



PARTENERIATE B2C, B2B, B2G, PPP

PARTENERIATE / COLABORĂRI

Parteneriatul este un aranjament formal între două sau mai multe părți pentru a gestiona și opera o afacere și a împărți profiturile acesteia. Există mai multe tipuri de acorduri de parteneriat. Într-o societate în nume colectiv, toți partenerii împart în mod egal obligațiile și profiturile. În alte tipuri de parteneriate, profiturile pot fi împărțite în procente diferite sau unii parteneri pot avea răspundere limitată.

Parteneriatele pot avea, de asemenea, un „partener tăcut / mutual”, în care o parte nu este implicată în operațiunile de zi cu zi ale afacerii. Tipul de parteneriat pe care îl aleg partenerii de afaceri va depinde de modul în care doresc să gestioneze operațiunile de zi cu zi, cine este dispus să fie responsabil financiar pentru afacere și modul în care doresc să plătească impozitele.

PARTNERSHIP / ASOCIERE COMPANII

Parteneriatul este o structură de afaceri neîncorporată pe care două sau mai multe părți o formează și o dețin împreună se numește parteneriat. Aceste părți, numite parteneri, pot fi persoane fizice, corporații, alte parteneriate sau alte entități juridice. Partenerii pot contribui cu capital, forță de muncă, abilități și experiență afacerii. Aceștia pot avea răspundere juridică nelimitată pentru acțiunile parteneriatului și ale partenerilor săi. Cel mai comun tip de partener este un asociat general, care gestionează și exercită în mod activ controlul asupra operațiunilor de afaceri. Comandatorii au răspundere juridică limitată. Acest tip de partener nu poate gestiona sau exercita controlul asupra afacerii. Printre cele mai comune tipuri de parteneriate sunt parteneriatele în general (GP), parteneriatele în comandită (LP) și parteneriatele cu răspundere limitată (LLP).

Un parteneriat poate începe chiar și fără un contract oral sau scris. Acolo unde există un contract scris între parteneri, acesta se numește contract de parteneriat. Partenerii convin asupra scopului parteneriatului și asupra drepturilor și responsabilităților lor. Un parteneriat își împarte profitul sau pierderea între parteneri. Ei sunt responsabili pentru depunerea și plata impozitelor pentru partea lor din profitul parteneriatului. Această formă de afaceri este similară cu o societate în comun. O asociere în comun este cazul în care două părți (de obicei corporații) desfășoară o afacere împreună, deși nu neapărat pentru profit.

TIPURI DE AFACERI

- Proprietate unică / Sole Proprietorship
- Parteneriat general (GP)
- Societate în comandită (LP)
- Societate cu răspundere limitată (LLC)
- Parteneriat cu răspundere limitată (LLP)
- Cooperative
- Corporații

TIPURI DE PARTENERI

✱ Partener general:

- ⊙ Poate contribui cu capital și expertiză la parteneriat.
- ⊙ Gestionează și exercită în mod activ controlul asupra operațiunilor de afaceri.
- ⊙ Să aibă răspundere juridică nelimitată pentru actele și obligațiile parteneriatului.
- ⊙ Activele lor fac obiectul oricăror pretenții legale formulate împotriva parteneriatului.
- ⊙ Poate fi parte la orice pretenții legale formulate de parteneriat sau orice pretenții formulate împotriva parteneriatului și a partenerilor săi.

✱ Partener comanditar:

- ⊙ Poate contribui doar cu capital (active, numerar etc.) la parteneriat.
- ⊙ Nu poate gestiona și nu poate exercita controlul asupra operațiunilor comerciale.
- ⊙ Are răspundere juridică limitată pentru actele și obligațiile parteneriatului. Numai contribuțiile lor la parteneriat sunt supuse oricăror pretenții legale împotriva parteneriatului, nu activele lor.
- ⊙ Nu poate fi parte la nicio pretenție juridică făcută de parteneriat sau la orice pretenție făcută împotriva parteneriatului și a partenerilor săi generali.

