

**Plan de Acción del CERMI para ayudar desde el sector de la discapacidad a aumentar las asignaciones tributarias del 0,7 % (IRPF/IS) para fines sociales**

**Campañas IRPF/IS año fiscal 2021,**

**desplegadas en 2022**

Abril de 2022.

1. **Objeto.**

Plantear una serie coordinada y coherente de iniciativas, medidas y acciones, de carácter voluntario, con el fin de desarrollar desde las organizaciones del sector de la discapacidad, una actividad intensa dirigida a aumentar, por parte de quienes contribuyen con sus impuestos, personas físicas y sociedades, las asignaciones tributarias del 0,7 % (IRPF/IS) para fines sociales.

Con esta actividad, se persigue ayudar a extender entre las personas que contribuyen en el IRPF y entre las empresas que tributan por el Impuesto de Sociedades (IS) que todavía no marcan las X de fines sociales, la toma de conciencia sobre esta asignación y que lo hagan efectivamente en la campaña de IRPF e IS 2021 (que se desarrolla en 2022). De este modo, se incrementarían los fondos para las ONGS sociales procedentes del 0,7 % y se mejoraría el marco de sostenibilidad financiera de las estructuras de la discapacidad organizada, siempre precario y más en estos momentos ante el impacto de la pandemia de coronavirus desatada en los primeros meses de 2020 y que aún no ha cesado, y los añadidos derivados de la guerra de Ucrania y la desestabilización económica y social provocada por la misma.

1. **Carácter del Plan.**

Se trata de un Plan de Acción promovido por el CERMI, y extensible a sus Organizaciones, de adhesión voluntaria por parte de estas, y que no trata de imponer o comprometer conductas, sino de estimular y marcar orientaciones y tendencias que de llevarse a cabo beneficiarían globalmente al todo el sector de la discapacidad.

Este Plan no sustituye, sino que aspira a ser complementario, al que cada Organización del CERMI pudiera o espera tener establecido para su ámbito o los más genéricos diseñados por instancias suprasociales como las campañas de la Plataforma del Tercer Sector o de la Plataforma de ONGs de Acción Social.

1. **Medidas.**
	1. **En el ámbito interno de cada Organización.**
* Invitar y solicitar a las personas trabajadoras, colaboradoras, afiliadas, socias y simpatizantes de la Organización, de un modo activo, que marquen la X de fines sociales en su declaración de la renta, y que extiendan este buen hábito a su círculo más cercano.

En el caso del equipo humano dependiente de la Organización (y de sus Entidades miembro), dirigirles un escrito con esta solicitud, argumentado, motivado y persuasivo, que se acompañe a la entrega de la nómina de los meses que coincidan con la campaña de IRPF o al certificado de retenciones correspondiente al año que se declara, haciéndoles ver la importancia de los fondos del IRPF para el mantenimiento global del empleo en el sector social.

