

**BALANCE GESTIÓN ANUAL 2015**

---

---

Marzo, 2016

**Índice:**

I. Quienes Somos.....	3
Misión & Valores .....	3
Nuestros Valores Fundamentales.....	4
Nuestro Equipo de Trabajo.....	6
II. Introducción .....	8
III. Campañas .....	11
IV. Recaudación de Fondos.....	17
V. Administración, Finanzas y Recursos Humanos. ....	19
VI. Comunicaciones. ....	24
VII. Voluntarios y Logística .....	28

## I. Quiénes Somos

“Greenpeace existe porque esta frágil tierra necesita una voz. Necesita soluciones. Necesita cambios. Necesita acción”. Estas palabras son lo que Greenpeace significa a nivel mundial, es la mejor forma de explicar lo que esta organización viene haciendo los últimos años en nuestro país: Dar una voz a nuestro planeta, pelear las batallas que todos deberíamos estar luchando.

Greenpeace es la organización ambientalista más reconocida, decidida y audaz en la defensa del medio ambiente en el mundo.

Greenpeace se mantiene exclusivamente de donaciones de personas físicas que quieren un cambio para tener un planeta verde, pacífico y sin desigualdad. Es decir, Greenpeace no recibe dinero de gobiernos, empresas, partidos políticos ni religiones.

Gracias a este principio, nuestra organización es independiente en lo económico y lo político. La autosuficiencia económica permite a Greenpeace cuestionar, actuar, proponer y ponerle nombre y apellido a quienes destruyen el medio ambiente y a quienes pueden revertir esta situación.

Para cuidar nuestro planeta realizamos acciones directas no violentas y de resistencia civil pacífica, con las cuales denunciemos los delitos ambientales y a quienes los cometen, generamos conciencia, informamos e inspiramos a la ciudadanía a participar en la búsqueda de soluciones.

En pocas palabras, Greenpeace es una organización de la gente, que busca incidir en políticas públicas, involucrar e inspirar cambios y por la que constantemente transitan voluntarios, socios, activistas y ciberactivistas.

## Misión & Valores

La misión de Greenpeace es proteger la diversidad de la vida en todas sus formas.

Greenpeace es una organización independiente de campañas que usa la confrontación creativa no violenta para exponer problemas medioambientales globales, para forzar las soluciones que son esenciales para un futuro verde y pacífico. El objetivo de Greenpeace es asegurar la habilidad de la Tierra para nutrir la vida en toda su diversidad.

### **Nuestros Valores Fundamentales.**

Somos una organización global, y nuestros valores están presentes en cada oficina alrededor del mundo, así como también en cada una de las campañas en las cuales trabajamos.

Los principios de Greenpeace son piedra angular y valores fundamentales, reflejados en nuestro trabajo en todas las campañas en favor del medio ambiente, en todo el mundo. Estos son:

- “Damos testimonio” de la destrucción del medio ambiente de una manera pacífica, no violenta.
- Usamos la confrontación no violenta para levantar el nivel y la calidad del debate público.
- En la exposición de las amenazas para el medio ambiente y la búsqueda de soluciones no tenemos aliados o adversarios permanentes.
- Aseguramos nuestra independencia financiera de los intereses políticos o comerciales.
- Buscamos soluciones, y la abertura, para un debate informado de la sociedad sobre las decisiones del medio ambiente.

En el desarrollo de nuestras estrategias de campaña y las políticas tenemos mucho cuidado para reflejar el respeto fundamental de los principios democráticos y la búsqueda de soluciones que promuevan la equidad social a nivel mundial.

En nuestro país cumplimos 20 años, pero nuestra mayoría de edad llegó hace tiempo. Una historia de campañas con logros de esfuerzo, compromiso y convicción de todos quienes han formado parte de esta organización en Chile y fuera de él.

Hoy Greenpeace tiene un desafío importante: cambiar el curso de la historia y unirse a los cientos de miles que por todo el mundo están evitando que los peores pronósticos sobre el futuro de la tierra y sus entornos más frágiles –claves para una vida con calidad y justa en la tierra- no sean arrasados. Debemos ser capaces de levantar propuestas, alternativas y facilitar los cambios favorables que eviten volver atrás. Proponer es, además, señal de que la esperanza está intacta.

Nuestra misión hoy es crecer, ampliarnos. Ganar capacidad, fuerza, pero también creatividad. Es ser capaces de instalar la sustentabilidad, el respeto por el ambiente como ejes claves de la Sociedad en que vivimos.

## **Nuestro Equipo de Trabajo**

Al 31 de Diciembre del 2015, el Directorio y personal contratado de la Fundación Greenpeace Pacífico Sur (Chile) está compuesto por:

### **Directorio:**

- Representante de la Fundadora: Fernando Navais da Furriela
- Presidente: Martín Ricardo Santos
- Secretario: Horacio Raúl Brum Pizzorno
- Tesorera: Irene Mayer-Beckh Leslie
- Director: Carlos Adrian Mourellos Ottaviano
- Directora: Gabriela Andrea Graffigna Souto

### **Staff de Greenpeace en Chile:**

- Martín Prieto. Director Ejecutivo.
- Matías Asún Hamel. Director Nacional.
- Ingrid Lagos Tapia. Coordinadora Finanzas, Administración y Recursos Humanos.
- Begonia Laviña Soriano. Coordinadora de Fundraising.
- Renato Hernández Farías. Coordinador de Comunicaciones.
- Sergio Corrales Tobar. Coordinador de Logística y Voluntarios.
- Estefanía González, Coordinadora Campañas.
- Melissa Jure León. Encargada de Prensa.
- Juan Pablo Espinoza. Campañista Junior.
- Daisy Campaña Araya. Asistente Finanzas, Administración y Recursos Humanos.
- Roberto Roa Zagal. Asistente Logística.
- Fabiola Oliveros Berríos. Encargada de Atención de Socios y Fidelización.
- Joeri Leppens. Encargado Dialogo Directo.

- Daniel Pérez La Manno. Administrador Base de Datos y Supervisor de Call center
- Elizabeth Soto Muñoz. Consejera Político de Campaña.
- Consuelo Mora Escobar. Asistente de Marketing.
- Marcela Molina Lorr. Asistente General.
- Cristian Carrasco Arratia. Asistente Voluntariado - Supervisor equipo DD V Región.
- Luz María Le Dantec. Teleoperadora de Atención de Socios
- Bárbara Ibaceta Rivera. Operadora de llamada de Bienvenida.
- Freddy Aburto Dávila. Captador Dialogo Directo.
- Yanilet Angulo Troncoso. Asistente área de Fundraising
- Angelly Araya Araya. Data Entry.
- Virginia Von Borries Vender. Captador Dialogo Directo.
- Gladys Garcés Peña. Auxiliar de Aseo y Administración.

**Asesores:**

- Juan Iadanza. Director de Soporte Institucional Greenpeace Andino
- Diego Salas. Director Fundraising Greenpeace Andino
- María Delgado. Directora Recursos Humanos Greenpeace Andino

## II. Introducción

El año 2015 significó un importante crecimiento para nuestra organización en términos de capacidad interna y recursos. También supuso hacer frente a los desafíos propios de la defensa del medio ambiente en medio de una de las más grandes crisis de credibilidad y legitimidad política del que Chile tenga memoria.

