

**Anexă la Hotărârea nr.
a Consiliului de Administrație**

**Raport privind activitatea Consiliului de Administrație
al Univers T S.A. pe semestrul I al anului 2020**

1. Prezentarea complexului hotelier

Hotelul Univers T a reintrat în anul 2011 în circuitul turistic oferind vizitatorilor 52 de camere twin și matrimoniale 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. Începând cu anul 2017 funcționează Casa Călățele cu toate dotările privind mobilierul și obiectele de inventar necesare asigurării unor servicii corespunzătoare pentru sejururi turistice de scurtă durată, pentru un număr de aproximativ 10 persoane.

Complexul hotelier Univers T dispune de suportul logistic și facilități de organizare și coordonare oferind servicii complete în desfășurarea următoarelor: evenimente corporate, congrese, conferințe, simpozioane și seminarii sau evenimente private precum aniversări, nunți, banchete și catering,. Pentru aceasta, avem la dispoziția clienților salonul Restaurant Luna cu o capacitate de 250 locuri cu posibilitatea de compartimentare în două saloane, salonul Restaurant Venus cu o capacitate de 130 locuri, două Terase de vară cu o capacitate de 75 de locuri, respectiv, 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.

2. Situația indicatorilor economico-financiari pe semestrul I al anului 2020.

UNIVERS T S.A. și-a desfășurat activitatea în a doua parte a semestrului I al anului 2020 în condițiile speciale instituite prin restricțiile de ordin economic, social și administrativ impuse de autorități în urma declanșării pandemiei cu virusul SARS-CoV-2. În condițiile actuale, în conformitate cu prevederile HG 201/2020 unitatea noastră a fost selectată pentru asigurarea spațiului pentru carantină în vederea cazării persoanelor care intră pe teritoriul României din zonele afectate de COVID-19 stabilite prin ordin al ministrului sănătății.

În acest sens, s-au încheiat un contract cu DSP Cluj pentru asigurarea carantinei în spațiile de cazare ale Hotelului Univers T, precum și alte două Acorduri cadru cu UAT Județul Cluj având ca obiect prestarea serviciilor necesare pentru buna funcționare a locației de carantinare atât pentru Hotelul Univers T cât și pentru asigurarea hranei și materialelor și serviciilor necesare desfășurării activităților specifice de carantinare a persoanelor pentru spațiul situat pe str. Nicolae Cristea nr.28, aparținând de Consiliul Județean Cluj.

De asemenea, în urma Ordonanței Militare nr. 1 din 17.03.2020, începând cu data de 18.03.2020 s-a suspendat activitatea de servire și consum al produselor alimentare și băuturilor alcoolice și nealcoolice, organizată de restaurante, hoteluri, cafenele sau alte localuri publice, în spațiile destinate acestui scop din interiorul sau exteriorul locației, situație care este în vigoare și la momentul actual pentru spațiile interioare, neexistând o dată previzibilă pentru anularea acestor dispoziții. Tot în baza acestor dispoziții, s-au suspendat activitățile sportive, ceea ce pentru unitatea noastră a însemnat nerealizarea veniturilor din închirierea spațiilor unde se desfășurau activități sportive.

În acest context, activitatea desfășurată în semestrul I al anului 2020 s-a limitat la asigurarea cazării și hranei și prestarea serviciilor necesare pentru buna funcționare a locației de carantinare pentru persoanele aflate în carantină la Hotelul Univers T și în spațiul situat pe str. Nicolae Cristea nr.28.

Cheltuielile decontate conform prevederilor legale pentru persoanele aflate în carantină la Hotel Univers T au fost următoarele:

- a) Cheltuieli cu cazarea – includ servicii de curățenie, servicii de spălătorie, produse de igienă personală, lenjerie (min. 2 rânduri/ pat), prosoape, protecția bagajelor persoanelor și a altor efecte personale ale acestora
- b) Cheltuieli cu hrana: 3 mese /zi /pers (inclusiv costul tacâmurilor /farfuriilor de unică folosință)
- c) Cheltuieli cu apa: între 2-4 l /zi /persoană (inclusiv costul paharelor de unică folosință)
- d) Cheltuieli cu îmbracaminte corespunzătoare: pijamale 2 buc/pers și papuci de unică folosință 2 perechi/pers
- e) Cheltuieli cu mijloacele de comunicare necesare: translator într-o limbă pe care să o înțeleagă, telefon
- f) Cheltuieli cu tratamentele necesare persoanelor cu afecțiuni medicale preexistente (se vor deconta în baza unor documente medicale: scrisoare medicală, rețetă, etc, care atestă afecțiunea medicală preexistentă).

Cheltuielile de la lit. e) și f) s-au decontat distinct, doar în caz de necesitate, pe bază de documente justificative. În cazul tratamentelor necesare, acestea s-au decontat în baza unor documente medicale: scrisoare medicală, rețetă, etc, care atestă afecțiunea medicală preexistentă.

