

Curso:

# Emprendimiento en el medio rural

Monforte de Lemos (Lugo)  
30 de septiembre, 1, 2 y 3 de octubre de 2019



Unión Europea  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural

Europa invierte en las zonas rurales



**RRN** RED  
RURAL  
NACIONAL

Bienvenidos/as al curso:

“Emprendimiento en el Medio Rural”



Unión Europea  
Fondo Europeo Agrícola  
de Desarrollo Rural  
El futuro es rural



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE AGRICULTURA, PESCA  
Y ALIMENTACIÓN





## **El proyecto empresarial: hoja de ruta**

Análisis estratégico y de marketing

Análisis económico – financiero

Área legal

# El Proyecto Empresarial



## **MARKETING ESTRATÉGICO**



Delimitación del  
mercado de referencia

Atractivo del mercado

Análisis de la  
competencia

Segmentación y  
posicionamiento

## **MARKETING OPERATIVO**



Plan de marketing

Producto

Precio

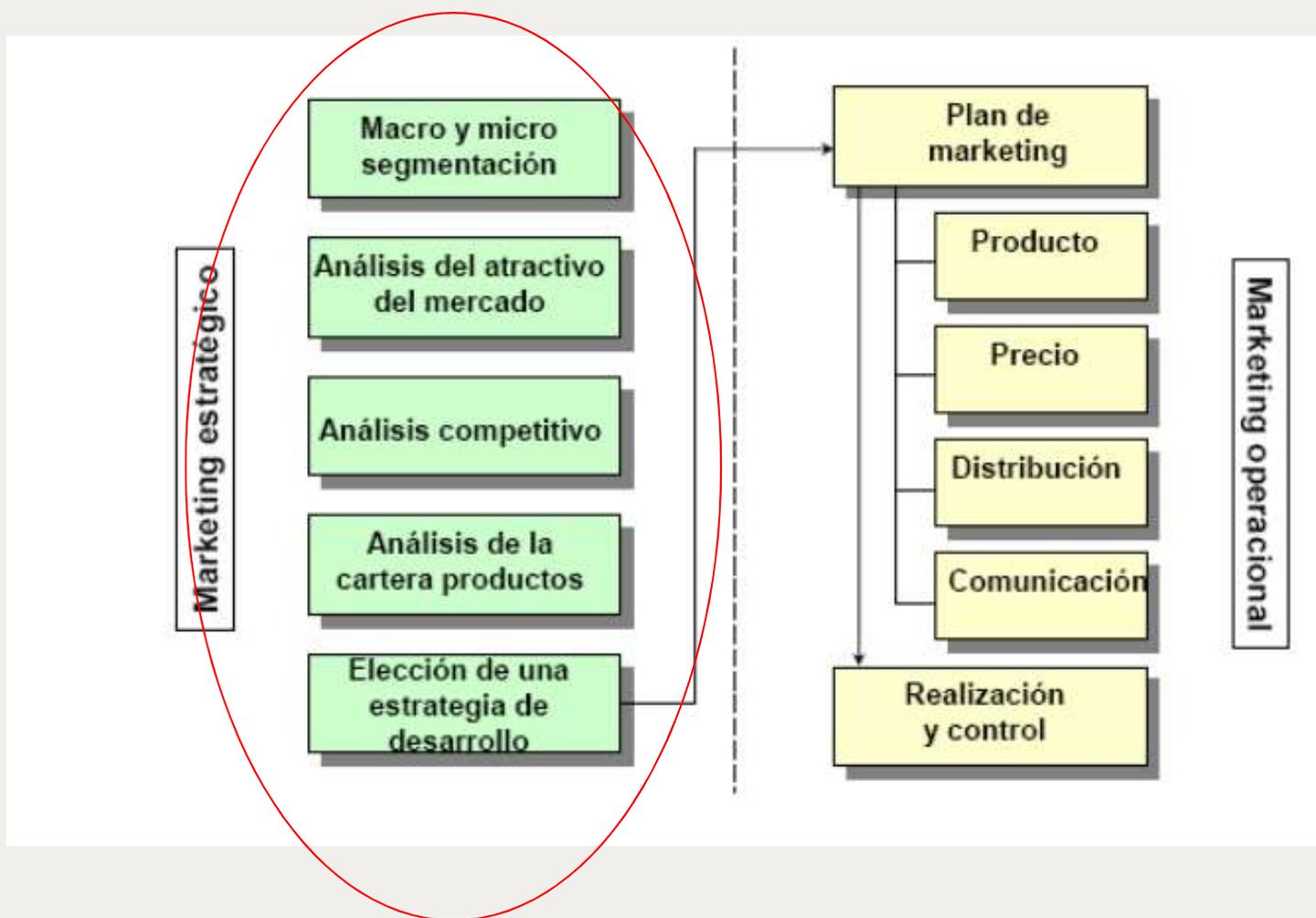
Comunicación

Distribución

Presupuesto

Ejecución y control

## de la estrategia a la acción



## El cliente

Quién es mi cliente

Necesidades que cubro con mi oferta

Segmentación



## Etapas del Proceso de Compra- ¿qué fases atraviesa nuestra clientela?



## ANÁLISIS DEL MERCADO - CLIENTELA

- Perfil: descripción del cliente estándar de un mercado o segmento
- ¿Estrategia para abordar el mercado?

