

DISEÑO | UC

Pontificia Universidad Católica de Chile
Escuela de Diseño



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE



PROYECTO
SWELL

*Tesis presentada a la Escuela
de Diseño de la Pontificia
Universidad Católica de Chile
para optar al título profesional
de Diseñador.*

SURF & LIMPIEZA DE PLAYA EN

COMUNIDADES COSTERAS DE CHILE



Alumno_María Jesús Otero Ruiz-Tagle

Profesor Guía_Oscar Huerta

MARTINFERNANDEZ.CL
PHOTOGRAPHY

Santiago · Chile

Julio · 2016





**Proyecto Swell: surf & limpieza de playa en
comunidades costeras de Chile**

*Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la Pontificia Universidad
Católica de Chile para optar al título profesional de Diseñador*

Alumno_María Jesús Otero Ruiz-Tagle

Profesor Guía_Oscar Huerta

Santiago, Chile · Julio del 2016

00 ÍNDICE



01 ABSTRACT

- I. Formulación **p.9**
- II. Objetivo general y objetivos específicos **p.9**

02 INTRODUCCIÓN

- I. Introducción **p.10**
- II. Motivación **p.10**
- III. Agradecimientos **p.11**

03 MÉTODOS

- I. Diseño de Servicio **p.12-13**
- II. Metodologías de levantamiento de información
 - i. Observación Participante **p.14**
 - ii. Entrevista en profundidad **p.14**
 - iii. Investigación documental **p.14**
- III. Herramientas de análisis & síntesis de información
 - i. Mapa de experiencia del usuario **p.16**
 - ii. Mapa de Stakeholders **p.16**
 - iii. Arquetipos **p.17**
- IV. Herramienta de visualización de Propuesta
 - i. Blueprint **p.18**

04 RESULTADOS

- I. Contexto
 - i. ¿Qué es GS? **p.19**
 - ii. ¿Cómo GS logra sus objetivos? **p.19**
 - iii. Presencia a lo largo del país **p.20-22**
 - iv. Usuarios **p.24**
 - v. Fuente de ingresos **p.26**
 - vi. Organigrama **p.26**
 - vii. Historia **p.27**
- II. Convenio
 - i. Programa **p.28-31**
 - ii. Transporte **p.32**
 - iii. Evaluación del impacto **p.32**
 - iv. Participación de apoderados **p.32-33**
- III. Flujo de interacciones entre stakeholders de GS **p.34-37**
- IV. Conclusiones **p.38**

05 PROPUESTA

- I. Contexto
 - i. Surf **p.40-41**
 - ii. Surf en Chile **p.42-43**
 - iii. Surf & turismo **p.44**
- II. Antecedentes
 - i. Valpo Surf Project **p.46**
 - ii. The Wave Project **p.47**

- III. Referentes
 - i. Educación al Aire Libre **p.48-50**
 - ii. Surfers Against Sewage **p.51**
- IV. Definición de usuario
 - i. Usuarios **p.52**
 - ii. Beneficiarios **p.52**
- V. Proyecto Swell
 - i. Propuesta **p.54**
 - ii. Naming y logo **p.56-57**
 - iii. Blueprint **p.58-65**
 - iv. Organigrama **p.66-67**
 - v. Presupuesto **p.68-73**

06 CIERRE

- I. Conclusión **p.74**
- II. Memorias de un surfista **p.76**
- III. Bibliografía **p.78-79**
- IV. Mapas de experiencia del usuario **p.80-83**
- V. Mapas de Stakeholders **p.84-86**



01 ABSTRACT

I. FORMULACIÓN

¿Qué?

Proyecto Swell es una organización sin fines de lucro que busca que niños y jóvenes de escasos recursos que habitan regiones costeras aptas para el deporte del surf, sean actores y no meros espectadores, generando un sentido de pertenencia, orgullo y respeto con su entorno natural, mejorándoles su calidad de vida y les permita interactuar e integrarse con los visitantes que llegan a sus localidades para practicar este deporte.

¿Por qué?

1. Porque el surf es un deporte que atrae turismo a las zonas costeras, y es poco accesibles para los niños y jóvenes locales, debido al alto costo de las clases y de los equipos.
2. Porque es un deportes que está ligado a la naturaleza y genera un lazo de amor y respeto hacia el mar y su entorno.
3. Porque tienen un impacto positivo en el estado de ánimo de quien lo practica.
4. Porque facilita la interacción social entre pares y foráneos (turistas).

¿Para qué?

1. Para crear un espacio de recreación, interacción e integración en torno a una actividad que atrae turismo en las playas.
2. Para educar a las nuevas generaciones sobre sustentabilidad a partir del amor y respeto por la naturaleza, en particular el mar y sus playas.
3. Para mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos de comunidades costeras de Chile.

II. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General

Mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de comunidades costeras de Chile.

Objetivos Específicos

1. Enseñar surf a los niños y jóvenes de comunidades costeras de escasos recursos.
2. Promover la práctica de limpieza de playas.
3. Integrar a los apoderados en el proceso de aprendizaje.
4. Proveer de un post-servicio que permita a los alumnos seguir practicando lo aprendido.
5. Facilitar la interacción e integración con los visitantes (turistas).
6. Evaluar el impacto del programa en el bienestar de los alumnos.

02 INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

Como estudiante de Diseño UC tuve que realizar una práctica de servicio de 240 horas en mi quinto año de carrera. Busqué organizaciones sin fines de lucro relacionadas con deporte y niños. Así fue como llegué a la fundación GiveSurf (en adelante GS). GS provee de un programa educativo en torno al surf a niños y jóvenes en riesgo social de forma gratuita en comunidades costeras del país.

Trabajé en la fundación como practicante durante el segundo semestre del 2015. En este período tuve la oportunidad de conocer el sentido de la responsabilidad social que me incentivó a desarrollar mi proyecto de Título, en torno al estudio de esta fundación, como un caso, para luego proponer un proyecto que intentase aportar en el desarrollo sustentable de un contexto social deficiente.

Al finalizar las horas de práctica, continué trabajando en GS como voluntaria durante los siguientes nueve meses. Participé en las diferentes áreas la organización: diseño y comunicaciones, redes sociales, organización de eventos de recaudación de fondos, organización de eventos de recreación para los alumnos GS, levantamiento de información sobre la implementación del programa educativo, supervisión de practicantes y reuniones de directorio. Incluso, fui representante de la fundación en eventos de surf. La experiencia de voluntariado me permitió levantar información, en un principio de manera informal y luego de manera formal, utilizando las herramientas pertinentes una vez definidos los objetivos la investigación. La información obtenida se analizó y sintetizó bajo un enfoque de diseño de servicio, dando pie a la articulación del Proyecto Swell.

II. MOTIVACIÓN

Siempre me llamó la atención el surf, los surfistas y su obsesión por buscar olas. El atreverse a ingresar a la inmensidad del mar y enfrentar la fuerza y majestad de las olas, intentando domarlas, para finalmente lograr prácticamente levitar sobre el mar. Esto implica coraje, tenacidad y perseverancia para perseguir el resultado (caerse una y mil veces y volver a levantarse) y como premio una sensación de libertad y goce de haber logrado el domaje perfecto de la ola.

Nunca tuve la oportunidad de tocar una tabla de surf hasta que entré a trabajar a la fundación GS. En sus clases me puse por primera vez un traje de agua de cuerpo entero, y me lancé al mar sobre un soft. Me revolqué, trague agua, y me volví a sentar sobre la tabla aprendiendo a esperar la ola correcta. Repetí esta serie de pasos mil veces más, en miles de días más y sobre diversas tablas.

No sé si es la sal del mar o intentar ser una extensión de una ola, lo que genera una sensación de felicidad y satisfacción al salir exhausta del agua. Es una sensación sanadora que me invita a volver a entrar al mar con una tabla bajo el brazo cada vez que puedo. Poner todo mi esfuerzo y voluntad majaderamente hasta lograr el objetivo.

Para alguien que esta aprendiendo como yo, el surf no se trata solamente de lograr parase antes o después sobre una tabla, o de correr la mejor o peor ola. El surf es un deporte que requiere aprender a observar, a esperar, a sentir, a no temer, a ser cuidadosos, responsables y precavidos.

Estoy convencida que el surf es una gran herramienta para mejorar la calidad de vida de cualquier persona que lo intente, especialmente de quienes viven en las zonas costeras aptas para este deporte. Las habilidades que exige permiten forjar una personalidad integral y sólida que ayuda a enfrentar y gozar la vida, en cualquier actividad que uno se proponga.

III. AGRADECIMIENTOS

Llevar a cabo el Proyecto Swell fue un proceso largo y desafiante que me permitió poner en práctica valores como la humildad, la perseverancia, la paciencia. Durante el proceso de aprendizaje me acompañaron una serie de personas que sin su ayuda y ejemplo no habría logrado terminar este proyecto a tiempo.

Quisiera agradecer a mi profesor guía Oscar Huerta por alentarme a llevarlo a cabo, y haberme inculcado el sentido de responsabilidad por cuidar el medio ambiente. Luego, a mi mejor amiga de la vida Catalina Carvallo, por apoyarme con sus conocimientos de diseño gráfico y de perseverancia. A mi hermana mayor Carolina, por enseñarme a mejorar mi escritura y ayudarme a entender lo inentendible. A María Ignacia Navarro por ser mi compañera de trabajo. A Magdalena Lazo por llevarme a pasear para despejar mi mente de título. A Sofía Balbontín, Pepe Ayestarán, Aleen Vai Te Mihi y Lucas Larraín por mostrarme el mundo el surf. A mi amigo y fotógrafo Martín Fernández por prestarme las preciosas fotos que están en la portada y final de esta memoria. Y, por último, a mi Mamá y Papá por darme la posibilidad de educarme en esta carrera, en esta universidad.

** Las fotografías que no tienen indicación de su fuente, son propiedad de la autora de esta memoria. Los niños y jóvenes que salen en ellas, son alumnos e instructores de surf de GS.*

03 MÉTODOS

A continuación se describirá lo que es diseño de servicio, seguido de una breve descripción de las metodologías y herramientas de investigación utilizadas durante el desarrollo del Proyecto Swell.

I. DISEÑO DE SERVICIO

Diseño de servicio es un área nueva del diseño que ha surgido ante la necesidad de mejorar continuamente la experiencia que tienen las personas al participar de un servicio. En consecuencia, aun no existe una definición exacta de lo que es diseño de servicio.

Personas renombradas a nivel internacional en el desarrollo de este tipo de diseño, como el consultor de innovación de servicios Stefan Moritz y la presidente de la International Service Design Network (ISDN) Birgit Mager, describen el diseño de servicio como el conjunto de acciones que permiten innovar (crear algo nuevo) o mejorar servicios existentes para que sean más útiles, con mejor usabilidad y más deseables para los clientes; al mismo tiempo que son más eficientes y efectivos para las organizaciones. Por otro lado, la consultora global de diseño de innovación “Continuum” define diseño de servicio como la acción de desarrollar el entorno, las herramientas y procesos que ayuden a los empleados ofrecer un servicio superior en lo que es prioridad para la marca. (Stickdorn & Schneider, 2011).

Para el diseño del Proyecto Swell, se trabajó considerando las definiciones anteriores, y los cinco prin-

cipios del diseño de servicio según Marc Stickdorn & Jakob Schneider (2011). A continuación una breve descripción de éstos:

1. Debe estar centrado en el usuario: el servicio debe ser experimentados a través de los ojos del consumidor

Para poder reunir insights reales del usuario, es necesario la aplicación de métodos y herramientas que permitan al diseñador de servicio ponerse en los zapatos del éste. Buscando entender su experiencia de servicio de modo individual, y bajo su contexto particular.

2. Co-creativo: todos los stakeholders tienen que ser incluidos en el proceso de diseño

Para crear, suministrar y consumir un servicio, se necesita un variedad de stakeholders (gerentes, marketing, ingenieros, diseñadores, personal de primera línea o frontline-staff, entre otros) que deben ser considerados a la hora de diseñar.

3. Secuencial: el servicio debe visualizarse como una serie de acciones interrelacionadas

Los servicios son un proceso dinámico que tienen lugar durante un período de tiempo. Es crucial entender cómo influye el ritmo del servicio en el estado de ánimo del usuario: éste puede aburrirse si algo avanza demasiado lento (por ejemplo, esperar el check-in

en el aeropuerto) o puede estresarse si algo va demasiado rápido (por ejemplo, corriendo por el control de seguridad del aeropuerto). Y se debe considerar que el proceso de un servicio sigue una transición de tres pasos: pre-servicio (ponerse en contacto con el servicio), período de servicio real (cuando el cliente experimenta el servicio), y post-servicio (cuando el cliente terminó de utilizar el servicio).

4. Evidenciando el servicio: lo intangible del servicio debe ser visualizado en términos de algo físico

La evidencia física o artefactos tales como los suvenires o recuerdos de viaje pueden desencadenar el recuerdo de un momento positivo vivido durante el servicio, a través de la asociación emocional. La evidencia puede prolongar la experiencia más allá de la mero momento en que se recibió o consumió el servicio, hacia el período de post-servicio, a modo de seguir mejorando la percepción de los usuarios sobre éste. Utilizar correctamente la evidencia física puede aumentar la lealtad de los clientes, y que éstos recomienden el servicio a otros.

5. Holístico: todo el entorno del servicio debe ser considerado

A pesar de que los servicios son intangibles, éstos se llevan a cabo en un entorno físico, con el uso de artefactos físicos, y que en la mayoría de los casos generan algún tipo de resultado físico. Inconscien-

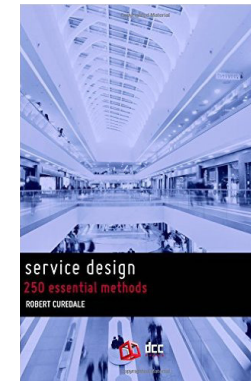
temente, los clientes perciben este medio ambiente con todos sus sentidos: ven, oyen, huelen, tocan y prueban la manifestación física del servicio. Trabajar genuinamente de manera holística es una ilusión; es simplemente imposible considerar todos los aspectos del servicio. Sin embargo, la intención debe ser siempre ver y entender ampliamente el contexto en el que el servicio tiene lugar.

En conclusión, para diseñar o mejorar un servicio, se necesita entender al usuario y a los empleados, y visualizar el servicio como una serie acciones en el tiempo que se evidencian físicamente de algún modo, en un contexto en particular. Y para poder entender a las personas, es necesario visualizar las acciones y describir su contexto, a través del uso de una serie de métodos y herramientas disponibles en los libros de diseño.

Para el desarrollo de esta investigación se analizaron los siguientes libros de diseño:

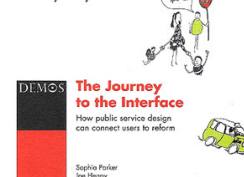


Stickdorn, M., & Schneider, J. (2011). This is service design thinking: Basics, tools, cases.



Curedale, R. A. (2013). Service design: 250 essential methods.

Engagement and co-production will grow only out of a deeper, richer understanding of how **services** relate in practice to people's everyday lives



Parker, S., & Heapy, J. (2006). The journey to the interface: How public service design can connect users to



Van Boeijen et al. (2013). Delft design guide: Design methods - Delft university of technology - faculty of industrial design engineering.

03 MÉTODOS

II. METODOLOGÍAS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

En este punto se describirán las metodologías que se utilizaron para levantar información del funcionamiento de GS. La elección de éstas se basó en el tipo de información que provee cada una.

i. Observación Participante

La observación participante es una de las herramientas más comunes de la investigación etnográfica, entendiendo esta última por ser el tipo de investigación que estudia un grupo de personas con características en común, ya sea porque son parte de una cultura, organización o comunidad.

Ésta requiere que el investigador se convierta en un participante activo dentro de la cultura, organización o comunidad, por varios meses o años. El tiempo de participación es un factor clave para lograr obtener observaciones propiamente naturales del contexto estudiado. (Van Boeijen et al., 2013).

Al participar como voluntaria durante un año en GS, se tuvo la oportunidad de levantar información como integrante parte de la muestra estudiada, y poder analizar y entender la relación entre lo que se dice suceder y lo que realmente sucede y piensan los diferentes stakeholders.

ii. Entrevistas en profundidad

La forma más fácil de entender a una persona es hablando con ella. Las entrevistas en profundidad son una forma de conectarse con las personas, una oportunidad para escucharlas y que describan sus experiencias desde sus puntos de vista. Las entrevistas también pueden servir para evidenciar por qué se necesita nuestro trabajo o qué impacto podría generar.

Obtener lo deseado a partir de una entrevista puede ser más difícil de lo que se cree, ya que las personas no siempre dicen lo que realmente hacen o piensan. Por lo tanto, para lograr obtener un profundo entendimiento de la situación, se requiere planificar a quiénes se entrevistará, qué temas se hablarán y bajo qué contexto. (Nesta, 2014).

Durante esta investigación se hicieron entrevista a diferentes stakeholders para entender el punto de vista de cada uno de ellos sobre los mismo hechos como, por ejemplo, el cómo se desarrolla una clase de GS o qué sucede con los alumnos una vez que finalizaban los cursos del programa.

iii. Investigación documental

La investigación documental o desk research es un tipo de investigación secundaria. Es la investigación que se hace a partir de fuentes de información previamente publicadas por terceros a través de diversas fuentes (websites, libros, revistas, blogs, artículos, entre otros). El término desk se origina de desktop, porque la mayor parte de la investigación secundaria está basada en referencias seguras de Internet.

Este tipo de investigación es especialmente útil a la hora de iniciar un proyecto, ya que permite al investigador definir las fronteras y perspectivas del tema en cuestión. Sin embargo, es recomendable utilizarlo a lo largo de todo el proceso para poder profundizar en cuestiones que se van presentando en el camino. (Vianna et al., 2016).

Este tipo de investigación se utilizó para complementar la información obtenida con la observación participante y las entrevistas en profundidad; y para contextualizar el ámbito en que se desarrolla el Proyecto Swell en cuanto a antecedentes y referentes.



03 MÉTODOS

III. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS & SÍNTESIS DE INFORMACIÓN

Estas herramientas permitieron visualizar las interacciones que se generan en GS para tener los insumos de dinero y personal necesarios para poder proveer el servicio.

i. Mapa de experiencia del usuario

El mapa de experiencia del usuario o journey map es una herramienta que permite visualizar el servicio desde el punto de vista del usuario, con el objetivo de entender su experiencia.

Para generar este mapa se requiere realizar los siguientes pasos:

1. Identificar al usuario y levantar información para poder describirlo.
2. Detectar y comprender las fases que el usuario percibe al interactuar con el servicio:
¿Cómo descubre el posible usuario que existe el servicio? ¿Cómo interactúa el posible usuario una vez que sabe que existe el servicio? ¿Cómo interactúa el usuario con el servicio? ¿Cómo el usuario comparte su experiencia del servicio?
3. Mapear los puntos de contacto entre el servicio y el usuario, y definir los medios por los que se genera

el contacto: físico, correo, teléfono, web, aplicación móvil, etc. (Curedale, 2013).

Esta herramienta se utilizó para visualizar cómo se desarrolla el servicio GS en las diferentes comunidades. Entendiendo, que los diferentes contextos influyen a que un mismo servicio se lleve a cabo de manera diferente.

ii. Mapa de Stakeholders

Stakeholders se le llama a todas aquellas personas y entidades que están relacionadas de algún modo con el servicio: empleados, consumidores, media partners, público de redes sociales, etc. Hacer un mapa de stakeholders, es hacer una representación visual de todas las interacciones que se generan entre ellos.

Un posible proceder es el siguiente:

- 1º Hacer una lista de todos los stakeholders.
- 2º Recolectar información a través de entrevistas y observación participante para captar sus intereses y motivaciones.

3º Organizar los stakeholder en tres grupos según su nivel de involucramiento con el servicio: stakeholders Internos, externos directo y externos indirecto.

4º Ordenar la información en una matriz circular, utilizando iconos para representar a los diferentes stakeholders.

5º Visualizar las interacciones a través del trazado de líneas entre stakeholders, y sumar una breve descripción de cómo se desarrolla la interacción. (Stickdorn & Schneider, 2011).