TIPURI DE PARTENERIATE

Parteneriat General (GP)

- ✓ Parteneriatele generale (GP) sunt cel mai ușor și mai ieftin tip de parteneriat de format. Doi sau mai mulți asociați generali o dețin, cu răspundere juridică solidară pentru toate datoriile și obligațiile. Ei administrează și controlează în comun afacerea.
- ✓ Un parteneriat în general poate începe imediat atunci când partenerii decid să desfășoare afaceri împreună, chiar și fără un contract oral sau scris. Această ușurință contrastează cu disputele potențial costisitoare care pot apărea între parteneri dacă aceștia nu le pot rezolva pe cale amiabilă.
- ✓ Acest tip de parteneriat este ușor de dizolvat. De exemplu, parteneriatul se dizolvă dacă vreun partener pleacă, intră în faliment sau decedează. Regulile de parteneriat diferă la nivel mondial. Unele jurisdicții pot oferi alternative partenerilor rămași care doresc să continue afacerea. Cu excepția înregistrării unui nume comercial, există puține cerințe guvernamentale specifice acestui tip de parteneriat.
- ✓ Cerințele guvernamentale în curs sunt, de asemenea, limitate. De exemplu, ținerea unei adunări generale anuale, cum ar fi o corporație sau alte tipuri de structuri de afaceri, nu este necesară.

- ✓ Asociația și partenerii săi trebuie să raporteze și să plătească în mod regulat impozite pe venitul parteneriatului. Impozitele sunt plătite de către parteneri mai degrabă decât de către parteneriat.
- ✓ Un acord de parteneriat este valoros pentru multe parteneriate în general. De exemplu, poate descrie un proces de evaluare și compensare a unui partener plecat pentru interesul său de afaceri. Transferul dobânzii poate fi mai atractiv pentru partenerii rămași în loc să dizolve afacerea cu totul.

● **Societate în comandită / Limited Partnership (LP)**

- ✓ O societate în comandită (LP) este un tip de parteneriat care limitează răspunderea juridică a unor parteneri pentru datorii și obligații. Cel puțin un asociat comanditar este un contribuitor pasiv de numerar și active.
- ✓ Un LP oferă contribuabililor o modalitate de a investi fără a presupune răspunderea legală. În unele jurisdicții, această structură de afaceri este considerată o entitate juridică separată care poate încheia contracte și își poate asuma obligații.
- ✓ Există cel puțin un asociat general cu răspundere juridică nelimitată. Partenerul general gestionează și controlează afacerea.
- ✓ La începerea sau dizolvarea acestui parteneriat, LP trebuie să se înregistreze și să raporteze autorităților locale. Este mai costisitor și mai complex decât formarea unui parteneriat general.
- ✓ Pentru început, un LP trebuie să înregistreze numele societății în comandită și detaliile asociatilor generali la autoritățile locale. Pentru a se dizolva, un LP depune de obicei un document, uneori numit „Declarație de dizolvare” sau „Declarație de anulare”.
- ✓ Un contract scris este o componentă esențială atunci când se formează acest tip de parteneriat. Un acord de parteneriat între parteneri acoperă drepturile și responsabilitățile acestora, protejând în același timp contribuțiile asociatului comanditar.
- ✓ Pot exista cerințe guvernamentale în curs de desfășurare. De exemplu, unele jurisdicții au nevoie ca LP să depună în mod regulat rapoarte de informații către autoritățile locale responsabile de afacerile din zonă. Cu toate acestea, ținerea unei adunări generale anuale nu este obligatorie decât dacă este menționat în contractul de parteneriat, spre deosebire de o corporație sau de un alt tip de structură de afaceri.
- ✓ Asociația și partenerii săi trebuie să raporteze și să plătească în mod regulat impozite pe venitul parteneriatului. Partea partenerilor este prezentată în contractul de parteneriat. Impozitele sunt plătite de către parteneri mai degrabă decât de către parteneriat.

● **Parteneriat cu răspundere limitată / Limited Liability Partnership (LLP)**

- ✓ Un parteneriat cu răspundere limitată (LLP) este o extensie a unui parteneriat în general care limitează răspunderea juridică a tuturor partenerilor. Partenerii generali din acest tip de parteneriat au protecție împotriva faptelor ilicite ale celorlalți parteneri, cum ar fi neglijența, comportamentul necorespunzător și alte comportamente neprofesioniste.
- ✓ În jurisdicțiile în care această structură de afaceri este disponibilă, este considerată o entitate juridică separată care poate încheia contracte și își poate asuma obligații.
- ✓ Autoritățile locale pot restricționa structura la întreprinderile eligibile din industriile bazate pe cunoaștere, de exemplu, profesioniștii juridici și contabili. Autoritățile pot

solicita o dovadă a permisiunii din partea organismului de conducere profesional înainte ca partenerii să poată forma un LLP.

