.24	0.10	0.13
6	Perioada recuperare creante	zile	29.00	27	105.63	0.10	0.11
7	Perioada rambursare datorii	zile	29.00	21	137.20	0.10	0.14
8	Chelt. La 1000 lei venit	lei	938.05	854.71	109.75	0.10	0.11
	Gradul de îndeplinire a criteriilor de performanta		0.00			1.00	1.34

4.1. Tarifele practicate și rezultatele activității de vânzări în cadrul complexului Univers T.

Misiunea, obiectivele și valorile Hotel Univers T

Fiind unul dintre unitățile de cazare importante din Cluj, Hotel Univers T are misiunea de a se face remarcat drept un element de referință pe piața serviciilor hoteliere, prin acțiunile pe care le întreprinde, ținta finală fiind satisfacerea la un nivel cât mai ridicat al nevoilor clienților, și depășirea așteptărilor. Astfel, există mereu strădania de a oferi consumatorilor servicii de cea mai înaltă calitate la un preț cât mai avantajos și corect. În final fiecare dintre noi este responsabil de oferirea ospetilor satisfacții maxime prin furnizarea unei calități excepționale a serviciilor și a curățeniei.

Obiectivele societății pentru anul 2018

- Să ne perfecționăm standardele de calitate ale serviciilor, și odată cu acestea, să creștem numărul evenimentelor atât pe partea de alimentație publică, cât și pe cea hotelieră.
- Să ne facem cunoscuți de către membrii segmentului țintă ca un hotel cu servicii excelente de fiecare dată, atât prin dotări cât și prin personalul instruit orientat către oaspete, cu un hotel curat și cu oferte unice pe piață .
- Creșterea venitului mediu pe cameră (superior ultimilor ani, cu 5%), a gradului de ocupare pe săli de conferință (superior ultimilor ani, 10%)

Valorile pe care hotelul le adoptă, le apreciază și le urmează sunt:

- promptitudinea,
- loialitatea în relația cu partenerii și clienții,
- valorizarea resurselor umane – motorul organizației.

Cluj-Napoca fiind un oraș de tranzit, beneficiază de două categorii de clienți pentru hoteluri: clienții bussines și turiștii care tranzitează orașul spre alte destinații. Clienții hotelului nostru, în general, sunt oameni de afaceri români sau străini și grupuri de turiști din Europa care tranziteaza orașul. O altă categorie de clienți sunt cei corporate sau agențiile, care realizează evenimente tip conferințe, seminarii, interviuri, traininguri și au ales locația noastră pentru a-și desfășura evenimentele. Cu acești clienți am încheiat contracte cadru de lungă durată sau pe fiecare eveniment în parte.

Clienții care au ocupat pe parcursul semestrului I al anului 2018 camerele hotelului, au ca și sursă de proveniență:

Sursă proveniența clienți Univers T

2017:

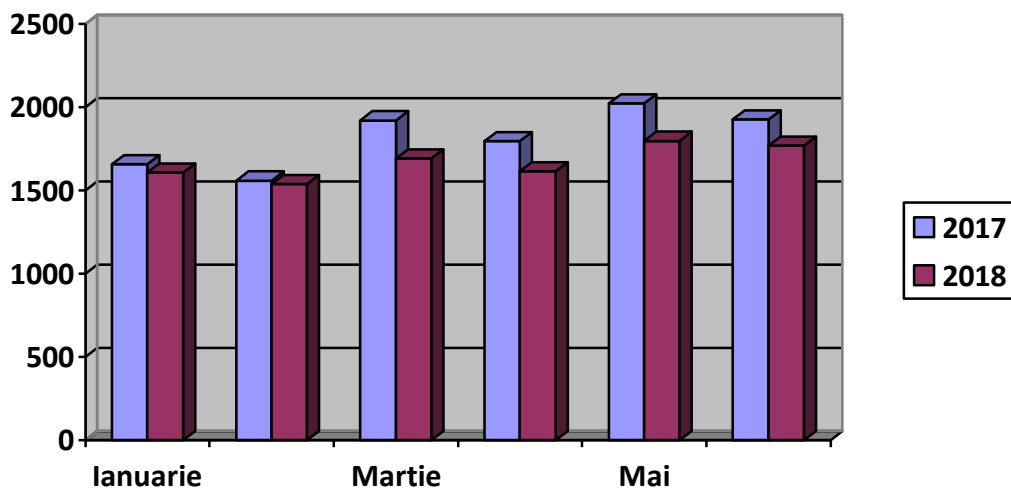
<i>Corporate</i>		<i>Agenții</i>		<i>Liber</i>		Total	
Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Total turiști	Total camere
3215	2329	3886	2700	4225	2560	10881	7589