Esta herramienta se utilizó para detectar el tipo de interacciones entre los diferentes stakeholder que participan e influyen en el desarrollo del servicio GS.

iii. Arquetipos

Arquetipos o Personajes es una herramienta para crear una persona ficticia que represente a cierto grupo de stakeholders. La herramienta te permite describir a las personas desde su parte humana (su

historia, personalidad, intereses, etc.), y como parte interesada en el contexto del servicios (responsabilidades, necesidades, motivaciones, expectativas, etc.).

Para crear un arquetipo se deben considerar los siguientes pasos:

1º Recolectar información de los stakeholders como su edad, educación, trabajo, origen, religión, familia, responsabilidades, habilidades, objetivos, intereses, necesidades, particularidades, comportamientos, entre otros.

2º Ordenar la información y buscar patrones o características en común más representativas y relevantes.

3º Crear a un persona ficticio que represente al grupo de stakeholders, dándole un nombre, y atribuyéndole características anteriormente recopiladas.

4º Y por último se recomienda utilizar una sola hoja para describir al nuevo arquetipo, usando fotos y frases representativas. (Boeijen, Daalhuizen, Zijlstra & Schoor, 2013).

Esta herramienta se seleccionó para describir a los diferentes tipos de voluntarios que se presentan continuamente para trabajar en GS.

03 MÉTODOS

IV. HERRAMIENTA DE VISUALIZACIÓN DE PROPUESTA

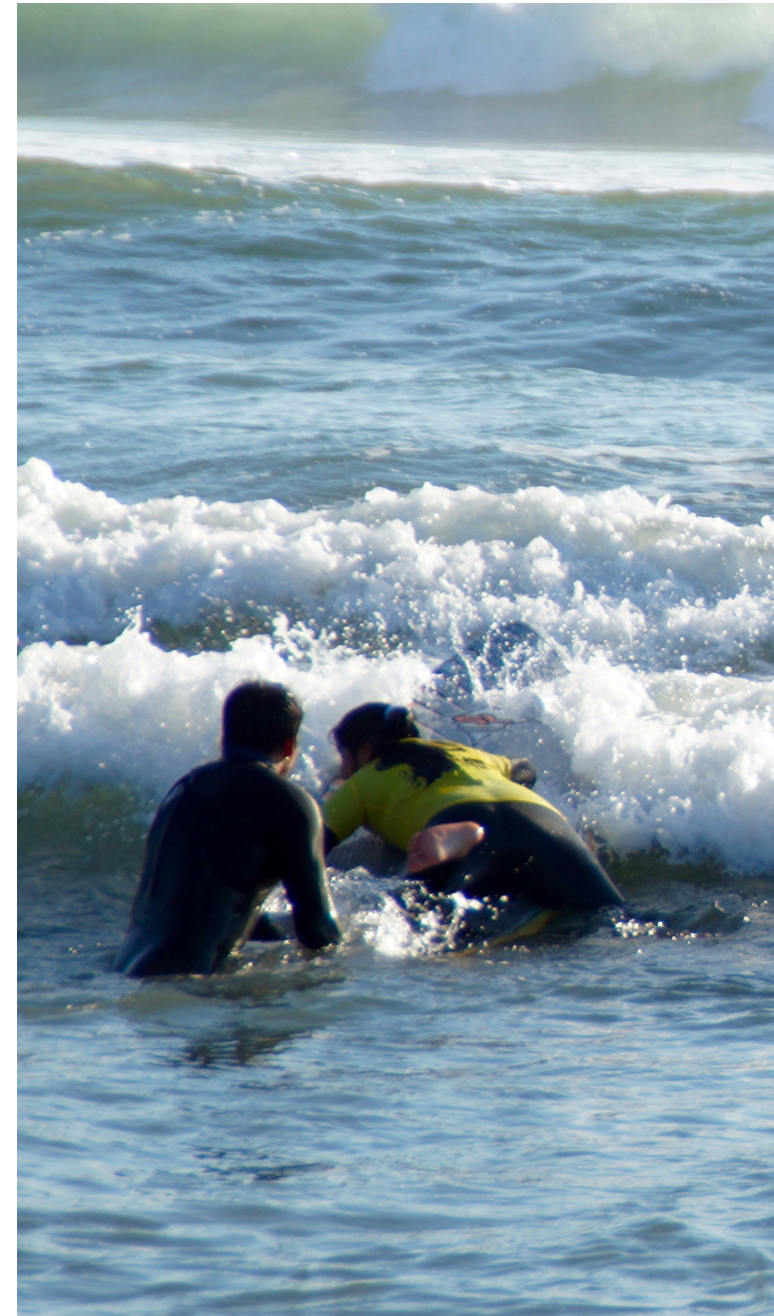
La propuesta de servicio del Proyecto Swell se describirá de modo que el lector comprenda y pueda visualizar detalladamente los procesos e insumos necesarios para llevarlo a cabo. Para lograrlo se decidió utilizar la herramienta (que se describirá a continuación) complementada con la generación de un organigrama, la visualización de una propuesta de identidad de marca, y el desarrollo de un presupuesto base para poner en marcha el servicio.

i. Blueprint

Blueprint es una herramienta que permite plasmar todas las acciones que se generan para la producción de un servicio en particular, permitiendo detectar y evitar ineficiencias y problemas de coordinación.

Para desarrollar un blueprint, el servicio debe ser descrito a través de fases que se desarrollan de forma lineal en el tiempo. Exige describir las acciones de los usuarios, visualizar la evidencia física del servicio, describir las acciones del personal y/o interfaces que interactúan de cara a los usuarios, evidenciar los procesos que se llevan a cabo en el back-stage, y definir el personal requerido para llevar a cabo cada fase del servicio. (Stickdorn & Schneider, 2011).

Se decidió utilizar esta herramienta para describir el Proyecto Swell, ya que permite visualizar en una sola lectura los diferentes niveles de interacciones que componen el desarrollo de un servicio.





04 RESULTADOS

El uso de las herramientas anteriormente descritas, arrojaron resultados que se describirán a continuación.

I. CONTEXTO

Para contextualizar al lector en el caso de estudio, se expondrá información descriptiva general de GS que ésta publica en su página web y cuenta de Facebook, y que se utiliza en las presentaciones para buscar auspiciadores; complementada con información recolectada a través de observación participante, entrevistas en profundidad e investigación documental.

i. ¿Qué es GS?

En su página web GS se describe de la siguiente manera:

“GiveSurf Chile es una fundación sin fines de lucro, que a través del surf busca desarrollar, incentivar y enseñar a jóvenes y niños de diversas comunidades costeras del país que se encuentran en riesgo social.

Nuestro objetivo es regalar a todos los niños que participen de nuestro programa, la alegría, paz y bienestar que produce el estar en contacto con la naturaleza y el deporte.

Nuestro foco es desarrollar proyectos en comunidades costeras que se encuentran en riesgo social, ya que estamos convencidos de que el surf puede contribuir a mejorar la calidad de vida y potencial el desarrollo de una comunidad.”

Y en su presentación oficial para buscar auspicios de la siguiente manera:

“GiveSurf Chile es una organización sin fines de lucro que ocupa el surf como herramienta para desarrollar social y económicamente, las comunidades costeras de Chile con el foco puesto principalmente en los niños y jóvenes locales.”

“Misión: Impulsar a través del surf, el desarrollo social, educativo y económico de comunidades costeras a lo largo de Chile.”

“Visión: Una comunidad con surf es mejor que una sin surf, pues al ser un deporte que tiene un contacto único con la naturaleza, permite una mayor comprensión y arraigo de los jóvenes hacia su entorno.”

ii. ¿Cómo GS logra sus objetivos?

GS diseñó un programa educativo en el que se enseña a surfear y se realizan actividades complementarias que enseñan tres valores: 1. Respeto y cuidado del medio ambiente / 2. Vida Saludable / 3. Emprendimiento, liderazgo y trabajo en equipo.

Este programa educativo está diseñado para que la escuela de surf de una comunidad costera lo lleve a

cabo con niños y jóvenes locales en riesgo social. El programa dura un semestre y consta de una clase por semana. Para que esto suceda, GS gestiona tres entidades locales. El municipio, colegio municipal y escuela de surf, de la siguiente manera:

GS busca comunidades costeras en Chile que tengan las características físicas para practicar el surf. Luego le presenta a la municipalidad el programa educativo en torno al surf, para llevarlo a cabo con alumnos de 4to a 8vo básico de colegios municipales, como actividad extracurricular. Este programa está diseñado para ser implementado por profesores de surf de la comunidad, con el objetivo de convertirlos en líderes locales a los ojos de los alumnos. De ser aceptado el programa por el municipio, GS contacta y contrata a la escuela de surf local, instruye a los profesores de surf; coordina en conjunto con el municipio y los directores de los colegios, la selección y transporte de los alumnos a la playa una vez a la semana.

Naturalmente han surgido dos formas más de contacto inicial entre las tres entidades locales recién mencionadas:

1. Escuela de surf se acerca a GS: En vez de ser GS quien se acerque a la comunidad, es la escuela de surf local la que se acerca, para tener apoyo externo en el desarrollo de sus actividades como escuela de surf.

2. No existe escuela local de surf: por lo que GS contacta a surfistas que vivan en la comunidad con las capacidades necesarias para ser profesor, y en conjunto fundan la primera escuela de surf local.

iii. Presencia a lo largo del país

GS está presente en cuatro comunidades a lo largo de Chile:

1. **Arica en la playa Las Manchas.** El convenio comenzó el 2014 con la Escuela de Surf Ankua.
2. **Cartagena en la playa San Sebastián.** El convenio comenzó el 2015 con la Escuela de Surf de San Sebastián.
3. **Navidad en la playa Matanzas.** El convenio comenzó el 2013 con la Escuela de Surf Matanzas Extremo.
4. **Valdivia en la playa de Mehuín,** recién inaugurada en Marzo del presente año.

El desarrollo del programa de GS varía en cada comunidad. En el caso de Cartagena y Valdivia, tiene un papel vital, al ser la única entidad que promueva el desarrollo del surf en alumnos de colegios municipales. En contraste, en Arica y Navidad, GS tiene un papel complementario a otras entidades y escuelas de surf, que en conjunto desarrollan las clases de surf gratuitas para los alumnos de los colegios municipales.

El surf en Cartagena y Valdivia está recién entrando como actividad recreativa y turística en la zona. Por otro lado, Arica y Matanzas se han consolidado como destinos conocidos internacionalmente para practicar el deporte. A continuación se explayará más respecto a este último punto:

1. En Cartagena los instructores de surf afirman que la práctica del surf en sus costas es algo reciente, pero se ha potenciado rápidamente gracias a que la municipalidad ha facilitado el desarrollo de esta actividad, haciendo convenio con GS y con su escuela de surf (Escuela de Surf San Sebastián), la cual es la única escuela de surf de la playa. El municipio y la escuela en conjunto han estado organizando un campeonato de surf (Cartagena Open Surf) al año desde el 2011.

En la página web de turismo en la provincia de San Antonio, Litoral de los Poetas (2015), se titula respecto al Cartagena Open Surf:

“Cartagena Open Surf es un campeonato masivo de Surf del litoral central que reúne a competidores del Litoral de los Poetas y de regiones vecinas, quienes disfrutan de este deporte que año a año va adquiriendo mayor connotación en nuestra Provincia.”

2. En Valdivia, la playa Mehuín ubicada a 27 kiló-

metros de la ciudad de San José de la Mariquina y a 70 kilómetros de la capital regional Valdivia, es considerada por los amantes de las olas como una de los mejores lugares para hacer surfear en el sur de Chile (Municipalidad de Mariquina, 2016). Lamentablemente, según Geovanny Castro, instructor de surf que en conjunto con GS conformó la primera escuela de surf de Mehuín, es poco común ver locales surfando, generalmente son extranjeros o surfistas de otras partes de Chile. Según él, esto se debe a que es un deporte un costo inicial muy alto. Se necesita un traje de agua grueso, junto con guantes, botines para soportar las frías aguas y una tabla de surf con todos sus accesorios.

Como mencionamos anteriormente, recién este año se abrió la primera escuela de surf en Mehuín gracias a las gestiones de GS en la zona. Geovanny Castro cuenta:

“Con mis alumnos nos sentimos muy orgullosos de ser los primeros en poner una escuela de surf en nuestras tierras. Durante la primera clase le dimos por nombre Newen Lafken, que significa Fuerza de Mar en mapudungun, y le diseñamos un logro con elementos propios de acá.” dice Castro.



En la foto se observa Geovanny Castro dictando la primera clase de GS. Esta fotografía fue entregada por Geovanny Castro para utilizarse en esta memoria.

04 RESULTADOS

3. En Arica es una comunidad en la que se respira el surf y es conocida internacionalmente por sus olas. Desde el año 1993 que se celebran campeonatos de nivel mundial de surf (Surfeando Chile, 2012). En Viajeros.com, la comunidad virtual de viajes más grande en habla hispana orientada a viajeros de todo el mundo, que posibilita el intercambio de datos útiles e información general sobre diferentes destinos alrededor del planeta entre usuarios de más de 50 países, ubica a Chile como uno de los países top ten entre los destinos para surfistas (Viajeros.com, 2005).

Renee Voldman, dueña de la escuela de surf Ankua, comenta tiene apoyo de varias entidades para poder hacer clases a niños y jóvenes en riesgo social de manera gratuita para ellos. Entre las entidades de apoyo, está la municipalidad, con la que tenía convenio antes de GS, y tiene como auspiciador de equipos a la marca Maui and Sons, que provee de tablas una vez al año. Renee comenta que aun así, es conveniente trabajar con GS, para tener más apoyo y alianzas con marca o entidades que de lo contrario no tendría como llegar a ellos. Con más apoyo se refiere a contar con más equipos, mejor sueldo, y mejores comunicaciones (salir en los medios de comunicaciones de GS y llegar a más marcas).

4. En Navidad el surf es un deporte nuevo, pero que ya está posicionado. La localidad se ha consolidado como un destino ideal para surfistas, windsurfistas y kitesurfistas nacionales e internacionales, gracias a sus olas y viento, que entrega condiciones perfectas para estas actividades. Felipe Aldunate, el profesor de la escuela Matanzas Extremo comenta que *“el surf en la comunidad ya agarró vuelo, existen varias escuelas, y la gente de Navidad, Pupuya, La Boca, y Rapel. Todos vienen a la playa a practicar deporte, a jugar con la arena, o mirar a los kitesurfistas, surfistas, y windsurfistas”*.

El turismo deportivo se ha reflejado en el desarrollo inmobiliario de Navidad, que en los últimos 10 años ha crecido cerca de 70%, específicamente por la construcción de hoteles y cabañas (La Segunda, 2014).

En la playa de Matanzas se puede visualizar un total 5 escuelas de surf, de las cuales dos funcionan sólo durante el verano: Escuela e surf de Hostal Roca Cuadrada y Escuela de Surf del Hotel Boutique El Alba; y tres que funcionan todo el año: Escuela de Surf del Hotel Surazo, Escuela de Surf del Hotel Olas de Matanzas, y Escuela de surf Matanzas Extremo.

Estas últimas, tienen convenio con la municipalidad para hacerle clases de surf a niños y jóvenes de colegios municipales, siendo GS una más de las organizaciones aportan a la enseñanza del surf. Martín Rojas, fundador y profesor de la Escuela de Surf Matanzas Extremo, comenta “Vengo trabajando con los colegios desde el 2005, me contacté con GS para recibir más apoyo.” Al igual que en el caso de la escuela Ankua, con más apoyo se refiere a contar con más equipos, mejor sueldo, y mejores comunicaciones (salir en los medios de comunicaciones de GS y llegar a más marcas).

Las aspiraciones de cada escuela de surf en cuanto al deporte, son diferentes. En Cartagena, los instructores de surf afirman que su objetivo como escuela es lograr generar cultura de playa; en Valdivia, introducir el surf en la comunidad; en Arica, enseñar el deporte como herramienta para trabajar en algo del rubro; en Navidad, profesionalizar el surf a través de la creación de una federación de surf, y entrenado a las generaciones jóvenes para que participen de competencias nacional y ojalá internacionales.



04 RESULTADOS

iv. Usuarios

Los usuarios finales del servicio GS son alumnos de 4to a 8vo básico de colegio municipales, que tiene un GSE que varía entre GSE medio, GSE medio bajo y GSE bajo. Además, los apoderados declaran haber tenido entre 8 a 12 año de escolaridad, y un ingreso mensual de \$230.000 a \$610.000 aproximadamente.

A continuación se presentará la información en particular según cada colegio con el que trabajar GS:

ARICA

Nombre colegio Escuela Pedro Lagos Marchant

Directora Marisol Sofía Teresa Mondaca

GSE Bajo

- La mayoría de los apoderados ha declarado tener hasta 8 años de escolaridad y un ingreso del hogar de hasta \$230.000.
- Entre 81,01 y 100% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social
- Fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=11

CARTAGENA

Nombre colegio Presidente Aguirre Cerda

Directora Margot Oyarzun

GSE Medio Bajo

- La mayoría de los apoderados han declarado tener entre 10 y 11 años de escolaridad y un ingreso del hogar que varía entre \$250.001 y \$400.000.
- Entre 62,01 y 81% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social.
- Link de la fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=2065

Nombre colegio Eugenia Subercaseaux

Director Alonso Lizama

GSE Medio Bajo

- La mayoría de los apoderados han declarado tener entre 9 y 10 años de escolaridad y un ingreso del hogar que varía entre \$230.001 y \$370.000.
- Entre 63,01 y 81% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social.
- Fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=2066

COMUNA DE NAVIDAD

Nombre colegio Divina Gabriela

Directora Rosa Morales

GSE Medio

- La mayoría de los apoderados han declarado tener entre 11 y 12 años de escolaridad y un ingreso del hogar que varía entre \$370.001 y \$610.000
- Entre 40,01 y 63% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social.
- Fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=2658

Nombre colegio La Boca de Rapel

Directora Adela Montesino

GSE Bajo

- La mayoría de los apoderados ha declarado tener hasta 8 años de escolaridad y un ingreso del hogar de hasta \$235.000.
- Entre 81,01 y 100% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social.
- Fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=2666

Nombre colegio Francisco Chávez Cifuentes

Directora Cecilia Rabha

GSE Medio Bajo

- La mayoría de los apoderados han declarado tener entre 9 y 10 años de escolaridad y un ingreso del hogar que varía entre \$230.001 y \$370.000.
- Entre 63,01 y 81% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social.
- Fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=2660

Nombre colegio Confederación Helvética

Director Claudio Menares

GSE Medio Bajo

- La mayoría de los apoderados han declarado tener entre 9 y 10 años de escolaridad y un ingreso del hogar que varía entre \$230.001 y \$370.000.
- Entre 63,01 y 81% de los estudiantes se encuentran en condición de vulnerabilidad social.
- Fuente: www.simce.cl/ficha/?rbd=2664

VALDIVIA

Nombre colegio Escuela Rural de Mississippi

Director Gerardo Ávila

GSE información no disponible

Nombre colegio Liceo Politécnico Pesquero de Mehuín

Directora Alejandra Millar

GSE información no disponible



04 RESULTADOS

v. Fuente de ingresos

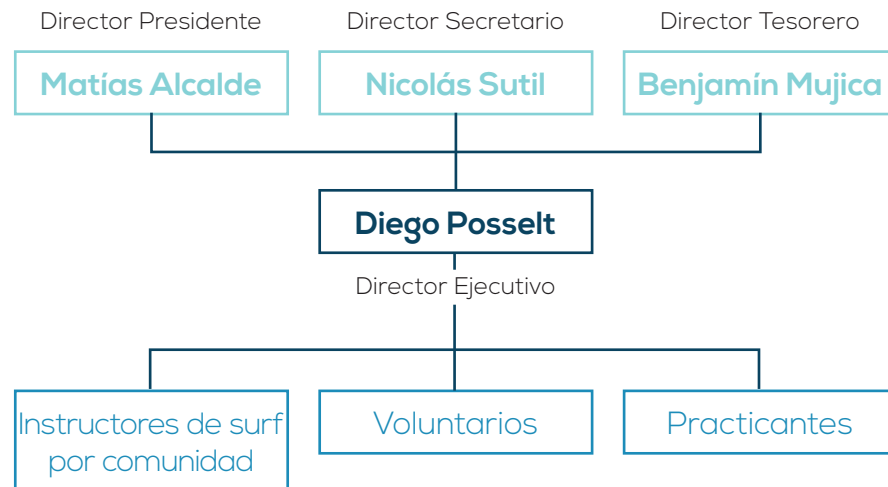
Informa al director Mujica que la fuente de ingresos más importante de GS provienen de eventos organizados por la misma. Entendiéndose por eventos fiestas, rifas, remates de productos donados por marcas o como es el caso de la última campaña, la venta de tablas pintadas por artistas emergentes. Otro porcentaje menor de ingresos proviene de auspicios y donaciones por medio de un botón para donar en la fanpage de Facebook y la página web.

vi. Organigrama

El fundador de GS es José Tomás Bravo, que actualmente no participa activamente en la fundación. Luego viene el directorio el cual está compuesto por: Matías Alcalde como director presidente, Nicolás Sutil como director secretario, Benjamín Mujica como director tesorero, que tiene bajo cargo a Diego Posselt como director ejecutivo.