- ✓ Partenerii administrează și controlează afacerea.
- ✓ La începerea sau dizolvarea acestui parteneriat, un LLP trebuie să se înregistreze și să raporteze autorităților locale. Este mai costisitor și mai complex decât formarea unui parteneriat general.
- ✓ Pentru început, un LLP trebuie să înregistreze numele parteneriatului cu răspundere limitată și numărul de parteneri la autoritățile locale. Pentru a se dizolva, un LLP depune de obicei un document, uneori numit „Declarație de dizolvare” sau „Declarație de anulare”.
- ✓ Un contract scris este o componentă esențială atunci când se formează acest tip de parteneriat. Un acord de parteneriat între parteneri acoperă drepturile și responsabilitățile acestora, protejând în același timp contribuțiile partenerului.
- ✓ Există cerințe guvernamentale în curs. De exemplu, un LLP trebuie să depună în mod regulat rapoarte de informații către autoritățile locale responsabile cu afacerile din zonă. Cu toate acestea, ținerea unei adunări generale anuale nu este obligatorie decât dacă este menționat în contractul de parteneriat, spre deosebire de o corporație sau alte tipuri de structură de afaceri.
- ✓ Asociația și partenerii săi trebuie să raporteze și să plătească în mod regulat impozite pe venitul parteneriatului. Partea partenerilor este prezentată în contractul de parteneriat. Impozitele sunt plătite de către parteneri mai degrabă decât de către parteneriat.

Acord de parteneriat / Partnership Agreement

- ✓ În afaceri, un acord de parteneriat este un contract care precizează termenii unui parteneriat – ce face, cum funcționează și cum pot colabora partenerii. Drepturile și responsabilitățile partenerilor sunt o componentă vitală.
- ✓ Un acord poate oferi o modalitate de a gestiona interesele de capital dacă un partener pleacă. O nevoie bruscă de a reorganiza investițiile de capital perturbă afacerea dacă nu există un contract. Cel puțin, partenerul care pleacă (sau patrimoniul său) se așteaptă să-și recupereze contribuțiile, presupunând că parteneriatul a fost profitabil. Este posibil să nu fie fezabil dacă nici parteneriatul, nici partenerii rămași nu au suficiente active lichide pentru a returna contribuțiile.
- ✓ Un acord poate descrie alte opțiuni, cum ar fi procesul de evaluare și transferare a interesului partenerului care pleacă către partenerii rămași, mai degrabă decât dizolvarea completă a afacerii.
- ✓ Atragerea de noi parteneri poate fi, de asemenea, o provocare dacă parteneriatul trebuie să se extindă dincolo de capacitatea existentă a partenerilor. Un acord poate stabili regulile pentru adăugarea partenerilor. Structura poate atrage potențiali parteneri care nu au experiență anterioară de lucru împreună.
- ✓ Pe măsură ce partenerii iau decizii în comun, pot apărea dispute. Orice decizie și proces de soluționare a disputelor încorporat în acord poate oferi o cale de urmat. Acest proces poate economisi timp, bani și efort.
- ✓ Un acord de parteneriat poate reduce incertitudinea atunci când partenerii trebuie să finalizeze orice decizii sau să rezolve un litigiu.

PARTNERSHIP SLIDES

COMPANY A

- DELIVERY**
Responsible for delivery of orders received online.
- TECHNOLOGY**
Handle and install latest technology needed for business.
- WEBSITE**
Design and launch a new website to attract new customers.
- SURVEY**
Perform market surveys and analyze customer needs.
- GOALS**
Set sales and growth goals and try to achieve them.



COMPANY B

- PLANNING**
Plan the manufacturing and supply chain process.
- TIME MANAGEMENT**
Timely meet the customer demands and refill inventory if needed.
- SOCIAL MEDIA**
Post frequently on social media and run marketing campaigns.
- IN-STORE SALES**
Design stores and manage all the in-store employees.
- CUSTOMER SUPPORT**
Provide immediate customer support to gain favorable reviews.