2018:

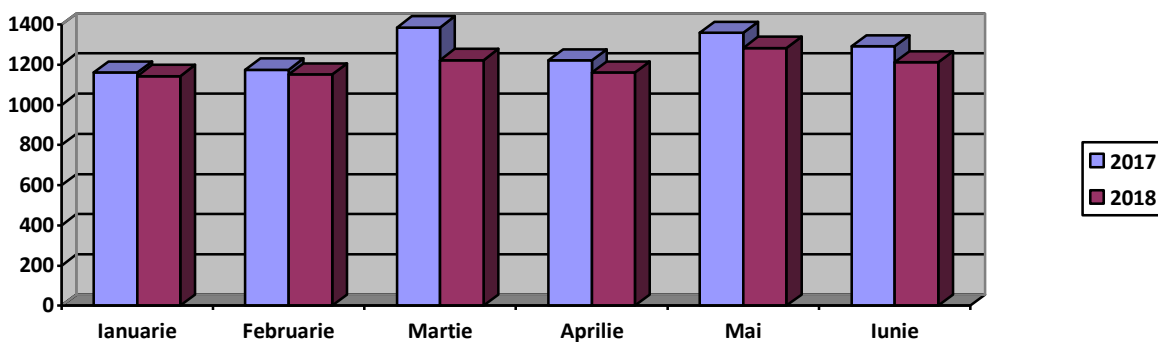
<i>Corporate</i>		<i>Agenții</i>		<i>Liber</i>		Total	
Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Nr. turiști	Camere	Total turiști	Total camere
3043	2254	3067	2254	3912	2662	10022	7170

Numarul de camere a scazut in 2018 fata de 2017 cu 419 unitati , iar numarul de clienti a scazut cu 859 persoane.