Bajo el cargo de Posselt están:

- Instructores de surf GS de cada comunidad
- Voluntarios
- Practicantes



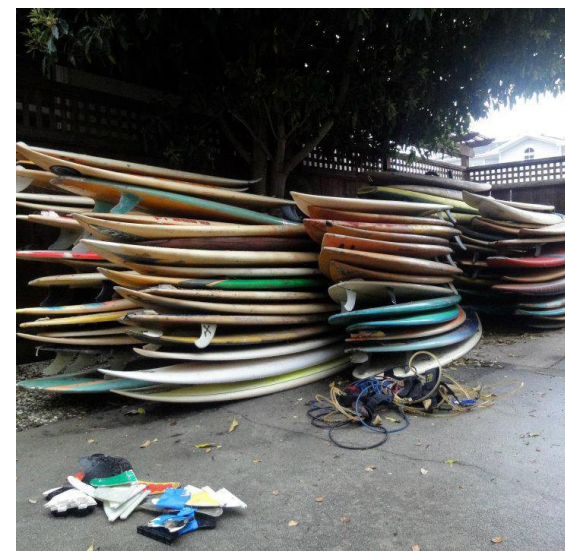
vii. Historia

Según narraron los directores actuales de GS, en un comienzo GS era el nombre de una campaña para la recolección de tablas y trajes de agua en lo Estados Unidos, con el fin de donarlas a los surfistas chilenos que lo habían perdido todo a causa del terremoto y tsunami del 27/02 del 2010 (magnitud 8,5 grados Richter). Esta iniciativa estuvo liderada por Alejandra Kramer (chilena residente en Santa Cruz). Los equipos fueron trasladados en container, y recibidos en Chile (2011) por el surfista José Tomás Bravo.

Llegaron a Chile más tablas de las esperadas, y Bravo decidió darle más proyección a la iniciativa de “devolverles el surf a quienes lo habían perdido”. Se reunió con un grupo de amigos surfistas, para desarrollar una fundación que regalara continuamente surf a niños y adolescentes de escasos recursos a lo largo del país, mediante clases de surf complementadas con un programa educativo que enseñara respeto y cuidado del medio ambiente, vida saludable, emprendimiento, liderazgo y trabajo en equipo. Para lograr el objetivo planteado, crearon una estructura basada en la gestión de tres entidades locales de una comunidad: Municipalidad, Colegios Municipales y Escuela de Surf.



Se observa Alejandra Kramer recolectando equipos de surf en Santa Cruz, California, para enviar a Chile. Esta fotografía fue entregada por Alejandra Kramer para utilizarse en esta memoria.



Se observan las tablas arribadas en Chile en la casa de José Tomás Bravo. Esta fotografía fue entregada por José Tomás Bravo para utilizarse en esta memoria.

04 RESULTADOS

II. CONVENIO

Para llevar a cabo el programa GS, los municipio, los colegios municipales, las escuela de surf y GS deben trabajar en conjunto, y la manera de hacerlo esta descrita en el convenio que firman las distintas partes asumiendo distintos deberes:

1. GS provee las instrucciones, los equipos de surf y materiales necesarios para hacer las clases del programa, y provee de alianzas con marcas para auspiciar con productos y eventos.
2. El municipio da los permisos y paga las clases de surf.
3. El DAEM selecciona los colegios a participar y provee de transporte.
4. Los colegio municipales seleccionan los alumnos a participar.
5. Escuela de surf hace el programa.
6. GS, DAEM y colegios una vez finalizado el programa, evalúan el impacto de éste en el ámbito académico y conductual de los alumnos.

Para la investigación del caso de estudio, se decidió profundizar en el desarrollo del programa GS en Cartagena y Navidad particularmente. Se eligieron estas dos comunidades como muestra de estudio de una comunidad en la que GS cumple un papel vital y de otra como muestra de una comunidad en que GS tiene un papel complementario.

Actualmente GS tiene convenio en Cartagena con dos colegios municipales: Presidente Aguirre Cerda y Eugenia Subercaseaux; y en Navidad con cuatro colegios municipales: Divina Gabriela, La Boca de Rapel, Francisco Chávez Cifuentes, Confederación Helvética.

Para entender cómo se lleva realmente a cabo el servicio de GS en cada comunidad, se decidió realizar un mapa de experiencia del usuario representativo de cada comunidad (los mapas están disponibles en la sección de anexos). A continuación se describirán los resultados del uso de esta herramienta sobre diferentes ítems del servicio que provee la fundación GS.

i. Programa: planificación y desarrollo de las clases

1. Programa

El programa GS está compuesto por 20 clases, que se realizan una vez a la semana durante un semestre. Cada clase dura dos horas, y consta de dos partes: la primera es enseñar los valores GS a través de actividades como juegos, actividades manuales, presentación de documentales y charlas; y la segunda parte son clases de surf. Y los días en que no se puede hacer clases en la playa, el programa indica que el instructor de surf debe anticiparse y solicitar el uso del gimnasio u alguna sala del colegio, para realizar alguna de las actividades que enumera el programa.

Este programa se les presenta y explica a los instructores de surf en una reunión que se le llama capacita-

ción. Y al final de ésta, se les entrega un documento que contempla una guía para llevar a cabo las clases.

2. Cupos

Por otro lado está el tema de definir los cupos, los horarios y los alumnos que participarán de las clases. Los cupos se definen según la disponibilidad de instructores y equipos. Y los horarios y alumnos los define cada colegio.

A principio de año en los colegio municipales de Cartagena y Navidad se presentan varios talleres con cupos limitados, en los cuales los alumnos se inscriben. El programa de GS se presenta bajo el nombre de taller de surf.

De los inscritos se seleccionan los alumnos a participar según criterios del colegio y capacidad de las escuelas de surf. Cabe mencionar que en Cartagena y Matanzas, los alumnos seleccionados confirman su cupo una vez que traen una autorización firmada por sus apoderados para participar del taller.

Para las inscripción de marzo de este año, en Cartagena el taller de surf paso a ser el segundo más solicitado después del taller de futbol, y en Navidad fue el más solicitado.

2. 1. Cupos - Cartagena

La escuela de surf de Cartagena cuenta con dos instructores, y 10 equipos completos para hacer clases de surf. Por lo que se decidió hacer dos clases a la semana: jueves y viernes, una para cada colegio.

Cuenta la asistenta social Nataly Rodríguez del colegio Eugenia Subercaseaux, que en un principio ella destinaba los diez cupos a alumnos inscritos que tenían problemas de comportamiento. Pero con el tiempo, el taller se puso de moda, y los alumnos bien portados comenzaron a protestar que ellos deberían ser premiados con un cupo en el taller. En consecuencia, las reglas cambiaron y dejaron 5 cupos para mal portados y 5 cupos para bien portados.

2. 2. Cupos - Navidad

En el caso de Matanzas, la Escuela de Surf del Hotel Surazo, la Escuela de Surf del Hotel Olas de Matanzas y la Escuela de Surf Matanzas Extremo (la que tiene convenio con GS) tienen convenio con la municipalidad para llevar a cabo clases de surf a alumnos de colegios municipales. Es decir que la municipalidad le paga a las tres escuelas para que le hagan clases de surf a los cuatro colegios municipales anteriormente mencionados. De este modo, el municipio organizó que las tres escuelas en conjunto hagan clases tres días de la semana: martes, miércoles y sábado. En consecuencia, durante cada clase, se abren las puertas de tres escuelas de surf a la vez. Por clase hay seis profesores disponibles, y equipos de tres escuelas de surf.

Por consiguiente, para los alumnos de los cuatro colegios municipales, el tema de los cupos no es un factor limitante. Los instructores y equipos disponibles tiene una capacidad mayor a la demanda, de modo que los instructores de surf permiten que vengan los alumnos que quieran que hayan traído al colegio una autorización firmada por sus apoderados para parti-

cipar; y si lo deseen pueden asistir los tres días de la semana que se hacen clases.

3. Instrucciones de cómo llevar a cabo la primera parte la clase GS

El documento entregado durante la capacitación a los instructores de surf tiene una sección de Actividades. En ella se describen, como se dijo anteriormente, las actividades que se deben realizar antes de comenzar la clase de surf, o los días en que el clima no permite hacer clases en la playa.

Pero en la realidad, estas actividades no se llevan a cabo en ningún caso. Durante las dos horas de clases, solo se hacen clases de surf, y los días en que el clima no permite hacer clases en la playa, la clase se re agenda. Esto se debe dos razones:

Primero, el documento describe en términos generales cómo deben ser las actividades y dan un par de ejemplos para cada uno de los tres valores de GS para que el instructor piense en otras ideas como actividades.

“Las actividades que dan valor agregado a la clase de surf pueden ser juegos, actividades recreativas, charlas, videos (que están disponibles en un Dropbox que se les entrega a los profesores), talleres técnicos, competencias y salidas a terreno. Deben ser actividades sencillas y de mínima preparación. Y si se necesitan materiales, se le deben solicitar a GS. La duración de la actividad debe ser de entre 30 y 40 minutos.”

Segundo, las actividades que ponen como ejemplos, en su mayoría requieren planificación con anticipación por parte de los profesores.

“Hacer Señaléticas: Los niños van a construir señalética educativa para que el resto de la comunidad y visitantes estén más conscientes acerca de los daños que provoca la basura al medioambiente. La señalética se ubicará en las playas, plazas, etc. dependiendo de la comunidad. Ejemplo: 1) “No botes la basura, hay un basurero a xx metros.” 2) Clavar una botella plástica a un cartel y escribir al lado la siguiente frase “¿sabías que esta botella se va demorar 500 años en desaparecer?” lo mismo con colillas de cigarro, latas, etc.”

Esta parece ser una tarea simple de realizar, pero requiere una planificación con anticipación por parte de los profesores para definir qué materiales utilizarán para hacer la señalética, averiguar por su cuenta sobre cómo contamina la basura que se encuentra en las calles y playa de la comunidad, pedirle al Director Ejecutivo el dinero necesario para comprar los materiales, y por último, deben coordinar con los buses municipales un recorrido diferente para ese día. Este tipo de actividades no se lleva a cabo, y tampoco hay alguien del staff de GS que supervise que se lleven a cabo.

Los profesores solo quieren hacer clases de surf. No se les ingenian para inventar actividades relacionadas con los valores GS, y no se planifican con anticipación para realizar las actividades que se describen

04 RESULTADOS

como ejemplos en el documento de instrucciones del programa. Y tampoco sienten la necesidad de hacerlo, ya que no hay nadie del staff de GS que los supervise.

4. Instrucciones de cómo llevar a cabo la segunda parte de la clase GS

En cuanto a la enseñanza del surf, el documento enumera una serie de acciones que se deben enseñar en cada una de las 20 clases que componen el programa. Las cuales están agrupadas en cinco fases:

1. Acercamiento al mar: de la 1º a la 4º clase
2. Empezar a surfear: de la 5º a la 10º clase
3. Corriendo olas: de la 11º a la 15º
4. Perfeccionamiento: de la 16º a la 19º
5. Campeonato: la 20º y última clase.

Se instrucciones se utilizan como una guía, pero no es posible llevarlas a cabo tal cual de describen. Esto se debe principalmente a tres razones. Primero, es común que se presenten alumnos que no saben nadar. Segundo, hay alumnos que logran equilibrarse y deslizarse sobre una ola al inicio del programa, y otros menos ágiles que terminan frustrándose y, en casos extremos, optan por retirarse del taller. Y tercero, el surf es un deporte que necesita practicarse de manera constante, de lo contrario se pierden fácilmente las habilidades desarrollada.

Los instructores argumentan que tener clases de surf una vez a la semana hace que el aprendizaje sea un proceso muy lento. Y más aun, considerando que si el alumno falta a una clase, pasaran dos semanas en

que no se meterá al agua. Los alumnos no siempre pueden tener asistencia continua aunque lo deseen, ya sea por factores como enfermedades, recuperación de clases en el colegio o problemas en el hogar.

Recomiendan además que el proceso de aprendizaje ideal es el siguiente:

- 1º Aprender a nadar en el mar.
- 2º Entender el funcionamiento de una ola y cómo distribuir el peso del cuerpo para deslizarse sobre ella. Es recomendable primero aprender a surfear en una tabla de body que en una tabla de surf, ya que es más fácil de maniobrar por ser más pequeña.
- 3º Aprender a surfear sobre tabla de surf.

Como consecuencia, los profesores de GS no siguen el itinerario de clases del programa al adecuar los tiempos y etapas de aprendizaje según las habilidades alumnos y disponibilidad de equipos. En San Sebastián y Matanzas se cuenta con tablas de body y



de surf. Pero en el Cartagena no alcanzan para todos los alumnos, por lo que se les pone a disposición a los menos habilidosos físicamente. En contraste, en Matanzas, la falta de equipos no es un impedimento para desarrollar las clases según como los profesores consideran que es más conveniente.

5. Post Servicio GS

En Cartagena el municipio decidió que los alumnos pueden participar del programa una sola vez para dar espacio a otros a aprender. Por otro lado, en Navidad los alumnos pueden participar los semestres que quieran hasta que egresan del colegio (los cuales imparten clases hasta 8vo básico). En cualquiera de los dos casos, los ex alumnos del taller que no pueden volver a participar dejan de practicar lo aprendido, porque no cuentan con los recursos necesarios para comprar o arrendar los equipos de surf (arrendar tabla y traje de agua cuesta \$10.000 la hora aproximadamente).

Podemos concluir que el programa de GS no considera el post servicio de las clases gratuitas de surf. Pero los instructores de las dos escuelas, ante la situación, han adoptado la costumbre de tener uno o dos alumnos ayudantes. Son jóvenes que han demostrado interés y perseverancia con el deporte, y ayuda a los profesores con las clases, a cambio de que se les prestan los equipos de manera gratuita.

6. Limpieza de playas

El 10 de junio de este año, GS organizó una primera gran limpieza de playa en Cartagena (a la derecha se pueden observar fotos del evento) Se contó con



la participación de la Escuela de Surf San Sebastián, los alumnos de 1ero a 8vo básico de los colegios Presidente Aguirre Cerda y Eugenia Subercaseaux, integrantes de la marina, y representantes de las siguientes marcas: MobyDick, Atakama Outdoor, Th-Fit, Rimaya y Karun.

Como investigador se participó de esta actividad y se detectaron tres observaciones:

Primero: la actividad comenzó con un discurso de los directores de los colegios hablando sobre la importancia de cuidar las playas. La información que entregaron y la forma de hacerlo no generó interés y/o preocupación por parte de los alumnos sobre el tema de la contaminación en las playas. Como consecuencia, los alumnos no se vieron motivados a limpiar, hasta que los representantes de las marcas

propusieron convertir la limpieza de playa en una competencia. Los alumnos se dividieron en grupos. El que recolectara más basura en un tiempo determinado ganaría un premio.

Segundo: se observó que los niños más pequeños no distinguían entre qué era basura y qué cosas no lo eran. La playa estaba llena de pedazos de plumavit y colillas que no recogían. En cambio, traían plumas, algas secas, ramas y madera carbonizada para meter en las bolsas de basura.

Tercero: una vez finalizada la limpieza de playa, se generó una instancia de reunión entre los representantes de las marcas y la escuela de surf, que se quedaron conociéndose, compartiendo experiencias, y viendo cómo se pueden relacionar con objetivos en común en el futuro.

Podemos concluir que es necesario contar con material educativo generado por profesionales para este tipo de actividades, para poder lograr generar conciencia real en los alumnos, y que desarrollen la capacidad de distinguir qué cosas son basura en el contexto de la playa. Los juegos de competencia en torno a la recolección deben ser un incentivo complementario para los alumnos y no el único para la recolección como fue en este caso.

Finalmente, respecto al punto tres, se puede afirmar que este tipo de actividades son atractivas para las marcas, ya que se genera un punto de encuentro entre marcas con intereses similares.

04 RESULTADOS

ii. Transporte

En cuanto a la responsabilidad que toma el municipio sobre el transporte en el convenio con GS, en Cartagena se cumplió los primeros meses, pero luego el municipio dijo que los buses debían usarse para “cosas más importantes”. Hoy los niños llegan generalmente a pie a la playa sin problemas, ya que el pueblo y la playa están adyacentes. Y las distancias del colegio a la playa son caminables.

En Navidad la situación es diferente. Para llegar a la playa Matanzas desde el pueblo, se debe ir en auto, ya que las distancias no son caminables, y existe una importante pendiente que separa el pueblo de la costa.

Los martes y miércoles, los buses municipales pasan por dos colegios al día (día martes por colegio A y B; y día miércoles por colegio C y D), dejan a los alumnos en la playa; y luego los recogen y hace un recorrido por la zona de modo que los niños se van bajando lo más cerca de su casa según el recorrido del bus, al estilo “liebre de colegio”. Y los días sábados, el municipio dispone de un bus que espera en la entrada del camino a la playa, que baja a quienes lleguen a la playa. Éste día suelen llegar los alumnos más comprometidos con el deporte.

iii. Evaluación del impacto

Dentro del contrato entre el municipio y GS, se especifica que se hará una evaluación semestral del programa en conjunto con el DEAM, los colegios y GS;



Alumnos GS llegando a la playa en buses municipales, Mayo 2016

y que los colegios aportarían con información académica y conductual de los alumnos, para evaluar el impacto del taller en esos términos. Pero desde que comenzó a funcionar GS, nunca se ha realizado esta parte del acuerdo.

Por otro lado, el programa al estar abierto a interpretaciones en cuanto a las actividades como valor agregado, no existe una metodología concreta de evaluación para saber cuánto aprendió el niño sobre los valores GS.

Se podría pensar que los municipios y/o colegios exigiesen algún tipo de evaluación para saber qué tanto es el desarrollo del programa un aporte para mejorar la calidad de vida de los alumnos. Por lo que se puede concluir, para el municipio la alianza con GS es un medio importante que provee de alianzas y contacto con marcas y otros municipios, y permite aparecer en los redes sociales de GS como una municipalidad activa, preocupada por las nuevas generaciones.

iv. Participación de apoderados

En San Sebastián y en Matanzas se ha observado apoderados que van a dejar a sus hijos a las clases GS en la playa, y luego se quedan mirando en el agua y conversando entre ellos hasta que finaliza la clase.

“Para mi es súper grato venir para acá. De hecho con don Omar, nosotros nos conocimos acá, ahora somos amigos, nos juntamos el otro día a conversar temas en común. Gracias al surf nos hicimos amigos.” dice Manuel Carrasco.

Los apoderados afirman que el surf es un deporte poco común entre sus pares. Dicen que es un deporte que sólo se veía por televisión, y a “los rubios” hacerlo en sus playas, hasta que sus hijos pudieron acceder a clases gratuitas. Para ellos practicar el deporte por sus medios es casi imposible debido a los costos que requiere aprenderlo y practicarlo.

Una clase de surf cuesta \$10.000, el traje de agua \$80.000 hacia arriba, y una tabla de surf con todos sus accesorios \$170.000, sumando una inversión de un total de \$260.000. Y como se presentó anteriormente, los apoderados de los alumnos GS tiene un ingreso mensual de entre \$230.000 a \$610.000 aproximadamente. Por lo tanto, invertir en que sus hijos aprendan el deporte no es una opción realista para ellos.

