

EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS PARA REGENERAR EL BIENESTAR SOCIAL

Estudio Casilla Empresa Solidaria 2023



ÍNDICE

01. INTRODUCCIÓN: REGENERACIÓN JUSTA Y RETO COMPARTIDO

1.1. Contexto y Datos de Recaudación de la Casilla Empresa Solidaria

02. ACCIÓN SOCIAL CON UN PROPÓSITO

03. LA REPUTACIÓN COMO FACTOR CLAVE (PERO NO EL ÚNICO)

04. SI SE CONOCE, SE MARCA



01. INTRODUCCIÓN: EMPRESAS SOLIDARIAS Y TERCER SECTOR

***LA REGENERACIÓN JUSTA,
RETO COMPARTIDO***

LA REGENERACIÓN JUSTA, RETO COMPARTIDO

Aunque los retos medioambientales acaparen hoy el foco mediático y guíen las decisiones de inversión, el contexto geopolítico de **múltiples crisis en el que nos encontramos plantea un nuevo escenario de incertidumbre, también, social.**

Si queremos **regenerar nuestro bienestar como sociedad**, necesitamos trabajar con una mirada en la que la salud, los derechos y la calidad de vida de las personas y la salud de la naturaleza se entiendan como parte de un mismo sistema interdependiente. Porque, al fin y al cabo, las crisis que vivimos –y que viviremos– siempre tienen que ver con la **fragilidad humana que habita un planeta herido.**

Para que este **cambio sistémico sea una realidad desde el Tercer Sector** apostamos, más que nunca, por **estrechar nuestra relación con las empresas y tejer un espacio común** en el que tener impacto significa ir más allá del compromiso y acometer los desafíos de la Agenda 2030 con una perspectiva global.

Para lograr dichos objetivos marcados por la Organización de Naciones Unidas (ONU) en esta década, se estima que falta una financiación de entre 2 y 4 billones de dólares al año (lo que representa más de un 40 % de las necesidades totales). **Queda mucho por hacer, pero estaremos más cerca junto a organizaciones que se esfuerzan por generar un triple impacto positivo** (económico, social y ambiental) y que cubren las expectativas de más transparencia en su cadena de valor.

La Casilla Empresa Solidaria nace en 2018 como una solución eficaz y eficiente ante este propósito colaborativo y pretende suponer una inyección de fondos para atender a los acuciantes desafíos socioeconómicos de nuestro país. A lo largo de esta investigación, desde la **Plataforma del Tercer Sector** - con la colaboración de la consultora de empresas CE Consulting y la consultora especializada en sostenibilidad 21gramos-, pretendemos **entender la relación de las empresas con el impacto social y visibilizar el poder transformador de esta Casilla presente en el Impuesto de Sociedades.**

CONTEXTO Y DATOS DE RECAUDACIÓN

La Casilla Empresa Solidaria es la oportunidad, con **coste cero**, que tienen todas las empresas que pagan el Impuesto de Sociedades de **destinar el 0,7 % de su tributación a financiar proyectos sociales** dirigidos a garantizar los **derechos de la ciudadanía, a luchar contra la pobreza, la exclusión social y la desigualdad** y que tienen por objetivo avanzar hacia una sociedad más justa, igualitaria e inclusiva.

Esta opción se crea en la **Ley de Presupuestos Generales del Estado de 2018** y está impulsada por la **Plataforma del Tercer Sector**, una entidad sin ánimo de lucro, formada por **las nueve organizaciones más representativas del ámbito de lo social**: la Plataforma del Voluntariado de España (PVE), la Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión social en el Estado Español (EAPN-ES), la Plataforma de ONG de Acción Social (POAS), el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), Cruz Roja Española, Cáritas y la Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE), la Coordinadora de ONGD de España y la Plataforma de Infancia. Además, forman parte de ella once mesas y plataformas autonómicas. **Actualmente, representa a cerca de 28.000 entidades del ámbito social**

225 millones de euros disponibles si todas las empresas marcaran la Casilla Empresa Solidaria en el Impuesto de Sociedades

**Dato 2023 (ejercicio 2022), basado en la aplicación del 0,7 % a la previsión del Ministerio de Hacienda y Función Pública*