En términos de crecimiento neto la oficina creció en términos de recaudación de fondos, en la expansión de los equipos territoriales de contacto cara a cara en calle, y fortaleció su trabajo en alianza con diversas organizaciones para la relación con socios. En términos internos se consolidó el trabajo del área especializada en estas tareas, con una estructura, indicadores y roles claros.

En el ámbito interno, nuestra organización creció significativamente incorporando nuevos estándares de accountability y de fomento del buen clima laboral. Además, se creó una posición de dirección de recursos humanos para fortalecer dichas iniciativas, responder adecuadamente a las necesidades y demandas de nuestro trabajo y finalmente incorporada una mirada moderna y acorde a la gestión del talento dentro de la organización. El conjunto de estas iniciativas ha favorecido ajustes dentro de la estructura de roles de la oficina, mejores sistemas de evaluación de personas, y la capacidad para hacerle frente a los constantes cambios del mundo global con recursos humanos preparados.

En términos públicos, nuestra organización en Chile estuvo enfocada en la defensa de los glaciares, especialmente en el ámbito legislativo donde el proyecto de glaciares ingresado el 2014 siguió su discusión. En concreto, el escenario supuso una entrada del poder ejecutivo que literalmente cercenó el proyecto, dividió a los actores políticos relevantes e impuso insuficientes estándares de protección para glaciares, reemplazando el texto original que impulsamos. Nuestro foco estuvo en detener dicha avanzada durante el año legislativo y en denunciar la acción del ejecutivo, que finalmente reforzó su posición blindándola con sus aliados políticos y manteniendo las limitaciones al proyecto de ley. Adicionalmente trabajamos para reorganizar y ampliar las redes políticas y de incidencia en el proyecto y la regulación atinente a glaciares.



En paralelo y de forma complementaria, mantuvimos nuestras denuncias sobre los proyectos “emblema” de la destrucción de glaciares, a saber, la división andina de CODELCO y su vecina Los Bronces de Angloamerican, el caso de Pelambres de Antofagasta Minerals, y en especial Pascua Lama de Barrick Gold. En el caso de este último identificamos y denunciemos en prensa la presencia de un informe que comprobaba el deterioro de un glaciar en cuya superficie se detectó un basural con restos propios de operaciones mineras de alta montaña. Dichos antecedentes fueron entregados a las autoridades y se agregaron a los antecedentes judiciales y de fiscalización que pesan sobre la empresa.


Hacia finales de año tuvimos la visita del barco Esperanza, el más antiguo de la organización identifica a nuestra organización y fue muy bien recibido, logrando la mejor cobertura en medios de la historia de nuestra organización en Chile en medios en términos diversidad de fuentes y menciones. Como parte de la visita el barco visitó 4 puertos durante un poco más de un mes, y decenas de miles de personas se inscribieron para asistir y visitarlo. El tour del barco en Chile también estuvo marcado por su participación en la campaña de glaciares; no sólo permitió instalar el mensaje a favor de la protección de glaciares en medios, además permitió visitarlos y realizar investigaciones científicas inéditas en terreno en los glaciares de la zona austral. Dichas investigaciones permitieron relevar este tema y los efectos del cambio climático en Chile a nivel internacional al ocurrir en paralelo a la cumbre climática mundial de Naciones Unidas.

En paralelo a estas actividades públicas, la organización realizó campañas de difusión de diversas temáticas globales ligadas a la defensa del medio ambiente; informamos y actuamos contra las empresas textiles outdoor que utilizan PFCs, denunciemos los productos con glifosato y exigimos el retiro de las licencias para comercializarlo en Chile, protestamos por la reactivación de la caza de ballenas en Japón, exigimos al gobierno mexicano la protección de la “vaquita marina”, entre muchos otros. De este conjunto de iniciativas, la que tuvo mayor notoriedad fue la masiva petición contra Shell para que suspendiera su exploración petrolera en el Ártico. Ese objetivo fue conseguido con la ayuda de siete millones de personas que suscribieron la petición globalmente.

Por último, en el ámbito de la gestión de voluntarios, mantuvimos los equipos locales funcionando e incorporamos mejoras en la estructura interna de los mismos para identificar

roles, la transparencia de procesos y rendiciones de cuentas y capacitamos en herramientas de campaña y organización interna.

En resumen, un año de desafíos relevantes que implicó esfuerzos y creatividad para mantener el crecimiento y sostener la incidencia del trabajo realizado el año anterior.



Martín Prieto  
Director Ejecutivo

### III. Campañas

#### Campaña de Glaciares

Durante el año 2015 Greenpeace continuó con la campaña de glaciares que comenzó un año antes con el lanzamiento de la “República Glaciar”, la “nación” que puso en evidencia la necesidad de contar con un marco normativo que reconociera a los glaciares como bienes nacionales de uso público y que al mismo tiempo, fijara los mecanismos para la protección de éstos y su entorno.

Si bien Chile posee más del 80% de los glaciares de América del Sur y 24.133 glaciares catastrados de Arica a Magallanes, estos continúan sin reconocimiento en la legislación chilena, lo cual los deja vulnerables a la destrucción especialmente de proyectos de mega minería en las zona norte y centro del país. Durante el 2014 se logró ingresar al congreso un proyecto de ley para la protección de glaciares y durante el 2015 fue el proceso de tramitación de esta ley el trabajo principal de la campaña.

A inicios de 2015 el gobierno modificó el proyecto original incorporando una indicación sustitutiva que sólo incorporaba parte de los puntos exigidos por Greenpeace por lo cual durante el primer trimestre del año, continuamos con la demanda de una “ley glaciar cinco estrellas” que establecía los 5 puntos mínimos que debía incorporar la ley de glaciares para protegerlo de manera concreta y efectiva. Al mismo tiempo se iniciaron actividades públicas que evidenciaron los peligros existentes sobre glaciares (intervenciones en cena de Consejo Minero, reunión del Centro de Estudios del Cobre y la Minería) y el record de Chile como el principal destructor de glaciares de roca del mundo.

En junio comenzó la votación del proyecto de ley en la comisión de medio ambiente de la cámara de diputados. Durante este proceso hicimos público lo insuficiente del proyecto y miles de personas se sumaron para demandar a los diputados que protegerían el 100% de los glaciares del país. En el contexto de la Copa América se lanzó la Selección de la República Glaciar a través de la

cual presionamos en cada uno de los “partidos” que se estaban jugando en el congreso. Se logró alto impacto mediático, quedando en evidencia que la propuesta del ejecutivo deja sin ningún tipo de protección a más del 50% de los glaciares del país.

En paralelo, se siguieron monitoreando los casos de latente destrucción de glaciares: El proyecto de expansión de Codelco Andina 244, enfrentado a severas críticas que se sumaron a las nuestras, fue retirado del sistema de evaluación de impacto ambiental con decenas de observaciones relativas a afectación de glaciares. Greenpeace hizo público un informe que evidenciaba la utilización de glaciares como basurales en el proyecto Pascua Lama de la minera Barrick Gold, poniendo además las denuncias en los organismos públicos correspondientes. También fue denunciada públicamente la contaminación del Río Aconcagua por CODELCO con los derrames de concentrado de cobre provenientes de la división andina.