PARTNERSHIP SLIDES



- Solution**
Provide a viable solution to current management and supply chain problems and decline in sales.
- Ideas**
Work exhaustively on the the implementation and evaluation of new ideas focused on business development.
- Budget**
Get in touch with investors and keep an eye on the income and spendings and streamline the accounting process.

- Partner**
Start partnerships with marketing agencies and technology suppliers to accelerate the business growth and development.
- Finance**
Contact with interested and potential investors to bring in additional investments and start procurement of new equipment.
- Agreement**
Sign agreements with new industries and suppliers to sell products with modern design and features to loyal customers.

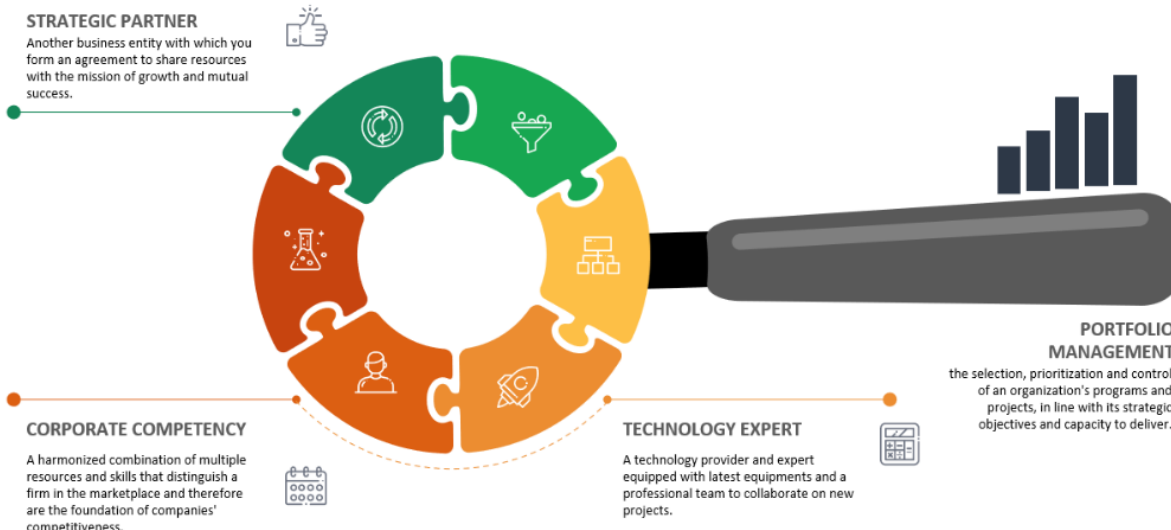
PARTNERSHIP SLIDES



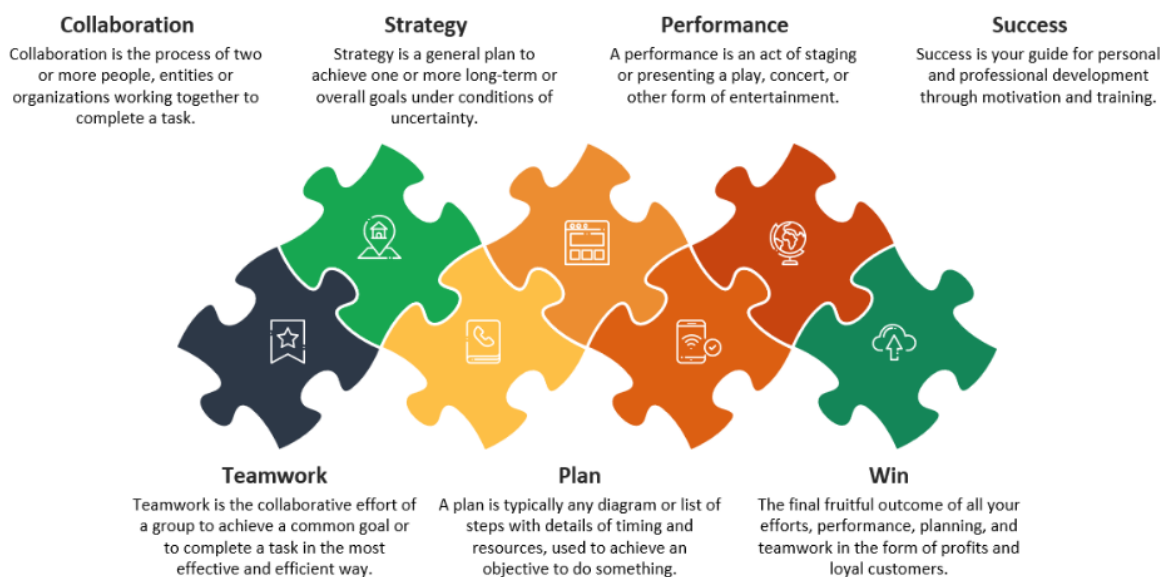
PARTNERSHIP SLIDES

	PROGRAM COMPONENTS	ASSOCIATED ACTIVITIES
	Curate a strategic collaboration plan - Estimate resources required - Define the role of partners	- Define role of partners. - Outline selection criteria. - Define engagement strategies. - Estimate resources required. - Establish evaluation criteria. - Outline engagement strategies.
	Finance the plan - Align staff - Develop staff training	- Align staff and funding. - Develop staff training and tools. - Provide resources. - Encourage collaboration. - Support mutual help culture.
	Nurture a cooperative culture - Establish leadership support - Provide program visibility	- Establish leadership support. - Provide program visibility and outreach. - Establish a common language. - Promote ongoing communication.
	Promote the program - Define value propositions - Align propositions with partners	- Define value propositions. - Align propositions with partners. - Engage targeted partners. - Establish a process for developing and sharing success.
	Track growth - Develop outcome-related measures - Measure product performance	- Develop marketing materials. - Develop outcome related measures and statistics. - Reassess program over time. - Visualize the statistics. - Analyze the sales data.

PARTNERSHIP SLIDES



PARTNERSHIP SLIDES



Avantajele parteneriatelor

