

Octubre  
de 2022

# Microempreses, la clau del canvi

INFORME GEREC 4

GRUP D'EXPERTS EN ECONOMIA I EMPRESA

## Presentació del GERE C

A mitjans del mes de juny de 2020 es va constituir el Grup d'Experts per a la Reactivació Econòmica de l'Economia Catalana (GEREC), iniciativa endegada pel Col·legi d'Economistes de Catalunya i per PIMEC, amb l'objectiu de fer un seguiment continuat de la situació econòmica i fer propostes de política econòmica per a la reactivació. El Grup està integrat per les següents persones:

- **Elisabet Bach**, consultora, membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya, membre de la Junta Directiva de PIMEC i Presidenta d'Autònoms PIMEC.
- **Alexandre Blasi**, ex-president de Mútua Intercomarcal.
- **Albert Carreras**, director d'ESCI-UPF (Universitat Pompeu Fabra), membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya i Col·legiat de Mèrit pel Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Joan B. Casas**, exdegà del Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Conxita Cervera**, Directora general de Vidremot i membre de la Junta Directiva de PIMEC.
- **Àngel Díaz**, president d'Advanced Leisure Services.
- **Carme Garcia**, sòcia de FJM Advocats, membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya, secretària executiva del Consell de Treball, Econòmic i Social de Catalunya (CTESC) i coordinadora del GERE C.
- **Àngel Hermosilla**, secretari tècnic del Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Ester Oliveras**, professora i delegada del Rector per a la Sostenibilitat de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) i membre de la Junta de Govern del Col·legi d'Economistes de Catalunya.
- **Xavier Segura Mingorance**, general manager de Festo Automation Spain/Portugal i membre de la Junta Directiva de PIMEC.
- **Xavier Segura Porta**, soci del despatx Tracis, Projectes i Econòmics i Financers i responsable tècnic de l'Enquesta de Situació Econòmica del Col·legi d'Economistes de Catalunya.

Fins el moment el GERE C s'ha reunit en nombroses sessions de treball, en algunes de les quals també han participat experts externs, i s'han tractat temes variats.

Amb la finalitat de participar en el debat social i polític actual, encaminat a la reactivació de la nostra economia i a la recuperació de la senda alcista dels nostres nivells de progrés i benestar, el GERE C es proposa fer públics documents que recullin el seu posicionament sobre diverses temàtiques d'actualitat. El primer d'aquests documents es va dedicar als Fons de Rescat de la Unió Europea, el segon al sector del turisme, el tercer a la indústria i el present document a les microempreses.

## Presentació i objectiu del document

L'emprenedoria i el teixit empresarial, com a elements creadors de riquesa i de llocs de treball, són les principals palanques de canvi de la transformació social i econòmica que es necessita per tal que les societats actuals siguin sostenibles en el temps.

Aquest teixit està format majoritàriament per microempreses, és a dir, persones autònomes físiques i societats amb un número de persones contractades d'entre 0 i 9. Aquests reptes, aquests grans canvis només es podran realitzar si aquestes microempreses són participants i agents de canvi. Només amb la seva implicació, aquesta transformació social i econòmica arribarà a tot el teixit productiu i, en conseqüència, serà real i efectiva.

Com fer possible aquesta transformació en un col·lectiu tan ampli i divers i, alhora, tant significatiu? En aquest document en fem una anàlisi detallada, proposem línies estratègiques de treball, àmbits d'actuació i mesures concretes.

## Reptes economicosocials i microempreses

L'any 2015 les Nacions Unides van aprovar l'Agenda 2030 sobre el Desenvolupament Sostenible, amb la intenció que els països iniciessin un camí per millorar la vida de les persones. Aquesta Agenda es concreta en 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS), els quals són: la fi de la pobresa; fam zero; salut i benestar; educació de qualitat; igualtat de gènere; aigua neta i sanejament; energia neta i assequible; treball digne i creixement econòmic; indústria, innovació i infraestructura; reducció de les desigualtats; ciutats i comunitats sostenibles; producció i consum responsables; acció climàtica; vida submarina; vida d'ecosistemes terrestres; pau, justícia i institucions sòlides; i, aliança pels objectius.

En aquesta mateixa línia, el Consell Europeu va acordar l'any 2020 el Marc Financer Pluriennal (MFP) 2021-2027, enfocat a afrontar els reptes que té la Unió Europea. Dintre dels àmbits a desenvolupar destaquen: mercat únic, innovació i economia digital; cohesió, resiliència i valors (inclou aspectes com recuperació i resiliència; desenvolupament regional i cohesió; les persones, cohesió social i valors); i, recursos naturals i medi ambient (agricultura, política marítima, medi ambient i acció pel clima).