Como resultado de la necesidad de monitorear el proceso legislativo y el interés que nació producto de la campaña en otras organizaciones, se creó la Mesa de Glaciares en la cual participamos en conjunto con distintas ONG's y organizaciones para presentar indicaciones al proyecto de ley, las que siempre fueron recogidas por parlamentarios. Greenpeace presentó a los diputados de la comisión de medio ambiente los fundamentos de por qué la ley propuesta por el gobierno es completamente insuficiente, y los mecanismos que se pueden aplicar para protegerlos a todos sin excepción. Las votaciones fueron acompañadas de presión pública por redes sociales donde cientos de personas se sumaron a exigir a sus autoridades que votaran por glaciares 100% protegidos.

Durante octubre y diciembre, Greenpeace lanza una nueva etapa de la campaña para exigir a Codelco que deje de destruir los glaciares del país, aportando con diversos estudios y datos técnicos que demuestran las grandes cifras de destrucción de la empresa estatal: más de 340 hectáreas de glaciares destruidas. En este contexto, la embarcación más grande de Greenpeace, el barco “My Esperanza” llega al país durante noviembre de 2015 para sumarse y apoyar la campaña de glaciares.

Durante la estadía del Esperanza en Chile, se hicieron 8 jornadas de barco abierto donde miles de personas no sólo conocieron esta embarcación insigne, sino que también se informaron sobre la campaña y se sumaron como participantes activos. También nos reunimos con organizaciones sociales y ambientales de diferentes regiones del país para trabajar por nuestro medio ambiente.

En la última etapa del tour, junto con equipo científico de alto nivel formado por profesionales de la ingeniería, glaciología y climatología, realizamos una expedición a dos importantes glaciares de la Patagonia (Pio XI y Amalia) para analizar su estado actual, el impacto del cambio climático sobre ellos y algunas proyecciones futuras. Se realizaron mediciones de espesor de hielo además de la instalación de 2 cámaras fotográficas especializadas para hacer time lapse, que estuvieron durante más de un mes registrando el comportamiento y desprendimientos en el glaciar Amalia, resultados que estarán durante marzo del 2016. Todo esto, en el contexto de la cumbre de cambio climático COP 21 y la necesidad de realizar compromisos concretos para mantener los aumentos de temperaturas en los 1,5 °C.

El trabajo de Greenpeace durante 2015 logró mantener la discusión de glaciares en la agenda pública, poniendo en evidencia las falencias del proceso y la necesidad urgente de proteger el 100% de glaciares del país a través de la documentación de la destrucción que están sufriendo. Al mismo tiempo, se avanzó en la incorporación de iniciativas científicas de alto nivel para el análisis de otras amenazas como el Cambio Climático, de manera de trabajar la campaña desde sus distintas aristas.

Adicionalmente, y mientras transcurría la cumbre climática de naciones unidas, nos unimos en solidaridad a la campaña para detener las operaciones mineras en Isla Riesco desde el barco, logrando una positiva y amplia cobertura de la actividad, y denunciando en medios la falta de fiscalización y bajos estándares ambientales de las operaciones para alimentar de carbón las termoeléctricas de la zona central del país.

### **Campaña Detox Outdoor**

Desde hace años, Greenpeace ha liderado una campaña mundial para eliminar sustancias peligrosas en la fabricación de diferentes prendas del mundo textil con la cual ha logrado que más de 100 marcas se comprometan con una producción más limpia, entre ellas H&M, Zara, Levis, Nike, Victoria's Secret y muchas más.

En el marco de esta campaña global, es que en septiembre de 2015 se lanzó la campaña Detox Outdoor, cuyo objetivo es que las principales empresas del mundo Outdoor se comprometan a la eliminación de los PFC's (sustancias químicas peligrosas utilizadas para impermeabilizar y repeler agua y aceite en sus productos) en el proceso de fabricación de sus prendas. Los PFC's son una familia de compuestos que pueden provocar entre otras cosas, mal formaciones y tumores cancerígenos. Son sustancias altamente volátiles y al ser utilizados en la elaboración de chaquetas, zapatos, pantalones y otras prendas, llegan a la atmosfera y viajan llegando incluso a los lugares más prístinos del planeta y transmitiéndose a los humanos a través del aire o la cadena alimenticia.

Para evidenciar el problema, el hito de lanzamiento en el cual Chile participó activamente, fue el informe "Huellas en la Nieve" en el cual se recopilaron los resultados de 8 expediciones realizadas en diferentes monumentos naturales en localizaciones remotas del mundo, donde se tomaron muestras de agua y nieve recién caídas que contenían concentraciones de PFC's. Una de esas expediciones fue realizada por un equipo chileno –argentino en el Parque Nacional Torres del Paine en pleno invierno de 2015. En la expedición se tomaron muestras donde se encontró la presencia de estos contaminantes persistentes, hecho que dio el puntapié inicial a la exigencia a las marcas del mundo Outdoor de eliminar sustancias. La travesía fue realizada en condiciones climáticas extremas con equipos libres de PFC's, demostrando al mismo tiempo que estas sustancias no son necesarias para bajas temperaturas y altas precipitaciones sólidas y líquidas, ya que existen alternativas limpias igualmente eficientes.

Luego del lanzamiento de la campaña, las principales empresas del mundo Outdoor como Mammut y Patagonia reconocieron el problema denunciado por Greenpeace, mientras que

marcas como Paramo, Fall Raven, Pyua, Rotauf se comprometieron a eliminar los PFC's de su cadena productiva, lo significó un importante avance a un mes de lanzada la campaña. Posteriormente, se realizó una encuesta global para que las personas a los largo del mundo votaran por distintos productos para enviar a testear a un laboratorio especializado y comprobar la presencia y concentración de PFC's. Más de 20 países participaron en la compra de los productos seleccionados por las personas mediante las votaciones y dos de ellos fueron adquiridos en Chile: Chaqueta impermeable Columbia y Saco de dormir Northface. Este último arrojó la mayor concentración de PFC's de los 40 productos testeados.

Esta última etapa realizada durante 2015, fue de gran utilidad para poder ejercer presión a las grandes marcas que aún no han realizado un compromiso como Mammot y también a aquellas que no se pronunciaron como North Face, siendo éstas dos los principales target de la campaña en las etapas venideras.

### **Otras Campañas**

En paralelo la organización adhirió, participó o realizó actividades en diversas temáticas de protección ambiental.

Durante mediados de año iniciamos, junto a las demás oficinas de Greenpeace en el mundo y con apoyo de diversas organizaciones locales, una petición pública para el retiro de las licencias de glifosato por parte de las autoridades de agricultura y salud de la nación. Dicha petición consiguió muchísimo apoyo público y a la fecha las autoridades se encuentran evaluando, por primera vez, la continuidad de dicho agroquímico dentro del pool de opciones disponibles.