Ca orice structură de afaceri, un parteneriat vine cu beneficii și avantaje. Majoritatea proprietarilor unici nu au timpul sau resursele pentru a conduce singuri o afacere de succes, iar etapa de pornire poate fi cea mai consumatoare de timp. Un parteneriat de succes poate crește șansele ca o afacere să se lanseze cu succes, permițând partenerilor să-și pună în comun resursele și abilitățile.

Crearea unui parteneriat poate face, de asemenea, operațiunile de zi cu zi ale unei afaceri mai ușor de gestionat decât ar fi dacă o singură persoană ar conduce activitățile companiei. Partenerii pot beneficia unul de munca, timpul și expertiza celuilalt. Mai mult, un

partener inteligent poate oferi, de asemenea, perspective și strategii suplimentare care pot ajuta afacerea să se dezvolte mai rapid.

Avantaje, beneficii parteneriate companii:

- Combină forța de muncă și capitalul pentru a lansa activitatea.
- Împărtășește responsabilitățile de management și operațiuni.
- Varietate de experiențe și perspective noi, ascensiune rapidă și dezvoltarea afacerii cu succes.

📌 PARTENERIATE B2C)Business to Client(

Parteneriatele B2C se referă la relațiile de colaborare dintre întreprinderi și consumatori. Aceste parteneriate pot lua diferite forme, cum ar fi programe de loialitate, inițiative de co-branding și dezvoltarea comună de produse.

Un beneficiu cheie al parteneriatelor B2C este capacitatea de a îmbunătăți experiența clienților. Lucrând îndeaproape cu consumatorii, companiile pot obține informații valoroase asupra nevoilor și preferințelor lor, permițându-le să dezvolte oferte mai personalizate și mai atractive.

Parteneriatele B2C de succes implică adesea schimbul de date și informații între companie și consumator. Acest schimb poate duce la o direcționare îmbunătățită, personalizare și satisfacție generală a clienților.

Construirea încrederii este esențială în parteneriatele B2C, deoarece consumatorii sunt mai predispuși să se implice cu mărcile pe care le percep drept transparente și aliniate cu valorile lor. Companiile trebuie să gestioneze cu atenție echilibrul dintre colectarea datelor și preocupările legate de confidențialitatea consumatorilor.

Comunicarea eficientă și propunerile de valoare clare sunt esențiale pentru ca parteneriatele B2C să prospere. Consumatorii trebuie să înțeleagă beneficiile pe care le vor primi în schimbul angajamentului și loialității lor.