Juntament amb el MFP es va aprovar, també, un paquet de mesures de recuperació per fer front als efectes de la crisi econòmica provocada per la pandèmia de la Covid-19 (*Next Generation EU* -NGEU-), amb l'objectiu de transformar l'economia i crear oportunitats en la línia de ser una Europa més ecològica, més digital i més resilient. Amb els fons NGEU es reforcen àrees com investigació i innovació; transicions climàtica i digital; preparació, recuperació i resiliència, així com salut; modernització de polítiques tradicionals, com la política agrícola comuna; lluita contra el canvi climàtic; protecció a la diversitat i igualtat de gènere.

Actualment, a Catalunya un 95,6% del teixit empresarial està configurat, principalment, per negocis de reduïda dimensió o microempreses, és a dir, persones autònomes físiques i societats, ambdues titularitats, amb menys de 10 persones contractades. Aquest teixit empresarial és una de les principals palanques de canvi per tal que aquesta transformació arribi a tot el teixit econòmic i social i, en conseqüència, sigui real i efectiva.

## Definició i importància de les microempreses

Dins del conjunt de les microempreses o negocis de reduïda dimensió es poden fer dos grans grups pel que fa els seus integrants. D'una banda, les persones autònomes físiques i, de l'altra, les societats. La seva característica comuna és que, independentment de la seva forma jurídica, tenen entre 0 i 9 persones contractades. La dimensió microempresa es caracteritza també per una facturació inferior a 2 milions d'euros i un valor d'actiu inferior a 2 milions d'euros.

Segons dades de l'"Anuari de la PIME catalana 2021" de PIMEC relatives a l'any 2019, el col·lectiu de microempreses contribueixen amb un 22,0% al valor afegit brut a cost de factors i ocupen el 28,5% del total de les persones contractades del sector privat de Catalunya. Val a dir que el 76,6% d'aquest valor afegit brut es genera en el sector serveis, un 11,2% en la construcció, un 8,2% en la indústria, i un 4,0% en el sector primari.

Les microempreses tenen presència a tot el territori català. Cal destacar que es tracta d'una figura cohesionadora d'aquest territori, que hi arrela, que possibilita el viure i treballar-hi, i que permet diversificar les activitats que hi ha a cada zona i, en conseqüència, el risc.

## Realitat actual de les microempreses: dificultats estructurals

Les microempreses, independentment de quina sigui la seva titularitat i configuració jurídica i estructural, tenen característiques, problemàtiques i reptes comuns, derivats de la seva dimensió.

Es tracta d'un col·lectiu molt atomitzat i diversificat. Són estructures petites, la resiliència de les quals depèn de la seva capacitat d'estalvi, de l'endeutament, de la gestió dels propis recursos; i també de la gestió que facin terceres entitats (governos locals, autonòmics i estatal; Hisenda i Seguretat Social; altres empreses, altres entitats, o ciutadania) de tots els elements que tenen a veure amb el col·lectiu.

En general, les microempreses **no disposen d'una formació en gestió empresarial**. Segons l'Informe GEM Espanya 2020-2021, el 48,2% de les persones emprenedores en empreses de més de 3,5 anys de vida no tenen formació específica en empenedoria. Alhora, al ser estructures petites no tenen desenvolupades totes les àrees d'expertesa pròpies d'una gestió empresarial (economicofinancera, recursos humans, tècnica, comercial, desenvolupament de producte-servei, màrqueting, o comunicació), ni tampoc tenen desenvolupades experteses relacionades amb els canvis i reptes que s'obren. Aquests elements dificulten la presa de decisions i la implementació dels canvis i resposta als reptes esmentats.

Cal ser conscients que els negocis de reduïda dimensió treballen en **entorns** que, en moltes ocasions, en **difículten el seu desenvolupament**, generen situacions d'indefensió, sentiment d'abús per part d'altres empreses i entitats, i la generació de sobre costos pel fet de ser estructures petites. Podem citar com a principals àmbits de dificultat estructural de les microempreses els següents:

- Finançament.
- Morositat.
- Quantitat de normativa existent i costos de complir-la.
- Fiscalitat.
- Estalvi/cotització per a una jubilació digna.
- Relació amb empreses de major dimensió.
- Assolir una autonomia entre l'economia familiar i l'economia del negoci que permeti que alts i baixos d'un àmbit no afectin l'altre.
- Conciliació personal i del negoci.
- Mantenir l'activitat del negoci en situacions en què l'autònom està de baixa o bé es produeixen circumstàncies que impedeixen dedicar-s'hi totalment.
- Traspàs de l'activitat i relleu generacional.