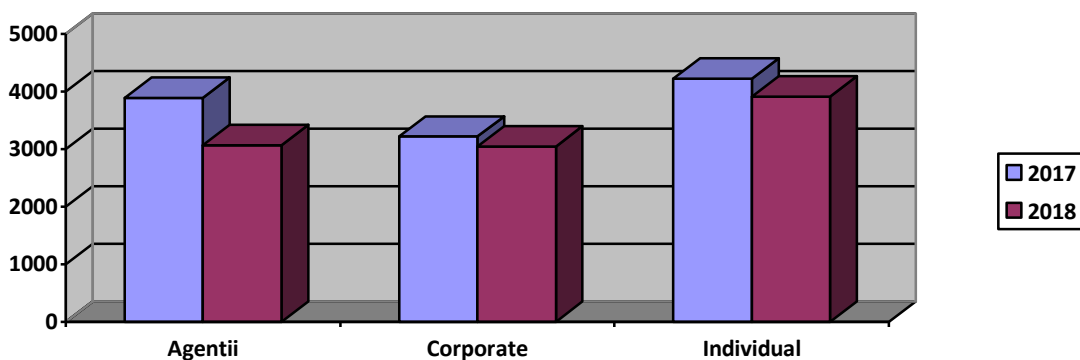
Număr total adulți cazați 2017 vs 2018



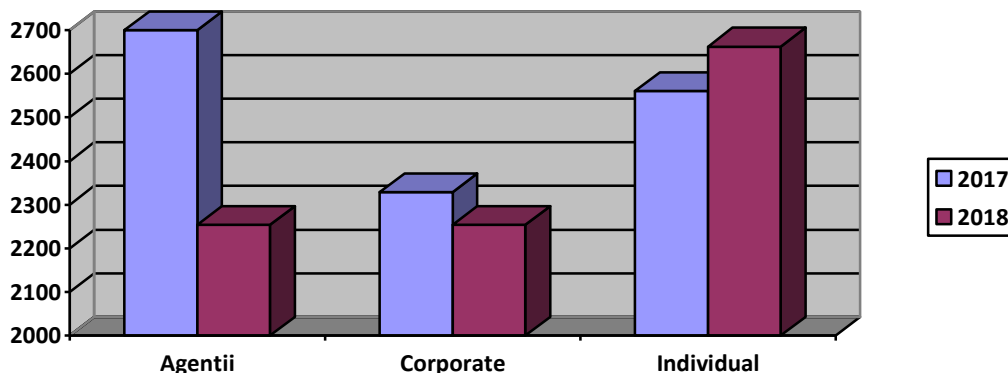
Număr total camere 2017 vs 2018



Sursă clienți Univers T 2017 vs 2018



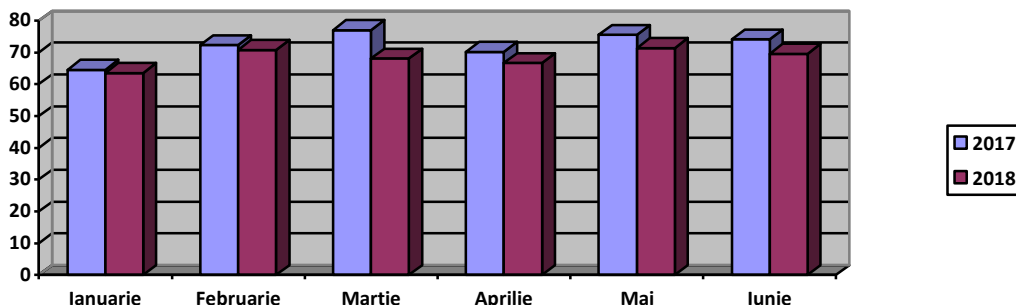
Sursă camere Univers T 2017 vs 2018



În perioada 1 ianuarie – 30 iunie 2018, Hotel Univers T a vândut un număr de 7.170 camere, cazând 10.022 clienți, total înnopțări: 9.893 din care 3.203 străini și 6.690 români, gradul de ocupare per cameră fiind de **68.30 %**, iar cel per pat de **47.73 %**, durata medie a sejurului fiind de 1 noapte.

Gradul de ocupare pe semestrul I al camerelor în anul 2018 a fost de 68.30 % iar în anul 2017 a fost de 72.29 % , se observă o tendință de ușoară scădere.

Grad ocupare camere 2017 vs 2018



Pe parcursul trimestrului I ne-au trecut pragul atât turiști români (6.690 înnopțări- 67.62 %), cât și străini (3.203 înnopțări- 32.38 %). Majoritatea turiștilor străini au fost din țări precum Italia (555), Germania (360), Polonia (263) , Danemarca (225), Ungaria (227), Spania (210),

Slovenia (182), dar am avut și oaspeți din țări precum Singapore (2), Columbia (2), Venezuela (4) sau Taiwan (7).

În primul semestru al anului 2018, departamentul marketing a încheiat 66 de contracte de colaborare, din care, 7 contracte cu agenții de turism, 17 contracte corporate și 42 de evenimente. Toate contractele semnate în anii 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 și 2017 au fost prelungite și în 2018, ajungând la un total de: contracte corporate 420, contracte agentii 226 și contracte evenimente 421.

În ceea ce privește motoarele de vânzare / căutare camere on-line, cel mai important partener al nostru a ramas Booking.com.