Univers T a asigurat pentru locația deținută de Consiliul Județean pe str. Nicolae Cristea, având o capacitate de cazare de până la 63 persoane /serie de 14 zile următoarele servicii:

- a) Servicii de curățenie, servicii de spălătorie, produse de igienă personală, lenjerie (min. 2 rânduri /pat), prosoape, protecția bagajelor persoanelor și a altor efecte personale ale acestora
- b) Servicii de acordare hrană – 3 mese/zi/ pers, inclusiv costul tacâmurilor/ farfuriilor de unică folosință.
- c) Furnizare apă – între 2-4 l/zi/persoană (inclusiv costul paharelor de unică folosință).
- d) Furnizare îmbrăcăminte corespunzătoare – pijamale 2 buc/pers și 2 perechi de papuci de unică folosință pentru toată perioada de carantinare.

În baza contractelor de carantină, în perioada de stare de urgență și alertă activitatea desfășurată s-a concretizat în felul următor:

- Prin contractul cu DSP Cluj s-au cazat la Hotelul Univers T un număr de 73 persoane, adică o serie pe perioada 23.03.2020 – 06.04.2020 și pentru care s-a emis factura de servicii (cazare, masă și alte servicii aferente perioadei de carantinare) pentru suma de 301.490 lei.
- Prin Acordul cadru cu UAT Județul Cluj pentru Hotelul Univers T, s-au cazat un număr de 103 persoane, în 6 serii decalate și/sau suprapuse de câte 14 zile, în perioada 20.04.2020 – 14.06.2020. Pentru serviciile oferite (cazare, masă și alte servicii aferente perioadei de carantinare), s-au emis facturi către Consiliul Județean Cluj în valoare totală de 368.170 lei.
- Prin Acordul cadru cu UAT Județul Cluj pentru locația situată în Cluj-Napoca, str Nicolae Cristea nr.28 s-au asigurat masa și servicii de curățenie pentru un număr de 91 persoane, în 2 serii suprapuse de câte 14 zile, în perioada 26.03.2020 – 15.05.2020. Pentru serviciile descrise, s-au emis facturi către Consiliul Județean Cluj în valoare totală de 152.880 lei.

Pentru executarea în condiții de siguranță a celor trei contracte menționate anterior, Univers T a încheiat un contract cu o firmă specializată în colectarea și evacuarea deșeurilor periculoase (toate deșeurile menajere, obiecte de unică folosință, etc. din camerele ocupate de persoanele în carantină). De asemenea, și pentru dezinfecție și curățenie după plecarea persoanelor care au fost în carantină, respectiv pentru spălarea lenjeriei utilizate de acestea, au fost încheiate contracte cu firme specializate și autorizate pentru a presta acest tip de servicii.

În paralel cu preocuparea pentru derularea în bune condiții a acestor contracte având ca obiect servicii pentru persoanele aflate în carantină instituționalizată, conducerea societății a luat măsurile necesare pentru organizarea activităților firmei și pentru instruirea personalului în scopul prevenirii contaminării cu noul coronavirus SARS Cov-2 și pentru asigurarea desfășurării activității la locul de muncă în condiții de securitate și sănătate în muncă, pe perioada stării de urgență și a stării de alertă.

Deși la nivel național hotelurile au fost redeschise începând cu data de 15 mai, datorită faptului că a găzduit persoane aflate în carantină, până la data de 14 iunie, Hotelul Univers T a fost reintrat în circuitul turistic doar din 16 iunie, după o dezinfecție profesională riguroasă efectuată de firme de specialitate.

De asemenea, ținând cont de restricțiile din această perioadă, în paralel cu asigurarea de servicii pentru persoane carantinate, s-a continuat activitatea de comercializare a produselor alimentare care nu presupune rămânerea clienților în spațiul restaurantului, prin sistemul de ridicare a produselor sau livrare la client. În plus, Univers T a asigurat zilnic pe durata stării de urgență, în mod gratuit și în sistem catering, masa de prânz pentru 25 de cadre medicale de la Spitalul de Boli Infecțioase Cluj.

Activitatea descrisă mai sus a condus la înregistrarea următoarelor rezultate economico-financiare pentru semestrul I al anului 2020:

-mii lei-

		INDICATORI	Nr. rd.	Propuneri an curent 2020 Sem I	Realizat an curent 2020 Sem I	6 = 5 / 4 * 100
0	1	2		4	5	6
I.		Sem I	1	4,146.50	3,647.38	87.96
	1	Venituri totale din exploatare (Rd.2=Rd.3+Rd.8+Rd.9+Rd.12 +Rd.13+Rd.14), din care:	2	4,142.00	3,642.15	87.93
	a)	din producția vândută (Rd.3=Rd.4+Rd.5+Rd.6+Rd.7), din care:	3	2,790.00	2,584.39	92.63
	a1)	din vânzarea produselor	4	0.00	0.00	0.00
	a2)	din servicii prestate	5	1,200.00	912.48	76.04
	a3)	din redevențe și chirii	6	1,590.00	1,671.91	105.15
	a4)	alte venituri	7	0.00	0.00	0.00
	b)	din vânzarea mărfurilor	8	900.00	677.97	75.33
	c)	din subvenții și transferuri de exploatare aferente cifrei de afaceri nete (Rd.9=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	400.00	326.64	81.66
	f)	alte venituri din exploatare (Rd.15+Rd.16+Rd.19+Rd.20+Rd.21), din care:	14	52.00	53.15	102.20
	f1)	din amenzi și penalități	15	0.00	0.00	0.00

	f2)	din vânzarea activelor și alte operații de capital (Rd.16=Rd.17+Rd.18), din care:	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	53.15	102.20
2		Venituri financiare (Rd.22=Rd.23+Rd.24+Rd.25+ Rd.26+Rd.27), din care:	22	4.50	5.23	116.24
	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	0.00	0.00
	d)	din dobânzi	26	0.50	0.96	191.60
	e)	alte venituri financiare	27	4.00	4.27	106.83
II	CHELTUIELI TOTALE (Rd.28=Rd.29+Rd.130)		28	3,843.18	3,915.69	101.89
1	Cheltuieli de exploatare (Rd.29=Rd.30+Rd.78+Rd.85+Rd.113), din care:		29	3,682.18	3,689.98	100.21
	A. Cheltuieli cu bunuri si servicii (Rd.30=Rd.31+Rd.39+Rd.45), din care:		30	809.30	1,234.20	152.50
A1	Cheltuieli privind stocurile (Rd.31=Rd.32+Rd.33+Rd.36+ Rd.37+Rd.38), din care:		31	550.00	1,014.53	184.46
	a)	cheltuieli cu materiile prime	32	140.00	316.96	226.40
	b)	cheltuieli cu materialele consumabile, din care:	33	140.00	256.09	182.92
	b1)	cheltuieli cu piesele de schimb	34	8.00	7.85	98.13
	b2)	cheltuieli cu combustibilii	35	82.00	150.27	183.26
	c)	cheltuieli privind materialele de natura obiectelor de inventar	36	50.00	3.29	6.58
	d)	cheltuieli privind energia și apa	37	80.00	113.76	142.20
	e)	cheltuieli privind mărfurile	38	140.00	324.43	231.74
A2	Cheltuieli privind serviciile executate de terți (Rd.39=Rd.40+Rd.41+Rd.44), din care:		39	28.00	16.39	58.54
	a)	cheltuieli cu întreținerea și reparațiile	40	12.00	6.84	57.00
	b)	cheltuieli privind chirile (Rd.41=Rd.42+Rd.43) din care:	41	0.00	0.00	0.00
	b1)	- către operatori cu capital integral/majoritar de stat	42	0.00	0.00	0.00
	b2)	- către operatori cu capital privat	43	0.00	0.00	0.00
	c)	prime de asigurare	44	16.00	9.55	59.69

A3	Cheltuieli cu alte servicii executate de terți (Rd.45=Rd.46+Rd.47+Rd.49+ Rd.56+Rd.61+Rd.62+Rd.66+ Rd.67+Rd.68+Rd.77), din care:		45	231.30	203.28	87.88
a)	cheltuieli cu colaboratorii		46	105.50	127.16	120.53
b)	cheltuieli privind comisioanele și onorariul, din care:		47	17.00	20.43	120.18
	b1)	cheltuieli privind consultanța juridică	48	16.00	20.19	126.19
c)	cheltuieli de protocol, reclamă și publicitate (Rd.50+Rd.52), din care:		49	46.00	18.64	40.52
	c1)	cheltuieli de protocol, din care:	50	6.00	0.38	6.33
		- tichete cadou potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	51	0.00	0.00	0.00
	c2)	cheltuieli de reclamă și publicitate, din care:	52	40.00	18.26	45.65
		- tichete cadou ptr. cheltuieli de reclamă și publicitate, potrivit Legii nr.193/2006, cu modificările ulterioare	53	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	54	0.00	0.00	0.00
		- ch.de promovare a produselor	55	40.00	18.26	45.65
d)	Ch. cu sponsorizarea, potrivit O.U.G. nr. 2/2015 (Rd.56=Rd.57+Rd.58+Rd.60), din care:		56	0.00	0.00	0.00
	d1)	ch. de sponsorizare in domeniul medical și sănătate	57	0.00	0.00	0.00
	d2)	ch. de sponsorizare in domeniile educație, învățământ, social și sport, din care:	58	0.00	0.00	0.00
		- pentru cluburile sportive	59	0.00	0.00	0.00
	d3)	ch. de sponsorizare pentru alte acțiuni și activități	60	0.00	0.00	0.00
e)	cheltuieli cu transportul de bunuri și persoane		61	2.20	0.03	1.27
f)	cheltuieli de deplasare, detașare, transfer, din care:		62	1.20	0.00	0.00
	cheltuieli cu diurna (rd.63=Rd.64+Rd.65) din care:		63	1.20	0.00	0.00
	<i>-interna</i>		64	1.20	0.00	0.00
	<i>-externa</i>		65	0.00	0.00	0.00
g)	cheltuieli poștale și taxe de telecomunicații		66	17.00	17.10	100.59
h)	cheltuieli cu serviciile bancare și asimilate		67	21.00	10.73	51.10
i)	alte cheltuieli cu serviciile executate de terți, din care:		68	21.40	9.19	42.94
	i1)	cheltuieli de asigurare și pază	69	2.40	0.60	25.00
	i2)	cheltuieli privind întreținerea și funcționarea tehnicii de calcul	70	12.00	5.59	46.58
	i3)	cheltuieli cu pregătirea profesională	71	4.00	0.00	0.00