No obstant aquestes dificultats, són negocis i empreses que porten anys funcionant als mercats, amb una alta dosi de capacitat d'adaptació, resiliència i motivació.

## Realitat actual de les microempreses: nous reptes

L'entorn actual presenta, a més, **reptes** molt importants per a la societat, les empreses en general i, en particular, per al col·lectiu de microempreses. Tal i com hem dit anteriorment, alhora, aquests reptes no s'assoliran si aquest col·lectiu no els integra i es transforma.

Aquests reptes venen donats per:

- Les mateixes circumstàncies d'entorn que es produeixen actualment (activitats afectades per la gestió de la pandèmia, increment de costos, escassetat de matèries, encariment de l'energia i els combustibles, devolució d'endeutament adquirit per fer front a la crisi sanitària, increment de costos derivats de l'elevada inflació, ...).
- El ritme al que apareixen aquestes circumstàncies, amb poc temps per reaccionar i organitzar i no diguem ja per planificar.
- Pels grans canvis i tendències que ja s'indicaven per part de les Nacions Unides amb els ODS i per part de la Unió Europea amb el MFP i els fons NGEU. Aquests són canvis necessaris a nivell social, els quals no es podran assolir si no arriben a tots els estrats, entre ells, les microempreses, tant societats com persones autònomes físiques.
- La digitalització i la implementació de les tecnologies 4.0.
- La sostenibilitat, la transició energètica i l'economia circular en tots els sentits.
- La direcció cap a una societat inclusiva i amb igualtat d'oportunitats.
- El procés d'envelliment de la població. Per una banda, dificulta la substitució de llocs de treball quan aquestes persones es jubilen, per manca de personal qualificat en determinades professions. En segon lloc, l'expulsió del mercat de treball de talent senior per motius d'edat, tot i estar en plena capacitat.
- Els canvis provocats per la nova globalització i la nova geopolítica, com la sobirania tecnològica i energètica o els processos de *reshoring* i *nearshoring*.

Podem dir, doncs, que els **reptes** per part dels negocis de reduïda dimensió són, a curt termini i amb visió de mitjà termini: sobreviure, adaptar-se i transformar-se.

1. **Sobreviure** als estralls que la gestió de la pandèmia ha ocasionat en alguns sectors, amb la generació de pèrdues importants que s'han finançat amb préstecs que es començaran a tornar en breu, quan encara moltes empreses no s'han recuperat. En el cas de les empreses familiars, realitzar un relleu generacional adequat de manera que permeti la pervivència del negoci.
2. **Adaptar-se** al dia a dia que presenta canvis, moltes vegades imprevisibles, que cal afrontar i integrar tant a nivell de decisions, com de procediments, mercats, productes i serveis.
3. **Transformar-se** per contribuir al sosteniment social i del planeta i incorporar els avantatges de la digitalització. Aplicant una visió a mitjà termini, també es pot afirmar que per ser viable en aquest termini.

## Transformació de microempreses

Aprofundim en aquest concepte de transformació dels negocis de reduïda dimensió. Assolir la transformació social i econòmica que es necessita, per a que les societats actuals siguin sostenibles

en el temps, necessita d'una transformació de molts sectors en general i d'empreses i activitats en particular. Tot i la visió a mitjà termini, ara és el moment de fer-ho. En aquesta línia, **els fons NGEU són una oportunitat que s'ha d'aprofitar. Són l'instrument que permeten fer aquesta transformació de manera més efectiva, ràpida i assumible per aquest segment de negocis i activitats.**

Detallem alguns vectors de transformació sobre els que les microempreses, tant si es tracta d'autònoms persones físiques com de persones jurídiques, cal que treballin:

- **Digitalització:**
  - Per guanyar efectivitat, productivitat i estalvi de temps, amb una presència combinada *off-line* i *online*, en l'automatització de procediments i millorant la forma d'interacció amb la clientela i les empreses proveïdores.

#### Exemples

Comerços locals, magatzems i tallers que no poden tancar per realitzar l'inventari manual, el realitzen amb *scanner* manual i entrada directa de les dades al programa de gestió d'estoc.