Tras el COVID, en 2022 se recupera la recaudación, alcanzando una cifra récord de 43 millones de euros

En la primera campaña en la que la medida estaba disponible, en 2019, la recaudación obtenida a través de la Casilla Empresa Solidaria superó los 33 millones de euros. En 2020, aumentó hasta más de 36 y en 2021, debido al efecto de la crisis provocada por la COVID, bajó a 31. **En 2022, volvió a aumentar superando los 43 millones de euros.**

CONTEXTO Y DATOS DE RECAUDACIÓN

Los siguientes datos hacen referencia al 77,7 % de la recaudación del Impuesto de Sociedades que se destina a acción social. (El resto se destina a proyectos de Cooperación al Desarrollo y proyectos medioambientales).

887 proyectos

financiados a nivel estatal

262 entidades

del Tercer Sector beneficiadas

**Estatal 2022 (Datos extraídos del informe 'Principales conclusiones de la resolución de la convocatoria de Subvenciones 0,7 2022', elaborado por la Plataforma del Tercer Sector)*

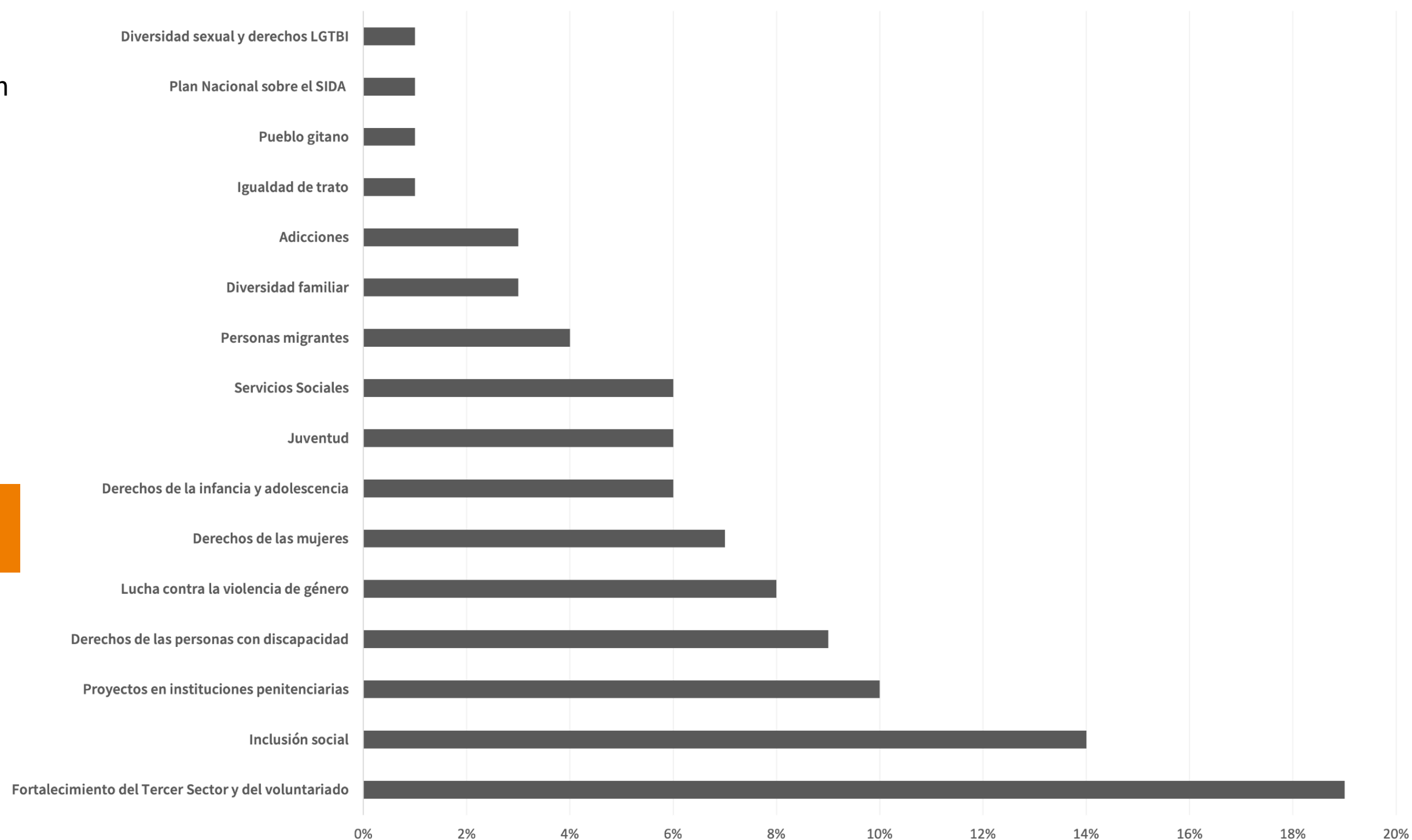
6.566 proyectos