Detalierea colaborării pe primul semestru al anului 2018 cu cei de la Booking.com este prezentată mai jos, precum și o scurtă comparație a activității 2018 vs 2017

		Based on bookings in the past: 365 days ▾
Room Nights	1,332	
Last year	-29.1% ▶ 1,878	
Room Revenue	€ 64,057	
Last year	-23.9% ▶ € 84,084	
Average Daily Rate	€ 48.09	
Last year	+7.4% ▶ € 44.77	

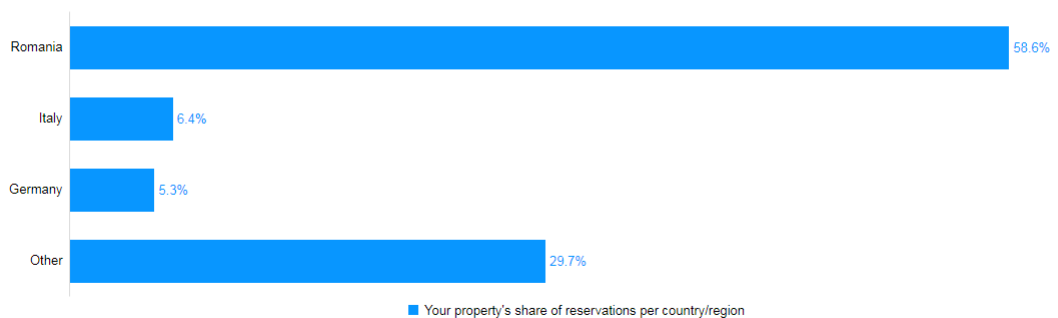
Room/Rate Name	Room Nights	Revenue	Average Daily Rate
Total	1,391	€ 66,787	€ 48.01
Twin Room	1,209	€ 53,976	€ 44.65
Breakfast Excluded Rate	629	€ 24,947	€ 39.66
Standard Rate	329	€ 14,270	€ 43.37
Standard Rate	221	€ 10,019	€ 45.33
UNTOLD Festival	30	€ 4,740	€ 158.00
Executive Suite	87	€ 6,236	€ 71.68
Breakfast Excluded Rate	41	€ 2,572	€ 62.73
Standard Rate	40	€ 2,836	€ 70.90
UNTOLD Festival	3	€ 582	€ 194.00
Standard Rate	3	€ 246	€ 82.00
One-Bedroom Suite	87	€ 5,484	€ 63.03
Standard Rate	41	€ 2,446	€ 59.66
Breakfast Excluded Rate	34	€ 1,786	€ 52.53
Standard Rate	7	€ 417	€ 59.57
UNTOLD Festival	5	€ 835	€ 167.00
VIP Suite	8	€ 1,091	€ 136.38
Standard Rate	5	€ 650	€ 130.00
Standard Rate	2	€ 298	€ 149.00
Breakfast Excluded Rate	1	€ 143	€ 143.00

Booker Insights

[Full report](#)