Unos apoderados se sienten orgullosos de poder decir que su hijo o hija será surfista. Otros dicen que no importa si es surf u otro deporte que se practique en la playa, sino que lo importante es poder darles a sus hijos una niñez distinta a la de ellos. Que los niños lo pasen bien probando cosas nuevas que les permita asociar el mar no solamente como fuente de trabajo, sino que también como un lugar de recreación.

Los alumnos más pequeños comentan que lo pasan muy bien durante las clases, y que es “bacán” para ellos que sus papás los acompañen, ya que se sienten apoyados y en sintonía por estar ambos interesados en el surf. Y los alumnos más grande prefieren que sus apoderados no los acompañen. Es un momento para pasarlo bien ellos por su cuenta con sus amigos.

De las familias que se presentaron durante la observación participante, se pudieron describir dos tipos: las que siempre han vivido en la comunidad, y otro grupo más reducido que proviene de Santiago escapando de la rutina y contaminación ciudad por una vida más tranquila.



En las fotos se observa a Manuel Carrasco con sus dos hijas, y a don Omar con su hijo, Mayo 2016.

04 RESULTADOS

III. FLUJO DE INTERACCIONES ENTRE STAKEHOLDERS DE GS

Para analizar el flujo de interacciones entre los diferentes stakeholder de GS, se desarrollaron varios mapas de stakeholders para procesar la información (estos se pueden encontrar en la sección de anexos), y se utilizó la herramienta arquetipos para describir a los diferentes tipos de voluntarios que se presentan continuamente para trabajar con la organización.

En la imagen, se proyecta una base circular con tres tonalidades de celeste, las cuales representan tres tipos de involucramiento en el funcionamiento de la fundación.

1. Stakeholders internos: personas que conforman la matriz de GS, son quienes planifican las actividades de financiamiento y producción del servicio, y coordinan a los stakeholders externos directos.



2. Stakeholders externos directo: personas, entidades o corporaciones que son coordinadas por los stakeholders internos para que se lleve a cabo el servicio de GS.



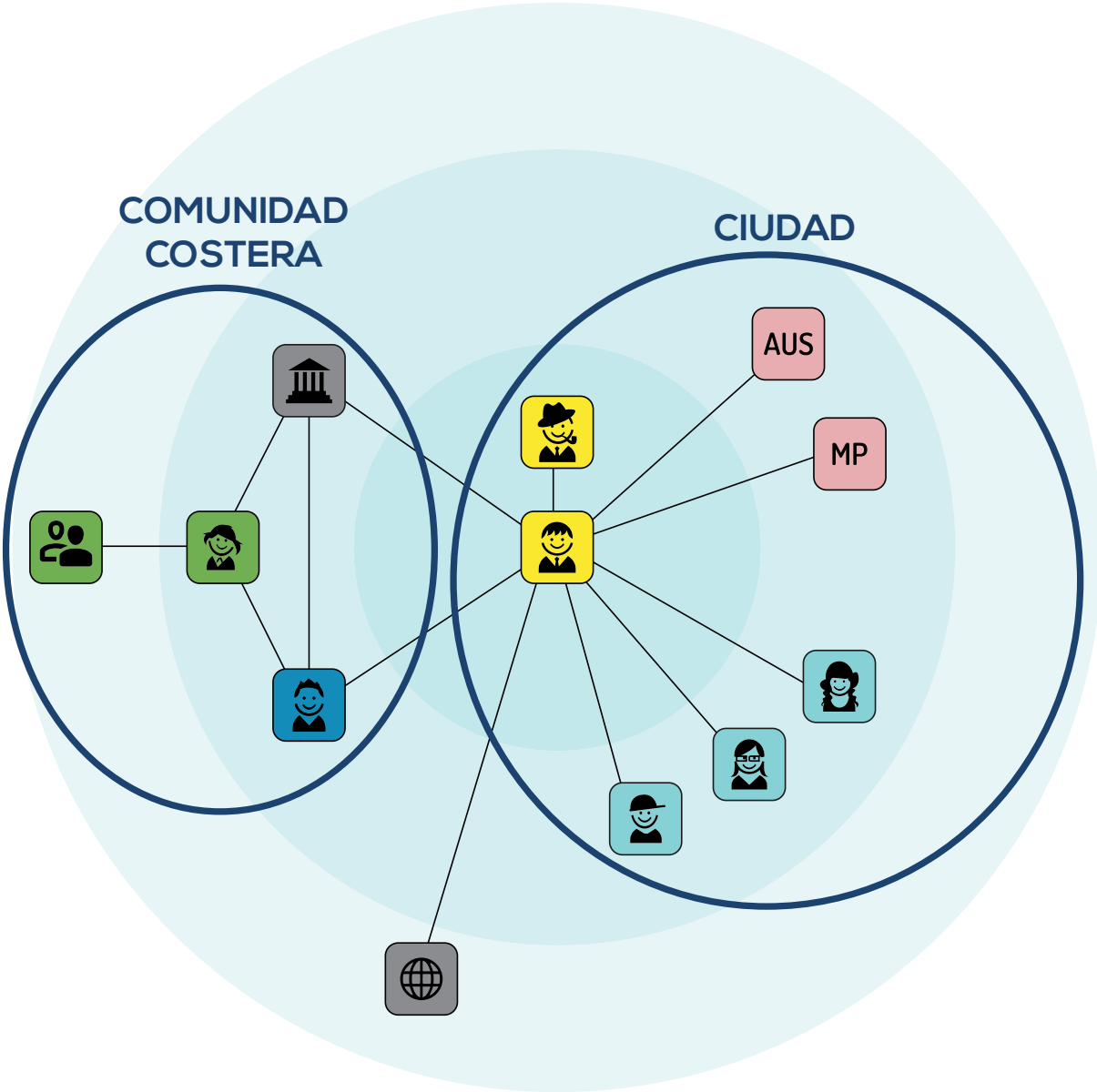
3. Stakeholders externos indirecto: personas, entidades o corporaciones que reciben voluntaria o involuntariamente información sobre la fundación.



En el mapa se observa que las interacciones en la ciudad están completamente centralizadas en el Director Ejecutivo, lo que se manifiesta en la percepción de voluntarios y representantes de marcas auspiciantes de GS, en cuanto a que la fundación carece de un organigrama claro. Aunque en la realidad el organigrama está definido, éste está mal planteado.

El Director Ejecutivo es la única persona que recibe sueldo por parte de la fundación. Por consiguiente, es el único que trabaja tiempo completo, haciéndose cargo de todo tipo de actividades, sin poder realizar cada una de ellas como quisiera. Cabe mencionar que en el mapa se plasmó a los stakeholders que componen una sola comunidad, pero en la realidad, el Director Ejecutivo debe lidiar con cuatro comunidades a la vez, repartidas de extremo a extremo del país.

Respecto a los voluntarios, tiene un papel muy importante dentro de la organización, ya que son quienes ayudan al Director Ejecutivo a llevar a cabo las diferentes tareas. Sin embargo, se detectó que a pesar de que en cantidad nunca escasean, la duración de su participación es corta o esporádica. Existiendo entonces una constante rotativa en el equipo de apoyo del Director Ejecutivo, que debilita aún más las gestiones de coordinación y realización de tareas.



- Director Ejecutivo
- Directorio
- Municipio y DAEM
- Colegios y Alumnos
- Amigos y familiares de alumnos
- Escuela de surf
- Auspiciadores oficiales
- Media Partners oficiales
- Voluntarios profesionales
- Voluntarios practicantes
- Voluntarios surfistas
- Público de redes sociales y prensa

04 RESULTADOS

También se detectó que entre los voluntarios se presentaban ciertas similitudes en cuanto a sus características y/o motivaciones por participar. Por lo que se decidió sintetizar esta información utilizando la herramienta arquetipos, con el objetivo de que el lector tenga una mayor comprensión de GS como fundación dependiente del voluntariado.

Se detectaron tres tipos de voluntarios. El primero es el voluntario surfista que aporta siendo ayudante en clases de GS en la playa; el segundo, es voluntario practicante que trabaja una cantidad de horas definidas en tareas específicas; y, por último, el voluntario recién egresado de la universidad que aporta desde sus conocimientos como profesional.

Los tres arquetipos de voluntarios tiene en común el interés por generar un cambio social a partir de sus conocimientos e intereses. Todos son jóvenes entre 22 y 27 años, con educación de calidad, situación económica acomodada, y con experiencias o interés de vivir en el extranjero.

** Las fotografías utilizadas en estas dos páginas fueron entregadas por sus propietarios para colaborar con el desarrollo de esta memoria.*

VOLUNTARIO SURFISTA

Lucas Valenzuela tiene 26 años, proviene de una familia ABC1 con la que vive en el sector Lo Barnechea de Santiago. Estudió en el Colegio Apoquindo, fue atleta destacado, y pasó su adolescencia andando en bicicleta con sus amigos después de clases. A los 17 años surfearon por primera vez en Matanzas. Salió del colegio con buenas notas, y entró a estudiar Ingeniería Civil a la Pontificia Universidad Católica. Comenzó a arrendar una cabaña en Matanzas para ir todos los fines de semana con sus amigos, con el objetivo de aprender y mejorar sus habilidades en el surf y el windsurf. Su afición por el surf fue aumentando, y comenzó a comer sano y a hacer ejercicios complementarios para mejorar sus reflejos y flexibilidad. Durante el 3er año de carrera se fue de intercambio a Santa Cruz, California para poder surfear todos los días mientras estudiaba. Hoy se encuentra cursando su último año de carrera a la par que desarrolla un proyecto de emprendimiento relacionado con sustentabilidad. Sus marcas favoritas son Patagonia, Vans y Quiksilver.

Su motivación por participar como ayudante del profesor de GS es poder enseñarles a otros lo que más le gusta hacer, al mismo tiempo que se siente bien consigo mismo por estar ayudando a niños y jóvenes locales de su playa favorita: Matanzas.



VOLUNTARIA PRACTICANTE

Josefina Navarro tiene 22 años y proviene de una familia ABC1 conservadora y muy estudiosa, es la única mujer de 5 hermanos. Vive con su familia en el sector Lo Barnechea. Estudió en el Colegio Los Alerces, que le inculcó y permitió participar activamente en actividades ayuda social, como los trabajos de verano y la organización de colectas. Sus hobbies son leer, la historia, la tecnología y los deportes outdoor. Va al gimnasio para mantenerse en forma, y junta dinero para viajar los veranos con sus amigas. Entró a estudiar Diseño en la Pontificia Universidad Católica, y hoy se encuentra cursando su 4to años de carrera, mientras planifica un intercambio a Australia. A la hora de trabajar es comprometida y detallista. Sus marcas favoritas son Apple, Rapsodia y Patagonia.

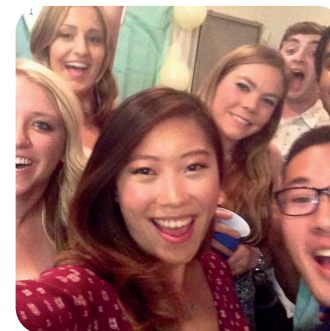
Su motivación por participar como practicante en GS es cumplir con sus deberes de estudiante en una organización sin fines de lucro original, que no le exige trabajar sentada en un escritorio, sino que interactuar con varias personas en diferentes lugares. El valor entregado a GS son sus conocimientos como estudiante de diseño integral, en tareas y un tiempo determinado, pero con espacios para detectar oportunidades y proponer soluciones innovadoras.



VOLUNTARIA RECIÉN EGRESADA

Javiera Schilling tiene 27 años, vive con su familia en el sector Las Condes, Santiago y es la mayor de dos hermanos. Estudió en el Colegio Grange, luego entró a la Universidad del Desarrollo y egresó como psicóloga. Amante del habla inglesa y la lectura, decidió profundizar sus estudios realizando un Magister de Psicología del Deporte y el Ejercicio en la Universidad de Loughborough de Inglaterra. Una vez finalizado estos estudios se quedó un año más viviendo en Londres. Volvió a Chile con ganas de aportar en el desarrollo de cuidado del medio ambiente y en temas sociales. Hoy se encuentra buscando trabajo mientras aporta con sus conocimientos profesionales como voluntaria en colegios municipales. Le encanta salir con sus amigos tomar cerveza, trota para mantenerse saludable y lee novelas de personas que cambiaron el mundo de algún modo. Sus marcas favoritas son Holiester, Apple, y sólo compra por Amazon.

Su motivación por participar en GS es poder aportar a la sociedad con sus conocimientos de profesional de la psicología, y por sus ideales de la necesidad de educación para un futuro sustentable que adquirió viviendo en el extranjero. Pretende trabajar como voluntaria en GS hasta que encuentre un trabajo remunerado estable.



04 RESULTADOS

IV. CONCLUSIONES

Se puede concluir que el servicio de GS genera un espacio de interacciones positivas y con potencial, muchas de las cuales se dieron de forma natural, sin ser planificadas.

Esta investigación, permitió detectar las siguientes observaciones:

- Falta un programa educativo complementario a las clases de surf que enseñe los valores GS para validar el impacto positivo que generan las clases de surf.
- Los apoderados se acercan por motivación propia a los profesores de surf, para informarse y acompañar a sus hijos en las clases en la playa. Disfrutan observándolos participar de esta actividad que para ellos tienen un sentido meramente recreativo.
- En GS se consideró el programa como una actividad semestral, pero en la realidad se lleva a cabo de manera anual, evitándose así la necesidad de realizar un segundo proceso de inscripciones.
- A través de entrevistas a gerentes y personas no relacionadas con el mundo del surf, se detectó la necesidad de validarle de algún modo el impacto positivo que genera el surf, en el contexto en que se desarrollan las clases, para incentivarlos a aportar. Este

insight llevó a buscar otras organizaciones como GS para detectar cómo resuelven esa problemática.

- Para enseñar a surfear, los instructores desarrollan un proceso de aprendizaje basado en su propia experiencia como profesores, que no se retrata en el instructivo de clases del programa GS. El proceso consta primero en enseñar nadar en el mar, luego enseñar a surfear en tablas de body para posteriormente pasar a las tablas de surf, evitando generar espacios de frustración en los alumnos con menos habilidades físicas.
- Organizar limpiezas de playa parece una tarea simple, pero para lograr que los alumnos sean realmente conscientes de la necesidad de mantenerlas siempre limpias, hay que enseñarles sobre los impactos reales de la basura en el ecosistema costero.
- Los alumnos GS proviene de familias que viven con un sueldo mensual de entre \$200.000 a \$600.000. Una vez finalizados los cursos, no tienen muchas

posibilidades de poder seguir practicando el deporte por los costos que conlleva contar con un equipo propio o el arriendo de éstos. Ante ello, los instructores de surf adoptaron la costumbre de apadrinar a ciertos ex alumnos, dándoles responsabilidades de ayudante durante las clases, a cambio de poder usar los equipos.

En base a esta lista de observaciones, complementadas con investigación documental y entrevistas en profundidad se pudo desarrollar la propuesta de diseño Proyecto Swell.



05 PROPUESTA

I. CONTEXTO

A continuación se contextualizará al lector en el ámbito de la práctica del surf, su historia, y desarrollo en Chile.

i. Surf

Definición de la práctica del surf

La Real Academia española define la palabra surf como un deporte náutico que consiste en equilibrarse encima de una tabla especial, para desplazarse sobre la cresta de las olas.

Historia

El surf es uno de los deportes más antiguos del mundo. Sobre su origen hay dos teorías, una relacionada con la cultura precolombina y la otra con la cultura polinesésica. Ambas teorías aceptan que el origen del surf se debe a los pescadores, que cuando regresaban de su actividad diaria, utilizaban el impulso de la ola para llegar a la orilla. En ambas teorías se habla de un momento desconocido, en que los colonos empezaron a usar el surf como actividad de ocio.

Los inicios precolombinos del surf datan del año 1000 A.C. Esta teoría ha sido apoyada con los hallazgos de cerámica y evidencias arqueológicas, vinculados a esa edad, con imágenes que sugieren navegar en olas. Los primeros materiales de esta práctica fueron los caballos de totora para pre-colombinos. (Naranjo & Giraldo, 2014).



Descripción de la foto: hombres pre colombinos sobre caballitos de totora. Fuente: <http://www.larutamoché.com/es/informacion>



Nombre del dibujo: Maids on the Wave by Wallace Mackay 1874. Fuente: <http://welcome-to-arugambay.com/blog/attraction/surfers-paradise/>

Y por otro lado, las evidencias en la cultura Polinesia se remontan al año 1500 D.C. en Hawái en forma de petroglifos con imágenes que hacen alusión al surf (Dornfeld, 2009), y luego en 1767 en documentos escritos por James King, un integrante de la tripulación estadounidense del Capitán Cook que arribó para ese año en Hawái.

James King quedó al mando tras la muerte del capitán Cook a manos indígenas hawaianos, y escribió en su diario:

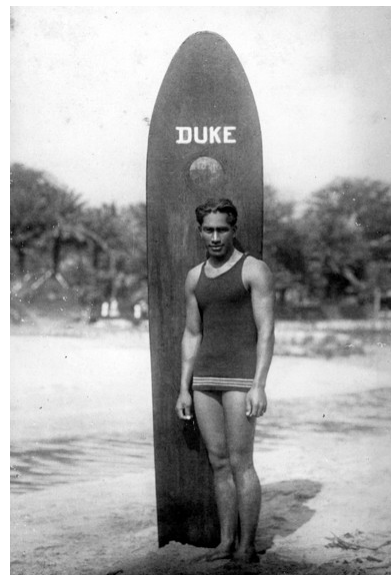
“Uno de sus entretenimientos más comunes lo realizan en el agua, cuando el mar está crecido, y las olas rompen en la costa. Los hombres, entre 20 y 30, se dirigen mar adentro sorteando las olas; se colocan tumbados sobre una plancha ovalada de madera aproximadamente de su misma altura y ancho, mantienen sus piernas unidas en lo alto y usan sus brazos para guiar la plancha. Esperan un tiempo hasta que llegan las olas más grandes, entonces todos a la vez reman con sus brazos para permanecer en lo alto de la ola, y esta los impulsa con una velocidad impresionante.”

Relataba también que el jefe hawaiano tenía la mejor tabla hecha de la madera del mejor árbol de la zona, y que a la clase noble se les reservaban las mejores playas, en las cuales las clases más bajas tenía prohibido surfear.

En el año 1821, con la llegada de misioneros escoceses y alemanes a las costas hawaianas, se prohibieron diversas tradiciones polinesias, incluyendo el surf. Provocando que la práctica del surf desapareciera de la historia hasta a principios del siglo XX, cuando finalmente un grupo de jóvenes descendientes de los antiguos reyes hawaianos retomaron la costumbre ancestral de montar olas con planchas de madera en la playa de Waikiki, Hawái. En este grupo, destacó Duke Kahanamoku, conocido por ser el “padre del surf moderno”.

Posteriormente, en Estados Unidos se estrenó la película Gidget en 1959, la cual trata de una adolescente californiana que no calzaba en su grupo de amigas, y optó por hacerse amiga de un grupo de hombres surfistas que le enseñan a practicar el deporte, del cual se hizo fanática. Por su parte, el nacimiento de la música con temáticas de surf de los Beach Boys, impulsó a que el surf pasara de ser parte de una cultura underground a una moda nacional que expandió rápidamente por el mundo. (Foreman, 2015).

Hoy en día el surf es un deporte reconocido internacionalmente, representado a través de Asociación Internacional de Surf (International Surfing Association, ISA) que fue reconocida 1997 por el Comité Olímpico Internacional, como el principal organismo dirigente de este deporte, que se encarga de velar por el cumplimiento del reglamento del surf en los países asociados a esta organización. (International Surfing Association, 2016).



Duke posando frente a su tabla de surf en Hawái 1912. Fuente: http://www.surfresearch.com.au/sDuke_Kahamamoku.html



Duke en una revista de surf. Fuente: <http://archives.starbulletin.com/2002/08/24/news/story2.html>



Poster de la película Gidget 1959. Fuente: <https://jnpickens.files.wordpress.com/2015/07/poster.jpg>

05 PROPUESTA

ii. Surf en Chile

El surf es un deporte relativamente nuevo en Chile. En los años 70 aparecieron los primeros surfistas buscando olas para correr en las costas chilenas, que tiene una longitud de 6.435 kilómetros aproximadamente (Documental Viejo Perro, 2015).