Provocările din parteneriatele B2C pot include gestionarea așteptărilor consumatorilor, navigarea în mediile de reglementare și asigurarea că parteneriatul rămâne reciproc avantajos în timp.

În general, parteneriatele B2C oferă companiilor oportunitatea de a-și aprofunda relațiile cu consumatorii, ceea ce duce la o loialitate sporită, susținere a mărcii și, în cele din urmă, la îmbunătățirea performanței financiare.

📌 PARTENERIATE B2B (Business to Business)

Parteneriatele și colaborările B2B pot fi benefice pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri). IMM-urile din piețele emergente pot valorifica inovația deschisă prin parteneriate B2B pentru a depăși provocările pieței și importanța strategiilor de branding și digitale în relațiile B2B.

Rezultatele evidențiază și rolul competiției, care este cooperarea și competiția simultană între partenerii B2B. Aceasta poate evolua în timp și poate avea diferite tipuri și grade. Încrederea este subliniată ca fiind importantă în integrarea partenerilor lanțului de aprovizionare, ceea ce poate avea un impact pozitiv asupra performanței organizaționale. În plus, rezultatele sugerează că parteneriatele B2B pot fi îmbunătățite prin utilizarea

tehnologiilor digitale și a inteligenței artificiale (AI). Aceasta include parteneriatul dintre oameni și inteligența artificială în managementul cunoștințelor și modul în care platformele digitale industriale pot transforma modelele de afaceri și pot duce la o interconectare mai inteligentă a partenerilor de afaceri industriali.

Pe scurt, rezultatele căutării indică faptul că parteneriatele și colaborările B2B pot fi benefice pentru IMM-uri, mai ales în perioadele dificile. Aceste parteneriate pot implica inovare deschisă, cooperare și integrarea tehnologiilor digitale și AI, toate acestea putând contribui la competitivitatea și succesul afacerilor.

📌 PARTENERIATE B2G)Public & Privat(

Cadrul susține că managementul strategic al CSR și integrarea sa adecvată în marketingul relațional pot crea valoare în relațiile B2G.

Un factor din ce în ce mai important pe piața B2G este parteneriatul public-privat, unde interesele politice, reglementările și birocrăția trebuie să fie navigate.

Partajarea voluntară a datelor între întreprinderi și guvern poate crea beneficii reciproce, dar necesită alinierea intereselor și stimulentele ambelor părți.

Relațiile B2G de succes necesită ca companiile private să înțeleagă cele mai bune practici pentru interacțiunea cu clienții din sectorul public, cum ar fi selecția furnizorilor și gestionarea relațiilor cu clienții. Este nevoie de mai multe cercetări privind dinamica unică și factorii de succes pe piața B2G, în comparație cu relațiile tradiționale B2B sau B2C. Dependența de resurse dintre întreprinderi și guvern, în special în industria de apărare, creează un set unic de provocări și dinamică a relațiilor care necesită studii suplimentare.

Folosirea standardelor sistemelor informatice poate ajuta la facilitarea colaborărilor B2G mai de succes și mai eficiente.

Parteneriatele public-privat reprezintă un aspect cheie al pieței B2G, implicând acorduri contractuale între întreprinderi și entități guvernamentale.

Pe scurt, punctele cheie evidențiază complexitățile și considerentele unice implicate în parteneriatele B2G, de la navigarea intereselor și reglementărilor politice, la alinierea stimulentele, gestionarea relațiilor cu clienții și valorificarea sistemelor de informații pentru a permite o colaborare mai eficientă între sectorul privat și cel public.

BENEFICII PARTENERIATE

Partenerii beneficiază de:

- Un brand de încredere. Împărtășiți reputația noastră pentru calitate, transparență și inovație.
- Mai multă vizibilitate. Utilizați Directorul de parteneri EURONOBEL pentru a genera clienți potențiali. Permiteți comercianților să afle mai multe despre afacerea dvs., despre produse și despre opțiunile dvs. comerciale.
- Suport de integrare expert. Accesați cele mai bune practici pentru parteneri, ghiduri de integrare și alte informații pentru a începe rapid parteneriate cu companii de branduri.
- Resurse exclusive. Îmbunătățiți oferta de comerciant cu conținut valoros, inclusiv videoclipuri, fișiere downloads, cărți electronice, plan de afaceri personalizat, suport de curs multiple domenii și multe altele.