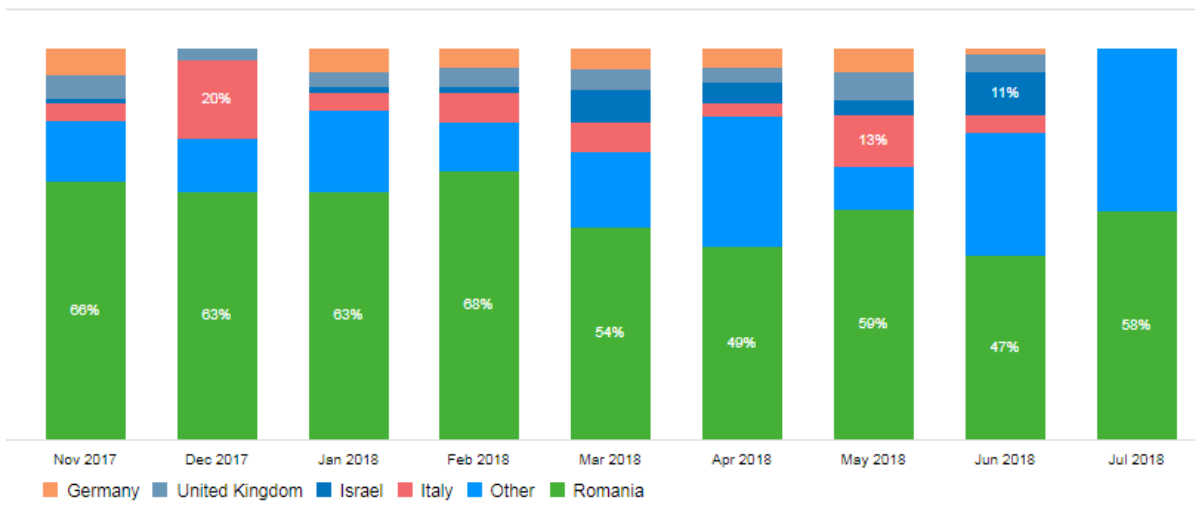
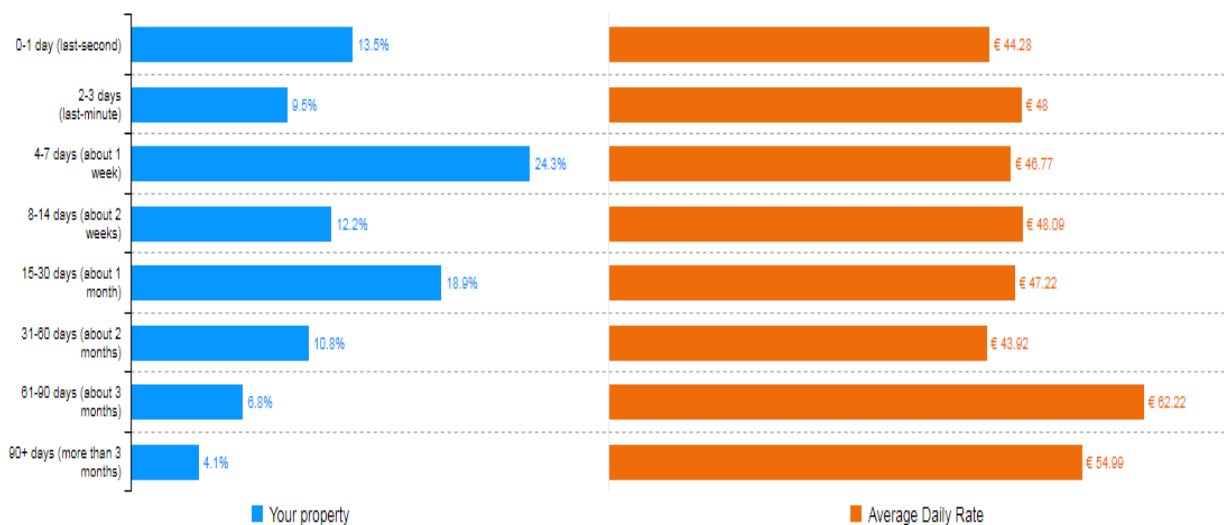
Data as of July 6, 2018 for 923 room reservations booked within the last 365 days

[Rate this report](#)



Reservations per Book Window

Average Daily Rate ▾



Review Score

Your property's score for the last 365 days based on
272 reviews

8.1

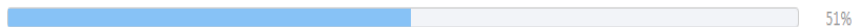
Your property's public score (24 months) based on
564 reviews

8.2

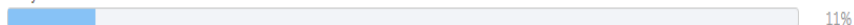
Wonderful: 9+



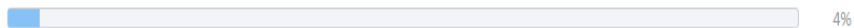
Good: 7 - 9



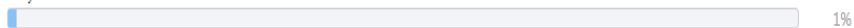
Okay: 5 - 7



Poor: 3 - 5



Very Poor: 1 - 3



Breakdown Score

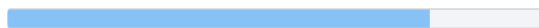
Cleanliness



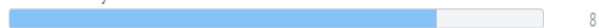
Staff



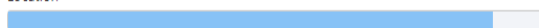
Comfort



Value for money



Location



Facilities

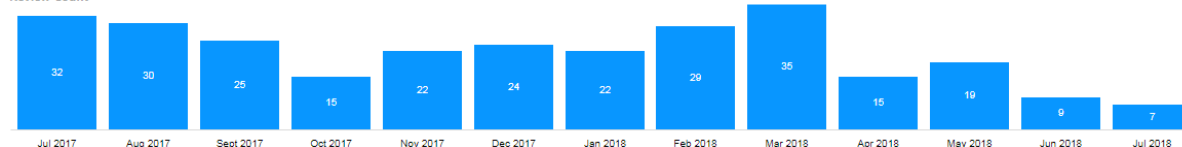


Review Trends

Review Score



Review Count



Pentru clienții care reprezintă segmentul business, avem la dispoziție **Centrul de conferințe**, compus din 4 săli cu o capacitate cuprinsă între 25 - 90 de locuri fiecare, dotate cu sisteme audio-video de ultimă generație.