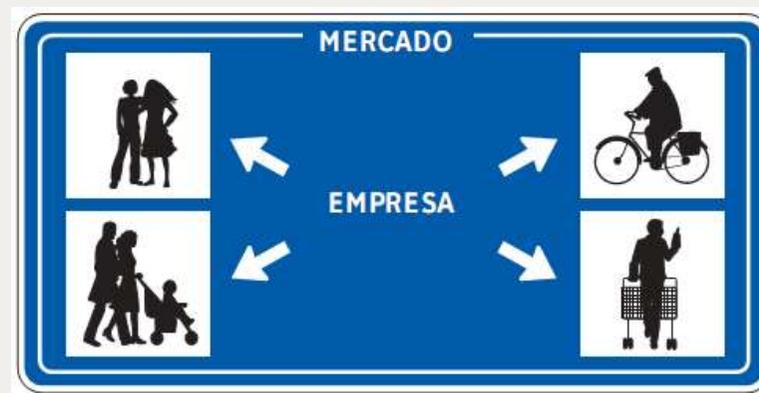
Estrategia  
indiferenciada



Estrategia  
concentrada



Estrategia  
diferenciada



ANÁLISIS DEL MERCADO -  
COMPETENCIA

*¿quién es la competencia?*

*Competidores/as directos*

*Competidores/as indirectos*





# Marketing mix

## Definición de los productos y servicios



## Aspectos clave:

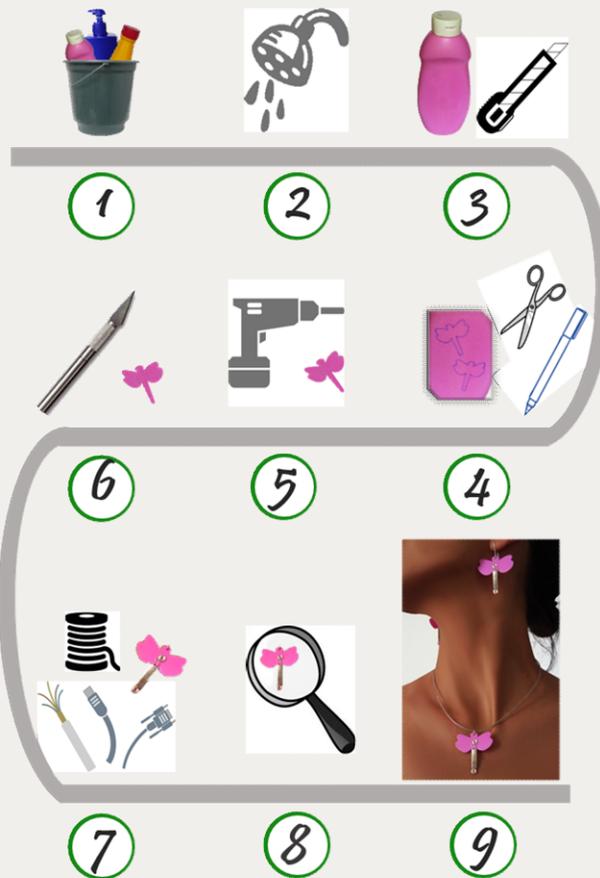
### NECESIDAD QUE SATISFACEN

- GAMAS
- CÓMO SERÁ DEFINIDO POR EL CLIENTE
- CONCEPTO PRINCIPAL, CONCEPTOS ACCESORIOS
- ELEMENTOS DIFERENCIADORES
- CICLO DE VIDA
- ESTACIONALIDAD
- IDENTIFICACIÓN: NOMBRES Y MARCAS

PRODUCTO-SERVICIO:  
estudio casos



## ¿Cómo le damos vida al plástico?



- 1 Recogemos envases de plástico post- consumo en nuestra comunidad.
- 2 Lavamos muy bien los envases y los llevamos al taller *RecuperArte*.
- 3 Retiramos las partes del envase que no se pueden utilizar. Estas partes se llevan a reciclar.
- 4 Dibujamos sobre la pieza de plástico diferentes diseños y los cortamos a mano.
- 5 Hacemos las perforaciones necesarias para decorar e insertar los alambres.
- 6 Perfeccionamos el acabado con ayuda de un cúter tipo bisturí.
- 7 Insertamos el alambre de artesanía o materiales reciclados como cable de telecomunicaciones.
- 8 Verificamos la pieza para asegurarnos que no hay defectos.
- 9 ¡Listo! ¡Nuestro envase plástico ha vuelto a la vida!



## Alojamiento web

- *Tangibilidad del servicio*
- *Comprensión del servicio*
- *Ajuste de expectativas de satisfacción*

	MINI	BASIC	ARGENTUM	TITANIUM	AURUM	PLATINUM
<p>¿Tienes alguna duda?</p>  <p><b>¡Te llamamos gratis!</b></p> <p><b>¡Chatea con nosotros!</b></p>	 <p><b>1,90€</b> Mes</p> <p>Contratar</p>	 <p><b>3,90€</b> Mes</p> <p>Contratar</p>	 <p><b>7,90€</b> Mes</p> <p>Contratar</p>	 <p><b>12,90€</b> Mes</p> <p>Contratar</p>	 <p><b>18,90€</b> Mes</p> <p>Contratar</p>	 <p><b>39,90€</b> Mes</p> <p>Contratar</p>
Características generales						
 Espacio en disco SSD	1 GB	3 GB	6 GB	10 GB	15 GB	35 GB
 Tráfico mensual	10 GB	48 GB	120 GB	200 GB	280 GB	560 GB
 Cuentas de correo	20	100	200	400	Ilimitadas	Ilimitadas
 Cuentas FTP	1	20	20	40	60	Ilimitadas
 Dominios configurables	1	1	5	7	10	15
 Dominios como alias	Ilimitados	Ilimitados	Ilimitados	Ilimitados	Ilimitados	Ilimitados
 Subdominios	-	-	5	10	30	Ilimitados
 Programación	HTML, Javascript, Flash, PHP	HTML, Javascript, Flash, PHP	HTML, Javascript, Flash, PHP, Perl	HTML, Javascript, Flash, PHP, Perl	HTML, Javascript, Flash, PHP, Perl	HTML, Javascript, Flash, PHP, Perl
 Bases de datos	-	MySQL	MySQL	MySQL	MySQL	MySQL