El 10 de Febrero del 2005 se funda en Chile la Federación Chilena de Surf, que en 2012 es reconocida por la Asociación Internacional de Surf (International Surfing Association) (FECHSURF, 2012).

La fuente más completa de información sobre los inicios del surf en Chile se encuentra en el documental “Viejo Perro: Pioneros por esencia” dirigido por Rodrigo Farías Moreno, y estrenado en la ciudad de Quinteros, Valparaíso, el 20 de junio del 2015.

En el material audiovisual se relata la historia de cuatro fundadores del surf en Chile. Eran cuatro amigos buzos y pescadores artesanales, que durante los años 70 fueron los primeros en surfear olas chilenas, abriendo paso para el desarrollo de un deporte que hoy cuenta con miles de adeptos y exponentes de clase mundial. El Documental narra las peripecias de Icha Tapia, Álvaro Abarca, Lucho Tello y Calá Vicuña, quienes sin información, se subieron a “un artefacto” para deslizarse sobre las olas que les brindaba la Bahía de Quintero (Surfbeats, 2015).



Álvaro Abarca: “No teníamos ninguna información; no sabíamos verdaderamente lo que estábamos haciendo ni desarrollando.”

Icha Tapia : “Éramos absolutos artesanos del tema. La riqueza de esto es que no tuvimos influencia de ningún tipo; sin embargo el Surf en Chile tuvo su nacimiento aquí en Quintero.”

Fuente de las imágenes:
<http://surfbeatsradio.com/viejo-perro-pioneros-por-esencia/>

Diferentes factores, como el aumento de la demanda de clases de surf y la constante subida en las ventas de equipos de surf, demuestran que en los últimos 8 años el deporte se ha expandido con fuerza entre los chilenos:

“Boom del surf en verano: más de 50 escuelas abren sus inscripciones en las principales playas del país debido a la alta demanda por aprender a correr olas. La mayoría de los entusiastas tiene desde 12 hasta 50 años y pagan en promedio \$ 10 mil por sesión.” (Diario La Tercera, 2009)

“George Ordenes señala que las ventas de su tienda de surf Surf Paradice -creada en 1992, la más antigua de Santiago- han ido creciendo entre 12% y 20% todos los años.” (La Segunda, 2014)

Surfistas nacionales han sobresalido a nivel mundial. Uno de ellos es Ramón Navarro quién, luego de terminar en 5to lugar en una competencia del nivel mundial en Hawái el 2009, comentó que en Chile hay mejores olas que en la meca del surf, Hawái. (Diario La Tercera, 2009). Esto atrajo la atención tanto de surfistas chilenos como extranjeros, quienes se pusieron en busca de olas a lo largo de la costa chilena. Para los surfistas, poder acceder a playas recónditas del mundo, como las chilenas, es un lujo imperdible. Mientras menos personas quieran correr la

misma ola, mejor es para el surfista, más olas podrá correr. Es por esto que el turismo deportivo se está convirtiendo en un importante motor económico en las comunidades costeras de nuestro país (Patagonia, 2015). El problema radica en que el surf es un deporte de elite, y las comunidades costeras nacionales se caracterizan por ser de escasos recursos.

“ Chile cuenta con condiciones para practicar este deporte durante todo el año, lo cual no ocurre en muchas otras costas en que las condiciones para practicar el deporte son estacionales (temporadas que en muchos casos no superan los seis meses al año). Es importante tener presente que las condiciones del fondo marino permiten tener gran cantidad de olas a lo largo de toda la costa y de excelente calidad (para todos los niveles de experiencia en el deporte). La temperatura del agua limita en cierta medida la velocidad de desarrollo del deporte, sin embargo, la tecnología de los trajes va mejorando año a año, haciendo cada vez más viable surfear sin pasar frío.”

J.T. Bravo, comunicación personal,
10 de Junio, 2016.

Para poder surfear se necesita un traje, debido a las bajas temperaturas de las aguas nacionales y una o varias tablas con sus respectivos accesorios (leash, deck, cera, quillas). Los trajes de agua deben ser gruesos para soportar las temperaturas, teniendo un costo desde 80.000 mil pesos. Una tabla de surf de segunda mano cuesta aproximadamente entre 100.000 a 200.000 pesos; y es necesario considerar que existen diferentes tamaños de tablas de surf y materialidades, según el nivel de conocimiento del deporte, tablas largas y anchas para novatos, tablas pequeñas para no novatos; y según qué tipo de ola se quiere surfear.

05 PROPUESTA

iii. Surf & turismo

El desarrollo del deporte en una comunidad costera con el tiempo viene acompañado de eventos deportivos inter-comunidades, que motiva el movimiento de los surfistas a nuevas comunidades costeras, generándose nuevos contactos y, con ello, oportunidades de desarrollo (R. Swift, comunicación personal, 22 de Diciembre, 2015).

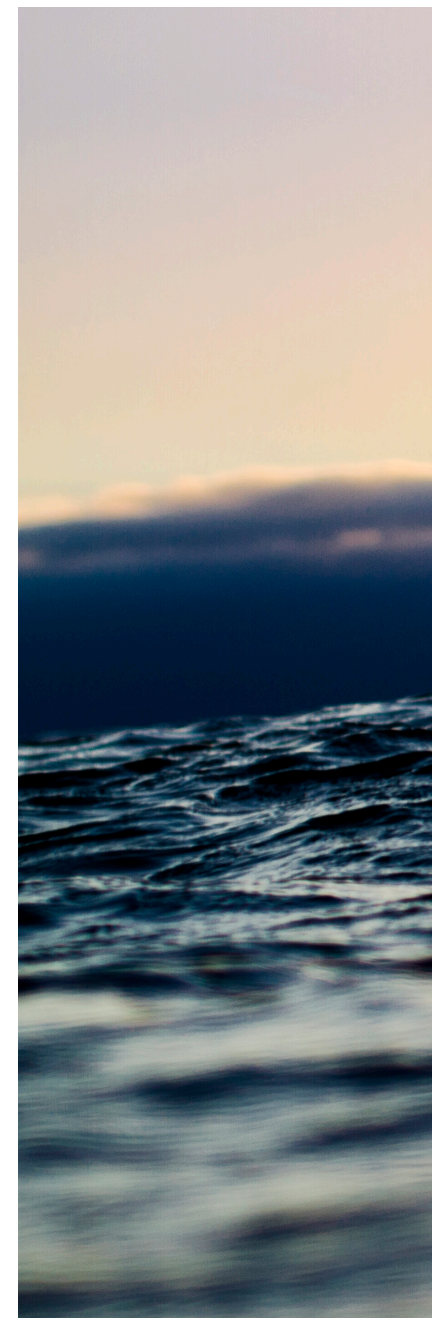
Acompañado de estos eventos, hay un impulso socioeconómico de la comunidad, dado el mayor movimiento de gente en la zona, tanto de extranjeros como nacionales, lo que permite a la gente de la comunidad local acelerar el desarrollo económico de la zona, a través de la viabilidad de construir hostales, agencias de transporte, restaurants, picadas de venta de comida, tiendas de surf, reparación de tablas, entre otros. (J.T. Bravo, comunicación personal, 10 de Junio, 2016).

El 2007, a los pies del Morro de Arica se realizó el Wct Rip Curl Pro Search, campeonato de nivel mundial de surf. Este trajo consigo miles de visitantes al evento, millones de dólares en turismo para Arica, 300 mil dólares en premios, millones de visitas por Internet al sitio oficial del campeonato, transmisión en vivo durante los 10 días del evento vía webcam en cuatro idiomas, 12 canales de televisión y 20 re-

vistas acreditadas, se instalan en Arica, como una de las Surf City de Latinoamérica (Revista Cosas, 2007).

Matanzas ha sido el origen del desarrollo inmobiliario de Navidad, que en los últimos 10 años ha crecido cerca de 70%, específicamente por la construcción de hoteles y cabañas (La Segunda, 2014).

El surfista globalizado es viajero por naturaleza, siempre está buscando nuevos destinos y se caracteriza por acompañar la búsqueda del buen surf con el intercambio cultural, dicen el campeón de windsurf Roby Swift (2015) y fundador de GiveSurf Chile José Tomas Bravo (2016). El extranjero se siente atraído por conocer al local y se acerca y, una vez que el local se abre y conoce al extranjero, se genera una relación educativa para ambos.





05 PROPUESTA

II. ANTECEDENTES

i. Valpo Surf Project



Valpo Surf Project (VSP) al igual que GS es una organización chilena sin fines de lucro que utiliza el surf como herramienta para mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes en riesgo social. Se considera la competencia más directa de GS.

VSP se fundó el año 2009 por cuatro amigos (tres norteamericanos y uno chileno que vivían en Valparaíso), como iniciativa de aportar a mejorar la calidad de vida de los jóvenes locales, tras darse cuenta que detrás de la belleza única de la ciudad hay muchas familias luchando día a día con la pobreza.

Esta organización se diferencia de GS en:

1. Funciona de manera centralizada únicamente en Valparaíso.

2. Complementa las clases de surf con clases de inglés personalizadas.

3. Educa a sus alumnos en los valores de protección y cuidado del territorio costero, a través de sesiones educativas sobre los beneficios e importancia del cuidado medioambiental. Los informa sobre la situación medioambiental chilena con material audiovisual y visitas de expositores ligados al tema, sumado a actividades de limpieza de playa.

4. Pone foco en el aprendizaje del inglés con la generación de conciencia ambiental. Cada alumno debe escribir un diario donde describa sus experiencias y desarrolle reflexiones medioambientales utilizando el inglés.

5. Respecto a su organigrama, a diferencia de GS, que cuenta con una sola persona tiempo completo, VSP cuenta con el trabajo de tres directores de tiempo completo y 6 internos. Trabajan con más de 75 voluntarios cada año para llevar a cabo su programa con más de 260 alumnos por año. (GS tiene 200 alumnos repartidos a lo largo del país). (Valpo Surf Project, 2015)

De esta organización se rescata que provee de sesiones educativas para conocer su entorno costero natural, respetarlo y cuidarlo, y pide a sus alumnos escribir reflexiones personales sobre el tema en idioma inglés.

ii. The Wave Project



The Wave Project (TWP) es una organización de Inglaterra sin fines de lucro que, al igual que GS y VSP, utiliza el surf como herramienta para mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes en riesgo social.

TWP nació en 2010, cuando el *Royal Cornwall Hospitals NHS Trust* financió un programa piloto de seis semanas para examinar los beneficios del surf en la salud emocional de un grupo de jóvenes. Los resultados de la prueba mostraron que surfear una vez por semana ayudó a los jóvenes a sentirse más seguros, mejoró su perspectiva, les dio un sentido de diversión, incentivando la integración social. Alentados

por los resultados, TWP se estableció como una fundación sin fines de lucro, gracias al apoyo financiero de *BBC Children in Need* y más tarde *The Big Lottery Fund* y otros proveedores de fondos, y el proyecto comenzó a crecer.

TWP se diferencia por:

1. Incluir también a niños y jóvenes con discapacidades mentales y físicas.
2. en su página web publica informes de evaluación propios de control interno, y evaluaciones independientes escritos y compilados por académicos externos.

3. Su metodología interna de evaluación del impacto del programa consiste en que los alumnos completen un sencillo cuestionario que utiliza una escala para medir su autoestima, confianza en sí mismo, sus relaciones y logros. Esto se realiza antes y después del proyecto. El éxito se determina sobre mejoras cuantitativas en la salud mental y la confianza en sí mismo, y también incluye información cualitativa, por ejemplo, el beneficio de aprender una nueva habilidad, conocer gente nueva y ser parte de una comunidad. Esta es una herramienta desarrollada por la Universidad de Stirling en 2010, miden el bienestar emocional y psicológico, validado con niños de 8 años

hacia arriba. Se llama escala de Bienestar Infantil de Stirling y es para medir cambios en su bienestar antes y después del curso. (The Wave Project, 2015)

Se rescata la importancia que se le da y el tiempo a evaluar empíricamente el impacto de las clases se surf en sus alumnos.

05 PROPUESTA

III. REFERENTES

i. Educación al Aire Libre

El término “Educación al Aire Libre” comenzó a utilizarse en los Estados Unidos en la primera década de 1900, haciendo referencia a actividades educativas realizadas únicamente fuera de la sala de clases. Luego de este período, el concepto se empezó a asociar a actividades realizadas más allá de las edificaciones escolares (Quay & Seaman, 2013).

En los años 90 comenzó a aparecer en la literatura un importante número de escritos asociando la Educación al Aire Libre a conceptos de sustentabilidad, criticado hasta entonces la dominante concepción de que la Educación al Aire Libre se basa únicamente en la aventura. Los documentos abogan por desarrollar estos cursos en el exterior para generar por parte de los alumnos una participación más significativa y crítica de las relaciones hombre/naturaleza, el entorno, la cultura y la ecología.

Actualmente, el concepto de Educación al Aire Libre se encuentra luchando con problemas de identidad, filosofía, teoría, plan de estudios y pedagogía. Si bien esta introspección que se caracteriza por la crítica y el debate, la definición final debe estar enmarcada por cuestiones del siglo 21 (Wattchow & Brown, 2011).

Buscando ejemplos de recintos o movimientos educativos que llevaran a la práctica las nuevas concepciones de los cursos al aire libre, se encontró material mayoritariamente de Australia y Nueva Zelanda. Entendiendo como cursos al aire libre, aquellos programas en lo que se lleva a los alumnos a realizar deportes o experiencias de vivencia en lugares naturales.

Australia

En el año 2007 el partido político laborista australiano (centro-izquierda) entró al poder para reemplazar al gobierno conservador, el cual estuvo al mando por más de una década. La propuesta de un cambio educacional, fue uno de los factores que permitió al partido laborista llegar al gobierno.

En los años siguientes el nuevo gobierno comenzó a implementar un programa educacional que no consideraba la Educación al Aire Libre como un curso curricular. Profesores y colegios a lo largo del país, que hacía varios años habían comenzado a impartir este tipo de actividades por iniciativa propia, preguntaron al gobierno por qué no había espacio para considerarla un ramo mínimo en la educación nacional. La respuesta fue que al ser un curso que se desarrolló por iniciativa propia, se pueden observar diferentes concepciones y prácticas de cómo llevarlo a cabo. Por consiguiente, el gobierno pidió unificar

lo que se entiende por Educación al Aire Libre, y demostrar que entrega conocimientos que los otros ramos que la malla nacional no provee (Martin, 2010).

El año 2009, cuando se discutía sobre el futuro plan de estudios de la Salud y la Educación Física en Australia, la ACHPER (Australian Council for Health, Physical Education and Recreation), organización que representa a los profesores de educación física del país, declaró que la Educación al Aire libre no podía ser considerada como un curso curricular, ya que era una subdisciplina de la Educación Física como también lo son los deportes acuáticos, atletismo, juegos de pelota, entre otros (ACHPER, 2009).

Sin embargo, OEA (Outdoor Education Australia), organización de la Educación al Aire Libre en Australia, defiende su diferenciación presentando una definición consensuada al gobierno el año 2010.

Declaración de OEA 2010:

“La Educación al Aire Libre ofrece oportunidades únicas para desarrollar relaciones positivas con el medio ambiente, con los demás y con nosotros mismos, a través de la interacción con el mundo natural. Estas relaciones son esenciales para el bienestar y la sustentabilidad de los individuos, la sociedad y el medio ambiente.” (OEA, 2010)

Declaración de ACHPER 2009:

“La Salud y la Educación Física es el área del plan de estudios que enseña a los niños cómo llevar estilos de vida saludables, ahora y en el futuro, para el bienestar físico, social, emocional y espiritual. Es el área del plan de estudios que está directamente relacionado con el desarrollo de habilidades, conocimientos, entendimientos, valores y actitudes que contrarresta las llamadas enfermedades del estilo de vida.” (ACHPER, 2009)

Martin (2010) comenta que quienes defienden que la Educación al Aire con un enfoque ambientalista, argumentan que el curso provee de tres puntos que los demás cursos no pueden entregar con tal profundidad.

1. Conexión con la naturaleza.

El contacto con la naturaleza es fundamental para el bienestar del ser humano, pero el crecimiento de las ciudades se ha interpuesto. Los estudios demuestran que la conexión y comodidad que tienen los niños australianos en lugares en que domina la naturaleza, es baja. La Educación al Aire Libre proveería de las herramientas y espacios necesarios para generar una conexión sana entre los niños y el mundo natural (Louv, 2005). Una experiencia personal y directa con la naturaleza genera respuestas emotivas que ayudan a equilibrar las formas racionales de aprender el discurso científico de responsabilidad ambiental (DeLay, 1996).

Si la Educación al Aire Libre se insertase en la malla curricular, sería el único curso que brindaría a los estudiantes australianos un espacio para acercarse a la naturaleza, poder recrearse en ella, explorarla, disfrutarla y aprender de ella.

2. Desarrollo de una perspectiva crítica de la forma en que se relaciona el hombre contemporáneo con la naturaleza.

No basta con que los expertos conozcan y entiendan los problemas del calentamiento global, sino que todos debemos entender el impacto que generamos con nuestros estilos de vida.

Hay muchos ejemplos de programas de Educación al Aire Libre desarrollados por diferentes colegios australianos, que combinan trabajo teórico en la sala de clases con experiencias obtenidas en el exterior. El objetivo principal del trabajo teórico es generar un punto de vista crítico de la relación con lo no-humano del mundo natural.

3. Evaluación personal y gestión de riesgos.

Comparando la evaluación y gestión de riesgo que necesita hacer un estudiante en una situación de educación física, como hacer un deporte, y en una situación de educación al aire libre, como participar de un campamento en el bosque, se puede observar que el alumno asume diferentes responsabilidades de sus

actos. Al hacer un deporte en equipo en un contexto que se desarrolla en torno a éste, los estudiantes toman riesgos, pero estos están enmarcados en una serie de reglas, que no les permiten controlar la situación de forma autónoma.

Por el contrario, al poner a los alumnos en una situación en un contexto natural, como por ejemplo acampando en un bosque con comida y agua limitada, y hacerlos responsables de evaluar la situación y gestionar los recursos limitados, se logra que los alumnos vivan las consecuencias de sus actos. Si gestionan mal los recursos, pasarán hambre y sed, siendo las consecuencias de los actos evidentes, lo que les permite obtener un aprendizaje efectivo de responsabilidad.

04 RESULTADOS

Nueva Zelanda

A diferencia de Australia, en Nueva Zelanda la Educación al Aire Libre se asocia más a una actividad de aventura y de desarrollo personal (como por ejemplo trekkings, campamentos, kayak), etc., pero aun así, en los últimos años se ha visto que ha tomado gradualmente prácticas con un foco puesto en la educación sobre sustentabilidad (Boyes, 2012).

Hill (2012) afirma que un cambio hacia la sustentabilidad puede tomar dos caminos. Uno es examinar el programa de educación al aire libre actual y proponer actividades que le den un enfoque más sustentable. El otro, proponer un programa completamente nuevo.

Hill durante su doctorado llevó a cabo una investigación en la que seguía el camino uno: examinar el programa de educación al aire libre actual y proponer actividades que le den un enfoque más sustentable. El modelo presentado por Hill busca entregar un punto de partida para aquellos educadores que están en busca de implementar una educación para un futuro sostenible.

La investigación se llevó a cabo con la participación de ocho profesores de Tasmania, Nueva Zelanda, para prototipar, testear y examinar de manera crítica la re-inención de la Educación al Aire Libre con un punto de vista y objetivos de sustentabilidad. Se

llevó a cabo en un proceso de tres fases en un período de trece 13 meses (a partir de Noviembre del 2008 hasta Diciembre del 2009).

La primera etapa estuvo relacionada con el acceso y análisis crítico de los programas de Educación al Aire Libre impartidos por los ocho docentes seleccionados, y sus respectivas prácticas, a través de métodos etnográficos. En la segunda, se hizo participar a los profesores de clases y workshops para que aprendiera sobre sustentabilidad. Y en la tercera y última fase, se le dio espacio a cada profesor para que integrara los conocimientos adquiridos según sus criterios. Luego se analizó cómo se llevó a cabo la integración en cada caso, y se evaluó el impacto.