financiados a nivel autonómico

2.148 entidades

del Tercer Sector beneficiadas

**Autonómico 2021 (Datos extraídos del informe 'Principales conclusiones de las resoluciones autonómicas con cargo al 0,7 % del IRPF e Impuesto de Sociedades', elaborado por la Plataforma del Tercer Sector)*



Destino de los fondos a nivel estatal en 2022

02. RELACIÓN DE LAS EMPRESAS CON EL IMPACTO Y LOS RETOS SOCIALES

***ACCIÓN SOCIAL
CON UN PROPÓSITO***

ACCIÓN SOCIAL CON UN PROPÓSITO

Solo **3 de cada 10** empresas son “Best In Class” en acción social

Como punto de partida de la investigación hemos querido ahondar en el grado de sensibilidad e implicación que tienen las empresas respecto a lo social. Los resultados nos dicen que **solo 3 de cada 10 empresas encuestadas son “Best In Class” en cuanto a su involucración en la acción social**, declarando que se suman a varias causas y generar impacto positivo forma parte de su estrategia de negocio y medición.

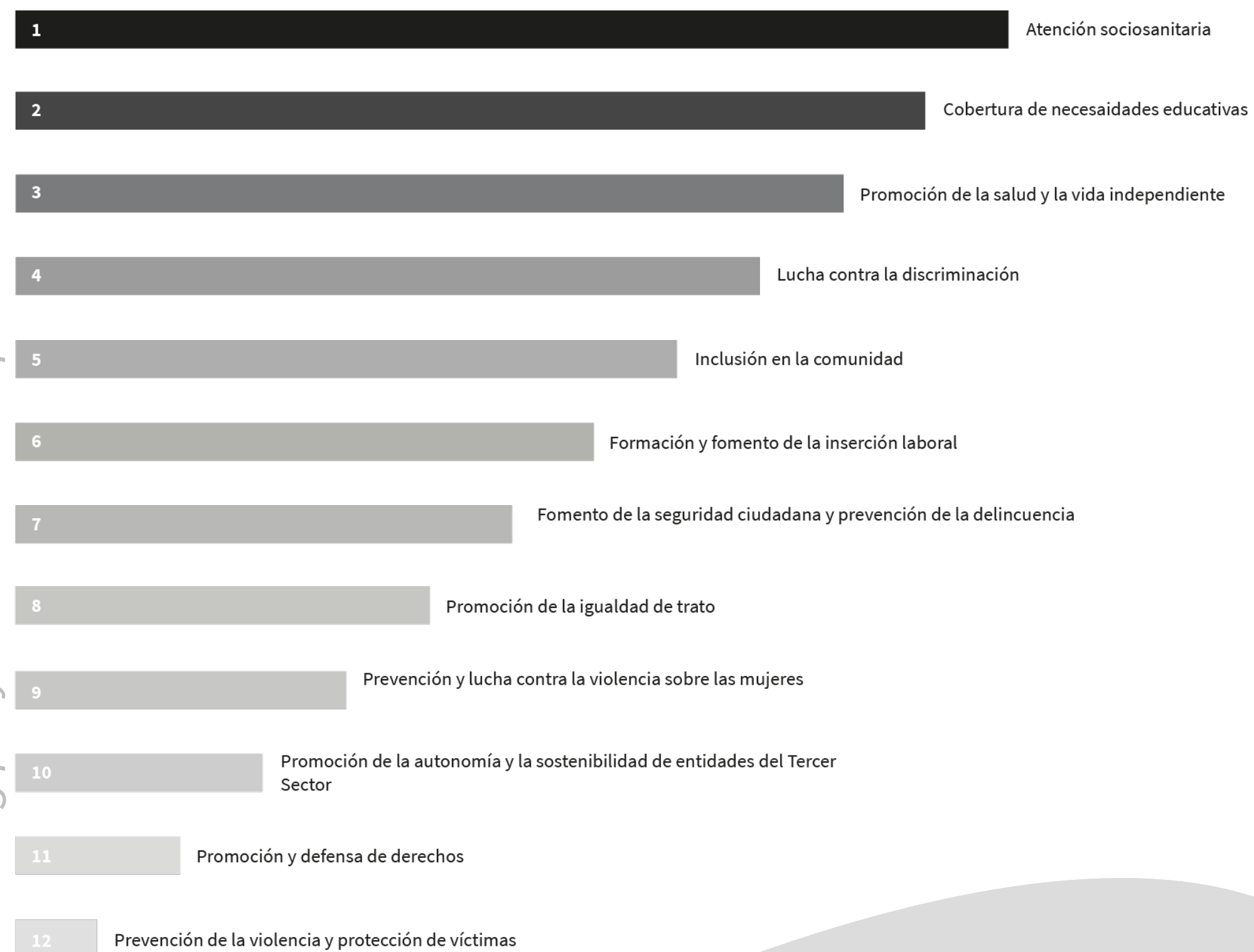
Salud y educación, proyectos sociales prioritarios