Microempreses que han implementat sistemes de CRM i d'ERP adequats a la seva dimensió i necessitats, al núvol, que permeten gestionar la informació en qualsevol moment i en qualsevol lloc, amb un estalvi de temps molt important a l'hora d'introduir i tractar la informació.

La creació per part d'un comerç local d'una web amb possibilitat de venda de productes en línia i recollida a la botiga física o entrega a domicili. No com a negoci de venda en línia fora de la seva àrea d'influència, sinó com a canal complementari a l'establiment físic. D'aquesta manera, la clientela pot també realitzar la seva compra en línia.

- Com a oportunitat de negoci, desenvolupant nous productes/serveis, amb una aproximació més adequada al mercat com a model de negoci i ampliant el mateix mercat al qual arribar.

#### Exemples

La creació de *marketplaces* per part d'un conjunt de comerços locals per a la venda de productes d'un territori.

L'especialització per part d'algunes consultories de tecnologia en assessorament de creació de continguts en línia i plataformes on ubicar aquests continguts, donada la demanda que s'ha generalitzat arran de la pandèmia.

La realització de serveis de *coaching* en línia, com a canals alternatius al format presencial. Aquest nou canal ha permès a aquests negocis arribar a mercats com el sud-americà, on el *coaching* és un servei molt implantat i es valora també l'origen europeu de l'oferta.

- **Igualtat:**

- Com a element generador de benestar i diferencial de negoci, ubicant la persona al centre.

**Exemples**

Empreses que posen facilitats per adaptar jornada i horari en els llocs de treball on és possible per fer més compatible la vida familiar i la vida laboral.

Empreses que han incorporat criteris de selecció en clau de gènere, no assignant estereotips als llocs de treball, i prioritant seleccions que equilibrin la igualtat.

Algunes microempreses tenen especial sensibilitat en l'ús de llenguatge de gènere, no sexista, en les seves comunicacions internes (correus electrònics, converses, cartelleria) i externes (correus electrònics, converses, posts a les xarxes, web).

Restaurant que realitza formacions a col·lectius desfavorits, vulnerables i amb risc d'exclusió, per facilitar-ne la seva inserció laboral.

Empreses que implanten un ús racional de les tecnologies en els llocs de treball on és possible, (ex. teletreball) per afavorir la conciliació familiar; juntament amb la desconexió digital, la qual facilita que les persones que hi treballen tinguin les seves àrees de privacitat fora de la feina.

- Amb la generació de característiques i valors diferenciadors respecte de la competència i amb la detecció de noves oportunitats de negoci.

**Exemples**

Supermercats que estableixen horaris i condicions de compra -sense música, amb llum més baixa- per col·lectius amb alta sensibilitat (ex. autisme).

Professionals que realitzen formacions d'oratòria i que han incorporat una oferta de serveis de millora de parla en públic especialitzats en el col·lectiu de dones.

Incubadores i xarxes de suport a l'emprenedoria han incorporat serveis de mentoria i finançament també específics per a dones emprenedores.

Gimnasos que incorporen una visió femenina, amb delimitació d'espais i horaris exclusius per a dones.

Algunes microempreses del sector tecnològic han desenvolupat una oferta de serveis i eines digitals que aproximen la tecnologia a persones grans.

Comerços de proximitat de venda de roba no binària.

Empresa del sector de la moda que confecciona i comercialitza peces de bany sostenibles, inclusives i *bodypositives*, és a dir, que posen en valor i visibilitzen tot tipus de cossos.

- **Sostenibilitat:**

- Com a contribució al canvi climàtic.

**Exemples**



El cas de tallers que han instal·lat plaques fotovoltaïques que els permeten alimentar d'energia la maquinària i disminuir la dependència de la producció externa.

Espais de molta superfície, com gimnasos i naus industrials, que utilitzen aerotèrmia o geotèrmia per climatitzar l'espai.

Microempreses que realitzen estudis d'eficiència energètica. A resultes d'aquests estudis, comerços de proximitat i despatxos canvien tota la il·luminació, tradicionalment halògena, a LED, el qual comporta un consum d'energia molt menor. O bé restaurants i altres empreses que utilitzen maquinària, la canvien per equipament classe A o superior.

- Per donar resposta a canvis de sector amb una millora de l'aprofitament dels recursos i, en conseqüència, dels costos, un acostament a l'economia local i l'impuls del concepte de "proximitat".