# Marketing mix

## Establecimiento de precios



PRECIO

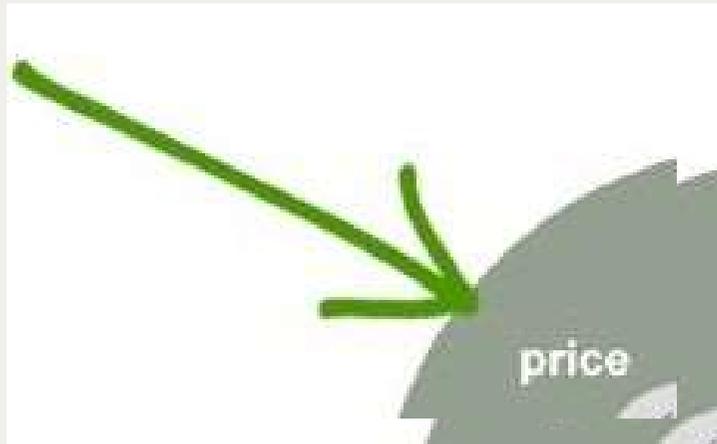
# PRECIO



Fuente: La "P" de precios. Tiago Lemos



Fuente: La "P" de precios. Tiago Lemos



- 1-Único elemento del MK Mix que genera ingresos de forma directa
- 2-Representacion monetaria del valor del producto o servicio en el mercado
- 3- Elemento psicológico:más precio -más calidad

## FACTORES QUE DETERMINAN EL PRECIO

### FACTORES INTERNOS

Costes: los costes del producto o servicio señalan el nivel mínimo para el precio de venta

Marketing-Mix: fijación del precio de venta conjuntamente con las decisiones que afectan al producto, distribución y comunicación

# FACTORES QUE DETERMINAN EL PRECIO

## FACTORES EXTERNOS

- 1- Demanda: la cantidad de producto que demanda el mercado influye en el precio de venta
- 2- Competencia: La situación competitiva y el grado de rivalidad en el mercado afectan al precio
- 3- Ciclo de vida: fijación del precio en función de la fase en la que nos encontremos
- 4- Marco legal: normativa legal que restrinja el campo de posibilidades de elección referente al precio de venta (energía eléctrica, derivados de petróleo, agua, teléfono, transportes públicos, etc., )



## PRECIO CONSEJOS BÁSICOS

- **Coherencia** con el resto del plan de marketing
- Trazar un adecuado **escalado de precios** dentro de la gama de productos
- Atención a las **circunstancias del momento**: ciclo de vida, grado de novedad del producto, acciones de la competencia, estacionalidad de precio de los costes, estacionalidad de la demanda,...
- Si existen dudas, preferible la **estabilidad** de precios
- Si es necesario actuar rápido, **promoción de ventas**



# Marketing mix

## Distribución comercial



**Canal largo** (aquel en el que, como mínimo, intervienen fabricante, mayorista, detallista y consumidor).

*Este caso es muy típico en los productos agrícolas.*



**Canal corto** (es el constituido por fabricante, minorista y consumidor). Normalmente, por tanto, sólo existe un intermediario.

*Este tipo de canal es habitual en el caso de automóviles o electrodomésticos, donde los establecimientos detallistas pueden tener la exclusiva de venta para una zona.*



**Canal directo** (es aquel en el que la empresa fabricante vende directamente al consumidor final). No existen, por tanto, intermediarios.

*La distribución directa no es muy frecuente en los mercados de consumo, aunque sí en los mercados industriales y de servicios.*



**Distribución exclusiva.** Implica la concesión a un único establecimiento detallista de la exclusividad de venta de un producto en una determinada área de mercado. Se utiliza para productos en los que la lealtad a la marca y su imagen son muy importantes pero también requieren una gran colaboración del distribuidor en las ventas de los mismos mediante servicios de asistencia técnica o servicios posventa. La venta de automóviles es un caso típico.

**Distribución selectiva.** Supone la elección de un número limitado de minoristas para vender el producto, sin ser tan restrictivo como el anterior, aunque si implica una serie de requisitos por parte del distribuidor en aspectos como publicidad y promoción. Se realiza en productos de comparación, como la ropa o los grandes electrodomésticos, en los que el consumidor está dispuesto a realizar un esfuerzo de búsqueda visitando varios puntos de venta y comparando precios, calidades o servicios añadidos.