Entre los proyectos sociales financiados por la Casilla Empresa Solidaria, las empresas encuestadas priorizan tres: **la atención sociosanitaria, la promoción de la salud y vida independiente y la cobertura de las necesidades educativas.**

Comprometidas con los proyectos sociales más cercanos a su **propósito y valores**

Las empresas que desconocen los proyectos sociales que apoya la Casilla Empresa Solidaria declaran que les gustaría que **estos retos estuvieran más relacionados con su propósito**. Por su lado, las empresas concededoras y embajadoras coinciden en que, en definitiva, **“las empresas se posicionan según los proyectos sociales que más se alineen con sus valores”**.

Ranking proyectos sociales prioritarios



03. LA CASILLA EMPRESA SOLIDARIA, HERRAMIENTA DE COMPROMISO EMPRESARIAL

***LA REPUTACIÓN COMO FACTOR
CLAVE (PERO NO EL ÚNICO)***

LA REPUTACIÓN COMO FACTOR CLAVE (PERO NO EL ÚNICO)

Más de un **75 % de las empresas** que todavía no marcan la Casilla Empresa Solidaria reconoce que hacerlo **mejoraría su reputación social corporativa**

La mayoría de las empresas que todavía no marcan la Casilla Empresa Solidaria declara que **son conscientes del valor reputacional que conlleva, considerando, además, que hacerlo influiría positivamente en su labor comercial.**

Entre las grandes empresas, tampoco hay duda, marcar la Casilla Empresa Solidaria permite poner en valor sus esfuerzos por construir un mundo mejor que el actual. Sin embargo, aunque saben que esta opción no es solo una cuestión de recaudación sino también de posicionamiento, **un 60 % no considera esta la razón principal que les motiva hacerlo: “el factor emocional es clave,** existe esa sensación de estar donde tenemos que estar como empresas”.

El **Sello Empresa Solidaria**, factor de peso para la mayoría de las indecisas

Tras marcar la Casilla, las empresas pueden solicitar el **Sello Empresa Solidaria**, una **certificación de la Plataforma del Tercer Sector** que, sin ningún coste, reconoce a las compañías que buscan generar un impacto positivo en la sociedad.

Casi un 70 % de las empresas encuestadas **que conocen la Casilla Empresa Solidaria, pero todavía no se han decidido a marcarla,** considera la obtención de este Sello como una mejora para su posicionamiento social y su reputación.