	i4)	cheltuieli cu reevaluarea imobilizărilor corporale și necorporale, din care:	72	3.00	3.00	100.00
		-aferele bunurilor de natura domeniului public	73	0.00	0.00	0.00
	i5)	cheltuieli cu prestațiile efectuate de filiale	74	0.00	0.00	0.00
	i6)	cheltuieli privind recrutarea și plasarea personalului de conducere cf. Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 109/2011	75	0.00	0.00	0.00
	i7)	cheltuieli cu anunțurile privind licitațiile și alte anunțuri	76	0.00	0.00	0.00
	j)	alte cheltuieli	77	0.00	0.00	0.00
B Cheltuieli cu impozite, taxe și vărsăminte asimilate (Rd.78=Rd.79+Rd.80+Rd.81+Rd.82+ Rd.83+Rd.84), din care:			78	93.00	117.54	126.39
a)		ch. cu taxa pt.activitatea de exploatare a resurselor minerale	79	0.00	0.00	0.00
b)		ch. cu redevența pentru concesionarea bunurilor publice și resursele minerale	80	0.00	0.00	0.00
c)		ch. cu taxa de licență	81	0.00	0.00	0.00
d)		ch. cu taxa de autorizare	82	0.00	0.00	0.00
e)		ch. cu taxa de mediu	83	0.00	0.00	0.00
f)		cheltuieli cu alte taxe și impozite	84	93.00	117.54	126.39
C. Cheltuieli cu personalul (Rd.85=Rd.86+Rd.99+Rd.103+Rd. 112), din care:			85	2,329.88	1,946.74	83.56
C0		Cheltuieli de natură salarială (Rd.86=Rd.87+ Rd.91)	86	1,701.58	1,322.07	77.70
C1		Cheltuieli cu salariile (Rd.87=Rd.88+Rd.89+Rd.90), din care:	87	1,482.02	1,249.22	84.29
	a)	salarii de bază	88	1,055.08	926.87	87.85
	b)	sporuri, prime și alte bonificații aferente salariului de bază (conform CCM)	89	426.94	322.35	75.50
	c)	alte bonificații (conform CCM)	90	0.00	0.00	0.00
C2		Bonusuri (Rd.91=Rd.92+Rd.95+Rd.96+ Rd.97+ Rd.98), din care:	91	219.56	72.85	33.18
	a)	cheltuieli sociale prevăzute la art. 25 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal*), cu modificările și completările ulterioare, din care:	92	60.00	11.17	18.62
		- tichete de creșă, cf. Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	93	0.00	0.00	0.00
		- tichete cadou pentru cheltuieli sociale potrivit Legii nr. 193/2006, cu modificările ulterioare;	94	53.20	4.80	9.02
	b)	tichete de masă;	95	105.56	61.68	58.43
	c)	vouchere de vacanță;	96	54.00	0.00	0.00