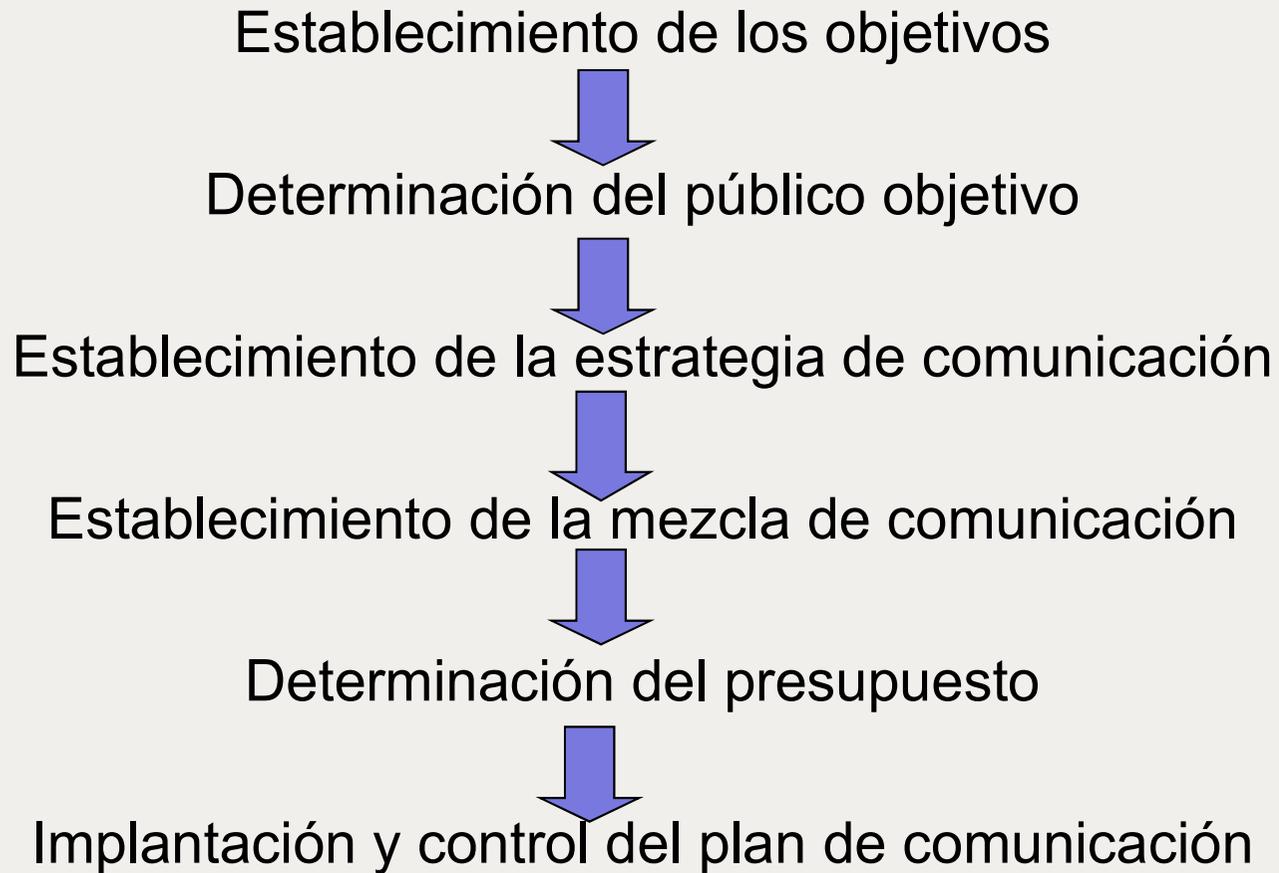
**Distribución intensiva.** Utiliza un número muy elevado de puntos de venta, intentando alcanzar la mayor cobertura posible del mercado objetivo. En este caso es difícil mantener una imagen de marca. Este tipo de distribución es adecuado para productos de conveniencia y compra frecuente, como los productos alimenticios, periódicos o tabaco.

# Marketing mix

## Comunicación Comercial



## ¿CÓMO PLANIFICAR EL MIX DE COMUNICACIÓN COMERCIAL?

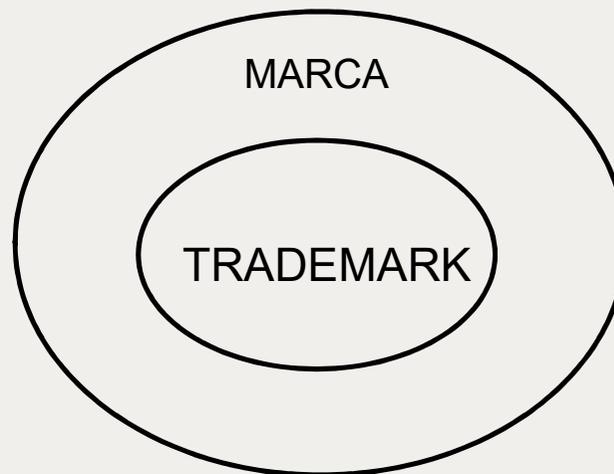


Objetivo: Confeccionar un plan de comunicación **coherente**



**MARCA / BRAND:** Conjunto de todos los elementos propios y distintivos de identidad, percepciones, experiencias y expectativas que se tienen de un producto, servicio u organización y los hace preferidos respecto a otros.

**TRADEMARK:** conjunto de símbolos, nombres, logos, características, slogans, etc., que identifica y diferencia (lo que tangiblemente vemos)