Un **gesto que inspira** a las PYMES

Además del Sello Empresa Solidaria -que es valorado como una mejora para su empresa por un 63 %- entre las empresas desconocedoras, aquellas de menor tamaño considera que **la involucración de las grandes compañías es clave como ejemplo a seguir,** tanto por el hecho de marcarla como en la difusión de esta posibilidad a través de sus canales. Conscientes de su rol inspirador las embajadoras insisten en que hay que invitar a que más se sumen y añaden que es algo que está **“al alcance de grandes y pequeñas empresas, da igual el tamaño”.**

04. MOTIVOS PARA FORMAR PARTE DEL CAMBIO

*SI SE CONOCE,
SE MARCA*

Solo 4 de cada 10 empresas saben cómo generar impacto positivo al pagar su Impuesto de Sociedades

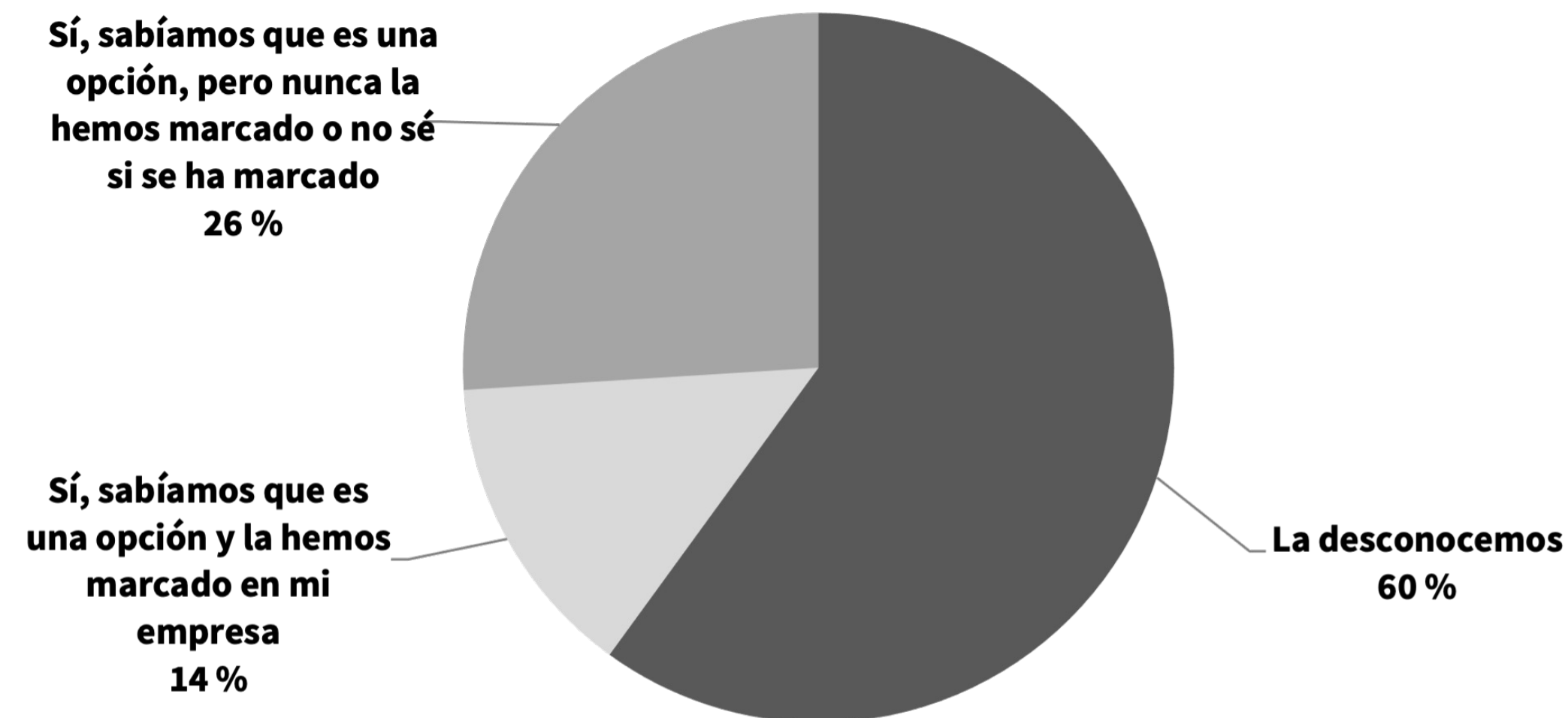
Esta investigación confirma nuestra premisa del gran desconocimiento acerca de la Casilla Empresa Solidaria que existe en el sector empresarial en España.