Entre los resultados del proyecto, se pudo observar en que medida los profesores fueron estudiando, entendiendo y aprendiendo sobre problemas ambientales y sus consecuencias, fueron capaces de analizar críticamente sus programas e ir incorporando cambios en la forma de enseñar y las temáticas.

Se observaron cambios transversales como en el uso de recursos tales como: tipo de transporte, cantidad y tipo de equipamiento, ubicación del programa o actividades, planificación de la comida: compra y preparación, minimización de los residuos: reutilización, reciclaje y basura.

Y cambios particulares según los intereses de cada profesor en la selección de actividades, la elección de contenido de los programas. Por ejemplo, Sophie centró sus excursiones en la importancia de consumir alimentos sostenibles y la minimizar los residuos; Josh incorporó conceptos de impacto ambiental a sus clases, y los asoció con las actividades que llevaba a cabo al aire libre; Rachel introdujo nuevos contenidos de enfocados en una mirada crítica sobre la ropa y equipos outdoors en términos de contaminación, lo que llevó a que sus estudiantes compraran ropa de producción local y con materiales amigables al entorno.

Los cambios que tuvieron e hicieron los profesores durante la investigación ilustra el potencial de poner un énfasis en lo sustentable en los cursos que se llevan al aire libre. Hill asegura que estos cambios no hubieran sucedido si los profesores no hubiesen entendido primero la significancia de proveer a las nuevas generaciones de este tipo de educación. Lo que hacen los profesores y cómo lo hacen, hace una gran diferencia en el aprendizaje de los alumnos.

ii. Surfers Against Sewage



Surfers Against Sewage (SAS) es una organización benéfica enfocada en la protección del medio ambiente marino del Reino Unido a través de la acción comunitaria, campañas, voluntariado, la conservación, la educación y la investigación científica. Para lograrlo, SAS:

1. Desarrolla actividades para informar al público general acerca de los problemas que afectan los océanos y playas.
2. Educa a las comunidades en las soluciones sostenibles y viables que pueden ayudar a proteger los océanos y playas.
3. Crea oportunidades de voluntariado para que los individuos y las comunidades participen en las acti-

vidades para salvaguardar nuestros mares, costas y playas.

4. Promueve la evidencia científica, económica y de salud para hacer un llamado a generar un entorno marino más limpio y seguro. (Surfers Against Sewage, 2016).

Se rescata de este referente las acciones de educación masiva de cuidado del océano y playas.

05 PROPUESTA

IV. DEFINICIÓN DE USUARIO

La definición del usuario y beneficiarios se hizo a partir usuarios y beneficiarios del servicio de GS.

i. Usuarios

Los usuarios del servicio del Proyecto Swell son los mismos de GS. Niños y jóvenes de comunidades costeras en riesgo social que quieran aprender a surfear, y se encuentren cursando entre 4to y 8vo básico en colegios municipales con un GSE que varía entre GSE medio, GSE medio bajo y GSE bajo. Lo que se traduce en vivir en una familia con un ingreso mensual de \$230.000 a \$610.000 aproximadamente.

ii. Beneficiarios

Los beneficiarios son los apoderados de los alumnos que estén interesados en saber sobre el programa y cómo se desarrolla. También lo es el municipio, al poder contar con una entidad externa que promueva actividades recreativas de calidad a sus alumnos. Y, finalmente, las escuelas de surf, que se aseguran un sueldo estable.



Alumnos GS Escuela de Surf Ankua en Playa Las Manchas, Arica.



Alumnos GS Escuela de Surf Matanzas Extremo en Playa Matanzas, Navidad.



Alumnos GS Escuela de Surf San Sebastián en playa San Sebastián, Cartagena



Alumnos GS Escuela de Surf Newen Lafken en Playa Mehuín, Valdivia.

05 PROPUESTA

V. PROYECTO SWELL

i. Propuesta

La propuesta de diseño de servicio se genera a partir de la integración de la evidenciación de las interacciones que surgen de manera natural (sin ser planificadas) en los espacios únicos de vinculación que crea GS entre sus stakeholders, con la investigación documental de antecedentes y referentes.

La propuesta tiene por objetivo general mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de comunidades costeras de Chile, a través de las siguientes acciones:

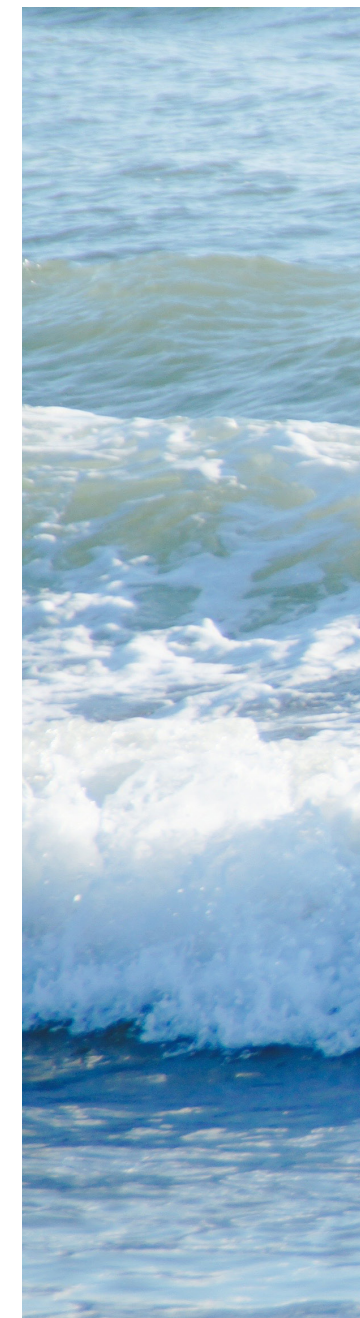
1. Enseñar a surfear a los niños y jóvenes de comunidades costeras de escasos recursos a través de un programa anual de clases de surf, con clases dos veces a la semana. Anual para evitar la necesidad de un segundo proceso de inscripción y dos veces a la semana porque el surf es un deporte que exige constancia para poder progresar.

2. Promover la práctica permanente de limpieza de playas a nivel individual y familiar (apoderados) bajo una comprensión real de la necesidad de cuidarlas, para lograr generar la costumbre de mantenerlas limpias.

3. Integrar y promover la participación de los apoderados en el proceso de aprendizaje. Haciéndolos conscientes de los beneficios de la práctica del surf como deporte que mejora el estado de ánimo y permite interactuar con turistas.

4. Proveer de un post-servicio que permita a los alumnos seguir practicando lo aprendido, facilitando la interacción e integración con sus pares y con los visitantes (turistas) que concurren a las playas.

5. Evaluar el impacto del programa en el bienestar de los alumnos. Contar con un sistema de evaluación que valide el impacto del programa en el bienestar emocional de sus alumnos, publicando los resultados en medios de comunicación que permitan llegar a interesar a un público más amplio, no necesariamente relacionado con el mundo del surf.





05 PROPUESTA

ii. Naming y logo

Justificación del nombre de la organización

El swell, que en castellano puede traducirse como mar de fondo. Son las ondas que se forma en medio de los océanos a causa de perturbaciones atmosféricas como el viento y las tormentas. Estas ondas viajan miles de kilómetros, mientras se van alisando y ordenando, hasta que rompen en la costa como una secuencia de olas sincronizadas y definidas, perfectas para ser surfeadas. (TodoSurf, 2016).

Del mismo modo en que los vientos y tormentas en medio de los mares son la causa de la existencia de olas perfectas en las costas para practicar el surf, esta nueva organización busca influir positivamente en un momento crítico de la vida de sus usuarios (período de adolescencia), proveyéndolos de ciertas herramientas y conocimientos, que les permitirán impulsarse hacia un futuro mejor, en sintonía con las cualidades y potencialidades de su entorno natural.

Entendiendo por herramientas y conocimientos, el aprendizaje y la práctica del surf como fuente de recreación, integración social y potencial turístico; y la práctica de limpieza de playas como consecuencia del desarrollo de una comprensión real de la necesidad de respetar y cuidar el medio ambiente.



Justificación de la forma del logo

La forma circular de la base representa dinamismo y alude al transcurso cíclico y continuo del proceso de aprendizaje en los deportes: aprender y poner en práctica, para aprender más y volver a poner en práctica lo aprendido. Asimismo, busca reflejar sentido de pertenencia e integración dentro de una unidad que es el entorno.

El círculo se forma a partir de la visualización de la silueta de una ola que genera, a la vez, el contorno de una persona nadando. Esta decisión busca retratar la sintonía intrínseca entre naturaleza y el ser humano, que debe ser estudiada, enseñada y respetada en cualquier tipo de desarrollo.



PROYECTO SWELL

05 PROPUESTA

iii. Blueprint

Blueprint es la herramienta que se decidió utilizar para describir en detalles las acciones que se requiere que sucedan fases que se presentan de forma secuenciales en el tiempo a través del pre servicio, servicio y post servicio del Proyecto Swell, junto con una descripción del personal necesario en cada fase. A continuación el blueprint de Proyecto Swell:

FASE 1

PRESENTACIÓN DE PROYECTO SWELL A SOCIO CLAVE 1: MUNICIPALIDAD.

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

-

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

-

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Se presenta el Proyecto Swell al Alcalde del Municipio, describiendo sus objetivos y requerimientos, y se le invita a participar del él. Una vez que éste acepta participar, se le presentan al DAEM (Departamento de Administración de Educación Municipal) los requerimientos para llevar a cabo el proyecto.

Requerimientos

1. Seleccionar, según sus criterios, colegios municipales para que participen de las clases Swell. El DAEM en conjunto con el equipo Swell definen el espectro de acción tomando en cuenta el rango etario para el cual está diseñado el proyecto.
2. El DAEM debe facilitar el transporte de los alumnos que lo requieran a los lugares en donde se llevarán a cabo las actividades del Proyecto Swell.
3. El DAEM debe proveer un supervisor, ya sea de la municipalidad o del colegio en cuestión, que esté a cargo de los alumnos durante los trayectos hacia la playa o donde sea que se vayan a realizar las actividades del Proyecto Swell.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembros del staff de Swell que preparen presentación para proponer el proyecto al municipio.
- Diseñador gráfico que diseñe presentación.
- Miembro del staff de Swell que presenta proyecto a municipio.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

Los requerimientos que se le solicitan al municipio son los mismos que solicita GS.

FASE 2

PRESENTACIÓN DE PROYECTO SWELL A SOCIO CLAVE 2: ESCUELAS Y PROFESORES DE SURF.

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

-

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

-

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

La fase dos puede tener dos caminos de acción dependiendo de las condiciones del lugar. Condición uno; existe una escuela local de surf, condición dos; no existe una escuela local de surf, por lo que habría que formarla.

Requerimientos para los instructores de surf

1. Los instructores deben ser surfistas apasionado por el surf, vivir en la comunidad y contar con la certificación ISA nivel uno o dos. En el caso de no contar con la certificación, Swell apoyará con las gestiones necesarias para obtenerla.
2. Participar de la capacitación para ser parte del staff de instructores del Proyecto Swell.
3. Ser el front-office del servicio del Proyecto Swell al hacer las clases y las actividades respectivas.
4. En caso de que las condiciones climáticas no permitan desarrollar las clases en la playa, se debe informar al DAEM y a los colegio con un día de anticipación para reagendar.
5. Swell proveerá de los equipos necesarios para llevar a cabo las clases, y el profesor debe llevar la contabilidad de estos y su cuidado.

6. Swell entrega un sueldo por clase realizada a los profesores. Esto en base al supuesto que el municipio no entrega fondos.

Procedimiento para formar una escuela de surf:

Swell solicita permisos al municipio para abrir la primera escuela de surf en la comunidad. Luego busca surfistas locales o no locales que estén interesados en dirigirla. Finalmente dispone de un container en la playa para utilizarse como oficina y bodega de la escuela.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembros del staff de Swell que preparen material para presentar el proyecto a instructores de surf.
- Diseñador gráfico que diseñe material y presentación.
- Miembro del staff de Swell que presente proyecto a instructores de surf.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

1. En GS no se le exige a los instructores de surf tener certificado ISA, pero en Swell sí, ya que es una medida concreta para demostrar a los apoderados y municipio que los profesores están capacitados para hacer las clases y asistir a los alumnos en caso de accidentes. Cabe mencionar que la Gobernación Marina de Chile, a partir de Diciembre 2011 comenzó a fiscalizar a las escuelas de surf que no cuentan con las debidas capacitaciones, las que podrán ser cerrada o multadas (Chile Surf, 2011).
4. En el programa de GS se especifica que en el caso de no poder hacer las clases en la playa por las condiciones climáticas, el profesor de surf debe contactarse con el DAEM y los colegios para organizar actividades relacionadas con los valores GS en los recintos educacionales. Pero la evidencia empírica muestra que este tipo de actividades no se llevan a cabo, sino que se reagendan las clases en la playa.

FASE 3

CAPACITACIÓN INSTRUCTORES DE SURF

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

-

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

-

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Equipo Swell lleva a cabo capacitación:

1. Explicación de metodología de enseñanza.
2. Ecosistema: cuidado del medio ambiente y limpieza de playas.
3. Proveerlos de material educativo visual del impacto de la basura en el ecosistema marino para ayudar al aprendizaje de los alumnos.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Diseñador gráfico que diseñe presentación.
- Licenciado en pedagogía o psicólogo infantojuvenil que apoye en el proceso de generación de material.
- Miembro del staff que dirija la capacitación.

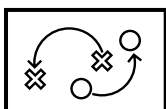
JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

Durante la capacitación, GS provee a los profesores de material audiovisual y un listado de actividades que promueven los 3 valores GS. Este material debería utilizarse al comienzo de cada clase, y durante los días que no se pueden hacer clases en la playa. Se observó que estas actividades no se llevan a cabo por necesitar una planificación previa, y los días que no se pueden hacer clases en la playa, éstas simplemente se reagendan. Es por esto que en Swell se decidió simplificar el programa, enfocándose sólo en hacer clases de surf, y hacer limpiezas de playa complementadas con la muestra de material visual relacionado.

FASE 4

PREPARACIÓN CHARLA MOTIVACIONAL

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Equipo Swell, instructores de surf, colegio y DAEM preparan una charla motivacional para los alumnos y otra para sus apoderados.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Diseñador gráfico que diseñe la presentación.
- Licenciado en pedagogía o psicólogo infantojuvenil que apoye en el proceso de generación de material.
- Miembro del staff que dirija las charlas.
- Interlocutor válido para los alumnos que fomente la admiración de los alumnos.
- Interlocutor válido para los apoderados: representante del DAEM.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

GS no prepara charlas informativas. Aún así los cupos se llenan, y los apoderados firman las autorizaciones. Se ha observado que muchos apoderados se acercan a la fundación con dudas, preguntas e inquietudes, que buscan responder enviando emails, inbox por Facebook, y acompañando a sus hijos a las clases en la playa. Es por esto que en Swell se decidió prepara dos charlas informativas, una para los alumnos y otras para los apoderados. La primera se enfoca en las actividades recreativas del programa y de cuidado del medio ambiente, codirigida con un interlocutor admirado por los alumnos. Y la segunda, codirigida con staff del colegio y del DAEM, que informa a los apoderados lo que propone el programa, sus objetivos, medios, resultados esperados y medidas de seguridad.

FASE 5.1

CHARLA INFORMATIVA ALUMNOS

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno asiste a la charla informativa en su colegio.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Equipo Swell e instructores de surf llevan a cabo charla informativa.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

-

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembro del staff que dirija las charlas.
- Interlocutor válido para alumnos.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

-

FASE 5.2

CHARLA INFORMATIVA APODERADOS

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Apoderados asisten a la charla informativa en su colegio.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Equipo Swell, instructores de surf, representante de colegio y DAEM llevan a cabo charla informativa.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

-

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembro del staff que dirija las charlas.
- Interlocutor válido para apoderados.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

-

FASE 6

POSTULACIONES A PRINCIPIO DE SEMESTRE

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

El alumno interesado se inscribe, y a cambio recibe documento de autorización que deben firmar su apoderado, y un documento informativo del programa.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Instructores de surf Swell se presentan a principio de semestre en el colegio para que alumnos se inscriban en el programa.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Staff de Swell provee del documento informativo y documento de autorización.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Diseñador gráfico que diseñe documento informativo.
- Miembro del staff que imprima los documentos informativos y autorizaciones, y llevarlas a la comunidad.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

GS utiliza este sistema de inscripción.

FASE 7

FIRMA DE AUTORIZACIÓN

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno solicita a su apoderado que lea documento informativo y firme el documento de autorización.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Apoderado lee documento informativo y firma autorización.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

-

PERSONAL DE APOYO SWELL

-

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

En GS la firma de las autorizaciones no a sido un problema. Se ha observado apoyo por parte de los apoderados a que sus hijos participen de este taller. Es común ver apoderados acompañando a sus hijos durante las clases en la playa.

FASE 8

RECEPCIÓN DE AUTORIZACIONES FIRMADAS

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno trae al colegio autorización firmada.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Integrante del colegio recibe autorizaciones.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Swell tiene una capacidad de clases para 10 alumnos por clasea dos vez a la semana. Staff del colegio selecciona a los alumnos de entre los que trajeron autorizaciones firmadas según sus criterios, y entrega una copia de las autorizaciones a Swell.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Staff de Swell que reciba copia de autorizaciones.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

En GS no se tiene una copia de las autorizaciones de los apoderados. Lo que es un riesgo innecesario por parte de la fundación. Ya que en caso de accidente, los apoderados pueden culpar a la fundación. En Swell se quiere tener una copia de las autorizaciones.

FASE 9

ENTREGA CARTA DE SELECCIÓN

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno seleccionado se le informa a través de la entrega de una carta personal.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Integrante del colegio entrega carta de selección al alumno seleccionado.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Swell prepara carta de selección y las va a dejar a la comunidad. Carta de selección contiene hoja informando al alumno por su nombre que ha sido seleccionado para participar del programa Swell, y una sticker de Swell.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Diseñador gráfico que diseñe documento informativo.
- Diseñador gráfico que diseñe la carta y sticker.
- Miembro del staff Swell que personalice cada carta, poniendo el nombre de los alumnos seleccionados.
- Miembro del staff Swell que vaya a dejar las cartas a la comunidad.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

La carta de selección es una idea propia del Proyecto Swell, que tiene por objetivo hacer que el alumno se sienta único. En GS, un integrante del colegio le informa verbalmente al alumno seleccionado.

FASE 10

1º CLASE: EVALUACIÓN PSICOLÓGICA & INTRODUCCIÓN AL DEPORTE

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno asiste a primera clase del Proyecto Swell que se lleva a cabo en su colegio. Durante la clase debe responder un cuestionario de evaluación de satisfacción personal, y luego debe participar de una clase teórica de introducción al surf.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Miembro del staff de Swell junto a los instructores de surf dan la bienvenida a los alumnos al programa. Luego se les entrega a los alumnos un cuestionario de evaluación de bienestar, una vez que los hayan respondido, se retiran, y se comienza con la clase teórica dirigida por los profesores de surf. Representante de Swell saca material fotográfico y audiovisual durante la clase.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Equipo Swell edita y publica material fotográfico y audiovisual en redes sociales con texto complementario que informa de las actividades que se están llevando a cabo. Público de redes sociales les da un “me gusta”, comenta y comparte.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Licenciado en pedagogía o psicólogo infantojuvenil que apoye en el proceso de generación de material de la clase y el cuestionario de evaluación.
- Diseñador gráfico que diseñe la presentación de clase teórica.
- Miembro del staff que participe de la clase.
- Miembro del staff que gestiona redes sociales.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

A esta primera clase introductoria al surf, Swell le suma un cuestionario de evaluación para poder medir de forma cuantitativa el bienestar general del alumno, con el objetivo de volver a hacerles el mismo cuestionario una vez finalizado el Programa Swell, para luego poder comparar los resultados y visualizarlos en gráficos.

Este sistema de evaluación y visualización del impacto del programa lo utiliza el referente The Wave Project, una organización de Inglaterra que al igual que Swell y GS provee de clases gratuitas a niños y jóvenes en riesgo social. The Wave Proyecto en su página web dedica una sección a la evaluación del impacto de su programa, en la que publica la metodología utilizada y los resultados.