În perioada 1 ianuarie – 30 iunie 2018 evenimentele din sălile de conferințe au fost în număr de 350, numărul total al participanților ridicându-se la aprox 10.827 persoane.

Restaurantul a deservit în perioada ianuarie - iunie 2018, aproximativ 7.354 persoane participante la 18 botezuri, 7 nunți și 240 alte evenimente.

Evenimente 2018

2016	Nuntă	Botez	Alte evenimente (mese/cine)
Ianuarie	0	3	43
Februarie	0	7	35
Martie	0	0	50
Aprilie	2	3	38
Mai	3	3	28
Iunie	2	2	46
Total	7	18	240

Evenimente 2017

2017	Nuntă	Botez	Alte evenimente (mese/cine)
Ianuarie	0	3	30
Februarie	0	6	27
Martie	0	1	48
Aprilie	2	2	37
Mai	4	3	41
Iunie	1	1	48
Total	7	16	231

4.2. Strategii de marketing și publicitate

Pentru promovarea hotelului, departamentul marketing a încheiat contracte noi de publicitate și au continuat colaborările vechi, care au adus un plus de imagine hotelului.

În prima parte a anului s-a studiat situația existentă și s-au elaborat obiectivele (SMART) ale departamentului și planul de marketing pentru anul 2018 cuprins în planul de management.

Strategiile de marketing pot oferi companiei succesul de care are nevoie sau, acolo unde este cazul, îi poate aduce un avantaj esențial în fața concurenței.

Începem prin identificarea segmentelor de piață care, în cazul nostru, reprezintă segmentul clienților de business și segmentul clienților de tranzit pentru care s-au elaborat programe speciale de marketing. Compania noastră s-a axat în mod special pe segmentele de piață identificate, încercând o exploatare cât mai eficientă și mai profitabilă a acestora.

Principalele direcții pe care le-am urmărit în cadrul promovării produselor/serviciilor sunt **marketingul de masă, marketingul diferențiat și marketingul de nișă.**

În cadrul **marketingului de masă**, ne-am propus să urmărim îndeaproape profilul și trendul general pe care este înscrisă piața hotelieră. Ținta noastră a fost identificarea și satisfacerea nevoilor clienților firmei, nevoi universale care țin de profilul companiei noastre cum ar fi confortul camerei, facilități, dotări, serviciile de alimentație publică, etc. Identificarea acestor nevoi a fost făcută prin instrumente de marketing cum ar fi chestionarul sau comentariile de pe sit-urile on-line. Clienții noștri au avut și au în continuare posibilitatea de a-și spune părerea în ceea ce privește calitatea serviciilor oferite în cadrul hotelului, de a ne sugera îmbunătățiri care să ne „provoace” să creștem standardele și gradul de satisfacție al clienților. Chestionarele sunt la dispoziția clientului în diferite zone ale hotelului: restaurant, săli de

conferință, recepție și în fiecare cameră. În urma acestui feedback s-au luat măsuri în ceea ce privește diversificarea produselor la micul dejun, îmbunătățirea rețelei de internet, televizoare suplimentare în apartamente și suite, organizarea pauzelor de cafea, produsele din cameră (ex: schimbare dozatoare pentru gel de duș) urmând ca și pe viitor să ținem cont de nevoile clienților și să ne îmbunătățim serviciile.