Tan sólo un 14 % de las empresas consultadas ya apoya esta iniciativa en el Impuesto de Sociedades, un 26 % la conoce, pero todavía no la marca **y la mayoría -un 60 %- de las empresas participantes en la investigación desconocía la Casilla Empresa Solidaria.**

Para estas últimas, **las gestorías y asesorías fiscales son indispensables para visibilizar la Casilla**, ya que muchas pequeñas y medianas empresas externalizan la gestión de sus impuestos. Según los datos, **más de la mitad de las asesorías son conscientes de su importante rol en el cambio social informando a las empresas de esta opción.**

Además, se constata una norma: a mayor tiempo conociendo la Casilla Empresa Solidaria, mayor porcentaje de acogida por parte de las empresas. El 70 % de las que la marcan hoy en día, la conoce desde su puesta en vigor en 2018.

SI SE CONOCE, SE MARCA



Grado de desconocimiento empresas

SI SE CONOCE, SE MARCA

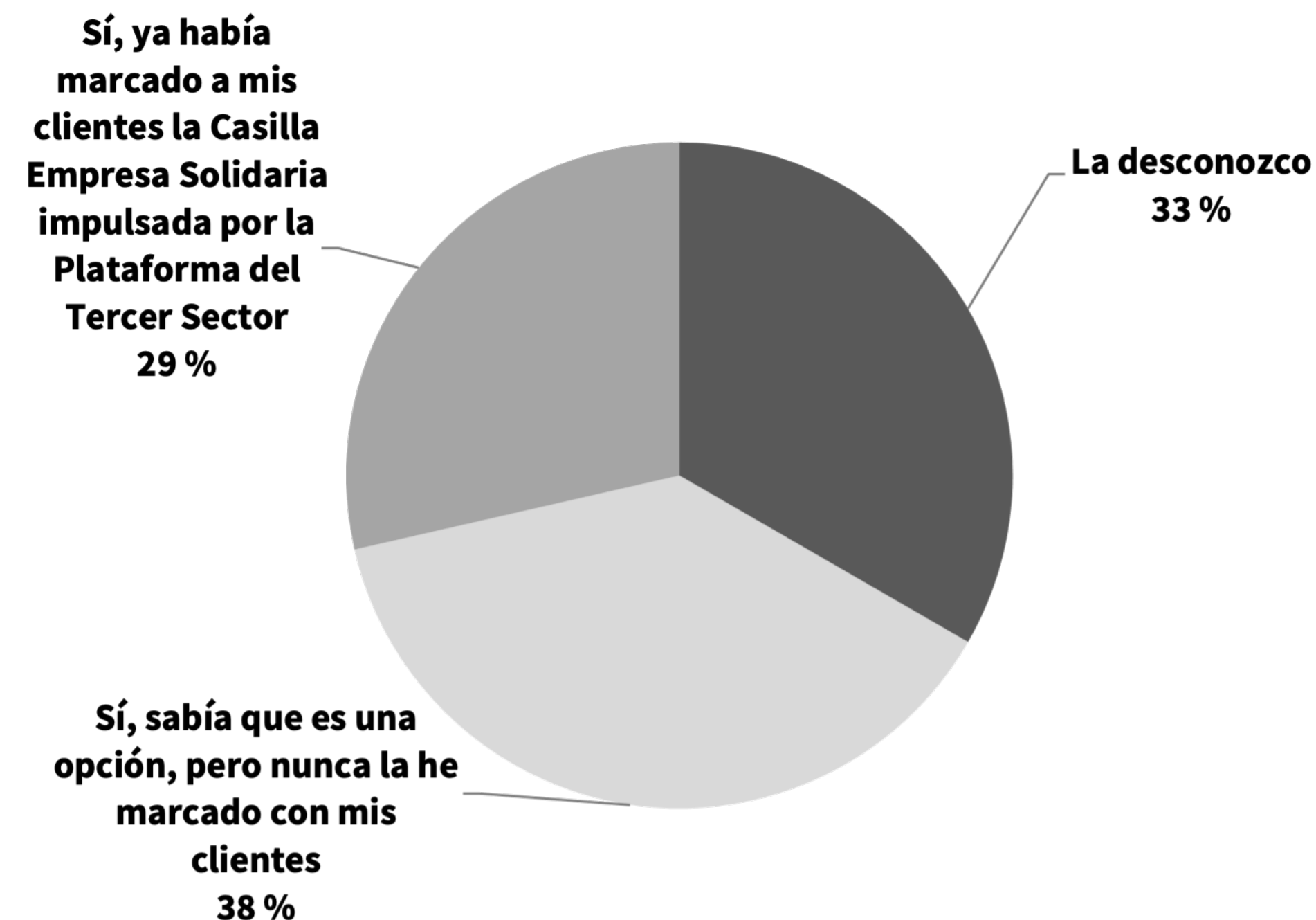
En cuanto a asesorías, el grado de conocimiento es mayor (un 67 % la conoce); sin embargo, resalta el dato de aquellas que sí conocen esta opción, pero no la marcan con sus clientes (4 de cada 10) en su mayoría por temas relacionados con **proceso y automatización de la presentación de Impuesto de Sociedades**.