* En el caso de que la Organización (o sus Entidades miembro) preste servicios (bien en solitario o en colaboración con la autoridad tributaria) de apoyo a sus asociados, afiliados o simpatizantes para confeccionar su declaración de renta, aconsejar a estos la marcación de la X solidaria en sus respectivas declaraciones.
* Extender esta labor activa de convencimiento a todas las personas que reciben información, orientación o apoyo de la Organización (o de sus Entidades miembro) o que participan en sus programas o iniciativas sociales, haciéndoles ver mediante la entrega de un escrito, folleto o cualquier material informativo (en papel o formato virtual), lo decisivo que es marcar la X solidaria para el mantenimiento de las acciones de las que se benefician.
* Remitir un escrito oficial de la Entidad (CERMI Estatal, en todo caso) a la nómina de empresas y entidades proveedoras de productos, bienes y servicios, pidiéndoles se sumen a la X Solidaria de las Empresas, así como instando e invitando a estas a que hagan otro tanto en relación con la X Solidaria de las Personas Físicas, a hacerlo a sus equipos humanos, personal y a sus entornos de influencia.
	1. **En el ámbito de la comunicación e imagen.**
* Dedicar íntegramente la portada del órgano de expresión de la Organización (y de sus Entidades miembro) la necesidad de marcar la X solidaria de fines sociales, siguiendo las directrices y el material gráfico de la Plataforma del Tercer Sector/Plataforma de ONGs de Acción Social. A este propósito, se propone que todas las portadas de las revistas en papel o digitales de las Organizaciones del CERMI del mes de mayo de 2022 se dediquen a la vez a la campaña de la X solidaria, de modo que todas las revistas y boletines del sector social de la discapacidad salgan con el mismo motivo en su página de inicio.
* Incorporar a las páginas de Internet corporativas de cada Organización (y de sus Entidades miembro), durante todos los meses que duren las respectivas campañas del IRPF y del IS en 2022, un pantallazo de duración momentánea (varios segundos) dedicado a las X solidarias, de forma que sea lo primero que perciba la persona que entra en la página de Internet y se le quede grabado en la memoria.
* Además del pantallazo, incorporar a cada página de Internet corporativa una sección específica, bien perceptible, sobre las X solidarias, con material informativo de la campaña, o bien que redirija a otras páginas de Internet confeccionadas a tal efecto.
* Incluir como pie de página publicitario en todos los correos electrónicos que se emitan desde la Organización (y desde sus Entidades miembro) información sobre las X solidarias, con mensajes persuasivos, lemas y eslóganes, y remitiendo a direcciones de Internet, para que los receptores de los correos capten la necesidad de marcar la X.
* Sumarse a las campañas de la Plataforma del Tercer Sector y de la Plataforma de ONGS de Acción Social, de instalar vallas, lonas y cartelería publicitarias en el exterior de los edificios (fachadas, escaparates, ventanales, vidrieras, etc.) de las ONGS dedicadas a la campañas de las X solidarias, para captar la atención de los viandantes y automovilistas.
* En el caso de las organizaciones que figuren dadas de alta en redes sociales, utilizar de este medio como forma de difusión intensiva de las respectivas campañas.
* Entrar en contacto y tratar de obtener de las empresas y corporaciones con las que el sector de la discapacidad mantiene relaciones el compromiso de incluir en sus campañas de publicidad (del mismo modo que cuando patrocinan oficialmente un evento, que aparece una leyenda y un logo al final o una locución sonora) el mensaje de marcar las respectivas X solidarias.
* Trasladar el material informativo de la campaña a los asesores fiscales y gestorías, a través de la Asociación Española de Asesores Fiscales y Gestores Tributarios y los Colegios profesionales de Economistas y Abogados, para su difusión entre los asociados y colegiados, con el fin de que puedan aconsejar a los contribuyentes (personas físicas y empresas), implicando así a este sector profesional en nuestra iniciativa.
	1. **En el ámbito estricto del CERMI (y CERMIS Autonómicos).**
* Aplicar en el CERMI Estatal todas las medidas y acciones expuestas en los apartados anteriores, que sean factibles de llevar a cabo.
* Convocar una rueda de prensa en Servimedia, con el resto de grandes Plataformas sociales que deseen sumarse, como pistoletazo de salida de las acciones de comunicación de las campañas X solidarias.
* Pedir a cada Organización del CERMI Estatal que aporten 3-4 buenas prácticas de acciones sociales de su esfera sufragadas con cargo al 0,7 % de fines sociales para trasladarlas a Servimedia a fin de que esta lo difunda adecuadamente en el circuito de información social.
* Las dos acciones anteriores, adaptadas a su respectiva realidad, se trasladarían a los CERMIS Autonómicos, lo que se traduciría en:
	+ Que cada CERMI Autonómico convoque una rueda de prensa en su territorio, al inicio de la campaña, animando desde el sector de la discapacidad a la ciudadanía a sumarse a las X solidarias.
	+ Pedir a los CERMIS Autonómicos que a su vez recopilen y decanten de sus Organizaciones miembro 3-4 buenas prácticas sufragadas con cargo al 0,7 % para trasladarlas a Servimedia y que las trate de colocar en los medios de comunicación de ámbito autonómico.
1. **Operativa.**

Se designan como instancias internas encargadas del impulso, aplicación y seguimiento del mismo, que serían:

* Dirección Ejecutiva.
* Gerencia.
* Comisarías, titular y adjunta, de CERMIS Autonómicos.
* Dirección de Comunicación/Agencia Servimedia.

Estas instancias reportarán a los órganos de gobierno del CERMI de la marcha y del balance de ejecución del Plan.

Abril de 2022.