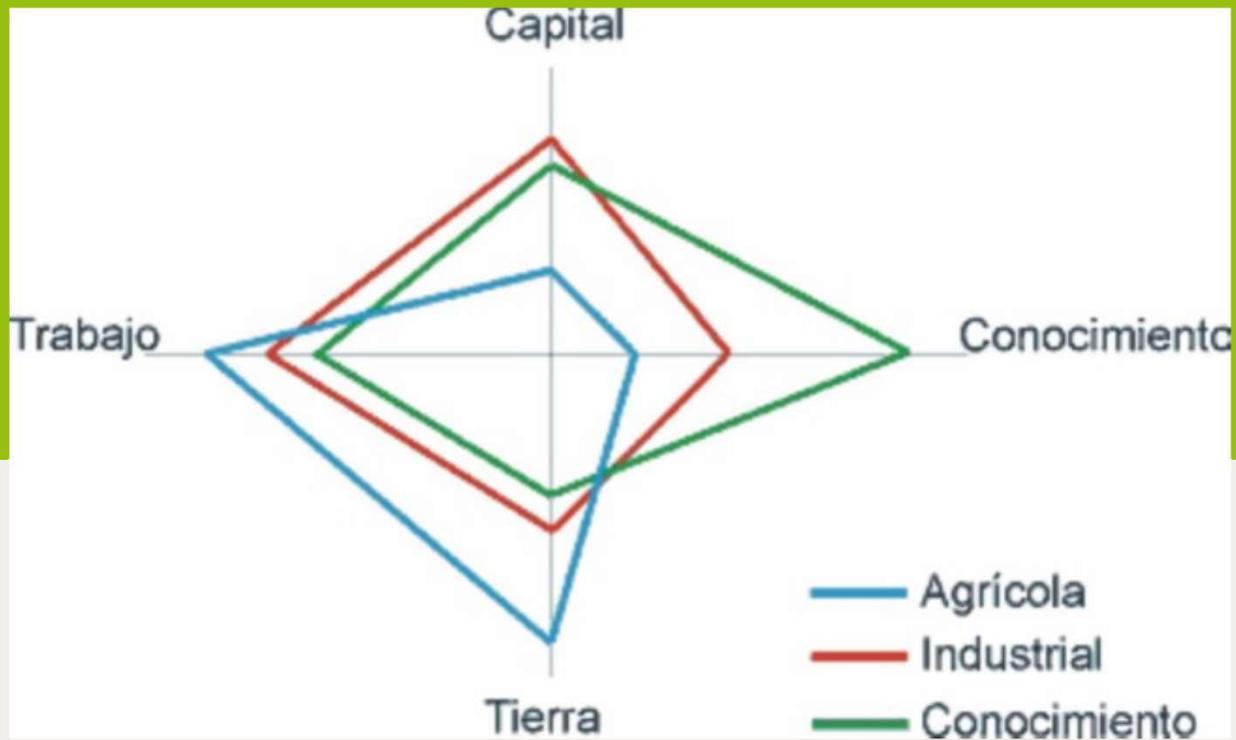


## MARCA:

- Es un activo intangible ( propiedad intelectual). Se puede proteger, se puede comprar y vender (transferible).
- Lo tangible son los productos
- Es valor para la empresa: es capaz de generar negocio
- La marca no la tienes tu, la tiene la gente en su cabeza
- La marca es lo que lo que la gente dice, siente y piensa sobre tus productos y servicios



# Organización de la Producción



## Trabajo con el equipo emprendedor

- ¿la demanda es uniforme a lo largo del año?
- ¿la producción (prestación del servicio) es uniforme a lo largo del año?
- ¿existe capacidad de almacenamiento?
- ¿podemos subcontratar toda o parte de la producción?
- ¿cuáles son los componentes del coste de producción?
- ¿cuáles son los costes de la logística interna?
- ¿cuáles son los costes de la logística externa?



# Recursos Humanos



## Objetivos del plan de trabajo con el equipo emprendedor

- Organización del **trabajo en equipo** para:
  - Conservar las buenas relaciones entre socios/as
  - Establecer pautas de trabajo eficaces y eficientes
  - Minimizar el coste de contrataciones laborales y mercantiles
- Conocer la **normativa aplicable** para cumplir con la legislación.
- **Definir los perfiles y puestos** de trabajo que en el medio y plazo necesitará la empresa
- Sembrar la semilla para los términos **misión, visión y cultura empresarial**.

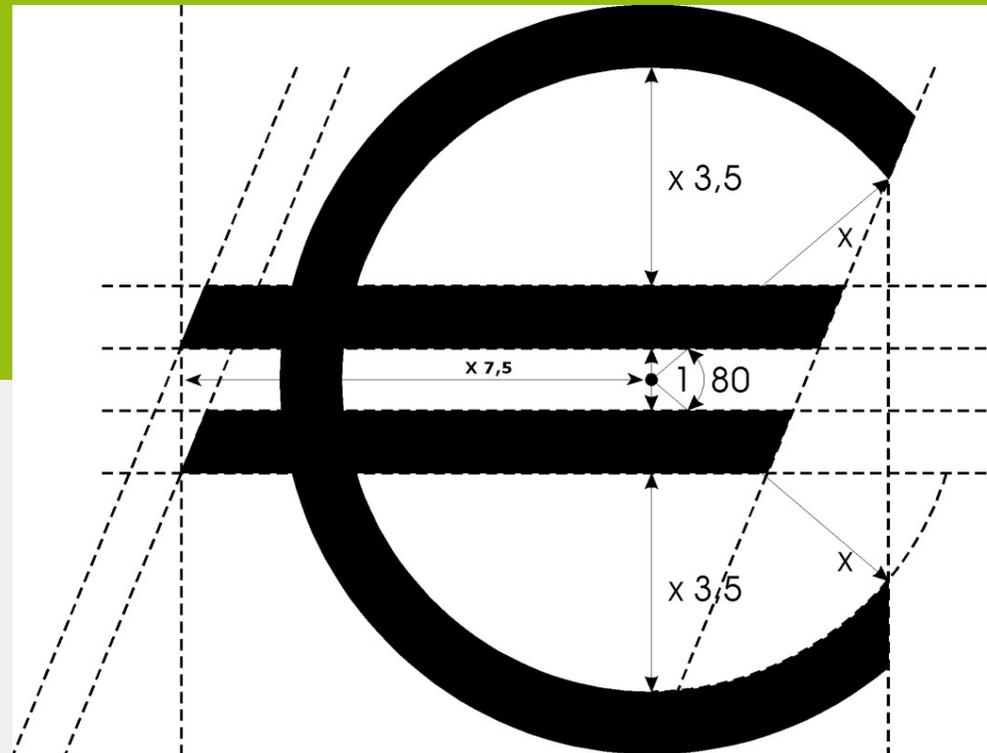


## Cálculo de los/as trabajadores/as necesarios/as

- Inventario de funciones a desempeñar
- Tiempo estimado para cada función
- Horarios de desempeño
- Estacionalidad de la demanda
- Descansos
- Costes de inexperiencia
- Tiempo de formación
- Absentismo laboral
- Permisos laborales
- Vacaciones
- Estimación horas totales de trabajo al año
- Estimación trabajadores