Adicionalmente mantuvimos la comunicación pública sobre la protección del ártico, y denunciábamos explícitamente las actividades de exploración petrolera en el fondo ártico, en específico las intenciones de la petrolera Shell. Dicha campaña acumuló más de siete millones de adherentes y consiguió hacer desistir a la empresa de sus planes. Este paso, una de las victorias más relevantes de la organización, resulta clave como un paso más para avanzar en el camino que permita declarar el ártico un territorio protegido.

En colaboración con el equipo de la oficina de Greenpeace en México, exigimos al gobierno de dicho país la protección de la vaquita marina, un cetáceo de pequeño tamaño. Dicha campaña logró su objetivo y los impactos en la recuperación de la población de dichos animales, antes amenazados, está siendo monitoreada.

Finalmente, protestamos a través de una petición internacional por la reactivación de la caza de ballenas por parte de la flota japonesa. Dicha petición logró un elevado apoyo, y esperamos durante el año en curso continuar con las gestiones políticas locales para bloquear y dificultar el traspaso de fondos y subsidios que, en los hechos, permiten continuar con esta práctica.



#### IV. Recaudación de Fondos.

El año 2015 planteamos un enorme desafío en el área de recaudación: hacer crecer un 35% los ingresos de la organización mediante los aportes de más de 18.000 socios donantes activos a final de año.

Para enfrentar a este desafío se reforzaron los dos pilares estructurales del área, nuestro sistema de CRM (Customer relationship management) y la estructura organizacional que a la fecha, ya cuenta con dos personas, a menos, por cada una de las sub áreas y estrategias que desarrollamos en pos de este objetivo.

A principios de año, en Marzo, migramos toda la base de donantes de un anticuado sistema en Access a un nuevo sistema completo basado en el cloud computer. Este proyecto se enmarca dentro del proyecto global de GPI que pretende unificar en una gran plataforma las interacciones y relaciones con sus socios y las personas que apoyan a la organización. Es un sistema fácil de actualizar, de modo que pueda aumentar la productividad. Es flexible y rápido con el fin de ir proporcionándonos los datos que necesitamos y cuando los necesitamos para tomar decisiones más acertadas y con mayor rapidez. Por último, implementar este sistema a nivel regional, nos ha permitido unificar procesos y criterios, generando un back up para los procesos de base de datos.

A nivel de estructura se produjeron algunos cambios que han favorecido la redistribución y optimización de las diferentes tareas. A mediados de año se incorporó un nuevo coordinador para la estrategia de Diálogo Directo, con amplia experiencia en el desarrollo de este programa en otras oficinas del mundo, que consiguió enriquecer la visión del programa. También contamos con un apoyo desde la oficina Argentina para el desarrollo de la segunda fase de nuestra área, el telemarketing. Además se incorporaron dos nuevos puestos de apoyo operativo para la realización de la llamada de bienvenida y para la asistencia en esta área de telemarketing.

La primera estrategia de adquisición de nuevos socios, el diálogo directo, fluctuó en sus resultados a lo largo del año. Tuvimos dificultades para mantener la estructura nacional de los equipos en calle y por eso realizamos una prueba con una nueva agencia de recaudación especialista en esta estrategia.

Para atajar las dificultades que atravesaba el Diálogo Directo, potenciamos con fuerza la nueva asociación por telemarketing que superó en más de un 300% los objetivos que tenía para 2015. Esta estrategia se basa en la coordinación de varios proveedores con la estructura y la capacidad de trabajo que necesitamos para contactar a los 65.000 ciberactivistas que se interesaron por las diferentes campañas en 2015.

Relativa a la campaña de fidelización se ha establecido y protocolizado el ciclo de comunicaciones que incluye al menos una llamada a nuestros socios, donde contamos los progresos y avances de la organización. En esta llamada a los socios se incluye un pedido de aumento de donación, que nos permite ir actualizando los montos de recaudación y el crecimiento de la oficina.

En relación a los objetivos para el próximo año 2016, seguimos apostando por un fuerte crecimiento del 60% en los ingresos de la fundación, afianzando las alianzas con nuestras agencias de captación tanto de diálogo directo como de telemarketing. Además como área tenemos la visión de alargar y mejorar la integración de estrategias con el resto de los departamentos, queremos generar instancias de intercambio de información e ideas que potencien la presencia de Greenpeace en Chile y la necesidad de compromiso por parte de los chilenos.

## V. Administración, Finanzas y Recursos Humanos.

El área de Administración y Finanzas, es parte fundamental en las organizaciones sociales ya que deben administrar los recursos económicos como humanos que se cuentan para asegurar la sustentabilidad de la organización, particularmente en Greenpeace al ser una organización que se sustenta con aportes de donaciones de privados esto cobra una gran relevancia, ya que el buen manejo y orden presupuestario es de vital importancia para alcanzar los objetivos de campañas a los que está enfocada la institución.

En este contexto esta área tiene como misión;

- Velar por el mantenimiento del flujo financiero de la organización garantizando una adecuada planificación financiera y el correcto uso de las herramientas de control administrativo para el cumplimiento de las políticas establecidas.
- Reportar el cumplimiento de objetivos del área según sea requerido.
- Asegurar la gestión operativa de RRHH, administrando y facilitando los procesos requeridos para el área.

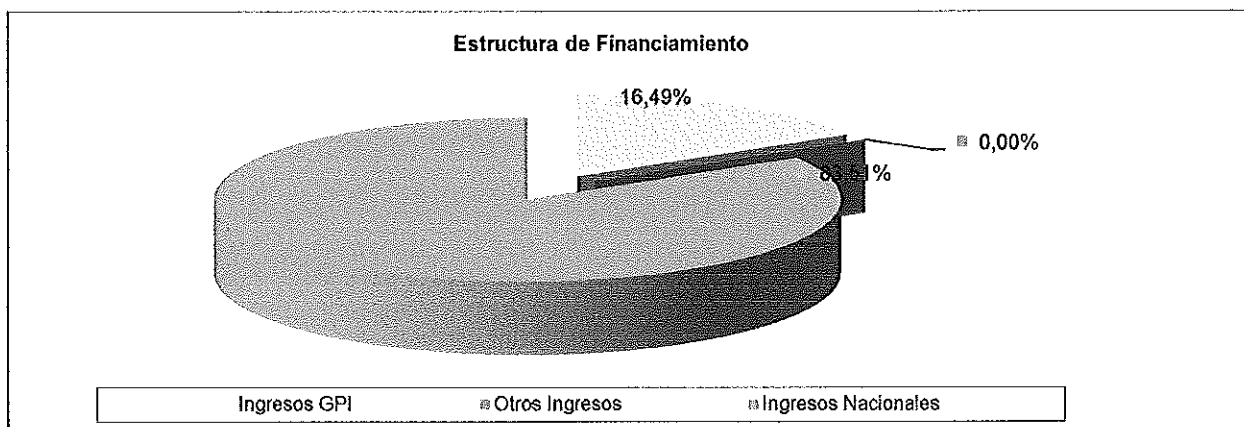
Cada año Greenpeace debe confeccionar los reportes financieros que la ley chilena exige a las fundaciones. Estos estados financieros son anualmente revisados por una empresa auditora externa quienes envían sus informes sobre la gestión contable realizada a las oficinas de Greenpeace internacional ubicadas en Ámsterdam, Holanda, fiscalizando el correcto uso de los fondos aportados por sus socios.