	d) ch. privind participarea salariabililor la profitul obtinut în anul precedent	97	0.00	0.00	0.00
	e) alte cheltuieli conform CCM.	98	0.00	0.00	0.00
C3	Alte cheltuieli cu personalul (Rd.99=Rd.100+Rd.101 +Rd. 102), din care:	99	0.00	0.00	0.00
	a) ch. cu plățile compensatorii aferente disponibilizărilor de personal	100	0.00	0.00	0.00
	b) ch. cu drepturile salariale cuvenite în baza unor hotărâri judecătorești	101	0.00	0.00	0.00
	c) cheltuieli de natură salarială aferente restructurării, privatizării, administrator special, alte comisii si comitete	102	0.00	0.00	0.00
C4	Cheltuieli aferente contractului de mandat si a altor organe de conducere si control, comisii si comitete (Rd.103=Rd.104+Rd.107+ Rd.110+ Rd.111), din care:	103	548.30	545.92	99.57
	a) pentru directori/directorat	104	404.40	402.33	99.49
	-componenta fixă	105	269.60	268.22	99.49
	-componenta variabilă	106	134.80	134.11	99.49
	b) pentru consiliul de administrație/consiliul de supraveghere, din care:	107	143.90	143.59	99.78
	-componenta fixă	108	108.00	107.69	99.71
	-componenta variabilă	109	35.90	35.90	100.00
	c) pentru cenzori	110	0.00	0.00	0.00
	d) pentru alte comisii și comitete constituite potrivit legii	111	0.00	0.00	0.00
C5	Cheltuieli cu contribuțiile datorate de angajator	112	80.00	78.75	98.44
	D. Alte cheltuieli de exploatare (Rd.113=Rd.114+Rd.117+Rd.118+ Rd.119+Rd.120+Rd.121), din care:	113	450.00	391.50	87.00
a)	cheltuieli cu majorări și penalități (Rd.114=Rd.115+Rd.116), din care:	114	0.00	0.00	0.00
	- către bugetul general consolidat	115	0.00	0.00	0.00
	- către alți creditori	116	0.00	0.00	0.00
b)	cheltuieli privind activele imobilizate	117	0.00	0.00	0.00
c)	cheltuieli aferente transferurilor pentru plata personalului	118	0.00	0.00	0.00
d)	alte cheltuieli	119	0.00	0.00	0.00
e)	ch. cu amortizarea imobilizărilor corporale și necorporale	120	450.00	391.50	87.00
f)	ajustări și deprecieri pentru pierdere de valoare și provizioane (Rd.121=Rd.122-Rd.125), din care:	121	0.00	0.00	0.00
f1)	cheltuieli privind ajustările și provizioanele	122	0.00	0.00	0.00

	f1.1)	-provizioane privind participarea la profit a salariaților	123	0.00	0.00	0.00
	f1.2)	- provizioane in legatura cu contractul de mandat	124	0.00	0.00	0.00
	f2)	venituri din provizioane și ajustări pentru depreciere sau pierderi de valoare , din care:	125	0.00	0.00	0.00
	f2.1)	din anulara provizioanelor (Rd.126=Rd.127+Rd. 128+ Rd.129), din care:	126	0.00	0.00	0.00
		- din participarea salariaților la profit	127	0.00	0.00	0.00
		- din deprecierea imobilizărilor corporale și a activelor circulante	128	0.00	0.00	0.00
		- venituri din alte provizioane	129	0.00	0.00	0.00
2		Cheltuieli financiare (Rd.130=Rd.131+Rd.134+Rd.137), din care:	130	161.00	225.71	140.19
	a)	cheltuieli privind dobânzile, din care:	131	160.00	225.58	140.99
	a1)	aferente creditelor pentru investiții	132	160.00	225.58	140.99
	a2)	aferente creditelor pentru activitatea curentă	133	0.00	0.00	0.00
	b)	cheltuieli din diferențe de curs valutar, din care:	134	0.00	0.00	0.00
	b1)	aferente creditelor pentru investiții	135	0.00	0.00	0.00
	b2)	aferente creditelor pentru activitatea curentă	136	0.00	0.00	0.00
	c)	alte cheltuieli financiare	137	1.00	0.13	13.00
III		REZULTATUL BRUT (profit/pierdere) (rd.138=Rd.1-Rd.28)	138	303.32	-268.31	-88.46

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

Indicator economic	Prevederi Sem I 2020	Realizări Sem I 2020	%
Venituri -Restaurant	900,000.00	677,970.00	75.33
Venituri-Hotel și săli de conferință	1,200,000.00	847,046.00	70.59
Venituri -Cota de asociere cu SC Iulius Mall Cluj SRL	1,590,000.00	1,653,918.00	104.02
Venituri din variatia stocurilor	400,000.00	326,639.00	81.66
Alte venituri din servicii prestate	-	93,023.00	-
Alte venituri din exploatare	52,000.00	43,554.00	83.76
Venituri financiare	4,500.00	5,230.00	116.22
Total venituri	4,146,500.00	3,647,380.00	87.96

I. Cheltuieli de exploatare, din care:	3,682,180.00	3,689,976.00	100.21
1. Cheltuieli materiale, din care	763,300.00	1,215,556.00	159.25
a) cheltuieli cu materiale consumabile	58,000.00	136,393.00	235.16
b) cheltuieli cu obiectele de inventar	50,000.00	3,293.00	6.59
c) cheltuieli cu costul marfii	140,000.00	326,639.00	233.31
d) cheltuieli cu utilitatile	162,000.00	231,243.00	142.74
e) cheltuieli cu alte servicii executate de terti	213,300.00	201,027.00	94.25
f) cheltuieli cu materia prima	140,000.00	316,961.00	226.40
2. Cheltuieli cu personalul	2,329,880.00	1,946,739.00	83.56
3. Cheltuieli cu amortizarile	450,000.00	391,499.00	87.00
4. Cheltuieli de protocol	6,000.00	380.00	-
5. Cheltuieli de reclama si publicitate	40,000.00	18,260.00	45.65
6. Cheltuieli cu impozite, taxe, etc	93,000.00	117,542.00	126.39
7. Alte cheltuieli de exploatare	-	-	-
II. Cheltuieli financiare	161,000.00	225,712.00	140.19
Total cheltuieli	3,843,180.00	3,915,688.00	101.89
Rezultatul brut	303,320.00	- 268,308.00	- 88.46