#### Exemples

- Confecció de peces de vestir i complements per a la llar a partir de roba i plàstic reciclats.
- Cada vegada és més habitual en el sector primari crear xarxes de distribució que permetin la venda de la producció directament a consumidor final o a través de comerços de proximitat.
- Restaurants que basen la seva carta en menús saludables, dieta mediterrània, producte de temporada i de proximitat.
- L'ús en restaurants de fonts d'aigua connectades a l'aigua corrent, amb filtres. Es redueix l'ús de plàstic i vidres.
- L'establiment d'aliances entre empreses proveïdores de la mateixa cadena de valor. Per exemple, un restaurant que ha demanat al seu proveïdor de llet el subministrament en envasos de 10 litres i l'elaboració de dipòsits de 10 litres on mantenir aquesta llet fresca i que li permeti dispensar-la. Alhora, ha demanat també a proveïdors de fruita, carn i peix, el subministrament en caixes i envasos retornables.

- Amb la proposta de valors i elements diferenciadors de la competència, així com donar resposta a noves oportunitats de negoci amb el desenvolupament de nous productes i serveis.

#### Exemples

Desenvolupament per part de paletes i constructores de línies de construcció en fusta sostenibles tant per l'ús dels recursos constructius com per l'eficiència energètica que comporten.

Restaurants que a l'incorporar la línia de menjar per emportar, ho van fer utilitzant envasos sostenibles.

Empresa de venda i lloguer de bicicletes que ha desenvolupat un mecanisme que li permet transformar una bici manual en una bici elèctrica, adequada especialment per persones grans

que volen continuar utilitzant bici. Amb aquest desenvolupament donen resposta a les necessitats del col·lectiu, tot promovent sostenibilitat i reutilització de les bicicletes manuals.

La **nova globalització i geopolítica** genera, també, elements que afavoreixen i dificulten l'activitat de les estructures empresarials de petita dimensió. Per exemple, les dificultats per buscar alternatives a les cadenes de subministrament poden afavorir el desenvolupament d'activitats locals, les quals tenen una capacitat d'adaptació i de resposta molt més ràpida. No obstant això, l'increment de costos generalitzat les fa patir molt més que a les empreses de major grandària, atès que comporta un canvi de cultura de posar focus en la venda a posar el focus en les despeses; amb una revisió constant dels costos i de les tarifes; amb una manca de mecanismes i uns recursos limitats per gestionar aquest impacte. En aquest sentit, la tecnologia pot ser una gran aliada com a element per gestionar aquests canvis.

### **Polítiques de suport i impuls dels negocis de reduïda dimensió**

Els negocis de reduïda dimensió, a diferència de les empreses de mida més gran, no tenen ni els recursos ni la capacitat d'influir en totes les variables que els condicionen. Aquesta capacitat està en mans d'altres entitats, les quals cal que tinguin present les estructures empresarials de reduïda dimensió tant en la gestió com en la presa de decisions. Només amb la implicació de totes les parts es facilitarà la transformació dels negocis i activitats de dimensió petita, implicació que és necessària per tal d'assolir la transformació social i econòmica que es necessita per a que les societats actuals siguin sostenibles en el temps.

En primer lloc, **el sector públic**, des de l'àmbit local a l'estatal, passant per l'autonòmic i el comarcal:

- **Aspectes normatius i de reglamentació:** fiscalitat, laboral, igualtat, protecció social, procediments d'insolvència, tramitacions (legalització d'activitats i d'establiments), contractacions, morositat, subvencions, licitacions i compra pública, entre altres. Cal incidir que la normativa sigui simple, clara -capaç de ser gestionada per estructures molt petites i sense un coneixement tècnic especialitzat en la matèria-; que generi seguretat jurídica i equitat entre desiguals; i amb condicions accessibles i adaptades a la realitat d'aquest sector. Cal que protegeixi a la persona en situacions de vulnerabilitat i que doni el suport necessari per fer una bona transició de nou a la seva inserció laboral davant dels tancaments d'activitats. En resum, cal crear un marc facilitador de possibilitats, no d'entrebancs, i que "pensi en clau d'estructura petita".
- **Creació i gestió d'infraestructures:** telecomunicacions, mobilitat -xarxa de rodalies, comunicacions entre municipis i comarques-... Cal que les persones puguin treballar des de diferents ubicacions i que els seus serveis puguin arribar tant de forma *online* com presencial a la clientela. La infraestructura de telecomunicacions també facilita el turisme i l'oferta de serveis al visitant en tot el territori. La mobilitat de persones i mercaderies, a costos assequibles i, sobretot, amb un servei de qualitat -puntualitat, regularitat, freqüència- són clau per a l'optimització de temps i costos. Infraestructures de mobilitat i telecomunicació són sinònims de territori, per viure-hi i treballar-hi; per visitar-lo; a més d'afavorir la transició mediambiental.