Para el año 2015, nuestros estados contables fueron auditados por la empresa Consultora ACCESS S.A., que certifica el apego a las normas y legalidades vigentes y la total transparencia en el manejo de los fondos que recibimos.

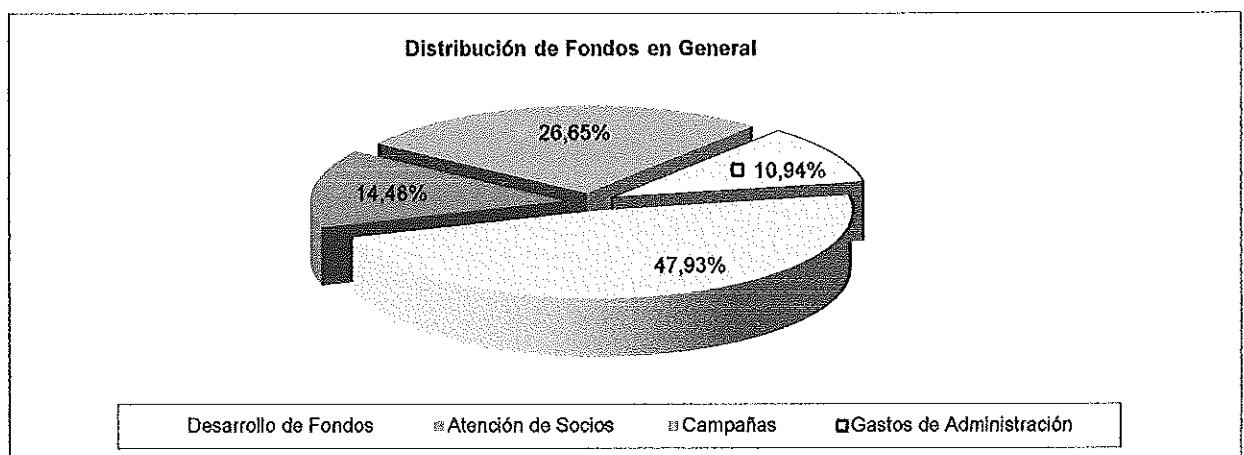
A su vez, Greenpeace Internacional realiza una auditoría a través de la empresa KPMG Accountants N.V. a quienes enviamos los estados contables ya auditados en Chile para su visado final, estos estados contables deben ir en dos copias, una en el idioma del país de origen y otra en inglés.

Los recursos financieros obtenidos en el ejercicio 2015, a través del aporte de socios nacionales alcanzaron una cifra de 964.469.047.-

• Estructura de Financiamiento	Pesos	Porcentaje
Ingresos GPI	190.464.256	16,49%
Otros Ingresos	5.710	0,00%
Ingresos Nacionales	964.496.047	83,51%



• Distribución de Fondos en General	Pesos	Porcentaje
Desarrollo de Fondos	479.601.237	47,93%
Atención de Socios	144.937.156	14,48%
Campañas	266.708.310	26,65%
Gastos de Administración	109.479.135	10,94%



Dentro del trabajo interno, esta área es fundamental para el funcionamiento de la organización ya que concentra tres líneas de trabajo; Administración, Finanzas y Recursos Humanos, como tal

se encarga de asistir todos los procesos y campañas organizacionales, control y seguimiento presupuestario, velar por el resguardo de los trabajadores, asistir al trabajo del soporte legal externo de la organización, supervisar el trabajo del soporte técnico externo y dar cumplimiento en tiempo y forma a las normativas legales de nuestro país.

En la línea administrativa se ha seguido el proceso de regionalización; el proceso liderado por esta área tuvo como objetivo principal no solo llevar a cabo el fiel cumplimiento de los aspectos legales requeridos, también homologar estándares y procesos con otras oficinas de Greenpeace Andino.

Estos cambios han sido de gran importancia para el desarrollo institucional, basado en un sistema funcional haciendo énfasis en la profesionalización y competencia de los cargos.

Como el sistema de trabajo Greenpeace enlaza una área con otra haciéndose todas responsables y partícipes de la sustentabilidad de la organización, entonces la administración hace el seguimiento y control presupuestario, haciendo monitoreo continuo de los ingresos conjuntamente con el área recaudación de fondos, esto permite que el área de campañas de la organización cuente con los recursos necesarios para llevar a cabo los propósitos organizacionales y asegurar la sustentabilidad de la Fundación. Este trabajo se hace diariamente ya que el área de administración, Finanzas y RRHH., también es la encargada de llevar la contabilidad de la organización, para esto se ayuda de un software de contabilidad que cumple con los requerimientos legales exigidos en la normativa del país.

Como se financia únicamente con aportes de privados, y siendo uno de sus valores la independencia como medida de transparencia Greenpeace lleva contabilidad completa por esto cada año debe confeccionar los reportes financieros que la ley chilena exige a las Organizaciones sin Fines de lucro.

En esta línea de trabajo el área de Administración y Finanzas mantiene sus estados contables apegados a la legislación vigente llevando un sistema de trabajo acorde a los requerimientos legales. Por lo que no solo se preocupa de hacer Balance tributario y declaración de Renta al Servicio de Impuestos Internos, también se preocupa de incluir esta información en la memoria

anual que actualmente es entregada al municipio correspondiente a la ubicación de la oficina nacional.

Una tercera línea de trabajo de la administración es Recursos Humanos. Los profesionales que aquí trabajan tienen un alto compromiso con la misión de la organización pero también necesidades de desarrollo profesional y profesionalización. Hoy Greenpeace cuenta con profesionales calificados con un gran compromiso institucional. Fortalecer este capital humano es relevante para la organización.

Dentro de la estructura de regionalización y siguiendo la línea de trabajo iniciada el año 2013, se ha capacitado continuamente a los trabajadores en las nuevas competencias laborales requeridas con este propósito, esta capacitación se hizo a nivel regional en forma presencial tanto para adquirir conocimientos sino intercambiar experiencias, dentro esta línea de entrenamiento continuo, durante el año 2015 se realizaron las siguientes capacitaciones a los trabajadores de la organización:

- Coaching de liderazgo en Bs. Aires, Argentina: 4 trabajadores
- Curso Sence en manejo de datos y filtros y tablas dinámicas con Excel nivel intermedio: 4 trabajadores área Recaudación de Fondos
- Capacitación programa Salesforce: 6 trabajadores área Recaudación de Fondos en Santiago
- Capacitación Coaching Ejecutivo: 1 trabajador área Recaudación de Fondos.  
  
1 trabajador área Administración, Finanzas y RR.HH.
- Capacitación Programación Neurolingüística: 1 trabajador del área Comunicaciones.
- Capacitación Optimización del trabajo con planilla de cálculo Excel. 1 trabajador del área Recaudación de Fondos.

- Capacitación Técnicas de Servicio para Satisfacción Integral de clientes: 1 trabajador del área de Administración.
- Capacitación continua en charlas y talleres de Recursos Humanos: 2 trabajadores del área de Administración, Finanzas y RR.HH.