# Planificación Económica



## Errores frecuentes en el plan económico

- ☹ Considerar el plan económico como “especulaciones”
- ☹ No incluir como inversiones terrenos o casas porque estos pertenecen a quien desarrolla el proyecto o a su familia
- ☹ Desconocer la cantidad correcta que se necesita invertir
- ☹ Falta de un cronograma de inversiones y gastos
- ☹ Olvidos en costes fijos y falta de concreción en costes variables
- ☹ No contemplar las liquidaciones de IVA como fuente de tensiones de tesorería
- ☹ No contemplar un sueldo para los/as promotores/as
- ☹ No prever la estacionalidad de las ventas

## ¿Qué números debemos hacer?

- Inversión
- Financiación
- Costes Fijos
- Costes Variables Unitarios
- Precios
- Objetivos de ventas
- Evolución de resultados (Cuenta de Pérdidas y Ganancias)
- Análisis dinámico de liquidez (Estado de Tesorería)
- Umbral de rentabilidad (punto muerto)
- Control de ratios críticos (ej. Endeudamiento)

## Gestión económico financiera

Conjunto de procesos dirigidos a planificar, organizar y evaluar recursos económico-financieros con el objeto de lograr la consecución de los objetivos de la empresa de la forma mas eficaz y eficiente



## Inversión y Financiación Inicial

### Inversión Inicial / Invertir

El **plan de inversión inicial** es el documento donde se detallan y cuantifican todos los bienes y derechos necesarios para dar comienzo a la actividad empresarial

**Invertir:** decisión de destinar recursos económicos para la adquisición de elementos necesarios para la puesta en marcha de la actividad empresarial, así como el sostenimiento, desarrollo y evolución de los mismos

## Inversión y Financiación Inicial

### Financiación inicial

El **plan de financiación inicial** es el documento donde se recoge la procedencia del dinero necesario para hacer frente al plan de inversión

Las fuentes de financiación son el origen de los recursos financieros

Los recursos financieros son los medios líquidos o de pago a disposición de la empresa para hacer frente a sus necesidades dinerarias y de inversión

## Fuentes de Financiación

1. Según el plazo de **devolución**:
  - A C/P: cuando el plazo de devolución es inferior al año
  - A L/P: cuando el plazo de devolución es superior al año
2. Según la **pertenencia** de los fondos
  - Fondos propios: aportados por los socios
  - Fondos ajenos: obtenidos de terceras personas con obligación de devolverlos en unos plazos determinados (entidades financieras, proveedores/acreedores)

# Instrumentos de financiación

**Préstamos:** contrato en virtud del cual el prestamista entrega al prestatario una cantidad de dinero a un tipo de interés (fijo o variable) durante un plazo determinado de tiempo con la condición de que éste se lo devuelva junto con los intereses pactados

**Créditos:** cantidad de dinero que una entidad financiera pone a disposición del prestatario en una cuenta corriente abierta al efecto, hasta un límite determinado y por un plazo prefijado y prorrogable, liquidándose periódicamente los intereses sobre las cantidades dispuestas

# Instrumentos de financiación

## Préstamos más habituales para emprendedores

### – SIN AVALES ó GARANTÍAS.

- Microcréditos

  - Emprendedoras - Cámaras de Comercio

- Préstamos ENISA

### – CON AVALES ó GARANTÍAS.

- Préstamos ICO.

- Sociedad de Garantía Reciproca (Asturgar / SODECAN /Aval canarias SGR

## Instrumentos de financiación

**Leasing:** arrendamiento financiero a medio o largo plazo, de bienes de equipo o inmuebles destinados a finalidades empresariales o profesionales. Al final del contrato, se puede adquirir el bien por un valor residual

**Renting:** la compañía de renting alquila el bien al arrendatario y le garantiza el uso y disfrute del mismo, junto con unos servicios relacionados con el funcionamiento del mismo (mantenimiento, consumibles, etc.). No incluye la opción de compra al final del contrato.

## Instrumentos de financiación

**Sociedad de Capital Riesgo:** participación minoritaria y temporal de una sociedad de capital riesgo en el capital de una empresa con una elevada rentabilidad potencial (srp.es)

**Business Angels:** personas físicas con un amplio conocimiento de determinados sectores, red de contactos y con capacidad de inversión, que impulsan el desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento en sus primeras etapas de vida, aportando capital y valor añadido a la gestión. Se trata de inversores que apuestan por un proyecto empresarial, sin involucrarse en el día a día.