- Facilitar l'**accés als recursos**, tant en sí mateixos com amb acompanyament en expertesa per tal de trobar els recursos, així com la seva forma i dimensió més adequades en cada cas: eines (ex. digitals); finances (ex. crèdits, avals, fons europeus); immaterials (ex. promoció conjunta per accedir a mercats); coneixement (de manera que el coneixement que necessiten les transformacions sigui generat i compartit, visibilitzant casos d'èxit i de fracàs, així com referents); formació de nou talent, adequat a les necessitats de les activitats.
- En concret, és essencial que els **fons NGEU** arribin a les microempreses i persones autònomes per facilitar la transformació de les seves activitats, d'acord amb el que ja es va exposar en l'**Informe GEREC 1 Fons de rescat de la Unió Europea**. Cal establir el volum i les condicions adequades amb l'objectiu que es compleixi aquesta premissa, sigui en el cas de les convocatòries de subvencions, de finançament, de licitacions o bé per altres itineraris, com poden ser els PERTE's. És important, també, mesurar que aquests fons arriben realment al segment i poder establir mesures correctores, si es dona el cas.
- El sector públic és també un **creador potencial de demanda**. Aquest concepte inclou, d'una banda, el potencial de compra que té el sector, a través de compres públiques, licitacions i concursos. En aquest sentit, cal adequar la legislació per tal que no imposi condicions de difícil compliment per part de les empreses de reduïda dimensió (ex. revisions de preus). També, s'ha d'incloure condicionats de manera que facin prevaldre criteris de proximitat i retorn al territori, més enllà del simple preu, facilitant que aquestes empreses tinguin una presència en la compra pública similar a la seva rellevància en el conjunt de l'economia. En aquesta línia, cal que les compres públiques incorporin quotes de contractació adreçades al segment, incloent condicions que assegurin que es produeixen realment. D'altra banda, incloure, també, la creació de línies de finançament i d'aval tècnic per poder participar en concursos, sense oblidar la necessitat de complir amb la legislació en matèria de pagament i morositat en la relació administració pública-contractista-subcontractista. Finalment, alguns territoris treballen amb el que s'anomenen concursos públics d'innovació, és a dir, mecanismes per posar en valor idees innovadores, així com la seva realització, creant col·laboracions i possibilitant finançament.
- Facilitar l'**emprenedoria i l'acompanyament** a estructures empresarials petites, amb una orientació de continuïtat i que ajudi a **dimensionar el teixit empresarial**. En aquest sentit, cal facilitar les condicions que facilitin que qui vulgui créixer ho pugui fer, sigui en volum, sigui en especialització. Una major dimensió comporta una millor capacitat competitiva, millor assignació de recursos, millores en la productivitat, elements molt necessaris per tenir un teixit empresarial competitiu i resiliència.
- En línia amb el punt anterior, la realitat canviant actual (sovint anomenada VUCA com a acrònim en anglès de volàtil, incert, complex i ambigu) pot requerir **d'estructures de dimensió reduïda, capaces de treballar en xarxa i en sinergia**. Aquesta forma de treball permet que, segons els projectes i les circumstàncies, aquestes empreses en xarxa col·laborin i formin estructures de major dimensió o bé es mantinguin com a microempreses, les quals són estructures que poden ser més resilientes, competitives i adaptables a aquesta situació d'entorn VUCA. És important, al respecte, potenciar la creació de xarxes d'innovació i transferència entre estructures de grandària petita i entre aquestes i empreses de major dimensió, atorgant a les *start-ups* i a les *scale-ups* un protagonisme important. A partir d'aquest coneixement mutu, cal derivar també en un procés de dimensió i creixement empresarial fruit de la unió de part d'aquestes empreses.
- Cal doncs, **repensar el concepte de "dimensió empresarial"** i definir-lo a partir d'una **visió més alineada** amb elements relacionats amb el **valor afegit en sentit ampli** -innovació, talent, sostenibilitat, xarxa i impacte- i no tant basada en variables quantitatives tradicionals -facturació, inversió, cost i ocupació-. És a partir d'aquesta definició on pren plenament

sentit el concepte de creixement en volum i, sobretot, en especialització, donat que aquesta especialització pot comportar un manteniment de les variables tradicionals de dimensió però un creixement en variables que hem relacionat amb el valor afegit.