În ceea ce privește **marketingul diferențiat** am încercat să depistăm anumite nevoi, dorințe, cerințe specifice ale segmentelor de piață vizate și anume segmentul de business și de tranzit. Având în vedere că atât clienții care sunt în tranzit cât și cei business au timpul foarte bine împărțit și limitat, am încercat să le oferim posibilitatea de a-și satisface cât mai multe dintre nevoi în cadrul complexului nostru. De aceea toți clienții hotelului beneficiază de o reducere de 10 % la restaurant, gratuitate la sala de fitness și tarife speciale la celelalte servicii de întreținere corporală. De-asemenea serviciile de laundry și secretariat sunt la dispoziția clienților noștri, la cele mai mici preturi de pe piața.

Prin **marketingul de nișă**, vom încerca depistarea unor noi segmente, sau chiar sub-segmente, care încă nu au fost identificate și le vom analiza, astfel încât să le putem urmări îndeaproape.

Pentru a atrage noi segmente de clienți s-au organizat evenimente cu ocazia zilelor speciale cum ar fi casatoriile civile, logodne sau întâlniri ale absolvenților, microrevelioane. Participanții la aceste evenimente sunt posibili viitori clienți fideli având în vedere că în urma feedback-ului au fost placut impresionați și mulțumiți de serviciile oferite. Au fost contactate firme din diferite sectoare de activitate și le-a fost prezentată oferta noastră; spre exemplu: firme de IT, case de licitații, edituri pentru lansări de carte.

Un alt mijloc de a atrage clienții a fost acela de a oferi reduceri la serviciile/produsele achiziționate. S-au practicat tarife speciale în funcție de sezon, în special pentru zilele de weekend. S-au oferit tarife speciale și firmelor organizatoare de evenimente sau cursuri, care au solicitat servicii de cazare și închiriere de săli de conferință pe o perioadă îndelungată. Printr-o strategie de preț adecvată, judicios corelată cu strategiile promoționale, se poate forța prelungirea ciclului de viață al unui produs, se pot câștiga noi segmente de piață sau se poate impulsiona actul de achiziționare a produsului de către clienți.

Strategii de dezvoltare: strategie de creștere și de diversificare. În urma studiilor de piață s-au efectuat oferte speciale, promoționale, s-au trimis oferte, s-au reînnoit contracte, toate acestea urmărind creșterea vânzărilor.

Strategii orientate spre clienți: aici s-a acordat atenție deosebită clienților în marketingul strategic. S-au formulat chestionare pentru a afla nevoile clienților noștri cât și nemulțumirile acestora pentru o continuă îmbunătățire a serviciilor oferite. S-au efectuat campanii promoționale pentru clienții hotelului, pentru fidelizarea acestora prin oferirea unei game complexe de servicii, celor de cazare și restaurant adaugându-se zona de întreținere: sala de fitness și sauna, cât și terenurile de tenis (pregatiri pentru inceperea sezonului). De asemenea, clienții cu evenimente mari organizate în cadrul hotelului, beneficiază de tarife speciale la comanda unui pachet de servicii, cuprinzând, de exemplu, atât cazare cât și sala de conferință sau servicii de alimentație publică.

Strategia de promovare și publicitate: promovarea companiei și a produselor/serviciilor oferite clienților este esențială pentru construirea unei imagini puternice și pentru a atrage atenția pieței asupra acestora. Serviciile și produsele pe care compania noastră dorește să le aducă în atenția clienților sunt promovate prin campanii de publicitate, care utilizează ca mijloc de comunicare toate canalele disponibile.

S-a urmărit **promovarea companiei și produselor/serviciilor** oferite clienților pentru construirea unei imagini puternice și pentru a atrage atenția pieței asupra acestora, prin diverse acțiuni.

Pe partea de actualizare informații on-line despre Complexul nostru, am continuat îmbunătățirile aduse la site-ul nou www.universt.ro, urmând să implementăm și motorul de rezervări on-line cât mai curând posibil.

După implementarea acestui motor de rezervări, urmează încheierea unui contract de SEO, care să susțină eforturile noastre de a încuraja clienții să își facă rezervări cu plata on-line, direct pe site-ul nou.