(asban.es)

# FONDOS PROPIOS

- APORTACIONES DE LOS PROMOTORES:
  - DINERARIAS
  - EN ESPECIE
- PAGO UNICO DE LA PRESTACIÓN POR DESEMPLEO
- LAS TRES EFES: FAMILY, FOOLS, FRIENDS

# PATRIMONIO DE UNA EMPRESA

- Conjunto de bienes, derechos y obligaciones de una empresa agrupando los dos primeros como medios económicos y las obligaciones (tanto con terceros como con los titulares de la propiedad, ) como medios financieros para el sostenimiento de los economicos

# MASAS PATRIMONIALES

- Una agrupación de elementos patrimoniales homogéneos dan lugar a una masa patrimonial: conjunto de elementos patrimoniales que tienen la misma funcionalidad económica o financiera.
- Tres grandes masas patrimoniales:
  - ACTIVO
  - PASIVO
  - PATRIMONIO NETO

# EL BALANCE

- Documento contable que refleja el patrimonio de la empresa en una fecha determinada
- Puede ser la situación al principio, al final de cada año, cada tres meses, etc.
- Las inversiones realizadas se reflejan en el **ACTIVO**
- Las fuentes de financiación necesarias para llevarlas a cabo se reflejan en el **PASIVO** junto con la financiación propia o **PATRIMONIO NETO**

## Cuenta de Pérdidas y Ganancias

- Es un documento que recoge el resultado contable del ejercicio, separando los ingresos y gastos.
- Es anual. Cada año una distinta.
- Se llama también:

**CUENTA DE RESULTADOS**

**CUENTA DE INGRESOS Y GASTOS.**

## Cuenta de pérdidas y ganancias

¿Qué es **INVERSIÓN**?

¿Qué es **GASTO**?

Para diferenciar estos conceptos de una manera sencilla, podemos decir que la inversión atiende a la adquisición de los elementos que formarán parte de la estructura a largo plazo de la empresa, mientras que los gastos son las cantidades satisfechas para el normal desarrollo de la actividad empresarial.

*Por ejemplo, consideraremos inversión la compra de un vehículo para hacer el transporte de materiales, pero no el combustible, ni la compra de aceite para el motor o las facturas del taller por reparaciones (estos conceptos son elementos de gasto).*

# Cuenta de pérdidas y ganancias

¿Qué es **INVERSIÓN**?

¿Qué es **GASTO**?



# Punto Muerto, Punto de Equilibrio o Umbral de Rentabilidad

Es el volumen de ingresos por ventas necesario para cubrir costes o lo que es lo mismo el nivel de ingresos que debe generar una empresa para que su beneficio sea igual a cero

En el punto muerto la empresa no tiene ni beneficios ni perdidas  
A partir de ese punto la empresa empieza a obtener beneficios

# Punto Muerto, Punto de Equilibrio o Umbral de Rentabilidad

$$Q^* = \frac{CF}{P - Cvu}$$

Q\*: punto muerto

CF: costes fijos

P: precio

Cvu: coste variables unitario

Tesorería

Cuenta de PyG



Ingreso: momento que se extiende la factura correspondiente a la venta

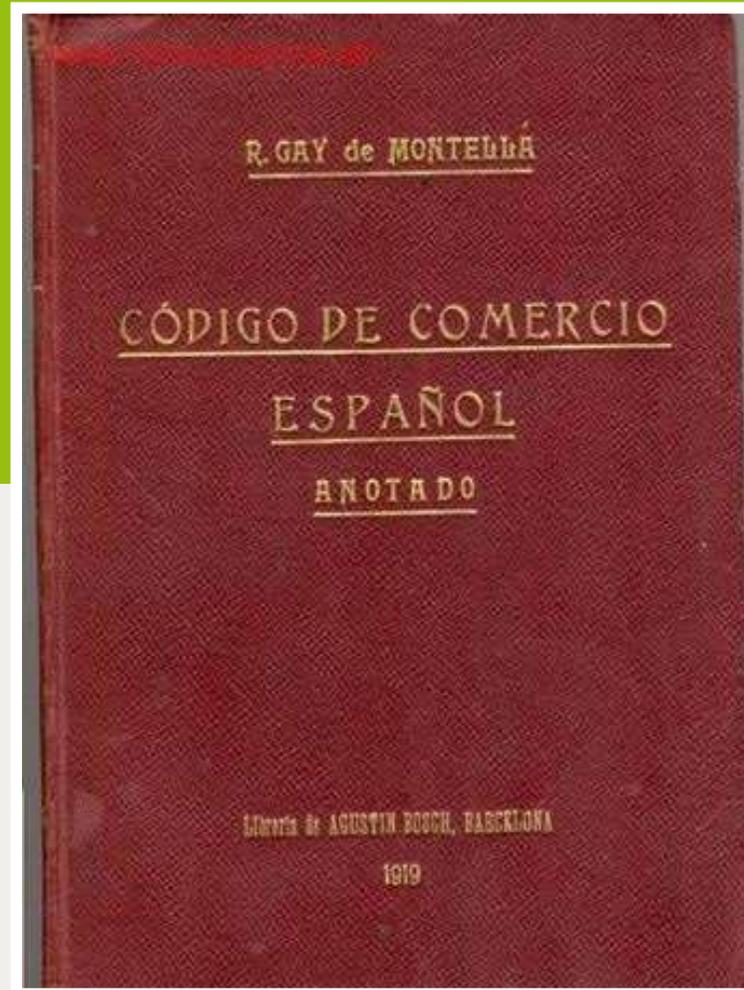
Cobro: momento en que se percibe el importe de la factura

# Tesorería

Los cobros y pagos suponen movimientos de tesorería

NO influyen en la cuenta de resultados  
SI afectan al balance de situación

# Área Legal



## Condicionantes:

- Tipo de actividad
- Número de socios/as
- Responsabilidad de los socios/as
- Relaciones entre socios/as
- Financiación
- Fiscalidad
- Costes
- Obligaciones administrativas
- Imagen de empresa
- Contratación pública
- Subvenciones