## VI. Comunicaciones.

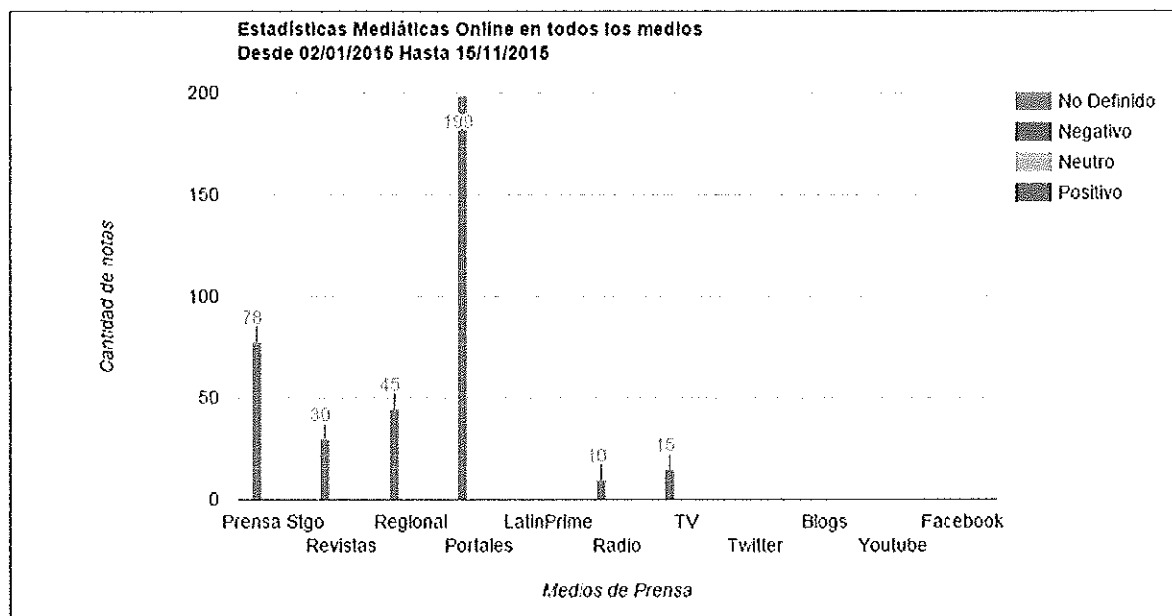
### Prensa 2015

#### Objetivo

Brindar una imagen externa de Greenpeace Chile, como una organización ambiental líder y responsable.

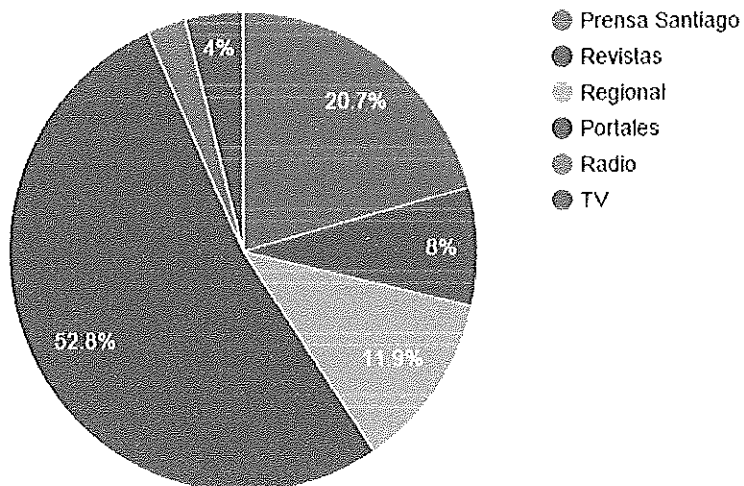
#### Campaña Republica Glaciar

#### Gráfico Cobertura General año 2015



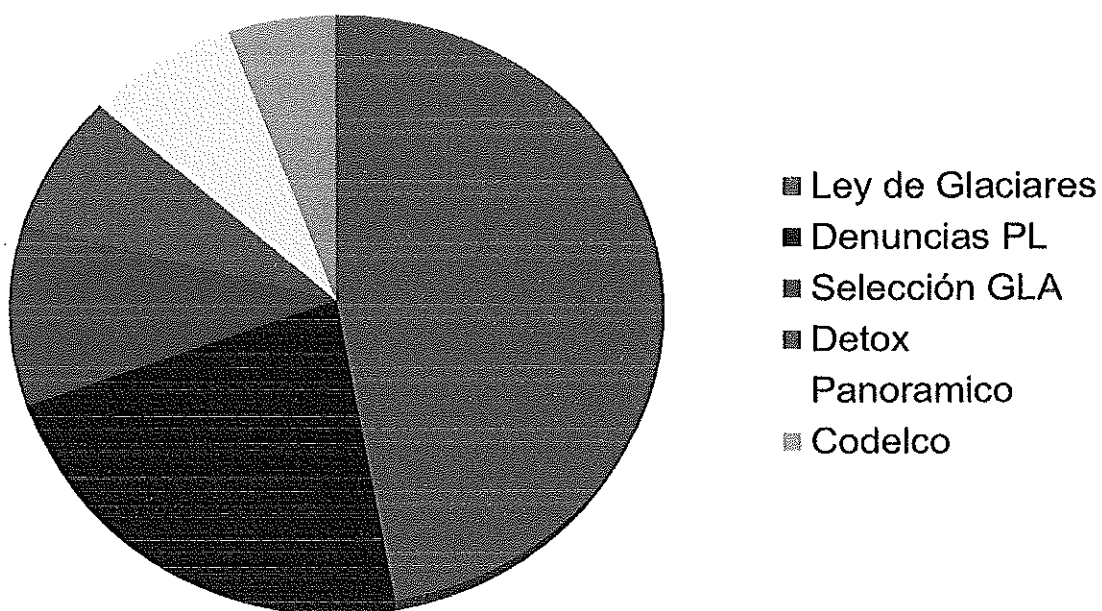


**Estadísticas Mediáticas Online en todos los medios**  
Desde 02/01/2016 Hasta 16/11/2015



### Cobertura por tema

#### Más Publicadas



## Barco Esperanza en Chile

### Objetivo de la Comunicación

- Posicionarnos como una organización independiente política y económicamente
- Potenciar la campaña de Glaciares
- Atraer gente a los OB e invitarlos a hacerse socios