În primul semestru al anului 2018, Complexul Univers T a avut o implicare intensă în mediul on-line, încheindu-se contracte de publicitate cu:

CLEVER MEDIA	banner online 300x250 city news, 2 advertoriale, spot 30 secunde
DHC MEDIA NET	banner on line 330X250 PX stitidecluj.ro, advertoriale la cerere
PFA GOLBAN IONUT ALIN	banner online 300X250 clujst.ro, advertoriale la cerere
ASOCIATIA CLUJ TODAY	bannere online 728X90 PX clujtoday.ro, advertoriale la cerere
ACFAMEDIA SRL-D	banner online 350X350 PX clujmedia.ro, advertoriale la cerere
ANTREPROIECT AVRAM	banner online cluj-am.ro, 240X 215 PX

	comunicate advertoriale la cerere
CASA DE EDITURA NAPOCA	banner online 300x200, tipar 8.5x5.5 ziarulfacia.ro, 4 aparitii alb negru banner tipar
MONITORUL DE CLUJ	banner online 160X160 monitoruldecluj.ro, advertoriale la cerere, tipar
SELNACO INTERNATIONAL	difuzare 3/luna stire sau spot napoca fm
REDACTIA ACTUAL DE CLUJ	banner 300x300online actualdecluj.ro, advertoriale la cerere
PAPRIKA RADIO	spot 15 secunde difuzat lunar de 2 ori pe zi
NEWS PORTAL	banner online 300x100 ziuadecluj.ro advertoriale la cerere
BUM MEDIA	banner online 350X150 PX gazetadecluj.ro, advertoriale la cerere
WOW PHOTO SRL-D	banner online 350x250 clujazi.ro, advertoriale la cerere
DODI MEDIA SRL-D	banner online 160X600 PX ziarulclujean.ro,advertoriale la cerere
DEJEANUL MEDIA	banner on line 1025X90 dejeanul.ro, articole la cerere
INTREPRINDERE INDIVIDUALA MAXIM IRINA FLORENTINA	banner on line 728X90 PXsomeseanul.ro , articol la cerere
DEJ 24 MEDIA	banner on line 300X250 PX dej24.ro , articol la cerere
BRAND INVEST SOLUTIONS EXPONENTUL	banner 300x250 px pe platforma www.exponentul.ro,
BUSINESS MEDIA KORP	banner 250X300 PX si articol la cerere pe bzc.ro
PFA POPESCU IOANA AUGUSTA	banner on line 729*90 px pe site ul dejulmeu.ro, articole la cerere
CALL MANIA	banner on line ziardecluj.ro

Pe lângă îmbunătățirea și diversificarea serviciilor, creșterea portofoliului de clienți, în perioada imediat următoare societatea comercială Univers T intenționează să demareze lucrările de renovare-modernizare la amfiteatrul cu o capacitate de circa 310 de locuri și la spațiile anexe acestuia (foayer, sală de conferință, cafenea, spații tehnice și de depozitare), lucrări care reprezintă ultima etapă a programului de renovare-modernizare a complexului hotelier, precum și demararea lucrărilor la modernizarea bazei sportive proprii, actualmente formată din 5 de terenuri tenis descoperite. Astfel vor fi amenajate două terenuri de tenis acoperite, două în aer liber, iar un teren de tenis va fi transformat în teren de fotbal sintetic. Acestea vor fi dotate cu nocturnă, vor fi supravegheate video și vor avea servicii conexe precum dușuri, vestiare, băi, parcare, încălzire (cele acoperite), închirieri echipamente sportive, etc. De asemenea, deasupra

corpului anex cu servicii va fi creată la nivelul unu o terasă unde se vor putea servi băuturi diverse, deserturi, mici gustări, etc. În plus, am terminat amenajarea cabanei de la Călățele Pădure, pentru a putea fi reintrodusă în circuitul turistic.

După finalizarea acestor lucrări, unitatea va avea un centru de conferințe extrem de competitiv, o cabană și o bază sportivă și de agrement moderne, care vor genera venituri suplimentare importante, directe și indirecte și care vor întregii oferta complexului hotelier Univers T.

Președinte Consiliul de Administrație

Vaman Daniel