- Donar continuïtat al concepte d'“ecosistema emprenedor”, amb l'assoliment d'un “**ecosistema de negocis de reduïda dimensió**”, en el sentit de generar l'entorn i les condicions adequats que acompanyin econòmicament i socialment les estructures empresarials de petita dimensió, tot alineant interessos i sinergies entre diferents entitats i agents que hi intervenen, igual que es fa en empenedoria.
- Cal, també, posar especial **atenció a col·lectius** i necessitats particulars que puguin tenir, amb l'objectiu que aquest talent realitzi la màxima aportació possible. A títol d'exemple però no exclouent: talent femení, talent jove, talent sènior, talent persones migrades, talent de persones amb discapacitat, ...

La **resta d'empreses del sector privat**: des d'una perspectiva de cadena valor, els negocis de dimensió reduïda donen servei a empreses més grans. Entès com una cadena de valor, cal impulsar la capacitat tractora de les de més dimensió sobre les petites, protegint els abusos de poder i les situacions d'indefensió que es produeixen: temporalitat d'entregues, terminis de pagaments, compromisos i responsabilitats, preus justos, ...

Una gran part d'aquests col·lectius estan representats per **col·legis professionals, gremis i associacions professionals**. Aquestes entitats, en la mesura que agrupen els sectors, són vehiculadores i potenciadores de recursos, creadores de xarxa i generadores de coneixement en l'àmbit de sector. En un moment de canvis i reptes tan importants, cal democratitzar aquest coneixement de manera que arribi a tot el sector ràpidament i que es pugui realitzar de forma molt efectiva (formacions, visibilització de casos d'èxit i de fracàs, ...). És necessari orientar accions de formació de nous professionals (orientant a les entitats formadores i contribuint a les formacions); així com l'actualització dels coneixements i competències dels del sector. Aquestes entitats poden vehicular també accions de promoció conjunta per accedir a mercats on, d'altra manera, caldrien molt recursos, només disponibles per empreses de major dimensió.

Seguint amb la línia anterior, els **agents socials**, patronals i sindicats, així com les organitzacions representatives d'autònoms, amb la seva representació, negociacions i pactes, cal que s'orientin cap a les condicions que es necessiten per tal que les empreses de reduïda dimensió puguin desenvolupar-se. Alhora, també, és necessari que contribueixin a democratitzar el coneixement i la formació que cal per dur a terme els canvis que es necessiten.

Els negocis de reduïda dimensió són els més propers al territori. En aquest sentit, molts dels productes i serveis que ofereixen tenen com a destí la **ciutadania**. És, doncs, la mateixa ciutadania la que, consumint aquests productes i serveis, fa que els negocis visquin i es facin grans en el territori. Cal posar en valor la contribució d'aquests negocis de reduïda dimensió, s'ha de valoritzar la compra de proximitat i explicar com reverteix en el territori. Cal conscienciar d'aquest impacte a la ciutadania.

## Conclusions

En definitiva, els negocis de reduïda dimensió, independentment de la forma jurídica amb la que operin (autònom, persona física o bé societari), són una de les peces clau per tal d'assolir els reptes que tenim com a societat i com a economia. Tant pel que fa a la seva implementació, com perquè arribi a tota la societat i territori.

Aquest segment, per la seva dimensió té unes problemàtiques comunes. Algunes d'aquestes són de tipus estructural derivades de les condicions de reglamentació, nous valors de consum, i formes de treball d'empreses de major dimensió. Actualment, aquestes problemàtiques s'agregen arrel de la gestió de la pandèmia, de les noves circumstàncies derivades de costos i subministraments i dels canvis que es donaran a nivell tecnològic, social i mediambiental.

Podem pensar en que els mateixos negocis de reduïda dimensió puguin solucionar part de les problemàtiques. De fet, part de la gestió i la responsabilitat de realitzar les accions necessàries per a adaptar-se i transformar-se pertanyen a les mateixes persones promotores d'aquestes microempreses. No obstant això, hi ha una part important que no es podrà resoldre sense la implicació de la resta d'agents (públic, privats, i ciutadania). Els negocis de reduïda dimensió no tenen ni els recursos ni la capacitat d'influir en tots els àmbits que els afecten.