Veniturile totale realizate în semestrul I al anului 2020 reprezintă 87,96% din veniturile totale prevăzute. Cheltuielile înregistrate sunt aferente veniturilor realizate în semestrul I a.c. și cuprind cheltuieli suplimentare speciale, neprevăzute, necesare pentru asigurarea materialelor consumabile și a serviciilor de carantinare (articole de unică folosință pentru hrană și igienă personală, spălare specială lenjerie, dezinfecție după fiecare serie, transportul deșeurilor periculoase, etc.). În aceste condiții, cheltuielile reprezintă 101,89 % față de prevederile bugetare.

Rezultatul brut realizat în semestrul I al anului 2020 este o pierdere în valoare de 268.308 lei, având ca sursă nerealizarea veniturilor prognozate, urmare a declanșării pandemiei de

coronavirus care a dus la închiderea complexului hotelier și prin urmare anularea evenimentelor din restaurant și a rezervărilor pentru camere.

Raportat la aceeași perioadă din anul precedent, în tabelul de mai jos sunt trecute realizările societății în semestrul I 2020.

Indicatori economici	Sem. I 2019	Sem.I 2020	Procent (%) Sem. I 2020/ Sem. I 2019
Venituri totale	4,377,130	3,647,380	83.33
Cifra de afaceri	3,945,126	3,271,957	82.94
Cheltuieli totale	3,849,726	3,915,688	101.71
Profit brut	527,404	(268,308)	

3. Modul de îndeplinire a criteriilor de performanță la 30.06.2020.

În tabelul de mai jos sunt prezentați indicatorii de performanță anexă la contractele de mandat ale directorilor societății, *gradul global de îndeplinire a criteriilor și obiectivelor de performanță la 30.06.2020 fiind de 101,10*.

Gradul de îndeplinire a indicatorilor de performanță, raportând realizările la indicatorii de performanță aprobați, este redat în situația de mai jos:

Nr crt.	Indicator	UM	01.01.2020 - 30.06.2020				Grad de îndeplinire ponderat
			Nivel indicator -	Nivel indicator - realizări	Grad de îndeplinire	Pondere	

			prevederi				
1	2	4	5	6	7	8	9
I.	Indicatori financiari 20%					20	24.63
1	Marja profitului	%	12	0.00	0.00	4	0.00
2	Perioada de recuperare a creanțelor	zile	29	21.00	138.10	4	5.52
3	Cheltuieli la 1000 lei venit	lei	915	1042.91	87.74	4	3.51
4	Fluxul de numerar		>0	1.28	100.00	4	4.00
5	Încadrarea în perioada de plată a datoriilor	zile	29	10.00	290.00	4	11.60
II.	Indicatori operaționali; servicii publice 30%					30	26.46
1	Gradul de ocupare al camerelor	%	70	44.23	63.19	10	6.32
2	Rata opiniilor favorabile	%	80	83.00	103.75	5	5.19
3	Realizarea planului de investiții	%	70	75.00	107.14	5	5.36
4	Realizarea veniturilor din activități hoteliere și de alimentație publică	lei	1,530,000	1,468,692	95.99	10	9.60
III.	Indicatori guvernanta corporativă 50%					50	50.00
1	Transparența privind publicarea pe pagina de internet a obligațiilor de raportare	%	100	100.00	100.00	15	15.00
2	Elaborarea și prezentarea la timp a rapoartelor trimestriale, semestriale și anuale privind execuția mandatului conform legislației, inclusiv a indicatorilor de performanță	%	100	100.00	100.00	15	15.00
3	Dezvoltarea sistemului de control intern managerial	nr	min 13	13.00	100.00	20	20.00
	Total ponderi %					100	101.10

4. Informații referitoare la activitatea desfășurată de unitățile de cazare și de alimentație publică. Activitățile de marketing-vânzări.

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 tranzitează 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 2020 camerele hotelului, au ca și sursă de proveniență:

Total		Persoane aflate în carantină		Alții (corporate, agenții, individual)	
Total înnoptări	Total camere ocupate	Înnoptări	Camere ocupate	Înnoptări	Camere ocupate
4.775	3.161	2.622	1.517	2.153	1.644

În prima jumătate a lui 2020, Hotel Univers T a vândut un număr de 3.161 camere, cazând 4.755 clienți, total înnoptări: 4.513 din care 373 străini și 4.140 români, gradul de ocupare per cameră fiind de **44.23%**, iar cel per pat de **55.52 %**.