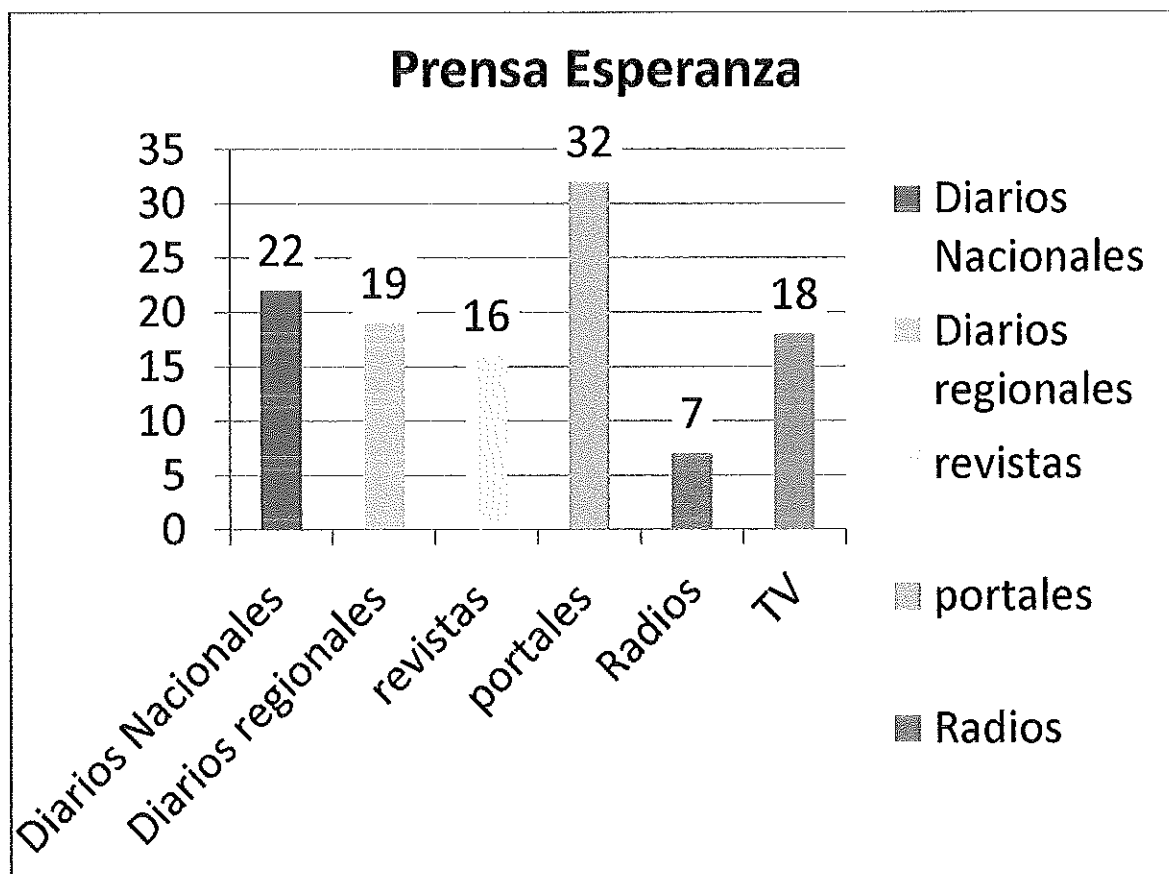
### Hitos Comunicacionales de la visita:

- La Tercera media Partner 3 notas (1 doble y 2 a una página )
- Mercurio y La Tercera el mismo domingo 29 de noviembre
- Matinal de Mega (el más visto) 97 minutos al aire en vivo. El promedio de rating permite estimar que este programa fue visto en más de 120.000 hogares.
- Bitácora de viaje de Publimetro (5 notas con portada y media página cada una)
- 180 minutos de televisión en total durante la visita.

El equivalente monetarizado es de 140 .000 USD en centímetros columna en medios impresos. La cobertura de televisión alcanzó una cifra cercana a los 280.000 USD en minutos de televisión.

La cobertura alcanzada es de las mejores e nuestra historia para un período de tiempo de 4 semanas corridas.

**Números**



## VII. Voluntarios y Logística

El área de Logística y Voluntariado durante el 2015, desarrollo líneas de trabajo enfocadas en el trabajo de la campaña de Glaciares y de Detox (internacional), trabajo de modificación en la estructura interna de los Equipos de Apoyo Local (EALs), y entrenamientos de escalada avanzada, y de Botes avanzado.

En el área de campañas, desarrollamos diversas actividades entre las que destacaron; la “Feria sin Glaciares” frente al Palacio de la Moneda, actividad realizada en conjunto entre voluntarios y staff, trabajamos en la puesta en escena que reflejara como luciría una clásica feria libre pero con alimentos afectados por la falta de agua producto de la desaparición de los glaciares.

También durante el año realizamos una acción en el edificio Panorámico, en la que 7 activistas realizaron el despliegue de un lienzo 10 x 15 metros en frente de las oficinas de la minera Barrick Gold solicitando el cese en la destrucción de los glaciares por parte de la empresa.

Con los equipos de voluntarios desplegados en regiones, realizamos demostraciones en frente de las sedes distritales de los diputados pertenecientes a la Comisión de Medioambiente del Congreso. Esta actividad nos permitió poner presión a estos Diputados.

En un hecho sin precedentes anteriores y en alianza con la Radio Rock and Pop, realizamos un partido de futbol transmitido por redes sociales y por la señal abierta de esta radio de gran audiencia y con cobertura nacional. Este partido de futbol se llevó a cabo durante la realización Copa América en nuestro país.

En el área internacional, realizamos la toma de muestras de PFCs. para la campaña de Detox internacional en Torres del Paine cuyos resultados fueron lamentablemente positivos. Dado este trabajo nuestro país se sumó a las demandas internacionales para quitar este componente en la confección de la ropa outdoors.

En el área de voluntariado, se trabajaron cambios en su estructura orgánica. Pasamos de la elección de solo un coordinador a la de un equipo de trabajo conformado por coordinador, asistente y tesorero. Este cambio responde a darle más peso a la estructura interna,

permitiendo mejor desempeño a los equipos quitando un poco de presión al coordinador, y logrando mejor fluidez en la transmisión de información.

Hecho eso, integramos un sistema de reporte de gestión, que permite no solo a la coordinación nacional sino a todos los voluntarios controlar las actividades que se realizan, y como se utilizan los recursos dando transparencia y notoriedad al trabajo de los equipos locales.

En cuanto a capacitaciones para los voluntarios, se realizaron dos entrenamientos intensivos y avanzados. Uno de escalada que se trabajó en varios aspectos de la escalada industrial, y en el caso de botes, se realizó un entrenamiento avanzado de varios días, al que también se invitó a miembros del equipo argentino de botes. Este entrenamiento estaba fundamentalmente enfocado a; reforzar los conocimientos a los miembros antiguos e introducir a los miembros nuevos del equipo, a la espera de la llegada del barco Esperanza.

Para finalizar el año 2015 con el gran desafío; “El Tour del Esperanza”. El barco visitó los puertos de Coquimbo, Valparaíso, Puerto Montt, y navegó por los canales rumbo a Punta Arenas. Todo este trabajo se realizó con el trabajo del equipo de Logística y Voluntarios reforzado, complementado, por las áreas de Administración, Recaudación de Fondos, Campañas y Comunicaciones.

El Tour del Esperanza significó una carga de trabajo significativamente más alta, pero también mucho aprendizaje en el que logramos la optimización del trabajo en equipo.

A continuación una retrospectiva de algunas de las actividades más importantes que el equipo de Voluntarios y Logística participó durante el año 2015:

➤ 7 de enero del 2015, Y ¿los glaciares son el postre?