# FORMAS JURÍDICAS

TIPO DE FORMA JURÍDICA	Número de socios	CAPITAL	RESPONSABILIDAD	FISCALIDAD DIRECTA
EMPRESARIOS INDIVIDUALES	1	No existe mínimo.	RESPONSABILIDAD PERSONAL ILIMITADA	IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS
COMUNIDADES DE BIENES	MÍNIMO: 2			
SOCIEDADES CIVILES				
SOCIEDADES DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	MÍNIMO: 1	MÍNIMO: 3.005,06 € (Suscrito y desembolsado al 100%)	LIMITADA AL CAPITAL APORTADO	IMPUESTO DE SOCIEDADES
SOCIEDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA	MÁXIMO: 5	MÍNIMO: 3.012 € (máximo: 120.202 €) (Mínimo mediante aportaciones dinerarias)		
SOCIEDADES ANÓNIMAS	MÍNIMO: 1	MÍNIMO: 60.101,21 € (Suscrito y desembolso al menos en un 25 %)		
SOCIEDADES LIMITADAS LABORALES	MÍNIMO: 3 (Al menos, 2 deben ser socios trabajadores)	3.005,06 € (Ningún socio podrá tener más de 1/3 del capital social)		
SOCIEDADES ANÓNIMAS LABORALES		60.101,21 € (Ningún socio podrá tener más de 1/3 del capital social)		
COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO	MÍNIMO: 3 (Todos, trabajadores)	MÍNIMO: fijado en los Estatutos.	LIMITADA AL CAPITAL APORTADO	IMPUESTO DE SOCIEDADES (Régimen especial)
SOCIEDADES PROFESIONALES	Según forma jurídica elegida	La mayoría del capital pertenece a los socios. La actividad exige titulación universitaria oficial e inscripción en el correspondiente Colegio profesional.	Según forma jurídica elegida	Según forma jurídica elegida



GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD

SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA  
DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



**Crea tu empresa**      **Financiación**      **Gestiona tu empresa**      **Datos y publicaciones**

**CREA TU EMPRESA**

- Decisión de emprender
  - DAFO
  - Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras
  - Simula tu proyecto empresarial
  - Plan de empresa
  - Elección de la forma jurídica**
  - Relación de Sociedades de Garantía Recíproca
  - Tipos de establecimientos mercantiles
- Trámites administrativos para la creación de empresas
  - Proceso de constitución y adopción de personalidad jurídica
  - Trámites para la puesta en marcha
  - Preguntas más frecuentes
- Creación de empresas por Internet (sistema CIRCE)
  - Puntos de Atención al Emprendedor
  - Buscador de Puntos de Atención al Emprendedor (PAE)

Inicio - [Decisión de emprender](#) - Elección de la forma jurídica

## Elección de la forma jurídica

<p><b>Responsabilidad:</b></p> <p><input type="radio"/> Limitada</p> <p><input type="radio"/> Ilimitada</p>	<p><b>Número de socios:</b></p> <p><input type="radio"/> Uno</p> <p><input type="radio"/> Dos</p> <p><input type="radio"/> Tres o más</p>	<p><b>Capital social:</b></p> <p><input type="radio"/> Sin mínimo legal</p> <p><input type="radio"/> Entre 3.000€ y 59.999€</p> <p><input type="radio"/> Entre 60.000€ y 120.000€</p> <p><input type="radio"/> Más de 120.000€</p>
---	---	--

[Limpiar](#)

Tipo de empresa	Nº socios	Capital	Responsabilidad
<a href="#">Empresario Individual (Autónomo)</a>	1	No existe mínimo legal	El socio se responsabiliza con todos sus bienes
<a href="#">Emprendedor de Responsabilidad Limitada</a>	1	No existe mínimo legal	Ilimitada con excepciones



Crea tu empresa

Financiación

Gestiona tu empresa

Datos y publicaciones

CREA TU EMPRESA

Decisión de emprender

DAFO

Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras

Simula tu proyecto empresarial

Plan de empresa

Elección de la forma jurídica

Tipos de establecimientos mercantiles

Trámites administrativos para la creación de empresas

Proceso de constitución y adopción de personalidad jurídica

Trámites para la puesta en marcha

Preguntas más frecuentes

Creación de empresas por Internet (sistema CIRCE)

Puntos de Atención al Emprendedor

Buscador de Puntos de Atención al Emprendedor (PAE)

Preguntas más frecuentes

Financiación para la creación de empresas

Ayudas e incentivos para la creación de empresas

Guía dinámica de ayudas e incentivos para la creación de empresas

Autónomo, crea tu empresa

Cursos online

Programa Emprendimiento Universitario

[Inicio](#) - [Trámites administrativos para la creación de empresas](#) - Trámites para la puesta en marcha

## Trámites para la puesta en marcha

Trámites administrativos correspondientes al ejercicio de la actividad empresarial.

Generales:

Trámite	Descripción	Organismo
<a href="#">Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores</a>	Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.	Agencia Tributaria (AEAT)
<a href="#">Impuesto sobre Actividades Económicas</a>	Es un tributo derivado del ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas.	Agencia Tributaria (AEAT)
<a href="#">Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)</a>	Régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos (empresarios individuales), comuneros y los socios y administradores de algunas sociedades	Tesorería General de la Seguridad Social
<a href="#">Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social</a>	El alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda en cada caso, estará condicionado al tipo de sociedad y/o a la participación en el capital social.	Tesorería General de la Seguridad Social
<a href="#">Obtención y legalización del libro de Visitas</a>	No se impone a las empresas, adquirir o diligenciar cualquier clase de libro para anotar las actuaciones de la Inspección de Trabajo.	Inspección Provincial de Trabajo
<a href="#">Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del</a>	La legislación actual obliga a las sociedades mercantiles a llevar unos	Registro