Spre comparație, în tabelul de mai jos este prezentată situația gradului de ocupare a locurilor de cazare la nivelul municipiului Cluj-Napoca (sursa; Direcția Județeană de Statistică Cluj):

Grad ocupare locuri de cazare 2019 vs 2020 - MUNICIPIUL CLUJNAPOCA

An	ianuarie	februarie	martie	aprilie	mai
2019	22.33	27.16	28.81	34.89	40.03
2020	21.8	26.18	15.43	3.89	5.54

Pe parcursul semestrului I ne-au trecut pragul atât turiști români (4.140 înnoptări- 91.73 %), cât și străini (373 înnoptări- 8.27 %). Majoritatea turiștilor străini au fost din țări precum

Spania (80), Germania (50), Italia (50), Ungaria (35) dar am avut și oaspeți din țări precum USA (7), Singapore (4) sau Malaezia (2).

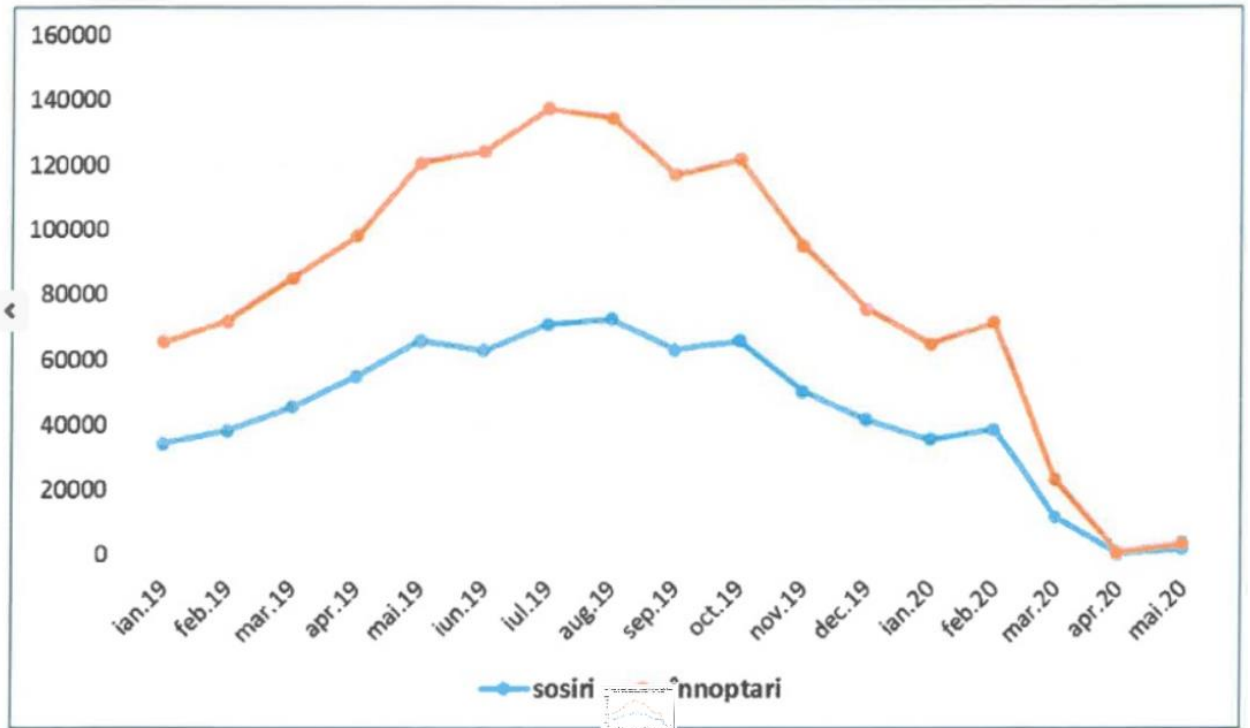
Menționăm că în această statistică sunt cuprinși atât clienții propriu ziși ai hotelului (cazați în perioada 01.01.2020-22.03.2020), cât și persoanele aflate în carantină instituționalizată (în perioada 23.03.2020-14.06.2020).

După redeschiderea hotelului pentru clienți, începând cu data de 16 iunie, în condițiile în care s-au implementat toate măsurile necesare pentru prevenirea contaminării cu noul coronavirus SARS-CoV-2, numărul zilnic de camere vândute a fost foarte mic, fiind între 2 și 10 camere pe zi. Mai degrabă putem spune că avem o cerere în creștere pentru Cabana de la Călățele, ceea ce se încrie în trendul actual al clienților de a se refugia în zone rurale, aerisite, unde riscul de contagiare este mult mai scăzut. Practic putem spune că este vorba de o reluare extrem de timidă a activității hoteliere la nivelul întregii țări, clienții fiind încă reticenti în a solicita servicii hoteliere, iar efectele negative ale pandemiei de Covid 19 se vor resimți pe termen lung.