Tots aquests elements porten a pensar en solucions que posin aquestes activitats al centre, a pensar en petit i a treballar de forma conjunta per part dels mateixos negocis de reduïda dimensió, el sector públic, les empreses de major grandària, els col·lectius professionals, els agents socials i la mateixa ciutadania.

És des d'aquest punt de vista, de posar les activitats al centre, que cal apostar per la creació d'un ecosistema de suport als negocis de reduïda dimensió. Cal que es creïn les condicions perquè aquestes activitats es desenvolupin, sigui en volum, sigui en especialització, pensades per la dimensió que tenen aquestes estructures i amb visió de que puguin créixer en termes de valor afegit en sentit ampli, i amb una cultura d'evolució de que la micro es faci petita, la petita es faci mitjana i la mitjana es faci gran.

Destaquem algunes de les accions que s'han proposat en el desenvolupament del present document, per tal d'impulsar el desenvolupament de les microempreses, tant pel seu efecte en els àmbits econòmic, social i territorial, com per ser una de les principals palanques de canvi i transformació per a que les societats actuals siguin sostenibles en el temps.

En aquest apartat final ens centrarem en accions concretes i en les parts implicades. Es dona per entès que reformes que actualment estan sobre la taula (fiscalitat, segona oportunitat, cotització social d'autònoms, i implementació de la reforma laboral) haurien de tenir en compte els principis que s'han comentat de posar la microempresa al centre, "pensant en petit", en normativa, en condicions d'accés, en responsabilitats, en seguretat jurídica, o en equitat entre desiguals. No s'entrarà en detall en aquestes reformes, donat que no és l'objecte d'aquest document.

<b>Propostes</b>	<b>Agents implicats</b>
Finestreta única a la que es puguin adreçar les microempreses.	Administració Pública
Reducció de la normativa existent i dimensionament adequat a la que la microempresa pot assumir.	Administració Pública Agents socials, en col·laboració amb gremis i col·legis professionals
Gratuïtat de recursos i procediments de defensa.	Administració pública
Definir activitats en les que es pugués realitzar alta d'activitats amb una declaració responsable de compliment de normativa. Paral·lelament, acotar el període de comprovació per part de l'Administració. En activitats més perilloses, definir terminis màxims de concessió de permisos d'obres i activitats.	Administració Pública Agents socials
Promoure espais d'informació i assessorament en aspectes com digitalització, economia verda i sostenibilitat, igualtat ...	Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública
Crear una certificació en sostenibilitat que sigui accessible -requisits, condicionat i cost- per microempreses. Amb un plantejament per nivells que permeti un accés inicial i una millora contínua.	Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública
Línies de finançament específiques per col·lectius, amb condicionat pensat per a cada col·lectiu i amb representació del col·lectiu en els òrgans de valoració i decisió de propostes.	Entitats financeres privades Entitats financeres públiques
Promoure xarxes de col·laboració entre microempreses.	Microempresa Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública
Promoure xarxes de col·laboració entre microempreses, petites, mitjanes i grans empreses.	Microempresa PIME Gran empresa Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública
Incorporar talent senior , facilitant la jubilació activa amb la col·laboració amb microempreses	Microempresa PIME Gran empresa Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública
Plantejar l'aplicació dels fons NGEU de manera que arribin realment a les microempreses. Utilitzar mesures que comprovin i validin que aquests recursos arriben al col·lectiu.	Administració Pública Gremis i col·legis professionals Agents socials

<p>Incorporar una quota de compra per part del sector públic a negocis de proximitat, amb condicions d'accés adequades a aquest col·lectiu. Incorporar els canvis legislatius necessaris per fer-ho possible.</p>	<p>Administració Pública</p>
<p>Treballar elements que visibilitzin el valor del col·lectiu a nivell econòmic, social i territorial, i generin consciència a la ciutadania amb la finalitat que hi destinin una part important de la seva demanda. Ex. Creació de premis, visibilització de referents, publicacions en mitjans, ...</p>	<p>Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública</p>
<p>Valoritzar i impulsar la formació professional. Simplificar la part administrativa de les col·laboracions empresa-centres de formació.</p>	<p>Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública</p>
<p>Potenciar i visibilitzar els programes que faciliten l'entrada a la formació professional de col·lectius vulnerables o persones que vulguin reciclar els seus coneixements.</p>	<p>Gremis i col·legis professionals Agents socials Administració Pública</p>