Un 98 % de las empresas recomienda marcar la Casilla Empresa Solidaria

Se aprecia consenso general en que, para las empresas, sería un error no apoyar esta opción porque en **términos económicos no supone coste añadido y en términos sociales sería un coste inasumible**.

Una vez que se conoce esta opción, los datos no dejan lugar a dudas: **el 100 % de las empresas que la desconocían y también todas aquellas que ya la marcan invitaría a sumarse a otras empresas**, así como el 92 % de las indecisas.

Más del 70 % de las empresas afirma que su contribución a través de la Casilla Empresa Solidaria es **clave para el cambio social**

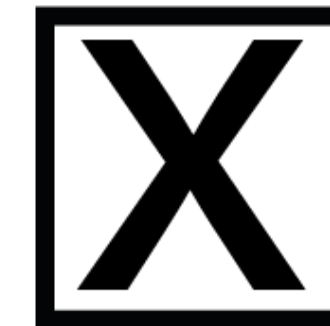


Grado de desconocimiento asesorías

¿Por qué marcan las empresas la Casilla Empresa Solidaria?

- ✓ Sencillez y el coste cero de la Casilla que no supone **“ni un céntimo más”**.
- ✓ Vía más efectiva para que las **empresas apoyen al Tercer Sector** (para más de un 70 % de las empresas que ya la marcan)
- ✓ **Capacidad de decisión y de dirigir los impuestos.** Un 80 % de las empresas desconocedoras afirma que marcarían la Casilla por esta razón.
- ✓ Mayor **trazabilidad del destino de los fondos recaudados** y su impacto real en proyectos concretos.
- ✓ Impulso corporativo. Un 71,5 % de las empresas que la marcan, lo hace porque **forma parte de las directrices de la organización.** En la que apuntan, además, que **el rol del director financiero es clave a la hora de tomar decisiones sobre la Casilla** Empresa Solidaria.
- ✓ Para las más comprometidas, es un acto de coherencia y orgullo **“a la hora de marcar la Casilla Empresa Solidaria, el compromiso va antes que el impacto”**.

**SI SE CONOCE,
SE MARCA**



SÍ



NO

IMPULSADO POR:



FINANCIADO POR:



CON LA COLABORACIÓN DE:



AGRADECIMIENTOS

- Gullón
- Ilunion (Grupo Social ONCE)
- Reale Seguros
- Carrefour España y Fundación Solidaridad Carrefour
- Vilsa
- Exera Energía
- Addalia

VER FICHA TÉCNICA Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO 