En Swell también se quiere contar con una sección de este tipo en la página web, ya que durante la investigación, se detectó que personas que no practican el surf, necesitan que se les muestre evidencia empírica del impacto que genera el surf en los alumnos, de lo contrario no estarían dispuestos a donar a la organización.

FASE 11

2º CLASE: EVALUACIÓN FÍSICA EN LA PLAYA & PRIMEROS ACERCAMIENTOS AL MAR

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Durante la segunda clase (primera clase en la playa), alumno es sometido a una evaluación física para determinar nivel de acercamiento con el mar. Los alumnos se dividen en dos grupos, unos con más dificultades y el otros con menos. Un instructor se hace cargo de un grupo, y el otro profesor, del otro grupo.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Instructores pasan lista (deben pasar lista al inicio de todas las clases), luego realizan evaluación física y determinan en qué nivel queda el alumno, y luego envían esta información a Swell.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Swell recibe información enviada por el profesor de surf y la archiva. Swell solicita mensualmente que se le envíe esta información.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembro del Staff que tenga seguimiento de la asistencia y nivel de los alumnos.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

En GS no se lleva la cuenta de las asistencias.

FASE 12

3º CLASE EN ADELANTE

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Las siguientes clases del programa se llevan a cabo en la playa, y el alumno aprende a nadar en el caso de no saberlo, y aprende a surfear en una tabla de body y/o de surf según se lo permitan sus habilidades físicas e interés.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Instructores deben pasar lista al inicio de cada clase y luego enseñar a surfear a los alumnos. También sacan material fotográfico y audiovisual que envía a Swell.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Swell recibe asistencia, información de nivel de los alumnos, y material fotográfico y audiovisual que luego edita y lo publica en redes sociales con texto complementario que informa de las actividades que se están llevando a cabo.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembro del staff que tenga seguimiento de la asistencia y nivel de los alumnos.
- Miembro del staff que gestiona redes sociales.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

En Swell se evidencia la necesidad de contar con tablas de body además de tablas de surf, ya que como se dijo anteriormente, hay alumnos que les resulta muy difícil equilibrarse sobre una tabla, por lo que prefieren aprender a surfear primero utilizando una tabla de body, que es más pequeña y maniobrable.

FASE 13

UNA LIMPIEZA DE PLAYA AL MES

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumnos invitan a sus amigos y familiares a participar a la limpieza de playa. Luego asisten a la actividad y:

- Aprenden qué es basura y qué no, y cómo ésta daña su playa y el ecosistema marino.
- Reciben una colación compuesta de frutas.
- Escuchan a representantes de auspiciadores y media partners en el que explican que servicios y productos venden y cómo la producción de estos es amigable con el medio ambiente.
- Compiten en equipos por recoger más basura según tipo y cantidad. El equipo ganador recibe premio.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Instructores de surf y equipo Swell llevan a cabo actividades:

- Enseñan sobre qué es basura y qué no, y cómo ésta daña el ecosistema marino. Apoyan su discurso con información visual en un pendón.
- Reparten colación de frutas a participantes.
- Incentivan a la competencia sana.

Representantes de auspiciadores y media partners participan de la actividad contándole a los presentes de que se tratan sus productos y servicios, y de cómo producen de modo amigable con el medio ambiente.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Swell saca material fotográfico y audiovisual. Lo edita y lo publica en redes sociales con texto complementario que informa de las actividades que se están llevando a cabo.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Licenciado en pedagogía o psicólogo infantojuvenil que apoye en el proceso de generación de material de educación de limpieza de playa.
- Diseñador gráfico que diseñe pendón.
- Miembro del staff que compre colaciones y bolsas de basura para la actividad.
- Miembro del staff que busque media partners y auspiciadores que quieran participar.
- Miembro del staff que codirija actividad con los instructores.
- Encargado de comunicaciones que busque prensa y hacer comunicados de prensa.
- Miembro del staff que gestiona redes sociales.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

GS ha sido un agente impulsador de limpiezas de playas, solicitándoles a los instructores que realicen limpiezas de playa y organizando limpiezas de playa a nivel de colegio y con participación de media partners. Aun así, la forma en que lleva a cabo estas actividades podrían ser mejor. Como se explicó anteriormente, los alumnos no saben bien qué es basura y qué no, y además necesitan de un incentivo para recolectarla.

Las limpiezas de playa parecieran ser una actividad sencilla a simple vista, pero en países como los Estados Unidos e Inglaterra, es una actividad que se a profesionalizado a través de organizaciones sin fines de lucro como Sustainable Coastlines Hawaii y Surfers Against Sewage, que educan en las playas y en colegio cómo afectan los distintos tipos de basura que se presentan en las playas. También enseñan a discernir qué es basura y qué no lo es. Por ejemplo, pedacitos minúsculos de plástico en la arena, en los que uno no se fija, son letales para animales de la costa, al igual que las colillas de cigarro que pasan desapercibidas al estar semienterradas en la arena, o restos de plumavit, que se confunden con granitos de arena blancos.

FASE 14

ELECCIÓN DE ALUMNO AYUDANTE

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno que ha finalizado las clases del programa Swell, postula al cargo de ayudante del profesor por un año. Si es seleccionado firma documento Swell de responsabilidades y beneficios.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Instructores de surf seleccionan a dos de sus alumnos al finalizar el año, para que sean ayudantes durante el año siguiente.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

Equipo Swell redacta documento de responsabilidades y beneficios de ayudante del profesor, y va a la playa para que alumno y su apoderado firmen documento.

PERSONAL DE APOYO SWELL

- Miembro del staff Swell que redacte documento: las responsabilidades son ayudar al profesor de surf a realizar las clase, y los beneficios es que puede usar los equipos de forma gratuita.
- Miembro del staff de Swell que vaya a la comunidad para que alumno y apoderado firmen documento.

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

El cargo de ayudante del profesor no existe en el programa de GS. Pero en terreno se observó que uno o dos alumnos que sin estar inscrito en el taller, participan de las clases como ayudante de los instructores, y que fuera del horario de clases los instructores les prestan los equipos de surf. Estos jóvenes son ex alumnos del taller que destacaron por sus habilidades, perseverancia e interés por el deporte. En Swell se quiso evidenciar este hecho y oficializar el cargo de alumno ayudante.

FASE 15

SERVICIO DE ARRIENDO PARA EX ALUMNOS

EVIDENCIA FÍSICA



ACCIONES DEL USUARIO

Alumno que ya finalizó los cursos del Programa Swell puede seguir practicando lo aprendido arrendando los equipos a costo cero. Pero debe dejar \$5.000 en la escuela al usar los equipos, una vez que los trae de vuelta, se le devuelve el dinero.

INTERACCIONES DE CARA AL USUARIO

Instructores entregan los equipos y reciben los \$5.000 que los guardan hasta que el alumno traiga los equipos de vuelta.

INTERACCIONES EN EL BACK-STAGE

-

PERSONAL DE APOYO SWELL

-

JUSTIFICACIÓN DE DECISIONES

Se observó que el programa GS no consideró el futuro de los alumnos que ya terminaron su participación en el taller. En GS, los alumnos se pueden inscribir para tomar clases durante dos temporadas de clases (semestrales) y no más, para darle la oportunidad a otros de aprender. Los ex alumnos en su mayoría no vuelven a practicar lo aprendido porque no tiene acceso a los equipos. Frente a este insight, se decidió que Swell contaría con un sistema de arriendo subvencionado para los ex alumnos Swell, en el cual el alumno debe dejar dinero retenido mientras usa los equipos, y luego este dinero se le devuelve. El monto de \$5.000 se decidió en conjunto con los profe-

sores de surf. El monto se justifica por que corresponde al arriendo de una tabla o un traje. En este caso por los dos equipos se le solicitará el precio de uno. Este monto es una cantidad a la que los alumnos pueden acceder, pero que para ellos es mucho dinero, por lo que no pueden gastarlos en una sola tarde.

05 PROPUESTA

iv. Organigrama

A partir del personal de apoyo necesario para llevarse a cabo cada una de las fases del servicio del Proyecto Swell descrito anteriormente, y según la información levantada sobre los tipos de voluntarios que se presentan para aportar en GS, se desarrolló la siguiente propuesta de organigrama:



Directorio

- Fiscalizar que se estén cumpliendo las normas dentro de la organización.
- Establecer estrategias de hacia donde debe direccionarse la organización.

Director Ejecutivo

- Debe tener el contacto con los municipios, los colegios y evaluar la apertura de nuevas comunidades.
- Buscar auspicios con empresas y generar nuevas alianzas.
- Establecer estrategias de financiamiento.
- Supervisar al Jefe de Operaciones y Marketing, a voluntarios y practicantes.
- Dar cuenta al directorio.

Jefe de Operaciones y Marketing

- Llevar el día a día en conjunto con los profesores de surf, supervisando que se desarrollen las clases y el sistema de arriendo para ex alumnos.
- Organizar las limpiezas de playa mensuales y los eventos para juntar financiamiento.
- Estar a cargo de buscar practicantes y supervisarlos.
- Estar a cargo de la gestión de las redes sociales.
- Estar a cargo la evaluación del programa.

Instructores de surf por comunidad

- Coordinar los días de clases con los colegios y los buses municipales.
- Realizar clases de surf
- Organizar las limpiezas de playa mensuales en conjunto con el Jefe de Operaciones y Marketing.
- Seleccionar y guiar alumnos ayudante.
- Proveer del servicio subencionado de arriendo de equipos para ex alumnos.
- Cuidar y llevar la contabilidad de los equipos.

Practicante

- Apoyo al Director Ejecutivo y/o Jefe de Operaciones
- Diseño de material gráfico y audiovisual para los eventos de financiamiento, redes sociales y limpiezas de playas.

Voluntario profesional

- Apoyo al Director Ejecutivo y/o Jefe de Operaciones

Voluntario por evento

- Se solicitará ayuda a los voluntarios para los eventos de financiamiento y limpieza de playas.

Voluntario Surfista

- Apoyar a los instructores de surf en la realización de las clases y organización de limpieza de playas.

El objetivo de este organigrama es suplir todas las necesidades de gestión para llevar a cabo el servicio tal como se diseñó, al menor costo posible sin afectar en la calidad del servicio prometido.

05 PROPUESTA

v. Presupuesto

A continuación se presenta un presupuesto que contempla el funcionamiento del Programa Swell en dos comunidades: Cartagena y Navidad, durante un año. El presupuesto no considera auspicios ni ayuda de la municipalidad.

- Se considera que los alumnos tienen clases de Marzo a Diciembre, dos veces a la semana.
- Se incluye el costo de una asesoría psicológica infantil para el desarrollo de la evaluación inicial y final de los alumnos, y del material visual y gráfico para la educación de la contaminación ambiental marina.
- Incluye una asesoría legal para la constitución de la persona jurídica de la fundación, así como una capacitación para que las empresas que auspicien a la fundación puedan optar a la reducción de impuestos.
- Se considera una oficina física y el desarrollo y mantención de una página web.
- Los gastos de las clases incluyen equipos y su mantención (cera), sueldo de los profesores por dos clases al mes (asumiendo que un mes tiene 4 semanas),

botiquín para poder dar primeros auxilios en caso necesario, y el costo de transporte para una visita mensual del equipo Swell.

- Los gastos de las limpiezas de playa corresponden a material necesario para la actividad (guantes y bolsas), así como material gráfico educativo (pendón) y costos de transporte del equipo Swell.
- Algunos de los costos presentados en el presupuesto provienen de los gastos de Give Surf del año 2014, ajustados por inflación, y el resto proviene de una investigación de mercado. Todo está debidamente indicado en el presupuesto.
- El presupuesto también considera un 5% del costo total anual para imprevistos.

Gasto total anual

Matriz	\$ 23.926.900
Clases	\$ 18.176.000
Limpieza de Playas	\$ 998.767
Total	\$ 43.101.667

Presupuesto Matriz

Ítem	Costo Anual
Staff	
Director Ejecutivo	\$ 12.000.000
Jefes de Mktg. y Operaciones	\$ 8.400.000
Asesorías	
Legal	\$ 500.000
Psicológica	\$ 500.000
Página Web	
Dominio	\$ 32.000
Administración	\$ 320.000
Arriendo Oficina	\$ 110.000
Gastos Varios Oficina	\$ 60.000
Imprevistos (5%)	\$ 2.004.900
	\$ 23.926.900

05 PROPUESTA

v. Presupuesto

Presupuesto Clases San Sebastián

Ítem	Cantidad	Costo Anual
Equipos		
Trajes	10	\$ 800.000
Lycras	10	\$ 64.000
Banderas	1	\$ 26.500
Cera	114	\$ 285.000 (7)
Tabla de surf	5	\$ 629.500
Leash Tabla de surf	5	\$ 70.000
Tabla de body	5	\$ 245.000
Aletas	5	\$ 135.000
Profesores	2	\$ 6.400.000 (8)
Botiquín	1	\$ 105.000
Visitas Satff Swell (1 vez al mes)		\$
Bencina		\$ 182.400
Peajes		\$ 100.000
		\$ 9.042.400

Presupuesto Clases San Sebastián

Ítem	Cantidad	Costo Anual
Equipos		
Trajes	10	\$ 800.000
Lycras	10	\$ 64.000
Banderas	1	\$ 26.500
Cera	114	\$ 285.000 (7)
Tabla de surf	5	\$ 629.500
Leash Tabla de surf	5	\$ 70.000
Tabla de body	5	\$ 245.000
Aletas	5	\$ 135.000
Profesores	2	\$ 6.400.000 (8)
Botiquín	1	\$ 105.000
Visitas Satff Swell (1 vez al mes)		\$
Bencina		\$ 273.600
Peajes		\$ 100.000
		\$ 9.133.600

Costo Anual Clases \$ 18.176.000

Limpieza de playa en San Sebastián

Equipo	Cantidad	Costo Anual
Material		
Bolsa Basura Ecológica	10	\$ 18.100
Guantes Ecológicos 100u	4	\$ 19.200
Colación	20	\$ 99.083
Pendón	1	\$ 35.000
Visita Staff Swell (1vez al mes)		
Bencina		\$ 182.400
Peajes		\$ 100.000
		\$ 453.783

Limpieza de playa en Matanzas

Equipo	Cantidad	Costo Anual
Material		
Bolsa Basura Ecológica	10	\$ 18.100
Guantes Ecológicos 100u	4	\$ 19.200
Colación	20	\$ 99.083
Pendón	1	\$ 35.000
Visita Staff Swell (1vez al mes)		
Bencina		\$ 273.600
Peajes		\$ 100.000
		\$ 544.983

Costo Anual Limpieza de Playas una vez al mes \$ 998.767

05 PROPUESTA

v. Presupuesto

Traslados desde Santiago a comunidades		
Km a comunidades(ida y vuelta)		
Km a Matanzas		360
Km a San Sebastián		240
Km/lt		10
Litro Bencina	\$	760
Peajes (ida y vuelta)	\$	10.000
Viajes a localidad en el mes		2 (12)

Precios Unitarios

ítem	Valor Unitario	
Tabla de surf	\$	125.900 (1)
Leash	\$	14.000 (2)
Tabla de body	\$	49.000 (2)
Aletas	\$	27.000 (2)
Traje de agua	\$	80.000 (3)
Lycra	\$	6.400 (4)
Bandera	\$	26.500 (4)
Cera	\$	2.500 (1)
Sueldo mensual Profesor	\$	320.000 (5)
Botiquín	\$	105.000 (4)
Colación Fruta		
Manzana (kg)	\$	990
Plátano (kg)	\$	870
Naranjas (kg)	\$	1.330
Manzana (u)	\$	165
Plátano (u)	\$	109
Naranjas (u)	\$	222
Bolsa Basura Ecológica	\$	1.810 (9)
Guantes Ecológicos 100u	\$	4.800 (4)
Pendón de 1.20x1.50 mt	\$	35.000 (10)

Notas

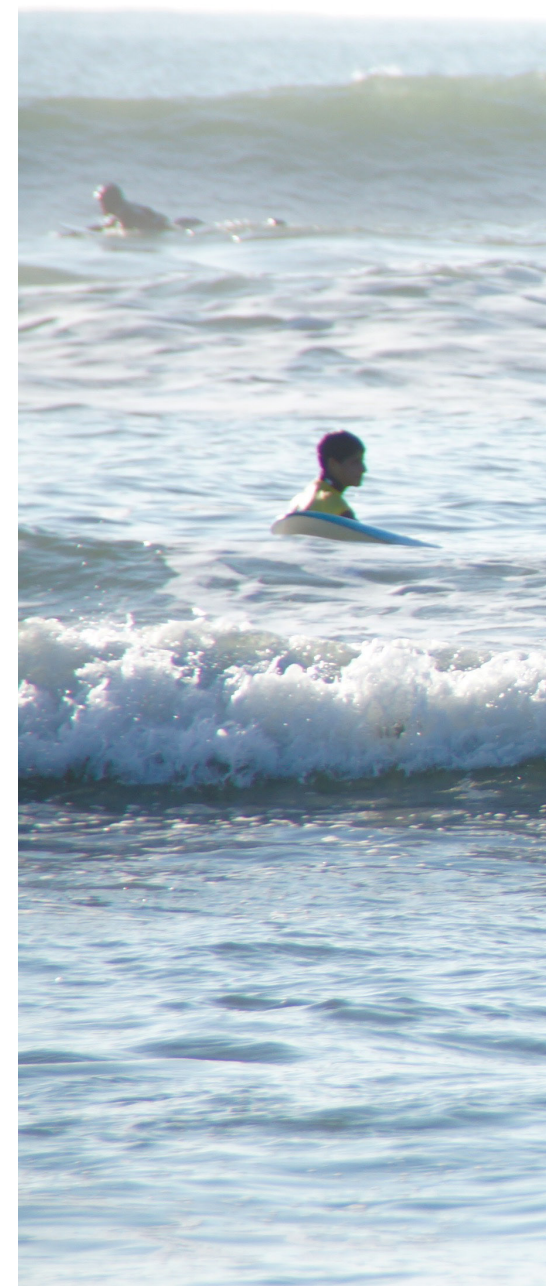
- (1) Precio Quiver.cl
 - (2) Precio EuroSurfChile.cl
 - (3) Precio Surfhouse.cl
 - (4) Precios en base a informacion de GiveSurf 2014 ajustado a inflacion.
 - (5) Encuesta profesores de surf, \$40000 la clase, 2 clases a la semana, 4 semanas un mes
 - (6) 1kg son 6 manzanas o 6 naranjas u 8 plátanos. Precios Líder.cl
 - (7) Suponiendo que son 38 clases al año por localidad y se necesitan 3 ceras por clase
 - (8) Dos clases por semana de 10 niños cada una, 10 meses en el año.
 - (9) Bolsa Basura 100% Biodegradable, 70x90, 10 unidades
 - (10) Precio Empresa Mapoche IVA incluido.
 - (11) Se entrega a cada niño un pátano, una manzana y una naranja.
 - (12) Se considera una visita para supervisión se clases y una a la limpieza de playas mensual.
-

06 CIERRE

I. CONCLUSIÓN

El estudio de la fundación GiveSurf y su contexto como un caso de estudio bajo un enfoque de diseño de servicio, permitió detectar un espacio en el que se generan interacciones positivas y con potencial en torno al surf, en un contexto social vulnerable. Muchas de estas interacciones se dan de forma natural, sin previa planificación. Es por esto que el Proyecto Swell tiene por objeto hacerse cargo de ellas, articulándolas de modo que sus efectos positivos sean evidenciados y potenciados, para otorgar herramientas y generar oportunidades reales a las nuevas generaciones de comunidades costeras de Chile, en busca de un desarrollo sustentable.

Durante esta investigación, el surf demostró ser una herramienta efectiva para mejorar la calidad de vida de las nuevas generaciones de comunidades costeras, desde varias aristas: como actividad física que mejora estado físico y ánimo de quien lo practica; como medio para generar un lazo entre el local y su entorno; como tema en común de interés entre niños y jóvenes locales con sus apoderados; y como agente integrador social, al facilitar la interacción e integración con los visitantes (turistas) que van a practicar el deporte a sus playas.