Potrivit unui comunicat al Direcției Județene de Statistică Cluj, numărul turiștilor care au vizitat Clujul a scăzut drastic în această perioadă. Astfel, în luna mai 2020, sosirile înregistrate în structurile de primire turistică din județul Cluj au însumat doar 2.334 de turiști, în scădere cu 96,47% față de cele din luna mai 2019 (66.134). Comparativ cu luna aprilie 2019 când au fost de 55.011, sosirile în structurile de primire turistică în aprilie 2020 au fost în număr de 635. De asemenea, în perioada 01.01 – 31.05.2020 la nivelul județului Cluj, au fost cazați 89.402 turiști, din care 12.750 turiști străini (reprezentând 14,27 % din totalul turiștilor). Comparativ cu aceeași perioadă din anul 2019, numărul turiștilor a scăzut cu 62,7 %.

În tabelul de mai jos este o reprezentare grafică a evoluției sosirilor/înnoptărilor în structurile de cazare din județul Cluj în perioada ianuarie-mai 2020.

Evoluția sosirilor/înoptărilor înregistrate în structurile de primire turistică cu funcțiuni de cazare, în județul Cluj, în perioada ianuarie 2019 – mai 2020



Coronavirusul a „DEMOLAT” turismul clujean! Scădere cu peste 95% în această primăvară

În primul semestru al anului 2020, departamentul marketing a încheiat 13 contracte de colaborare, din care 5 contracte cu agenții de turism, 3 contracte corporate și 5 de eveniment. Toate contractele semnate între anii 2011- 2019 au fost prelungite și în 2020.

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 de raportare, evenimentele din sălile de conferințe au fost în număr de 133, numărul total al participanților ridicându-se la aprox 2.800 persoane.

Restaurantele Luna, Venus si Salonul Mercur au gazduit 96 evenimente, dintre care 18 botezuri, 2 nunti si 76 de alte evenimente, un numar de aproximativ 2.550 persoane trecandu-ne pragul.

Din pacate, în trimestrul doi, din cauza restricțiilor impuse de starea de urgență și alertă cauzată de virusul Covid-19, evenimentele din Restaurante și Săli Conferință au fost sistate, neînregistrându-se niciun eveniment.

Evenimente 2020

2018	Nuntă	Botez	Alte evenimente (mese/cine)
Ianuarie	0	9	26
Februarie	1	7	31
Martie	1	2	19
Total	2	18	76

Evenimente 2019

2019	Nuntă	Botez	Alte evenimente (mese/cine)
Ianuarie	0	1	12
Februarie	0	0	11
Martie	0	2	26
Total	0	3	49

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 2020 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. S-a început 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 au fost **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 site-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 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 prețuri 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 impresionati și multumiți 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.

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 impulsiunea 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.

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, am lansat un blog aferent site-ului nostru și să încercăm să atragem cât mai mulți clienți posibil. Toate îmbunătățirile aduse site-ului optimizează pentru utilizarea în varianta mobile.

Tot pentru promovare on-line, am luat legatura cu posibili parteneri pentru publicarea unui banner online care duce spre pagina noastră, pe site-urile de interes ridicat: Aeroportul Avram Iancu, ExpoTransilvania, BT Arena, Sala Polivalentă, diferite ziare de știri și de profil turism, site-uri țargetate pe activități hoteliere, alimentație publică, organizări de evenimente și turism de afaceri, medical, sportiv etc.

Pentru partea de promovare a evenimentelor mari pentru restaurant, în special pentru a atrage cât mai multe nunți, am participat la două Târguri de Nunți anul acesta, 24-26 ianuarie la WeddFest, Sala Polivalentă și în perioada 17-19 ianuarie 2020, la Grand Italia Wedding Show.

Începând cu jumătatea a doua a lunii martie, datorită restricțiilor impuse de autorități, activitatea noastră a fost puternic afectată, politicile de marketing nemaiavând atât de mult impact, fiind necesară o reconsiderare a acestora. În consecință, am redus activitățile plătite pe parte de marketing, urmând să analizăm și să abordăm, la momentul de necesitate, strategiile cele mai eficiente în condițiile actuale.

Pe segmentul investițiilor, în cursul trimestrului I au continuat lucrările de renovare-modernizare a Amfiteatrului. De asemenea, s-a continuat renovarea camerelor hotelului Univers T, lucrările fiind finalizate pe etajele V și VI în luna martie.

Începând cu data de 23 martie 2020, când Hotel Univers T a început să opereze ca și centru autorizat de carantină, lucrările au fost sistate până la redeschiderea hotelului pentru publicul larg, când au fost reluate lucrările de renovare a camerelor de pe etajele III și IV, lucrări care fac parte din strategia managementului societății de creștere a competitivității complexului hotelier pe o piață care va cunoaște o serie de schimbări și tendințe în viitorul apropiat, post-pandemie.

PREȘEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE

VAMAN DANIEL