Fue el mensaje del lienzo instalado frente a casa piedra en donde se realizaba la cena del consejo minero

➤ 23 de enero

Se realiza junto a comunidades de Petorca y representantes del movimiento contra el

proyecto Alto Maipo la “Feria sin Glaciares” en la plaza de la Constitución.

➤ 15 de abril

Greenpeace bloquea la entrada al evento CESCO para detener la destrucción de glaciares.

➤ 14 de mayo

Equipo de escalada despliega lienzo en edificio panorámico frente a las oficinas de Barrick Gold en Santiago.

➤ 21 de mayo

Voluntarios participan de la marcha nacional por la recuperación del agua y defensa de glaciares en Valparaíso.

➤ 8 de junio

Greenpeace presenta la selección de fútbol de la República Glaciar en plaza Italia

➤ 11 de junio

Voluntarios de Valparaíso, Temuco, Santiago visitan sedes distritales de diputados que se oponen a ley de protección de glaciares.

➤ El 17 de junio

Voluntarios de los 4 equipos de apoyo viajan a Valparaíso para realizar el banderazo a la selección de la RG en las afueras del congreso nacional

➤ El 2 de julio

Realizamos un partido entre la selección de la república glaciar y un equipo de radio rock

& pop, con presencia de personajes de reconocimiento nacional y además fue transmitido en directo a todo el país.

➤ 21 de julio

Visitamos el Ministerio de Medio Ambiente para convertirlo en una tienda de Retail en donde se liquidaban glaciares.

➤ 14 de julio

En las afueras de las oficinas de Codelco, voluntarios de Greenpeace con un lienzo que lleva el mensaje "tóxicos en el agua basta de contaminar"

➤ 22 de octubre

Poncio Pilato llega a las afueras del Congreso Nacional acompañado de voluntarias que llevan el mensaje "Diputados: No se laven las manos con los glaciares"

➤ 21 de noviembre

Con voluntarios de Valparaíso y Santiago realizamos el primer open boat en Coquimbo y con esto comienzan las actividades en torno a la visita del barco Esperanza a Chile.

**FUNDACION GREENPEACE  
PACIFICO SUR**

**Balances generales**

	<b>Al 31 de Diciembre</b>	
	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>		
Disponible	251.159.876	232.024.550
Depósitos a plazo	0	0
Cuentas por cobrar	5.394.984	3.375.315
Existencias	0	0
Deudores varios	5.080.746	7.025.642
Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas	0	7.276.720
Impuestos por recuperar	5.480.398	3.311.590
Gastos pagados por anticipado	609.203	594.344
<b>Total activos circulantes</b>	<b>267.725.207</b>	<b>253.608.161</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
Terrenos	2.860.339	2.752.973
Muebles y equipos	77.395.880	72.936.467
Otros activos fijos	3	3
<b>Subtotal</b>	<b>80.256.222</b>	<b>75.689.443</b>
Depreciación acumulada	-61.989.510	-55.172.551
<b>Total activos fijos</b>	<b>18.266.712</b>	<b>20.516.892</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>		
Intangibles	1.412.476	1.359.457
Amortización acumulada	-1.412.475	-1.359.456
<b>Total otros activos</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Total activos</b>	<b>285.991.920</b>	<b>274.125.054</b>
	=====	=====



**FUNDACION GREENPEACE  
PACIFICO SUR**

**Balances generales**

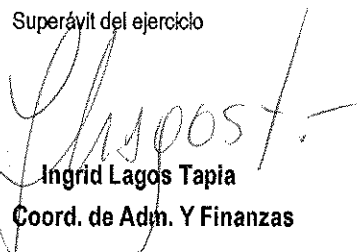
	<b>Al 31 de Diciembre</b>	
	<b>2015</b>	<b>2014</b>
	<b>\$</b>	<b>\$</b>
<b>PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		
<b>PASIVOS CIRCULANTES</b>		
Cuentas por pagar	18.678.691	15.764.464
Acreedores varios	0	0
Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas	370.938.799	372.944.496
Provisiones	0	9.037.628
Refenciones	9.008.754	5.970.513
<b>Total pasivos circulantes</b>	<b>398.626.244</b>	<b>403.717.101</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital	21.950.093	21.950.093
Revalorización capital	8.598.468	8.598.468
Resultados acumulados	-160.140.608	-95.480.644
Superavit (Déficit) del ejercicio	16.957.723	-64.659.964
<b>Total patrimonio</b>	<b>-112.634.324</b>	<b>-129.592.047</b>
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	<b>285.991.920</b>	<b>274.125.054</b>
	=====	=====

FUNDACION GREENPEACE PACIFICO SUR

Estados de resultados

Por los ejercicios terminados al 31 de  
diciembre de

	2015	2014
	\$	\$
<b>RESULTADOS OPERACIONALES</b>		
Cuotas Sociales	964.496.047	742.508.860
Contribuciones GPI	24.000.000	0
Contribución proyectos	166.464.256	14.417.599
Otros ingresos operacionales	5.710	69.364
<b>Total ingresos operacionales</b>	<b>1.154.966.013</b>	<b>756.995.823</b>
Remuneraciones	-255.417.034	-233.474.487
Honorarios y asesorías	-81.996.250	-38.056.554
Indemnizaciones	-10.805.418	-21.964.610
Servicios Externos	-412.750.546	-285.190.384
Gastos Bancarios	-104.179.229	-77.948.573
Arriendos varios	-7.206.406	-7.112.685
Diseño, videos y actividades Campaña	-109.717.025	-43.047.169
Gastos de viaje y viáticos	-81.512.442	-50.922.855
Internet y telefonía	-43.178.221	-13.696.027
Servicios y consumo	-26.711.289	-58.444.139
Aporte Proyectos	-28.058.000	0
Depreciación y amortización	-4.665.230	-3.159.650
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>-1.166.197.090</b>	<b>-833.017.133</b>
<b>Total resultados operacionales</b>	<b>-11.231.077</b>	<b>-76.021.310</b>
<b>RESULTADOS NO OPERACIONALES</b>		
Intereses Ganados	0	0
Gastos financieros	0	-645.170
Intereses Devengados	-658.713	-1.753.491
Corrección monetaria	862.159	1.129.848
Diferencia de cambio	27.985.354	12.630.159
<b>Total resultados no operacionales</b>	<b>28.188.800</b>	<b>11.361.346</b>
<b>Superávit del ejercicio</b>	<b>16.957.723</b>	<b>64.659.964</b>

  
**Ingrid Lagos Tapia**  
Coord. de Adm. Y Finanzas

COL. DE CONT. AUDITORES, CONT. PUBLICOS  
Y CONT. GENERALES DE CHILE  
Reg. N° 1243 - Venc.: 01/2017  
**INGRID LAGOS TAPIA**  
CONTADOR AUDITOR  
R.U.T.: 9.268.119-K

  
**Matias Asun Hamel**  
Director Nacional

**GREENPEACE**  
ARGOMEDO # 50 - SANTIAGO  
FONO: 634 2120 - FAX: 634 8580  
INFO-CHILE@CL.GREENPEACE.ORG  
WWW.GREENPEACE.CL