06 CIERRE

II. MEMORIAS DE UN SURFISTA

El mar es nuestra medicina, esa que te mira y te calma. Quizá será la mezcla entre la tranquilidad y la potencia; o quizá sea cada espectáculo que este ofrece. Amaneceres, atardeceres, lunas nuevas, llenas, vientos, lluvias; cada día es distinto, en el mar no existe la rutina, cada uno por sí sólo tiene su magia. Aguas verdes, cristalinas, azules, plateadas, anaranjadas y esa verde agua brillante con el sol por detrás, mi favorita. Cada lugar tiene su encanto propio; la comodidad de la selva centro americana, rica en vida salvaje tanto dentro como fuera de ella, el árido desierto peruano poblado de infinitas dunas y roqueños, o los espectaculares bosques de pino con arena oscura del sur de Chile con desfiles de toninas, lobos de mar y aves de todo tipo.

Sin embargo; este espectáculo es sólo el comienzo del “tratamiento”. Llega el tiempo de esperar, a veces con tus amistades compartiendo momentos únicos o también a solas, generándose otro momento único, esta vez con uno mismo. La paciencia tiene su fruto, viene en forma de una masa de agua que se aproxima desde el horizonte. Decides ir, sabes lo que implica, tu cabeza le pide al cuerpo que no se agote, tu cuerpo lo pide a tu cabeza que no falle. Sin darte cuenta, estás montado sobre uno de los fenómenos de la naturaleza más increíbles. Al frente tuyo, masa de agua que se recoge y se forma al mismo tiempo dando paso a una pista recargada de energía, al fon-

do se observa el final, sin embargo, las distancias no se acortan. Es en ese momento donde la mala nota en la prueba, la tarea de la próxima semana, las deudas, tus problemas sentimentales, todo aquello que te aflige y te estresa desaparece, se desvanece. Es como si nunca hubiesen existido. Cada ola es distinta, irrepetible y por ende cada una se disfruta y se goza a su forma, algunas jamás se olvidan.

Finalmente, llega la noche. Sientes ese cansancio de cuerpo completo, desde los pies a la cabeza, pero inexplicablemente te sientes liviano, como si ayer cargaras una mochila de piedras y hoy te la sacaste. Llega el momento de compartir con aquellos todos esos momentos vividos, porque no hay nada mejor que un amigo se cruce en tu camino y te haga una seña, o tu poder observar sus logros y progresos. Porque ambos saben a lo que se exponen, se hace juntos y se progresa juntos, cada uno a su ritmo y con sus propios objetivos. Como se dice en la jerga, cada uno se “gana” a su forma.

Lucas Larraín, 3 de Julio 2016
Matanzas, Chile



06 CIERRE

III. BIBLIOGRAFÍA

ACARA. (2010). *Development of the Australian Curriculum*. Recuperado en: http://www.acara.edu.au/development_of_the_australian_curriculum.html [Consultado 23 Sept. 2010].

ACHPER. (2009). *The ACHPER National Statement on the curriculum future of Health and Physical Education in Australia*. Recuperado en: http://www.achper.org.au/_files/f/902/1.pdf [Consultado 23 Sept. 2010].

Boyes, M. (2012). Historical and contemporary trends in outdoor education. In D. Irwin, J. Straker & A. Hill (Eds.), *Outdoor education in Aotearoa New Zealand: A new vision for the twentyfirst century* (pp. 26-45). Christchurch, NZ: CPIT.

Curedale, R. A. (2013). *Service design: 250 essential methods*. United States: Design Community College.

DeLay, R. (1996). Forming knowledge: Constructivist learning and experiential education. *Journal of Experiential Education*, 19(2), 76-81.

Department of the Environment Water Heritage and the Arts. (2009). *Living Sustainably: the Australian Government's National Action Plan for Education for Sustainability*. Canberra: Commonwealth of Australia.

Documental Viejo Perro. (2015). *Sinopsis*. Retrieved June 12, 2016, from Documental Viejo Perro, <http://documentalviejoperro.com/about/>

Dornfeld, J. (2009, February 12). *Hawaiian Surfer's Paradise - The History of Surfing in Hawaii*. Retrieved June 29, 2016, from Ezine Articles, <http://ezinearticles.com/?Hawaiian-Surfers-Paradise---The-History-of-Surfing-in-Hawaii&id=1988652>

FECHSURF (2012) *Historia*. Available at: http://www.fechsurf.cl/?page_id=802 (Accessed: 24 June 2016).

Foreman, A. (2015, August 13). *A short history of surfing*. Retrieved June 12, 2016, from The Wall Street Journal, <http://www.wsj.com/articles/a-short-history-of-surfing-1439479278>

Hill, A. (2012). Developing approaches to outdoor education that promote sustainability education. *Australian Journal of Outdoor Education*, 16(1), 15-27.

International Surfing Association. (2016). *Historia de la ISA del 50 Aniversario - international surfing association*. Retrieved July 7, 2016, from International Surfing Association, <https://www.isasurf.org/es/isa-info/history-of-the-isa/>

La Segunda. (2014, November 6). *El boom del surf en Chile*. Retrieved June 13, 2016, from Empresario en Red, <https://www.empresariosenred.cl/noticias/el-boom-del-surf-en-chile>

Litoral de los Poetas. (2015). *Cartagena open surf 2015*. Retrieved June 16, 2016, from Litoral de los Poetas desde Algarrobo hasta Santo Domingo, <http://www.litoraldelospoetas.com/eventos/cartagena-open-surf-2015/>

Louv, R. (2005). *Last child in the woods*. Chapel Hill, NY: Algonquin.

Martin, P. (2010). Outdoor education and the national curriculum in Australia. *Australian Journal of Outdoor Education*, 14(2), 3-11.

Municipalidad de Mariquina. (2016). *Costa*. Retrieved June 16, 2016, from Municipalidad de Mariquina, http://www.munimariquina.cl/?page_id=9675

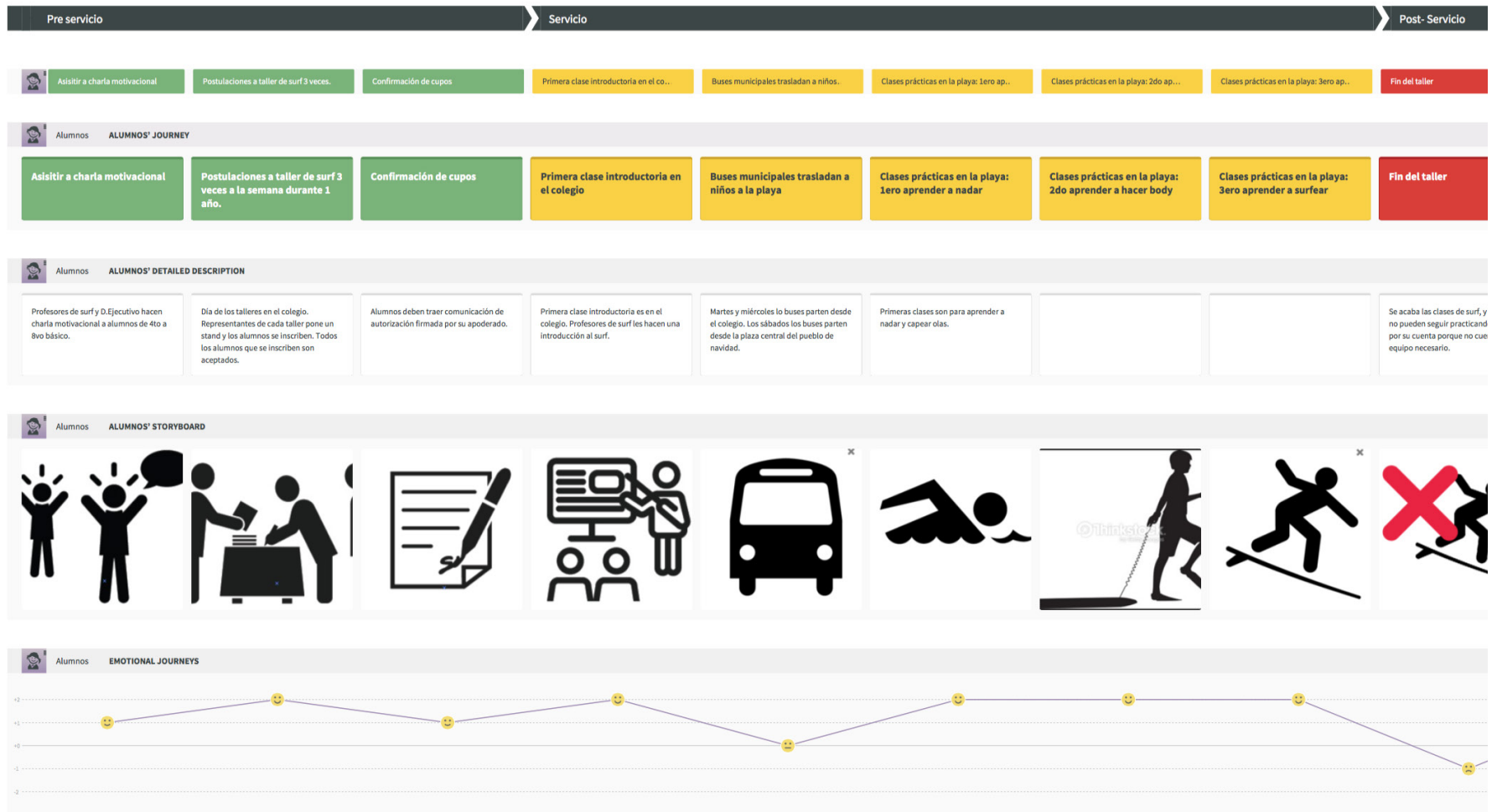
Naranjo, O., & Giraldo, M. (2014). Análisis descriptivo de la dinámica del surf como práctica social. *Telos*, 16(1317-0570), 2nd ser., 300-314. Retrieved June 28, 2016, from <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/telos/article/viewArticle/3405/4430>

Nesta. (2014, February 16). *Guía de entrevistas*. Retrieved July 3, 2016, from Diy Tool Kit, <http://es.diytoolkit.org/tools/interview-guide-2/>

- OEA. (2010). *The Freemantle Declaration*. Recuperado en: <http://www.outdooreducationaustralia.org.au/> [Consultado 23 Sept. 2010].
- Parker, S., & Heapy, J. (2006). *The journey to the interface: How public service design can connect users to reform*. London: Demos.
- Parliamentary Commissioner for the Environment. (2004). *See Change: Learning and education for sustainability*. Wellington, NZ: PCE.
- Quay, J., & Seaman, J. (2013). *Just what is Outdoor Education? In John Dewey and Education Outdoors* (pp. 5-11). SensePublishers.
- Real Academia Española. *Surf*. Retrieved June 11, 2016, from Real Academia Española, <http://dle.rae.es/?id=YnRAwGG>
- Rathzel, N., & Uzzell, D. (2009). Transformative environmental education: a collective rehearsal for reality. *Environmental Education Research*, 15(3), 263 - 277.
- Revista Cosas. (2007, July 25). *44 campeones en Chile: El mejor surf del mundo en ARICA - Revista COSAS*. Retrieved July 7, 2016, from Revista Cosas, <http://cosas.com/44-campeones-en-chile-el-mejor-surf-del-mundo-en-arica/>
- Stickdorn, M., & Schneider, J. (2011). *This is service design thinking: Basics, tools, cases*. Hoboken, New Jersey: BIS Publ.
- Surfeando Chile. (2012, July 26). *Historia del Primer Campeonato ASP en Chile Mormaii-Cristal world tour 1993 – Solari brand and retail*. Retrieved July 4, 2016, from Surfeando Chile, <http://www.surfeandochile.cl/?p=1944>
- Surfers Against Sewage. (2016). *SAS history*. Retrieved July 7, 2016, from urfers Against Sewage, <http://www.sas.org.uk/history/>
- Godfrey, C., Devine, H., & Taylor, J. (2015). The positive impact of structured surfing courses on the wellbeing of vulnerable young people. *The Free Library*.
- The Wave Project. (2015, September 9). *The Wave Project - Changing lives through surfing*. Retrieved June 30, 2016, from The Wave Project, <https://www.waveproject.co.uk/>
- TodoSurf. (2016) *Anatomía de las olas*. Available at: <http://www.todosurf.com/magazine/surfologia/anatomia-de-las-olas-surf-2161.htm> (Accessed: 24 June 2016).
- TodoSurf. (2016). *Historia del surf*. Retrieved June 12, 2016, from Todosurf.com, <http://www.todosurf.com/magazine/surfologia/historia-del-surf-surf-2168.htm>
- TodoSurf. (2016). *Tipos de Tablas de surf*. Retrieved June 28, 2016, from TodoSurf, <http://www.todosurf.com/magazine/surfologia/tipos-de-tablas-de-surf-surf-2165.htm>
- Valpo Surf Project. (2015). *Program overview*. Retrieved June 11, 2016, from Valpo Surf Project, <http://valposurfproject.com/program-overview/>
- Van Boeijen, A., Daalhuizen, J., Zijlstra, J., van der Schoor, R., Delft, T. H., & Faculty of Industrial Design Engineering Delft (2013). *Delft design guide: Design methods - Delft university of technology - faculty of industrial design engineering*. Amsterdam: BIS Publishers B.V.
- Viajeros.com. (2005, December 15). *Los 10 mejores destinos del surf*. Retrieved July 4, 2016, from Viajeros.com, <http://www.viajeros.com/articulos/526-los-10-mejores-destinos-del-surf>
- Vianna, M., Vianna, Y., Adler, I. K., Lucena, B., & Russo, B. (2016). *Design Thinking: innovación en negocios* (1era ed.). Río de Janeiro, Brasil: MJV Tecnologia Ltda.
- Wattchow, B., & Brown, M. (2011). *A pedagogy of place: Outdoor education for a changing world*. Clayton, Victoria, Aus: Monash University Press.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future*. Oxford, UK: Oxford University Press.

06 CIERRE

IV. MAPA DE EXPERIENCIA DEL USUARIO MATANZAS

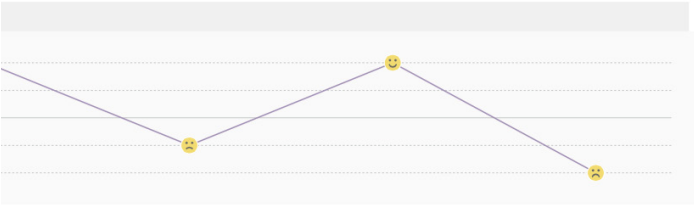


Post- Servicio

3ero ap... Fin del taller Se vuelve a inscribir al taller Alumno ya no se puede volver a Insc...

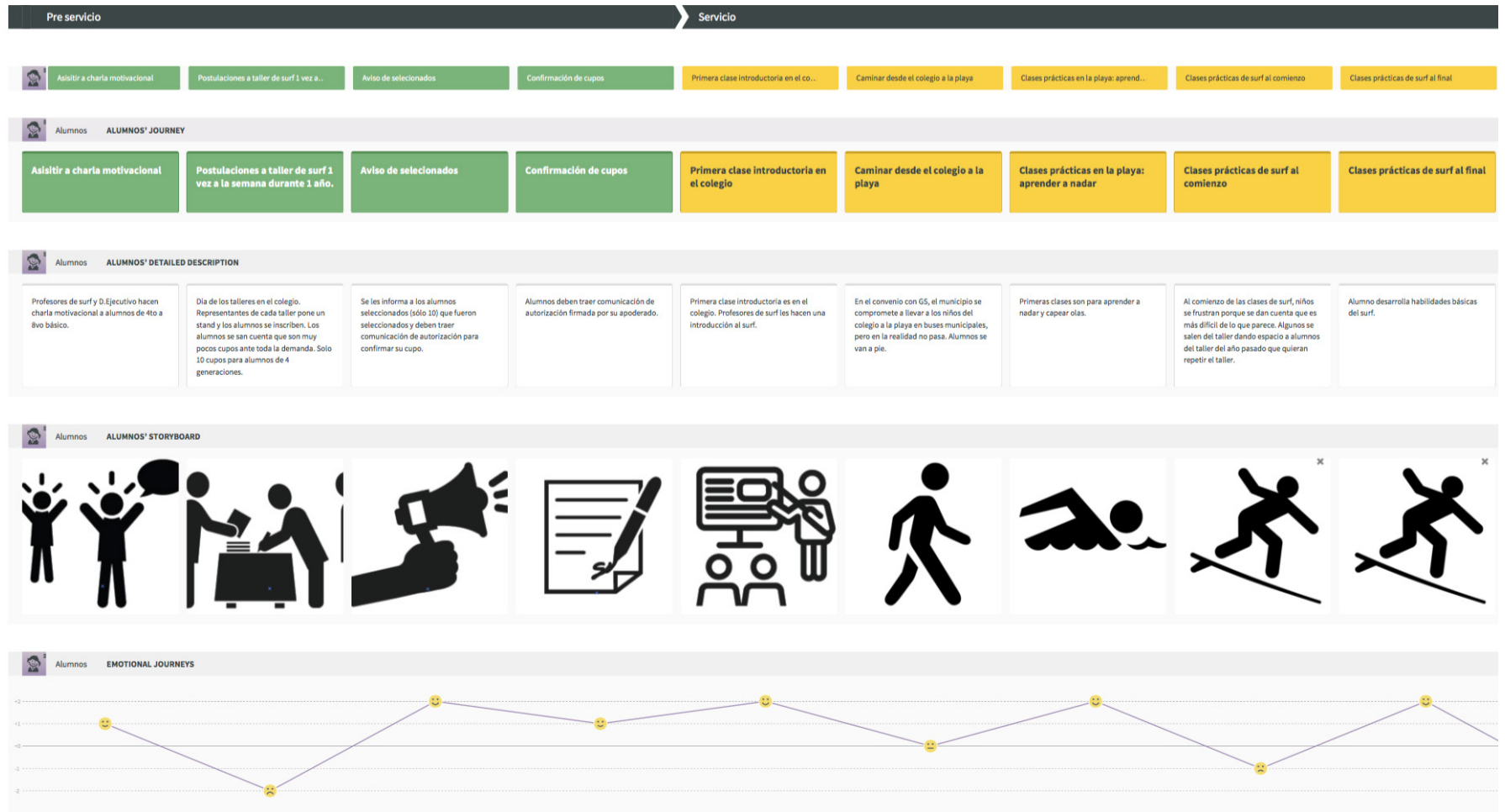
a playa: fear Fin del taller Se vuelve a inscribir al taller Alumno ya no se puede volver a inscribir por que entra al liceo.

Se acaba las clases de surf, y los alumnos no pueden seguir practicando el deporte por su cuenta porque no cuentan con el equipo necesario. El alumno puede volver a postular para entrar al taller. Puede participar todos los años que quiera hasta que entra a media (el taller es sólo para alumnos de entre 4to y 8vo básico). Alumno no vuelve a surfear, no tiene equipo, y no puede volver a participar del taller.



06 CIERRE

IV. MAPA DE EXPERIENCIA DEL USUARIO SAN SEBASTIÁN

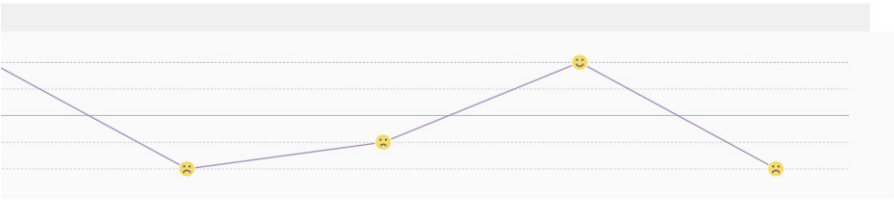


Post-Servicio

Final Fin del taller Se inscribe a lista de espera Alumno es aceptado para participar.. Alumno ya no puede volver a postula.

surf al final Fin del taller Se inscribe a lista de espera Alumno es aceptado para participar por segunda y última vez en el taller Alumno ya no puede volver a postular

ades básicas	Se acaba las clases de surf, y los alumnos no pueden seguir practicando el deporte por su cuenta porque no cuentan con el equipo necesario.	Profesores de surf abrieron dos cupos para alumnos que quieran repetir el taller. Deben ganarse esos únicos dos cupos, o esperar a que algún alumno novato se salga del taller.		Alumno no vuelve a surfear, no tiene equipo, y no puede volver a participar del taller.
--------------	---	---	--	---



06 CIERRE

IV. MAPAS DE STAKEHOLDERS

